



HAL
open science

La Saison Napoléon au Musée de l'Armée. À la conquête de nouveaux publics

Claire Pellé

► **To cite this version:**

Claire Pellé. La Saison Napoléon au Musée de l'Armée. À la conquête de nouveaux publics. Art et histoire de l'art. 2021. dumas-04758888

HAL Id: dumas-04758888

<https://dumas.ccsd.cnrs.fr/dumas-04758888v1>

Submitted on 29 Oct 2024

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.



Distributed under a Creative Commons Attribution - NonCommercial - NoDerivatives 4.0 International License

ÉCOLE DU LOUVRE

CLAIRE PELLÉ

La Saison Napoléon
au Musée de l'Armée
À la conquête de nouveaux publics

Mémoire de stage
2e année de 2e cycle
en médiation
présenté sous la direction
de M^{me} Claire MERLEAU-PONTY

Membre du jury : M^{me} Cyrielle DAEHN
Juin 2021

Le contenu de ce mémoire est publié sous la licence *Creative Commons*

CC BY NC ND



Remerciements	3
Avant propos	5
Introduction	6
I. Le Musée de l'Armée, une institution séculaire en pleine renaissance	9
1. Avant le Musée de l'Armée étaient les Invalides	9
A. Palais des soldats	10
B. Temple de la guerre	12
C. Panthéon militaire	14
2. Un musée en quête d'identité	17
A. Se redéfinir : le chantier ATHENA, porteur d'un nouveau paradigme	18
B. Des collections aux publics, les lendemains du chantier ATHENA	20
II. La Saison Napoléon, une nouvelle épopée ?	23
1. Entre continuité ...	25
A. Notre visite	26
B. Le Musée de l'Armée et la RMN à la Villette : concurrents ou complémentaires ?	26
C. L'impact de la programmation culturelle	28
2. ... Et renouveau	31
A. Renouer avec le grand dessein du général Niox	31
B. Investir le Musée et la mémoire napoléonienne	33
C. Coalisés face à l'art contemporain.	35
III. Etude de cas d'un projet : Napoléon sur Twitch	37
1. Twitch, une nouvelle plateforme culturelle pour le public jeune	37
A - Présentation de Twitch	37
B - Les initiatives culturelles sur la plateforme	39
2. Le projet	43
A. Contexte et attente du musée de l'Armée	43
B. Elaboration du projet	44
3. Déroulé et Retours d'expérience	49
Conclusion	53
Bibliographie	55
Vidéographie	57
Webographie	57

Remerciements

Je tiens en premier lieu à remercier sincèrement ma directrice de recherche, M^{me} Claire Merleau-Ponty, directrice du master 2 Médiation de l'École du Louvre et conseillère en Muséologie, ainsi que ma tutrice de stage, M^{me} Cyrielle Daehn, cheffe du département de l'Offre Culturelle (DOC) du Musée de l'Armée, pour avoir accepté de me suivre dans ce sujet aussi riche que passionnant. Elles ont su me donner des conseils avisés et des encouragements chaleureux. Je leur suis reconnaissante pour leur disponibilité et leur enthousiasme.

Je remercie également les personnes que j'ai pu rencontrer au cours de mes recherches et dont l'aide a été précieuse. Je pense en particulier à mes collègues au DOC, M^{me} Nina Le Bahl et M. Josselyn Joseph-Mathieu pour leur accueil, leurs encouragements et leur confiance sur le projet Twitch. Je tenais également à remercier vivement M^{me} Joséphine Dezellus, cheffe du département des Etudes du Musée de l'Armée, ainsi M^{me} Angéline Infanti, cheffe du service du Développement, pour le temps qu'elles m'ont accordé pour répondre à mes interrogations, orienter mes réflexions et discuter plus largement de mon sujet.

Dans ce contexte si particulier, il me faut également remercier les personnes m'ayant permis d'accéder à différentes ressources peu accessibles entre les différents confinements et couvre-feu. Je pense notamment à Anne Derrien et Antoine Lavastre dont les bibliothèques m'ont été d'un franc secours.

Je tiens aussi à remercier les personnes formidables qui m'ont soutenue, aidée et accompagnée lors de mes recherches, mes parents, mes grands-parents, ma tante et mes amis pour leur soutien logistique, leurs relectures attentives et les longues discussions à propos de mes recherches. Marie Morillon pour ses relectures patientes et attentives, Julien Gazzola, Marie Thépot, Margot Petronelli, Jessica Mackinnon, Nora Froger, Margaux Charpentier, Orphée Lamotte, Taj Faroui et Clara Le Corre. Pour leurs tutoriels éclairés sur *Napoléon Total War* et *Holdfast Nations at War*, Grégoire Maquin, Téo Morin et Adèle Massias.

Enfin, je remercie mes camarades de Twitch, pour nos longues discussions sur la plateforme, leurs usages aussi bien en tant que *viewer* ou *streamer*, leurs avis constructifs mais surtout leurs soutiens et encouragements constants : Virginie « the_ninouille » Bajoux, Daniel « WindTime » Baptista Moreira, Thibaut « TIRLI » Chayot, Yacine « yacinelastreet » Khider, Lucille « LouTheCat » Hamelli Brunelli, Yanis « Moutro » Laimé, Benoît « AmazingBeu » Moreau, Adrien « TheRealSike » Regnier et Tanguy « Capuccin0w » Renaud.

A Boris Hettler et Roger, mes deux plus grands soutiens.

Avant propos

Ce mémoire s'inscrit dans le cadre d'un stage de 6 mois réalisé entre septembre 2020 et février 2021 au département de l'Offre Culturelle du Musée de l'Armée en tant qu'assistante de production à la programmation culturelle.

La situation particulière de cette année, entre confinements, ouvertures sporadiques des bibliothèques et manque d'accès aux ressources, a grandement impacté nos possibilités de recherches. Consciente de cette difficulté, et après de longues discussions avec nos encadrantes, nous avons préféré renoncer, en partie du moins, aux ouvrages théoriques et décidé d'adapter l'exercice du mémoire de stage. Plutôt que de problématiser à partir d'une étude de cas, il nous a semblé plus intéressant de nous focaliser sur l'analyse des documents internes fournis par le Musée de l'Armée au prisme de nos compétences nouvellement acquises dans le master de Médiation de l'Ecole du Louvre. De la même manière, il a été difficile d'obtenir tous les entretiens que nous aurions souhaité conduire.

Certains aspects de notre sujet d'étude comme les usages de la plateforme Twitch, sont des pratiques récentes qui n'ont pas encore fait l'objet d'études sérieuses, notamment sur les profils de visiteurs. Les données que nous avons trouvées dont nous ne pouvons garantir le sérieux ont été étudiées avec le regard critique de vigueur.

Introduction

« Si sa portée est sans frontières, si son éclat résiste à l'érosion des années, c'est parce que, charriant l'universel, sa vie porte en quelque sorte en chacun de nous comme un écho intime faite de vertus anciennes et de paradoxes si contemporains.»¹. C'est avec ces mots qu'Emmanuel Macron, président de la République, a rendu hommage à Napoléon Ier dans son discours du 5 mai dernier sous la coupole de l'Institut de France. Depuis Georges Pompidou qui avait célébré le bicentenaire de la naissance de Bonaparte, les présidents de la République avaient refusé de commémorer Napoléon I^{er}. Ainsi en 2005, Jacques Chirac et son premier ministre, Dominique de Villepin, ont refusé de prendre part aux commémorations nationales et internationales organisées pour le bicentenaire de la victoire d'Austerlitz. Car Napoléon Ier est un personnage complexe. Il est embarrassant pour le politique car certains de ses actes - les guerres incessantes, le rétablissement de l'esclavage, la censure des libertés fondamentales, la codification d'une société patriarcale - sont en contradiction totale avec nos débats contemporains. Il est présenté comme une exception, le destin d'un seul homme qui, à lui seul, aurait fait basculer les idéaux de la Révolution dans une dérive autoritaire et guerrière. Pourtant, comme l'expliquent Emilie Robbe² et Arthur Chevalier³ dans une interview donnée sur France Inter⁴ le 4 mai dernier, Napoléon nous renvoie plutôt à nos contradictions. Ce qui lui est reproché n'est pas tant le résultat de ses convictions personnelles qu'un reflet de la société française de l'époque. Deux siècles après sa mort sur l'île anglaise de Sainte-Hélène, Napoléon divise mais continue de fasciner. En 2014, l'historien Jean Tulard, éminent spécialiste de

¹ Extrait du discours du président de la République, Emmanuel Macron, à l'occasion du bicentenaire de la mort de Napoléon Bonaparte, prononcé le 5 mai 2021 à l'Institut de France.

² Emilie Robbe est conservatrice en chef du patrimoine en charge des collections modernes au Musée de l'Armée. Elle est également commissaire de l'exposition *Napoléon n'est plus*.

³ Arthur Chevalier est historien, commissaire de l'exposition *Napoléon* à la Villette.

⁴ Interview d'Emilie Robbe et Arthur Chevalier, le Grand Entretien de la matinale de France Inter, 4 mai 2021. URL : <https://www.franceinter.fr/emissions/l-invite-de-8h20-le-grand-entretien/l-invite-de-8h20-le-grand-entretien-04-mai-2021> (consulté le 1/06/2021)

l'Empereur, avance le chiffre invérifiable de 80 000 livres publiés sur Bonaparte, soit plus d'un livre par jour depuis sa mort⁵.

Les polémiques qui entourent ces commémorations rejaillissent sur les institutions culturelles : doivent-elles, elles aussi, commémorer Napoléon ? Ainsi, le musée du Louvre, ancien Musée Napoléon, n'a aucun événement en lien avec le bicentenaire dans sa programmation alors que l'Empereur est à l'origine d'un pan essentiel de son histoire, tandis que la Réunion des Musées Nationaux organise une exposition événement à la Villette retraçant la vie du personnage. Dans ce contexte, le musée de l'Armée se trouve dans une position singulière. Abritant la dernière demeure de Napoléon, les reliques de sa légende comme l'épée d'Austerlitz ou le bicorne d'Eylau, ces commémorations, aussi polémiques et controversées qu'elles puissent être, sont un passage obligé pour le Musée dont le directeur est statutairement le gardien des clefs du tombeau. Il sait qu'il va bénéficier d'une exposition médiatique conséquente et internationale, comme le montre l'intervention d'Emilie Robbe, mentionnée plus haut, invitée pendant 20 minutes dans la première matinale de France, et d'un afflux de visiteurs importants. Dans ce contexte, le Musée a dû réfléchir attentivement à son propos, ses ambitions et ses propositions pour cette année historique. Nous avons eu la chance de pouvoir réaliser un stage au département de l'Offre Culturelle (DOC) de septembre 2020 à février 2021, en charge de la programmation et de la production des actions culturelles. Cela a été l'opportunité d'être plongé dans l'effervescence des préparatifs de cette *Saison Napoléon*. Nous avons pu observer et comprendre les enjeux liés à la programmation culturelle : sa capacité à nourrir un propos plus général, son rôle comme outil dans le développement des publics et enfin, son impact en termes de notoriété et d'image entre autres, dans le contexte double des commémorations du bicentenaire et d'un changement de paradigme au Musée initié par la nouvelle direction. Dès lors, il nous est apparu intéressant de partir de ce cas d'étude pour faire notre mémoire de stage en nous focalisant sur la programmation culturelle du Musée de l'Armée pour les commémorations du bicentenaire. La programmation culturelle peut être définie comme un ensemble d'actions ou événements culturels variés (ateliers, concerts, visites, spectacle...). En contexte muséal, la

⁵ Afp, G. A. (2021, 19 avril). *Napoléon à la tête d'un empire. . . de livres*. Geo.fr. <https://www.geo.fr/histoire/napoleon-a-la-tete-dun-empire-de-livres-204489> (consulté le 1/06/2021)

programmation culturelle fait partie intégrante de la mission de transmission et d'éducation des musées décrite dans la définition de l'ICOM du musée (2007). Dans un paysage culturel de plus en plus concurrentiel, la programmation culturelle apparaît aussi comme un outil marketing et stratégique permettant de se différencier de ses concurrents et d'adapter son offre afin de toucher différents publics, qu'ils soient déjà visiteurs ou non, avec plus de flexibilité que ne le permettent les collections. Avec l'événementialisation croissante des musées, la programmation devient un enjeu majeur. « Une nécropole restaurée, un parcours permanent réinventé, une grande exposition patrimoniale et pour la première fois au musée, des œuvres d'artistes contemporains pour questionner l'héritage de Napoléon... autant d'occasions de découvrir ou de redécouvrir celui qui depuis 1840 repose sous le Dôme, « auprès de ce peuple Français qu' [il a] tant aimé » »⁶ c'est ainsi qu'est présentée la *Saison Napoléon*. On y perçoit déjà l'importance donnée à l'offre culturelle. S'inscrivant dans la poursuite de ces réflexions, notre mémoire veut interroger cette programmation : comment a-t-elle été conçue pour acter les changements récents de l'institution et s'adresser aux publics du musée de l'Armée dans toute leur diversité ? Qui plus est dans le contexte si particulier de la pandémie mondiale de COVID-19 ?

Dans un premier temps, il nous a paru essentiel d'esquisser un portrait du musée de l'Armée en 2021 et de prendre acte des changements opérés au cours de la dernière décennie tant dans les collections, que dans ses ambitions ou son organisation interne. Il s'est agi ensuite d'analyser la programmation culturelle mise en place pour la *Saison Napoléon* et ses objectifs en termes de public, entre continuité et renouveau. Enfin, en troisième partie, nous avons voulu revenir sur l'élaboration et la production d'une soirée mêlant jeux vidéos et histoire en direct sur la plateforme Twitch dont nous avons eu la charge pendant notre stage. Nous avons cherché à détailler notre méthode de travail, les réflexions qui nous ont animées de sa conception à sa réalisation, enfin d'en analyser les retombées et réfléchir aux perspectives.

⁶ Cette citation est extraite du testament holographe de l'Empereur et est reprise à l'entrée de la crypte du tombeau.

I. Le Musée de l'Armée, une institution séculaire en pleine renaissance

Cinquième musée français en termes de fréquentation⁷, le Musée de l'Armée dénote dans le paysage culturel parisien. Avant de nous plonger dans la programmation de la *Saison Napoléon*, il nous semble essentiel de revenir sur les singularités de cette institution : sa promiscuité avec le monument qui l'abrite et la confusion qui en découle, sa tutelle militaire, ses collections dont le caractère hétéroclite ne peut se résumer à une seule documentation du fait guerrier. Fêtant en 2025 son 120^e anniversaire, le musée de l'Armée a beaucoup évolué ses dernières années à la faveur d'une nouvelle direction dynamique⁸, issue non plus de la sphère militaire mais du Ministère de la Culture. Nous voudrions ici tenter de comprendre les ambitions et les enjeux, les ressources et les difficultés du Musée de l'Armée, en d'autres termes, où il se situe en 2021 à l'aube de la *Saison Napoléon*.

1. AVANT LE MUSÉE DE L'ARMÉE ÉTAIENT LES INVALIDES

Dans la récente étude de notoriété réalisée par le musée de l'Armée ⁹, on ne peut être qu'interloqué par l'omniprésence des Invalides dans les résultats : les Invalides sont le septième monument parisien le plus cité par les interrogés tandis que le musée de l'Armée n'arrive que 21^e¹⁰. Dans l'étude de public TEST réalisée en 2017¹¹, la visite du monument est la première raison de visite des interrogés (56%) loin devant un intérêt pour l'histoire militaire (43%) ou une période historique

⁷ Dossier du Club Innovation Culture (CLIC) « La fréquentation des musées et lieux de patrimoine en France, en 2019 » (en ligne) publié le 5 février 2020. URL : <http://www.club-innovation-culture.fr/frequentation-musees-patrimoine-france-2019> (consulté le 1/06/2021)

⁸ Nous pensons à l'arrivée d'Ariane James-Sarrazin comme directrice adjointe du Musée en 2018.

⁹ Les résultats de cette étude n'ont pas encore été publiés officiellement par le musée. Ces informations nous ont été communiquées par Mme Joséphine Dezellus, cheffe du département des études lors de notre entretien du 25 mai 2021.

¹⁰ Entretien avec Mme Dezellus, 25 mai 2021.

¹¹ L'enquête TEST a été réalisée sur 1432 visiteurs du Musée de l'Armée au cours de l'année 2017.

particulière (33%). Cette prégnance du monument sur le musée s'explique en partie par l'importance des Invalides dans l'imaginaire collectif, lieu des hommages nationaux et des commémorations. La promiscuité entre le musée et les Invalides est déterminante pour comprendre l'identité du musée de l'Armée. Revenons sur leurs trajectoires croisées.

A. *Palais des soldats*

Fondé par l'édit royal du 24 février 1670, les Invalides sont l'incarnation du souhait de Louis XIV (1638-1715) de donner « un hostel royal pour y loger tous les officiers et soldats tant estropiés que vieux et caduques »¹². Dès sa conception, l'Hôtel des Invalides incarne un projet plus large qu'un simple hôpital. Il s'agit pour le roi « de rendre ce qu'il doit à ses plus humbles serviteurs »¹³. En effet, par charité chrétienne, mais aussi pour résoudre les problèmes sécuritaires liés aux vagabondages dans Paris, Louis XIV veut permettre à ceux qui se sont battus avec et pour lui, de bénéficier de soins adéquats, voire de finir paisiblement leur vie. En ce sens, la fondation des Invalides rejoint les réformes militaires initiées par les ordonnances des ministères de Le Tellier¹⁴ (1651-1677) puis Louvois (1677-1691)¹⁵ jetant les bases d'un état centralisé¹⁶. Mais surtout les Invalides sont un manifeste politique. Alors que la Cour part à Versailles, l'établissement d'une institution royale, militaire de surcroît, donne un signal fort et marque le maintien du pouvoir royal à Paris. Le projet rencontre un grand succès : entre 1676 et 1690, près de 6 000 soldats sont admis aux Invalides. Tous ont en commun d'avoir servi le Roi et d'être catholiques, et c'est bien là leurs seuls points communs tant les pensionnaires ont

¹² PÉRAU (abbé de), *Description historique de l'Hôtel royal des Invalides*, Paris, 1756.

¹³ BOIS, Jean-Pierre. « Les vieux soldats en leur palais de Louis XIV à aujourd'hui » in GADY Alexandre (dir.) *L'Hôtel des Invalides*, Paris, Editions de l'Esplanade, 2015, p112.

¹⁴ Michel (IV) Le Tellier (1603-1685) est une homme d'Etat français, Secrétaire d'état de la Guerre (1651-1677) puis chancelier de France (1677-1685) ayant entamé la réforme des armées françaises sous Louis XIV.

¹⁵ François Michel Le Tellier, marquis de Louvois (1641-1691), est un des grands ministres de Louis XIV. En charge du secrétariat de la guerre (1677-1691), il poursuit les réformes initiés par son père et supervise en partie le chantier de l'Hôtel des Invalides.

¹⁶ BOIS Jean-Pierre, *op. cit.* , p112.

un profil varié¹⁷. La Révolution et les différents régimes politiques qui se succèdent au cours du XIX^e siècle ne reviennent pas sur cette fonction première d'hôpital et continuent de veiller sur leurs soldats. Néanmoins, au fil des années, les crédits accordés à l'institution s'amenuisent et le nombre de pensionnaires diminue. S'ils étaient 3 000 en 1863, ils ne sont plus que 1 052 en 1870, et 127 en 1900¹⁸. Voyant la démesure criante entre les espaces alloués aux pensionnaires et leur nombre qui ne cesse de diminuer, il est envisagé de supprimer l'hôpital. Les espaces libres sont alors mis à la disposition du ministre de la Guerre, le général Courtot de Cisse (1810-1882) qui ordonne le 19 juillet 1871, le déplacement aux Invalides du Musée de l'Artillerie¹⁹, jusqu'alors au couvent Saint-Thomas d'Aquin. L'implantation permanente aux Invalides d'un musée historique de l'Armée est décidé en 1896, suite au succès rencontré par le Pavillon de la Guerre lors de l'exposition universelle de 1889, à l'initiative de personnalités éminentes dont le peintre Ernest Meissonnier (1815-1891). C'est la fusion de ces deux établissements en 1905 qui donne naissance au Musée de l'Armée tel que nous le connaissons aujourd'hui.

Occupant la partie sud du site, le centre des pensionnaires accueille aujourd'hui 80 résidents âgés de 30 à 104 ans, des anciens résistants, des anciens combattants, vétérans des guerres de décolonisation ou des opérations extérieures, ou des civils victimes d'attentats²⁰. Le musée a conscience de sa filiation avec l'hôpital des Invalides et continue d'en documenter l'histoire. L'exemple le plus parlant est peut-être la commande passée en 2017 au photographe Philippe de Poulpiquet²¹ pour photographier les pensionnaires de l'Institution Nationale des Invalides. Cette commande est le résultat d'un constat : celui de l'absence de témoignage contemporain du quotidien au sein de l'Institution Nationale des

¹⁷ *Ibid.*, p113.

¹⁸ *Ibid.*, p124.

¹⁹ Créé en 1796 à l'initiative du contrôleur Edme Régnier (1751-1825), le Musée de l'Artillerie présente des collections d'artilleries et armures anciennes. Situé dans une galerie du cloître de l'ancien noviciat des dominicains, à Saint-Thomas d'Aquin, ses collections déménagent en 1871 dans l'aile Occident de l'Hôtel des Invalides. L'inventaire des objets du Musée de l'Artillerie correspond en grande partie à l'actuel département Ancien du Musée de l'Armée.

²⁰ GUISSSET Michel, « L'Institution nationale des Invalides » in PETITEAU, Anthony (dir.), *Invalides. Mémoires de guerre*, Trézélan, Filigranes, 2020, p187.

²¹ Philippe de Poulpiquet est un photographe français, grand reporter pour le journal *Le Parisien* ayant couvert les principaux conflits en Afrique et au Moyen-Orient ces quinze dernières années.

Invalides. Pendant un an, le photographe a suivi les pensionnaires et les soignants dans leur quotidien, les cérémonies, les soins, les petits moments du quotidien et les enterrements. Le résultat de ce travail a été dévoilé en 2020 dans l'exposition *Invalides. Mémoires de guerre* organisée pour l'anniversaire des 350 ans de l'édit de fondation du monument, une occasion symbolique pour le Musée de rappeler « qu'aux Invalides, vivent des invalides »²².

B. Temple de la guerre

Les Invalides sont aussi un des hauts lieux du pouvoir militaire en France. Le gouverneur des Invalides, gouverneur militaire de Paris, secrétariat général de la Défense et de la Sécurité Nationale, chef d'Etat-Major de l'Armée de Terre ont leur siège dans le monument. Historiquement, la présence du commandement est assez diffuse jusqu'à la fin du XIX^e siècle et incarnée par le gouverneur des Invalides. Dans les années suivant sa création, l'hôtel est placé sous l'autorité d'un gouverneur dont les premières attributions sont limitées au maintien de l'ordre chez les pensionnaires²³. Au XVIII^e siècle, le rôle s'étoffe d'attributions militaires, notamment la mise à disposition d'un état-major, justifiant alors sa nomination parmi les officiers généraux. Sous Napoléon 1^{er}, la fonction acquiert un nouvel éclat qu'elle conserve jusqu'à la chute du Second Empire : le gouverneur des invalides est maréchal et lui sont confiés les trophées militaires, symboles des victoires de l'armée française, conservés dans la cathédrale Saint-Louis des Invalides. Le déclin progressif de la fonction hospitalière des Invalides que nous avons détaillé précédemment libère des espaces importants qui, d'une part, permettent les prémices du Musée de l'Armée et d'autre part, invitent plusieurs commandements à venir s'établir aux Invalides. Le Gouverneur militaire de Paris délaisse ainsi la place Vendôme pour venir s'installer aux Invalides qui deviennent alors le coeur militaire de la capitale.

La dimension militaire s'exprime aussi dans les nombreuses cérémonies et hommages dont la Cour d'honneur des Invalides est le décor. À sa fondation au

²² SAINT-CHAMAS (de), Christophe, Préface in PETITEAU, Anthony (dir.), *Invalides. Mémoires de guerre*, Trézélan, Filigranes, 2020, p9.

²³ BOUGET, Boris, « Présences du pouvoir militaire aux Invalides » in GADY Alexandre (dir.) *L'Hôtel des Invalides*, Paris, Editions de l'Esplanade, 2015, p170.

XVII^e siècle, les visites royales, les célébrations religieuses ou la visite de dignitaires étrangers sont autant de prétextes à la mise en place d'un dispositif cérémoniel. La Révolution, antimonarchique et laïque, restreint ces cérémonies aux seuls domaines politiques et militaires. La nature des cérémonies s'élargit sous la Monarchie de Juillet, notamment lors du Retour des Cendres (1840), ou avec dimension commémorative avec l'enterrement des victimes de l'attentat de Fieschi (28 juillet 1835). La Cour d'honneur demeure un lieu hautement symbolique chez les militaires et la scène de nombreuses cérémonies propres à un régiment, un corps d'armée ou d'anciens combattants. Entre autres, reprenant l'usage établi par le général De Gaulle, les Invalides accueillent deux fois par an une passe d'armes en présence du Président de la République, chef des armées. Cette fonction est toujours présente aujourd'hui et se remarque dès l'entrée du site puisque les visiteurs sont fouillés par des gendarmes et non des vigiles.

Cette prégnance du militaire est l'une des raisons conduisant à l'implantation du musée de l'Artillerie et du musée historique de l'Armée à la fin du XIX^e siècle. Chacun à sa manière cherche à commémorer le fait militaire, l'un dans une démarche pédagogique expliquant l'évolution de l'artillerie, un matériel alors en pleine transformation, l'autre dans une démarche commémorative et patriote dans le contexte de la défaite contre la Prusse de 1870. Ce lien entre le musée et le militaire est réaffirmé dans les missions du musée définies par le décret du 20 novembre 1968 et du Code de la Défense (article R.3413-1 à 3413-34)²⁴ sur lesquelles nous reviendrons et par sa tutelle confiée depuis sa création au ministère de la Défense et maintenant des Armées.

D'un point de vue plus pragmatique, le site est soumis au contrôle du gouverneur militaire et le musée doit s'y plier. L'impact est particulièrement visible dans la production d'événements culturels. Chaque manifestation hors des horaires d'ouverture, comme un concert en soirée, fait l'objet d'un signalement auprès des services de sécurité du Gouverneur Militaire. Si un hommage national vient à être organisé dans la cour d'honneur au gré de l'actualité, le musée est contraint de fermer ses portes au public le temps de la cérémonie et donc de reporter les activités prévues ce jour-là.

²⁴ Textes disponibles en ligne sur Légifrance : https://www.legifrance.gouv.fr/codes/section_lc/LEGITEXT000006071307/LEGISCTA000019838576

C. Panthéon militaire

Enfin, dans l'imaginaire collectif, les Invalides sont un lieu de mémoire. C'est Napoléon Bonaparte, alors Premier Consul, qui initie ce tournant mémoriel aux Invalides en faisant placer dans la chapelle de la Vierge en 1800, le tombeau de Turenne, maréchal général des camps et armées du Roi tué par un boulet de canon lors de la bataille de Salzbach (1675). En 1807-1808, Napoléon Bonaparte, désormais empereur, renouvelle l'opération en installant dans la chapelle Sainte-Thérèse, l'urne du cœur de Vauban, ingénieur militaire de génie dont les fortifications ont été la clef de voûte des succès militaires de Louis XIV. Dans le discours prononcé à l'occasion de la translation du tombeau de Turenne, Lazare Carnot, alors ministre de la Guerre, explique la démarche :

« elle est sublime [...] l'idée de placer les dépouilles mortelles d'un héros qui n'est plus au milieu des guerriers qui le suivent dans la carrière et que forma son exemple! [...] Aux braves appartient la cendre du brave ; ils en sont les gardiens naturels, ils doivent en être les dépositaires jaloux. Un droit reste après la mort du guerrier qui fut moissonné sur le champ des combats : celui de demeurer sous la sauvegarde des guerriers qui lui survivent, de partager avec eux l'asile consacré à la gloire car la gloire est une propriété que la mort n'enlève pas. »²⁵

La dimension mémorielle prend une toute autre ampleur avec le retour des Cendres en 1840. À sa mort en 1821, le corps de Napoléon est inhumé sur l'île de Sainte Hélène, par peur que le retour en Europe de sa dépouille ne cause des troubles politiques. Dans une habile manœuvre politique, Adolphe Thiers (1797-1877), président du conseil, convainc Louis Philippe, roi des Français, de demander aux Anglais, la dépouille de Bonaparte. Ce dernier n'avait donné que des indications très succinctes quant à ses vœux funéraires indiquant seulement qu'il souhaitait reposer « sur les bords de la Seine, au milieu de ce peuple français qu'[il a] tant aimé »²⁶. Si les bonapartistes veulent que le tombeau de l'Empereur soit placé dans la basilique de Saint-Denis comme tous les souverains, la Monarchie de Juillet

²⁵ Cité in LAGRANGE François « L'Hôtel des Invalides. Panthéon militaire de la France » in GADY Alexandre (dir.) L'Hôtel des Invalides, Paris, Editions de l'Esplanade, 2015, p133.

²⁶ Cette citation est extraite du testament holographe de Napoléon Bonaparte mais aussi reprise à l'entrée de la crypte dans le Dôme des Invalides.

s'y oppose, refusant ainsi de conférer à Napoléon une telle légitimité dynastique, et lui préfère les Invalides. Ce choix est ainsi justifié par Rémusat (1797-1855), ministre de l'Intérieur, : « il faut qu[e Napoléon] règne et commande encore dans l'enceinte où vont se reposer les soldats de la patrie, et où iront toujours s'inspirer ceux qui seront appelés à la défendre »²⁷. On retrouve ici le même argumentaire qui a présidé à la translation de Turenne et Vauban. Il est alors décidé d'aménager le tombeau de l'Empereur sous le Dôme. Pour concevoir le projet scénographique monumental digne d'honorer la mémoire de Napoléon, un concours national est ouvert sous la pression des milieux artistiques. « Simplicité et grandeur, c'était le caractère de l'Empereur et ce doit être celui de son tombeau », c'est sur ce principe fondateur que se base le projet de l'architecte Louis Visconti (1791-1853) qui remporte le concours. Il est intéressant de noter que, dans ses aspirations, la commission pense d'ores et déjà aux visiteurs venus se recueillir sur le cénotaphe de Napoléon. Ainsi, on préfère la crypte à l'élévation car cette dernière « par le mystère, le recueillement que la disposition des jours et la sévérité de l'architecture peuvent y répandre, favorise merveilleusement cette pieuse destination »²⁸. De la même manière à propos du sarcophage, elle note qu'« il faut aussi que le monument soit visible à tout heure, et cependant que, tout en restant accessible aux regards, il soit à distance de la foule »²⁹. Surtout, la commission note que par le creusement d'une crypte « toute autre disposition du dôme impossible le consac[ant] à tout jamais à la sépulture de l'Empereur »³⁰, elle a ainsi conscience du caractère irréversible de son choix.

Le Dôme devient alors un lieu de pèlerinage du souvenir napoléonien et un des principaux attraits des Invalides. Adjacent au déambulatoire, est installée une cella accueillant les reliques de la légende napoléonienne : l'épée d'Austerlitz, le chapeau d'Eylau et la Légion d'honneur de l'Empereur. Lors d'une visite le 8 mai 1841, Victor Hugo décrit ainsi la foule venue voir le cercueil de Bonaparte : « La foule

²⁷ Cité in LAGRANGE François, *Op. Cit.*, p 134.

²⁸ LERAY-BURIMI, Sylvie, « « Le néant devant Dieu; la gloire devant les hommes! » Le tombeau de l'Empereur aux Invalides » in GADY Alexandre (dir.) *L'Hôtel des Invalides*, Paris, Editions de l'Esplanade, 2015, p150.

²⁹ *Ibid.*, p150.

³⁰ *Ibid.*, p150.

était là comme devant un autel où le Dieu serait visible »³¹. Alors que le chantier n'est achevé qu'en 1861, le tombeau est doté de gardiens, d'un vestiaire et d'un point de vente dès 1855³². De la Reine Victoria à Donald Trump, en passant le tsar Nicholas II et Adolf Hitler, le mausolée de l'empereur s'impose comme un passage obligé des visites protocolaires. Dans ses Mémoires de guerre, le général de Gaulle raconte que lors du 11 novembre 1944, alors qu'il allait avec Winston Churchill honorer la mémoire du maréchal Foch, le premier ministre anglais se serait longuement penché sur le tombeau de l'Empereur avant de dire « Dans le monde, il n'y a rien de plus grand »³³.

Dans *L'Hôtel des Invalides* édité sous la direction le Musée de l'Armée, Yves-Marie Rocher résume assez justement cette relation ambiguë entre le monument et le musée, le contenant et le contenu : « S'agissant de l'Hôtel des Invalides, l'installation d'un musée en 1871 pourrait, en effet, apparaître comme le début d'une opposition entre contenant et contenu. Ce monument historique est alors riche d'un passé glorieux que racontent ses murs. Il est aussi vivant par les pensionnaires qu'il abrite encore ou par l'attrait qu'exerce sur la population le tombeau de l'Empereur. Dans cet écrin, comment un musée peut-il trouver sa place, même s'il jouit d'une certaine renommée ? »³⁴. Comme nous venons de le montrer, les Invalides sont un lieu polysémique dont le Musée de l'Armée est le liant. Les deux partagent un même objectif : celui d'honorer les vieux soldats, que ce soit en leur prodiguant des soins ou en donnant à voir par les objets leurs histoires, une histoire nationale. Si cette promiscuité s'explique aisément avec une étude historique des deux institutions, elle est difficilement perceptible par le grand public qui considère souvent le musée de l'Armée comme le seul musée des Invalides, un musée de site et commémoratif. De la même manière, l'aspect solennel et grave du lieu, récemment remis en lumière

31 Cité in LAGRANGE François « L'Hôtel des Invalides. Panthéon militaire de la France » in GADY Alexandre (dir.) *L'Hôtel des Invalides*, Paris, Editions de l'Esplanade, 2015, p134.

32 LERAY-BURIMI, *Op. Cit.*, p165.

33 Cité in LAGRANGE François, *Op. Cit.* , p142.

34 ROCHER Yves-Marie, « Le tournant patrimonial : lieu d'histoire ou établissement mémoriel (1871-1914) ? » in GADY Alexandre (dir.) *L'Hôtel des Invalides*, Paris, Editions de l'Esplanade, 2015, p201.

par les cérémonies d'hommage des victimes de l'attentat du Bataclan entre autres, donne au musée une image grave qui le contraint dans ses initiatives et empêche la tenue d'événements originaux au motif qu'ils ne « respecteraient pas l'esprit du lieu »³⁵.

2. UN MUSÉE EN QUÊTE D'IDENTITÉ

Depuis sa création en 1905, le monde dans lequel évolue le musée de l'Armée a changé. D'une part, la fin de la conscription en 1997 a mis un terme à l'assomption selon laquelle tout homme valide passerait à un moment de sa vie sous les drapeaux et a considérablement réduit l'emprise de l'armée sur le territoire en diminuant le nombre de casernes et de terrains d'entraînement en usage. La guerre prend des formes nouvelles, qualifiées d'asymétriques, qui s'immiscent au coeur de nos sociétés comme l'ont tragiquement montré les attentats du Bataclan et de Charlie Hebdo. Notre rapport à l'information a aussi changé avec l'émergence d'internet et des réseaux sociaux qui ont donné à tout conflit, aussi lointain soit-il, une couverture accrue et continue. Ainsi, alors même que la France est en paix avec ses voisins depuis 1945, la guerre continue de faire partie du quotidien de nos concitoyens, à la fois lointaine et terriblement proche. On pourrait dès lors croire à un désintérêt croissant pour l'armée. Pourtant, on ne peut que constater l'essor de la thématique guerrière dans les industries culturelles : *Dunkerque* de Christopher Nolan (2017), succès critique et au Box-office, la série de jeux vidéo *Call of Duty* en sont autant d'exemples marquants. D'autre part, ses concitoyens ont des origines plus diverses et ne se reconnaissent plus nécessairement dans une histoire nationale telle qu'elle a pu être écrite au cours du XX^e siècle. L'émergence de mémoires encore douloureuses sur certains sujets comme la décolonisation, de questions de société comme la question du genre sont autant de remises en cause de l'écriture de l'histoire et de son enseignement.

C'est conscient de ses difficultés en termes de notoriété, de lisibilité de son propos et de ces évolutions socio-culturelles que le musée a initié à partir des années 1990 d'importants changements, d'abord dans ses collections, puis dans ses missions et son organisation interne pour dépasser le seul aspect

³⁵ Projet Scientifique et Culturel du Musée de l'Armée, 2020, p 234.

commémoratif et devenir un musée d'histoire de référence à l'échelle nationale et internationale.

A. Se redéfinir : le chantier ATHENA, porteur d'un nouveau paradigme

En dépit de vastes projets de rénovations dans les années 1970 et 1980, la situation du musée de l'Armée au début des années 1990 est problématique. Délaissé par le public, avec une image poussiéreuse liée à des dispositifs de présentations obsolètes en comparaison aux autres musées de la capitale, et un parcours de visite sans cohérence globale, le musée de l'Armée, marginalisé, se doit de réagir. Cette remise en question débouche sur la proposition d'un plan ambitieux touchant autant les collections et leurs organisations, que les espaces muséographiques : le chantier ATHENA (Armes, Technique, Histoire, Emblématique, Nation, Armée).

ATHENA entend moderniser les espaces tant en termes de conservation-préventive que de muséologie, mais aussi repenser le propos et de l'« élargir de la seule armée de terre aux armées prises dans leur ensemble »³⁶. Le parcours de visite s'articule autour de trois figures tutélaires des Invalides et de l'histoire nationale : Louis XIV, Napoléon 1er et le général de Gaulle. Les collections sont réparties en trois départements correspondant à trois grandes périodes : Ancien (du XIIIe siècle-1642), Moderne (1643-1870), et Contemporain (1871-1945). De 1996 à 2018, les espaces du musée vont tour à tour être fermés, repensés et rénovés.

Ce chantier colossal a permis d' « accomplir pleinement sa vocation de musée d'histoire, offrant ainsi un parcours raisonné, cohérent et lisible, qui a pris la place d'une succession de salles d'une grande richesse, où le grand public ne parvenait pas à trouver ses repères parmi les pièces accumulées et dont seuls les amateurs les plus éclairés étaient pleinement satisfaits. » ³⁷. ATHENA « a fait de lui plus que le musée de l'Armée de Terre, de fait un musée des armées de notre pays et plus largement, un musée d'histoire nationale, le plus important d'Europe, voire

³⁶ Projet scientifique et culturel du Musée de l'Armée, 2020, p31.

³⁷ *Ibid.*, p31.

du monde, par la surface, le volume, le champ chronologique couvert, la diversité et la qualité de ses collections, par le rayonnement aussi. »³⁸.

ATHENA a aussi été l'occasion de repenser les missions du musée de l'Armée. Jusque-là définies par le décret du 20 novembre 1968, repris dans le Code de la Défense (articles R. 3413-1 à 3413-34), les missions du musée de l'Armée sont les suivantes :

- « a) de maintenir et de développer l'esprit de défense dans la Nation, le goût de l'histoire militaire, le souvenir de ceux qui ont combattu et sont morts pour la patrie et la mémoire des gloires nationales militaires ;
- b) de contribuer à l'éveil de vocations au service des armes ;
- c) d'assurer la conservation, la présentation et l'enrichissement de ses collections. Il peut favoriser les études, travaux, expositions temporaires, manifestations culturelles ou éducatives ayant pour objet de faire connaître au public ses collections et le patrimoine militaire français. Il accomplit sa mission en liaison avec les services publics dont la mission est voisine de la sienne et relevant notamment du ministre chargé des affaires culturelles, du ministre de l'éducation nationale et du ministre des anciens combattants et victimes de guerre ».³⁹

Le texte est intéressant dans la hiérarchie qu'il dresse des missions du musée : sa mission de promotion et de commémoration intervient avant la conservation des objets. S'il peut paraître désuet, il trouve encore un écho à la lumière des événements récents, avec l'esprit de défense et le lien avec la Nation qu'il prône. On assiste alors à un changement de paradigme : du musée des objets et de la commémoration, le musée de l'Armée, musée de l'histoire nationale, se retrouve investi d'une mission civique. Celle-ci s'articule d'abord autour d'une approche de médiation. Le projet scientifique et culturel du musée note en effet que « l'histoire en général, et l'histoire militaire en particulier, est manifestement une voie d'accès à la culture, aux pratiques culturelles, à l'insertion dans la Cité, plus aisée, moins intimidante que bien d'autres pour ceux qui vivent loin des grandes institutions culturelles. Elle permet aussi de partager un patrimoine commun à tous, Français de

³⁸ *Ibid.*, p32.

³⁹ Code de la Défense (articles R. 3413-1 à 3413-34). Disponible en ligne sur Légifrance : https://www.legifrance.gouv.fr/codes/section_lc/LEGITEXT000006071307/LEGISCTA000019838576

toujours, d'hier et de demain. Car l'histoire de France est en quelque sorte habitée par le destin de ses armées»⁴⁰. Cette approche est d'autant plus pertinente une fois mise en perspective avec l'étude de public TEST, démontrant la surreprésentation des ouvriers et des employés parmi le visitorat du musée de l'Armée (27% contre 13% dans les musées et 26% dans les monuments⁴¹). Cette mission civique apparaît enfin comme fondatrice dans les missions d'avenir du musée : «le musée de l'Armée a un rôle à jouer et peut le jouer, pour autant qu'il dispose des moyens d'aborder le passé le plus récent et l'actualité, non seulement dans sa programmation et sous forme de manifestations temporaires, mais aussi et surtout dans des espaces permanents seuls à même d'incarner avec force l'importance de ces événements pour notre pays, pour sa cohésion, son unité et son avenir. »⁴²

B. Des collections aux publics, les lendemains du chantier ATHENA

Partant de ce constat, se pose alors la question de la mise en oeuvre.

Elle s'appuie d'abord sur une nouvelle réflexion sur les collections. Les quelques 500 000 objets conservés par le musée de l'Armée sont hétéroclites et permettent une assez grande liberté dans leur traitement. Avec ses collections, le musée peut avoir une approche philosophique, anthropologique, sémiologique et sociétale qui sont autant d'atouts à la confrontation des points de vue des acteurs historiques. Le projet scientifique et culturel (PSC)⁴³ mentionne les grandes directions prises dans ce nouveau chantier des collections.

Il s'agit d'abord de l'extension du parcours permanent au-delà de la limite chronologique de 1945 avec trois grandes sections. Premièrement, traiter de la colonisation sur un temps long allant des premières explorations de troupes de marine aux guerres d'indépendances des années 1960 et ainsi faire un « geste fort

⁴⁰ Projet Scientifique et Culturel du Musée de l'Armée, 2020, p 41

⁴¹ Les chiffres de comparaisons sont issus des données de l'étude « A l'écoute des visiteurs » du CREDOC.

⁴² Projet Scientifique et Culturel du Musée de l'Armée, 2020, p 42

⁴³ Publié en 2020, il s'agit du premier PSC du Musée de l'Armée. Il est issu d'un travail collaboratif entre plusieurs groupes de réflexion au sein des équipes du musée.

de réappropriation d'une histoire douloureuse, occultée pour beaucoup de nos concitoyens par des mémoires « désunies » ou des tensions qui relèvent de l'actualité la plus immédiate et qui s'expriment, notamment, parmi ceux dont l'histoire personnelle et familiale est étroitement liée à celle de la colonisation et de la décolonisation»⁴⁴. Deuxièmement, intégrer la Guerre Froide abordée dans les institutions homologues étrangères mais toujours totalement absente du parcours de visite permanent. Troisièmement, aborder les Opérations Extérieures - OPEX en cherchant à la fois à expliquer la mission contemporaine de l'Armée française et faire le lien avec la Cour d'Honneur des Invalides qui accueille les hommages rendus aux soldats morts en opération. Ces différents axes répondent à l'ambition du musée : s'adresser à tous par un traitement complet quoiqu'abordable de l'histoire - « élitaire pour tous » selon le mot d'Antoine Vitez⁴⁵ - tout en maintenant son engagement auprès des armées.

Il s'agit ensuite de rénover du parcours permanent en améliorant la signalétique et le confort de visite, principaux écueils ressortis de l'enquête TEST 2017, mais aussi de moderniser des espaces d'expositions en incluant plus de dispositifs multimédia et en aménageant des espaces permettant une plus grande rotation de collections à la fois pour les arts graphiques et d'éditorialiser le parcours de visite permanent.

La mise en oeuvre de cette ambition repose également sur un ré-enchantement de la relation du musée avec ses publics. Nous l'avons indiqué plus haut, une des raisons qui avait conduit à la conception d'ATHENA était la désaffection du public. Ainsi l'un des objectifs des lendemains d'ATHENA est de « dessiner une programmation culturelle propre à soutenir et renouveler l'intérêt du public »⁴⁶. Depuis les années 1990, l'action culturelle du Musée de l'Armée propose trois activités invariantes : les conférences organisées en partenariat avec l'Université Permanente de la Ville de la Paris, des projections cinématographiques et une Saison Musicale visant à la fois à mettre en valeur l'architecture et la musique militaire. Toutes accompagnent la programmation des expositions temporaires mais ne sont pas pensées comme une offre visant à attirer ou renforcer la présence de

⁴⁴ *Op. Cit.*, p50.

⁴⁵ *Ibid.*, p53.

⁴⁶ *Ibid.*, p32.

certaines publics. La programmation culturelle telle qu'elle est pensée dorénavant au musée de l'Armée porte sur plusieurs aspects.

D'abord, elle coordonne la médiation voulue par le musée et son ambition de s'adresser à tous avec l'Histoire comme pierre angulaire, ainsi que nous l'avons détaillé précédemment. Dans une approche plus scientifique, elle est un moyen de pallier les lacunes du parcours permanent. Ainsi au début des années 2010, la programmation des expositions temporaires a permis de combler les manquements du parcours permanent en abordant des conflits absents comme la guerre d'Indochine (*Indochine. Des territoires et des hommes*⁴⁷, 2013) ou la guerre d'Algérie (*Algérie 1830-1962*⁴⁸, 2012) mais aussi en proposant des approches thématiques diachroniques comme le quotidien des soldats (*Dans la peau d'un soldat. De la Rome antique à nos jours*⁴⁹, 2017-2018) ou l'esthétisme dans l'équipement militaire (*Les Canons de l'Éléance*⁵⁰, 2019). Enfin, c'est un enjeu dans le développement des publics et du visitorat. Lors de notre entretien avec Angéline Infanti⁵¹, cheffe du service du Développement, elle nous a expliqué que la programmation culturelle s'adressait principalement à un public de proximité parisien et francilien. Le touriste étranger venant à Paris dispose d'un temps limité : faire une activité exclut d'en faire une autre, ainsi il est peu enclin à participer à un événement. Le public parisien et francilien est confronté à une offre culturelle pléthorique et doit faire des choix. Dans ce contexte, dans une analyse pragmatique, la programmation culturelle permet à une institution de se démarquer, d'affirmer ses spécificités auxquelles un public va s'identifier. C'est également un moyen d'animer la vie du Musée et de donner un prétexte au visiteur de revenir. On rentre là dans la logique d'événementialisation décrite. Ainsi, de par sa flexibilité, la programmation culturelle permet d'adapter une offre assez monolithique (les collections d'un musée) à toute une palette de visiteurs.

⁴⁷ Site de l'exposition : <https://musee-armee.fr/ExpoIndochine> (consulté le 1/06/2021)

⁴⁸ Site de l'exposition : <https://www.musee-armee.fr/ExpositionAlgerie> (consulté le 1/06/2021)

⁴⁹ Site de l'exposition : <https://musee-armee.fr/expoDansLaPeauDunSoldat/> (consulté le 1/06/2021)

⁵⁰ Page internet dédiée à l'exposition : <https://www.musee-armee.fr/au-programme/expositions/detail/les-canons-de-lelegance.html> (consulté le 1/06/2021)

⁵¹ Entretien réalisé par téléphone le 18 mai 2021.

C'est tout le sujet de notre mémoire et nous reviendrons en deuxième partie sur la palette mise en place pour la *Saison Napoléon*.

Enfin, cette ambition et l'importance nouvelle données aux publics ce sont traduites en 2019 par une réorganisation interne visant principalement à la création dans l'organigramme d'une direction du développement et des publics, dans la ligne directe des objectifs de la loi dite « Musée de France » de 2002. Dirigée par Franck Moulai, la Direction des Publics se divise en deux services (fig. 1) : le Développement des publics comprenant le département Marketing et Ventes, le département des Etudes, et le département Location d'Espaces, et le service d'Accueil et de la Médiation comprenant le département de la Billetterie et des Recettes, le département Médiation, le département d'Accueil des Visiteurs et enfin le département de l'Offre Culturelle (DOC) où nous avons fait notre stage. Dans l'organigramme, et dans les faits, c'est le DOC qui est en charge de la programmation culturelle, il travaille en étroite collaboration avec le département de la Médiation dans l'élaboration de ses projets.

C'est cette jeune organisation qui a imaginé, coordonné et mis en place la programmation culturelle de la *Saison Napoléon*, qui fait office de baptême du feu.

II. La *Saison Napoléon*, une nouvelle épopée ?

Nous l'avons mentionné en introduction, la Saison Napoléon est une aubaine pour le musée de l'Armée. Gardien du Tombeau de l'Empereur, le bicentenaire de sa mort projette sur lui une aura internationale lui donnant aussi l'occasion de communiquer et de montrer les changements mis en place depuis le chantier ATHENA. Parmi eux, l'établissement d'une programmation culturelle visant à nourrir de nouvelles relations entre l'institution et son visitorat occupe une position de premier ordre. Aubaine pour la programmation culturelle mais aussi fort enjeu, c'est en effet le premier événement d'une telle envergure dont le DOC a la charge. S'ajoute à cela l'environnement ultra-concurrentiel lié à l'esprit de commémoration : en ne considérant que les établissements nationaux en région parisienne, la liste des expositions prévues autour de Napoléon est déjà longue : *Dessiner pour Napoléon*.

*Trésors de la Secrétairerie d'État impériale*⁵² aux Archives Nationales, *Joséphine & Napoléon, une histoire (extra)ordinaire*⁵³ à la Maison Chaumet, *Napoléon aux 1001 visages*⁵⁴ au Musée national de Malmaison et Bois-Préau, *Sur les pas de Napoléon Ier à la Monnaie de Paris*⁵⁵ à la Monnaie de Paris, *Les palais disparus de Napoléon Ier*⁵⁶ au Mobilier National, *Les forteresses de l'Empereur. Napoléon et ses ingénieurs militaires dans l'Europe en guerre*⁵⁷ au Service Historique de la Défense, mais surtout *Napoléon*⁵⁸, une exposition-événement organisée par la RMN en partenariat avec plusieurs musées nationaux comme le musée du Louvre, le domaine de Malmaison et de Boispréau, le Château de Versailles ou même le musée de l'Armée, dans la grande Halle de la Villette. S'il est vrai que Napoléon fascine encore, cela ne concerne qu'un public limité. Dès lors, il convient de s'interroger sur l'adéquation entre l'offre pléthorique mise en place et la demande, d'autant plus dans un contexte où la personnalité de Napoléon est critiquée à la lumière des débats de société contemporains⁵⁹.

Dans cette partie, nous souhaitons interroger la programmation culturelle de cette *Saison Napoléon* dans son ensemble : comment s'adresse-t-elle à un public déjà visiteur du Musée de l'Armée ? Comment est-elle conçue pour faire venir de

⁵² Page web de l'exposition : <https://www.archives-nationales.culture.gouv.fr/dessiner-pour-napoleon> (consulté le 1/06/2021)

⁵³ Page web de l'exposition : <https://www.chaumet.com/fr/exposition-josephine-napoleon> (consulté le 1/06/2021)

⁵⁴ Page web de l'exposition : <https://musees-nationaux-malmaison.fr/chateau-malmaison/agenda/evenement/napoleon-aux-1001-visages> (consulté le 1/06/2021)

⁵⁵ Nous n'avons pas trouvé de page web correspondante sur le site de l'institution mais elle est mentionnée dans l'agenda en ligne de la Fondation Napoléon. URL : <https://fondationnapoleon.org/activites-et-services/histoire/2021-annee-napoleon/2021-annee-napoleon-musee-de-la-monnaie-de-paris/> (consulté le 1/06/2021)

⁵⁶ Nous n'avons pas trouvé de page web correspondante sur le site de l'institution mais nous avons trouvé un communiqué de son agence de Presse : <https://www.claudinecolin.com/fr/2325-palais-disparus-de-napoleon> (consulté le 1/06/2021)

⁵⁷ Page web de l'exposition ; <https://www.memoiredeshommes.sga.defense.gouv.fr/fr/article.php?laref=2253&titre=programmation-culturelle-de-reouverture-des-musees-defense-> (consulté le 1/06/2021)

⁵⁸ Site de l'exposition : <https://expo-napoleon.fr/> (consulté le 1/06/2021)

⁵⁹ A titre d'exemple, cet éditorial de la politologue féministe et décolonial, Françoise Vergès, « Balance ton Empereur » <https://artdeboutblog.wordpress.com/2021/03/12/balance-ton-empereur-par-francoise-verges/> (consulté le 1/06/2021)

nouveaux publics et plus particulièrement ceux ciblés par le service du Développement (public de proximité, famille et jeunes adultes) ?

Par ailleurs, la Saison Napoléon ne prend pas place dans un contexte normal mais dans celui très spécifique et inédit de la crise sanitaire liée au coronavirus. La fermeture des musées depuis octobre 2020 et l'incertitude quant aux jauges possibles au moment de la réouverture ont contraint au report et/ou à l'annulation de plusieurs événements au moment où nous rédigeons ce mémoire. Nous avons néanmoins souhaité les intégrer à notre analyse pour avoir une vision exhaustive des célébrations prévues.

1. ENTRE CONTINUITÉ ...

La première partie de la *Saison Napoléon* s'articule autour d'une exposition consacrée à la mort de l'Empereur: *Napoléon n'est plus*⁶⁰. Cette exposition vient clôturer un cycle d'expositions : *Napoléon et l'Europe*⁶¹ (2013), *Napoléon à Sainte Hélène. La conquête de la mémoire*⁶²(2016), et enfin *Napoléon Stratège*⁶³ (2018) visant chacune à interroger la personnalité de Napoléon mais surtout le mythe qui l'entoure. *Napoléon n'est plus* se divise en deux parties : d'une part, un parcours revenant sur les derniers moments de l'Empereur et sa mort qui passe inaperçue en Europe, d'autre part, le début de la légende⁶⁴. La mort de Napoléon reste entourée de quelques zones d'ombre que l'imaginaire collectif, notamment les artistes romantiques, a très vite comblées, participant par la même à la construction du mythe que nous connaissons aujourd'hui⁶⁵, et dont l'apogée se trouve peut-être dans

⁶⁰ Page web de l'exposition : <https://www.musee-armee.fr/au-programme/expositions/detail/napoleon-nest-plus.html> (consulté le 1/06/2021)

⁶¹ Site de l'exposition : <https://musee-armee.fr/ExpoNapoleonEurope> (consulté le 1/06/2021)

⁶² Site de l'exposition : <https://musee-armee.fr/ExpoNapoleonSainteHelene/> (consulté le 1/06/2021)

⁶³ Page web de l'exposition : <https://www.musee-armee.fr/au-programme/expositions/detail/napoleon-strategie-exposition-en-ligne.html> (consulté le 1/06/2021)

⁶⁴ L'exposition se décompose en 9 sections : Napoléon pour l'éternité, Mourir, Le visage et le corps, L'adieu, Un testament pour la postérité, La tombe et le fantôme, Le retour de l'Empereur, Napoléon aux Invalides, les visiteurs du tombeau.

⁶⁵ A cet égard, nous renvoyons vers l'ouvrage *Le Mythe de Napoléon* de Jean Tulard (Paris, Armand Colin, 1971).

le triomphal retour des Cendres. Confrontant objets exceptionnels comme le lit de mort de Napoléon, sources historiques comme son testament et des analyses scientifiques inédites dont une analyse de l'autopsie par Philippe Charlier, l'exposition veut proposer un nouvel éclairage sur cette période méconnue de la vie de Napoléon alors qu'elle est paradoxalement très bien documentée par ses camarades d'exil⁶⁶.

A. Notre visite

De notre visite de l'exposition le 23 mai, nous avons retenu d'abord la scénographie très travaillée créant une atmosphère à la fois intimiste et solennelle (fig. 2). Plusieurs écrans multimédia dans l'exposition permettent de faire des focus et proposent un complément pédagogique aux cartels peu développés dans l'ensemble. Ils apportent une contrepartie intéressante aux nombreux documents textuels : beaucoup de lettres, de missives officielles qu'il est difficile de lire dans leur intégralité. Un écran propose notamment un approfondissement sur le Testament, document phare de l'exposition sorti de l'Armoire de fer des Archives Nationales, en revenant sur son contenu mais aussi sur les difficultés liées à son exécution. Notre impression générale n'a pas rencontré la dimension d'enquête, pourtant mentionnée dans la communication institutionnelle. Nous avons plutôt été confrontée à une analyse précise et détaillée d'un événement historique dans une confrontation de sources écrites et matérielles. On retrouve là l'ambition développée par le Musée de l'Armée dans son PSC, notamment sur une confrontation analytique des points de vue historiques.

B. Le Musée de l'Armée et la RMN à la Villette : concurrents ou complémentaires ?

Le Musée de l'Armée semble être dans une concurrence directe avec l'exposition de la RMN. Enfin, nous ne pouvons que constater la similarité entre l'offre du Musée de l'Armée et de la RMN. On retrouve sur le site de l'exposition, deux conférences avec des thématiques ancrées dans les questions d'actualité,

⁶⁶ Au premier rang desquels le grand maréchal Bertrand, le Comte Marchand, son valet de chambre et exécuteur testamentaire.

notamment avec une conférence sur les colonies et l'esclavage organisée avec la Fondation pour la Mémoire de l'Esclavage, là où le Musée préfère des thématiques plus conventionnelles et moins polémiques. On retrouve aussi une journée de reconstitution « *Quand l'Histoire prend vie* » avec « tout au long de la journée, des démonstrations en costumes, illustrant la période du Premier Empire »⁶⁷.

Dans une approche stratégique, *Napoléon n'est plus* est une prise de position intéressante de la part du Musée de l'Armée. L'exposition à la Villette a une importante force de frappe marketing et rend le Musée de l'Armée peu audible auprès du grand public. En l'absence de l'exposition *Napoléon*, le public voulant en apprendre un peu plus sur Napoléon serait venu très probablement aux Invalides pour voir le Tombeau et éventuellement prolonger sa visite dans les collections permanentes sur le Premier Empire. Dans le contexte actuel, cette typologie de public est plus susceptible d'aller à la Villette qui lui promet une exposition dressant un « portrait juste et sans concession »⁶⁸ de l'Empereur tout en revenant sur « cette période charnière, des moments clés de l'Histoire de France à la vie intime et romanesque de l'empereur »⁶⁹. *Napoléon n'est plus* ne peut prétendre à une description aussi généraliste, c'est une exposition avec un sujet de niche s'adressant à un public connaisseur à la recherche d'approfondissements et de relectures de la personnalité de Napoléon, c'est donc au public naturel du musée que s'adresse cette exposition. Ainsi c'est au Musée de l'Armée d'aller chercher les visiteurs de la Villette et non l'inverse pour diversifier le public fréquentant ses expositions temporaires qui, indépendamment la thématique, reste sensiblement le même : majoritairement masculin, un âge moyen de 44 ans, parisien ou francilien.

Dans sa communication institutionnelle, le Musée met en avant la dimension d'enquête, cherchant par-là, peut-être, à élargir sa cible et laissant entendre un format de visite interactif. La billetterie propose également un tarif préférentiel aux détenteurs d'un billet de l'exposition, incitant les visiteurs de l'exposition de la RMN à prolonger leur visite au Musée de l'Armée.

⁶⁷ Extrait de la page web dédiée à l'exposition *Napoléon* : <https://expo-napoleon.fr/visites-ateliers/#section-6> (consulté le 1/06/2021)

⁶⁸ Extrait de la présentation de l'exposition sur le site internet : https://lavillette.com/programmation/napoleon_e1073 (consulté le 1/06/2021)

⁶⁹ *Ibid.*

C. L'impact de la programmation culturelle

Dans cette optique de diversification des publics, le Musée déploie, comme à son habitude, un certain nombre d'actions culturelles autour de son exposition temporaire.

Il s'agit d'abord d'une série de concerts dans le cadre de la Saison Musicale qui pour sa 27^e édition consacre un cycle à l'Empereur, organisé en partenariat avec la Fondation Napoléon⁷⁰. Les neuf concerts mettent à l'honneur la musique romantique, contemporaine de la mort de Napoléon et dont la figure héroïque a fasciné les compositeurs⁷¹, mais aussi le Requiem de Mozart qui avait accompagné le Retour des Cendres lors de la cérémonie aux Invalides. Depuis 1993, La Saison Musicale est l'un des invariants de l'action culturelle du Musée de l'Armée (voir partie I). Elle attire un public de proximité (91% de francilien) qui fait partie des publics ciblés dans le plan de développement. Néanmoins, c'est un public déjà visiteur : 76% des personnes interrogées ont déjà visité le musée, 63% des interrogés ont déjà assisté à un concert au Musée de l'Armée, parmi eux, 47% assistent entre deux à six concerts par an de la Saison Musicale. Le public est cependant majoritairement féminin (55% contre 40% habituellement). Le Musée de l'Armée n'est pas le seul musée à avoir sa saison musicale. Il ne s'agit certes pas d'une proposition innovante, mais elle demeure incontournable et la qualité de sa programmation a régulièrement été soulignée dans les médias spécialisés⁷².

⁷⁰ Fondation Napoléon est une fondation créée en 1987 se donnant pour mission de faire connaître l'histoire du Premier et du Second Empire, et de contribuer à la mise en valeur du patrimoine napoléonien. C'est le grand partenaire du musée de l'Armée pour cette *Saison Napoléon*.

⁷¹ On retrouve notamment Schubert, Weber, Beethoven, mais aussi des noms plus méconnues comme Czerny, Kalliwoda.

⁷² A titre d'exemple, *Tendre Triomphe de l'Amour et de la Paix pour les 350 ans des Invalides*. (2020, 6 mars). Olyrix.com. URL: <https://www.olyrix.com/articles/production/3921/triomphe-de-lamour-et-de-la-paix-musee-armee-350e-anniversaire-fondation-invalides-5-mars-2020-article-critique-chronique-compte-rendu-cathedrale-saint-louis-djelloul-lombard-les-paladins-correas-lully> (consulté le 1/06/2021)

Il s'agit ensuite de conférences organisées dans l'Auditorium Austerlitz. On distingue ici deux types d'événements : d'une part, les conférences organisées en partenariat avec l'Université Permanente de la Ville de Paris, le plus souvent en milieu de journée, d'autre part, les colloques. Pour la *Saison Napoléon*, un premier cycle de conférences, *Napoléon Vivant* revient sur les grandes actions de Bonaparte aussi bien quand il était au pouvoir que dans l'exil.

Sont ensuite organisés deux colloques, l'un en septembre sur la mort de Napoléon et, un autre fin novembre-début décembre, sur l'historiographie des guerres napoléoniennes. Tous deux sont également organisés en partenariat avec la Fondation Napoléon.

Les conférences ont un positionnement ambigu : elles font partie intégrante de la programmation culturelle en ce qu'elles permettent à un public déjà averti d'en apprendre plus mais elles sont aussi pour le musée un moyen d'assurer la diffusion de ses travaux scientifiques et de ses recherches. Il n'existe pas, à notre connaissance, d'études sur les personnes fréquentant les conférences de l'auditorium. De nos observations, il s'agit le plus souvent de personnes âgées, retraitées (puisque disponibles un mardi en journée) venant souvent seules. Cela correspond au profil des visiteurs des expositions temporaires où les retraités sont surreprésentés⁷³.

Enfin, exercice incontournable de la légende napoléonienne dans l'imaginaire collectif, le Musée de l'Armée voulait proposer une journée thématique pour un public familial : récréer un bivouac dans la cour d'Honneur avec une centaine de reconstituteurs, certains en costume militaire et d'autres en civil. Cet événement part d'un constat du Musée : les reconstituteurs ont du succès auprès du public, notamment familial avec des enfants. Les costumes et les équipements rendent l'histoire vivante et sont autant de moyens de briser la glace et d'engager la discussion. Le meilleur exemple sont probablement les célébrations annuelles de la Sainte-Barbe, sainte patronne des artilleurs. A cette occasion, le musée, en partenariat avec l'Ecole d'artillerie de Draguignan, accueille le temps d'un week-end une centaine de militaires en costume d'époque qui manoeuvrent du matériel d'artillerie. Entre chaque manoeuvre, ces reconstituteurs d'un jour sont postés à côté de leur matériel et échangent avec le public. De manière informelle et non

⁷³ Résultats de l'étude TEST (2017).

institutionnelle, ils font de la médiation. D'après Cyrielle Daehn, cheffe du DOC, ce sont ces moments-là qui sont à l'origine du succès de la Sainte-Barbe au Musée de l'Armée⁷⁴. L'idée était donc d'adapter ce modèle à Napoléon. Décrits par Jean Tulard comme « les vrais amoureux de Napoléon »⁷⁵, les reconstituteurs ont à cœur de parler de leur équipement et de leur passion, rendant par la même la mission de médiation plus aisée. Dans le choix de ses partenaires pour cet événement, le musée de l'Armée porte une attention particulière à la capacité des reconstituteurs à expliquer leur travail et leur pédagogie. La journée est complétée par plusieurs actions du service Médiation : ateliers pour le jeune public, visites flash des collections en lien avec Napoléon. Initialement prévue au mois de Mai, la manifestation a été repoussée en septembre en raison de la situation sanitaire.

Ainsi la programmation culturelle des « invariants » déployée par le Musée de l'Armée autour de l'exposition *Napoléon n'est plus* vise surtout à faire revenir des visiteurs habitant à proximité plutôt que d'en toucher de nouveaux. On peut néanmoins espérer un tropisme Napoléon qui incite d'autres publics à venir.

Notons enfin que le Musée de l'Armée est aussi dans une concurrence directe avec la RMN-Villette en ce qui concerne la programmation culturelle. Nous avons expliqué l'importance de la Saison Napoléon en termes de notoriété pour le musée, et comment la programmation culturelle pouvait être un vecteur d'initiatives nouvelles. C'est ce qui a présidé à la conception de la seconde partie de la programmation présentée comme « ambitieuse, éclectique, innovante et exigeante, propre à mettre en valeur toutes les dimensions du musée de l'Armée et du monument qui lui sert d'écrin ». ⁷⁶

⁷⁴ Entretien avec Cyrielle Daehn, 27 mai 2021.

⁷⁵ TULARD, Jean, *Dictionnaire amoureux de Napoléon*, Paris, Plon, 2012, p477.

⁷⁶ Dossier de Presse de la *Saison Napoléon*, mars 2021.

2. ... ET RENOUVEAU

Ce renouveau s'incarne dans l'installation d'un parcours d'art contemporain sur l'ensemble du site intitulé *Napoléon? Encore!*. De l'Art contemporain dans la rigidité militaire, l'idée peut paraître incongrue pourtant une étude plus approfondie montre qu'elle s'inscrit logiquement dans les évolutions récentes du Musée. Ce parcours donne également à la programmation culturelle toute l'amplitude à sa mission : attirer de nouveaux publics.

A. Renouer avec le grand dessein du général Niox

Napoléon? Encore! n'est pas le fruit d'une envie fantasque mais s'inscrit dans un questionnement plus large sur la place des Beaux-Arts et de l'Art contemporain dans un musée d'Histoire, *a fortiori* consacré à la chose militaire. Le Musée a entamé cette réflexion en 2014 avec l'exposition *Vu du Front, représenter la Grande Guerre*⁷⁷ qui s'intéressait à la manière dont les artistes - peintres, écrivains, sculpteurs, photographes, etc - avaient cherché à représenter la Première Guerre mondiale, notamment les missions artistiques commissionnées par le général Niox, premier directeur du musée de l'Armée (1905-1919). La réflexion s'est poursuivie en 2019 avec l'exposition *Picasso et la Guerre* (2019) revenant sur le rapport ambigu de l'artiste à la guerre, à la fois omniprésente et distante dans sa vie et dans son oeuvre. La programmation d'une telle exposition au musée de l'Armée a pu étonner mais comme l'écrit le général Alexandre d'Andocque de Sériège, alors directeur du musée de l'Armée, dans la préface du catalogue, « singulière, (l'exposition) n'apparaît pas pour autant isolée dans la démarche du musée de l'Armée qui place au coeur de ses préoccupations la façon dont les époques, les groupes humains et les cultures représentent les conflits armés et les significations qui y sont attachés »⁷⁸. En sortant de sa zone de confort, le Musée forme « le voeu que cette exposition soit l'occasion pour nous d'élargir notre audience et d'attirer, aux côtés

⁷⁷ Site de l'exposition : <https://www.musee-armee.fr/ExpoVudufront/> (consulté le 1/06/2021)

⁷⁸ ANDOCQUE DE SERIEGE (d'), Alexandre, in COLLECTIF, *Picasso et la Guerre*, Paris, Gallimard, 2019, préface.

de nos visiteurs fidèles, ceux qui préfèrent aujourd'hui d'autres musées qu'ils jugent plus proches de leurs intérêts et qui ne sont jamais venus au musée de l'Armée ou qui s'en font une idée un peu distante »⁷⁹. Avec 86 885 visiteurs⁸⁰, c'est un vœu exaucé⁸¹. L'enquête de publics mentionnée dans le rapport d'activité 2019⁸² fait état de 62% de primo-visiteurs, une augmentation de 15 points de la fréquentation féminine (55% contre 40% en moyenne), du doublement de visiteurs internationaux (41% contre 23% en moyenne), et d'un rajeunissement de l'audience (un âge moyen de 40 ans contre 47 ans habituellement en moyenne).

Cet engagement vers les Beaux-Arts se retrouve dans les acquisitions récentes. La plus emblématique est probablement l'acquisition en 2020 d'un mobile de l'artiste américain Alexandre Calder⁸³, *France Forever*, pour l'Historial Charles de Gaulle, grâce à un mécénat exceptionnel du CIC. Offert en 1942 par l'artiste à *France Forever*, groupe de soutien américain à la résistance française, le mobile représente une Croix de Lorraine en pendant d'un drapeau français articulé surplombant des nuages noirs symbolisant l'Allemagne nazie et l'Italie fasciste. De par son iconographie et son histoire, on comprend l'intérêt de cette oeuvre dans les collections du Musée de l'Armée.

Bien que s'inscrivant dans la continuité de cette démarche, le Musée de l'Armée rappelle en ouverture du catalogue de l'exposition *Napoléon Encore* que l'art contemporain s'inscrit pleinement dans ses missions fondatrices en renouant « avec le grand dessein de son premier directeur, le général Gustave-Léon Niox (1840-1921), commandant (gouverneur) des Invalides, qui fixa au Musée l'objectif, devenu sa devise, de « rattacher le présent au passé pour assurer l'avenir »⁸⁴.

⁷⁹ ANDOCQUE DE SERIEGE (d'), Alexandre, *Op. Cit.*, préface.

⁸⁰ Rapport d'activité 2019 du Musée de l'Armée, p16.

⁸¹ A titre de comparaison, l'exposition *Les Canons de l'élégance* (10 octobre 2019 au 26 janvier 2020) a fait 43 562 visiteurs.

⁸² Rapport d'activité 2019 du musée de l'Armée, p16.

⁸³ *Une œuvre majeure entre dans les collections du musée de l'Armée grâce au mécénat du CIC | Actualités du musée de l'Armée*. (2020, 14 janvier). Blog des collections du musée de l'Armée. URL: <https://actualites.musee-armee.fr/vie-du-musee/une-oeuvre-majeure-entre-dans-les-collections-du-musee-de-larmee-grace-au-mecenat-du-cic> (consulté le 1/06/2021)

⁸⁴ JAMES-SARAZIN, Ariane « Avant Propos » in CHASSEY (de), Eric, *Napoléon ? Encore!*, Paris, Lienart, 2021.

B. Investir le Musée et la mémoire napoléonienne

Là où *Picasso et la Guerre* se limitait aux espaces d'exposition temporaire, *Napoléon Encore* investit le parcours permanent et met en confrontation directe les différentes perceptions de la guerre, montrant ainsi que le musée de l'Armée est « un musée d'histoire militaire capable d'éclairer la guerre en tant que phénomène, ainsi que ses acteurs, fussent-ils les plus illustres, dans toute la complexité et la diversité de leurs perceptions. »⁸⁵ . Par exemple, en pendant du portrait de *Napoléon Ier Empereur* d'Ingres, chef d'oeuvre du musée, on trouve *82 PB IV* de Pablo Gosselin (fig. 3 et 4). Fabriquées à partir d'une démarche expérimentale sur le refroidissement du plomb et son impact sur différents réceptacles, ces micro-sculptures de plomb organisées en constellation donnent l'impression d'être des dizaines d'impacts de balles dans le mur qui, par miracle, aurait épargné le portrait d'Ingres. L'artiste explique avoir voulu à travers cet accrochage revenir sur l'aspect intouchable de Napoléon, qui semble n'avoir jamais été blessé au combat.

Napoléon Encore vise à interroger l'héritage artistique de la figure de Bonaparte dans la création contemporaine. Grand mécène, sujet iconographique à la fois romanesque et grandiose, Napoléon Ier a eu une influence considérable sur les arts mais peu d'expositions se sont intéressées à la perception du personnage en tant que telle par les artistes après 1815. Comme l'explique en introduction du catalogue Ariane James-Sarrazin, « le bicentenaire de sa mort est l'occasion de comprendre et de voir ce que les artistes d'aujourd'hui peuvent faire de cet héritage et de cette personnalité en tout point exceptionnelle, avec une distance sans doute plus grande que celle des générations précédentes, mais avec une acuité peut-être redoublée »⁸⁶. Le choix des oeuvres exposées a été confié à Eric de Chassey⁸⁷, directeur de l'Institut National Histoire de l'Art et professeur à l'Ecole Normale Supérieure de Lyon. Revenant sur l'aspect polémique de la personnalité de Napoléon soulevé par les évolutions sociétales de ces dernières années, il explique

⁸⁵ JAMES-SARAZIN, Ariane « Le musée de l'Armée et l'art contemporain : un retour aux sources... pour demain » in CHASSEY (de), Eric, *Napoléon ? Encore!*, Paris, Lienart, 2021, avant-propos

⁸⁶ JAMES-SARAZIN, Ariane, *Ibid.*, avant-propos

⁸⁷ Eric de Chassey est directeur de l'Institut National d'Histoire de l'Art et professeur à l'Ecole Normale de Lyon spécialisé dans l'art contemporain.

ainsi sa démarche :

« Dans ces circonstances, en tant que commissaire d'exposition, j'aurais pu rassembler des oeuvres contemporaines pour illustrer des réflexions historiographiques et politiques courantes, en les choisissant en fonction de thèmes prédéterminés, ou dans le cas de commandes, en suggérant des thèmes précis à traiter. Mais l'art qui importe ne donne pas des réponses ; il formule des questions. Et s'il y a quelque chose à garder du modernisme, c'est bien l'autonomie de la création artistique. J'ai donc pris le pari d'inviter des artistes dont le travail me semblait les rendre susceptibles de s'intéresser à la geste napoléonienne et à ses prolongements actuels, à réagir à la fois à l'histoire et aux lieux, sans succomber aux facilités symétriques de l'hagiographie et de la diabolisation »⁸⁸.

Les oeuvres choisies n'ont en commun que leur contemporanéité. Se mêlent sans distinction sculptures, peintures, photographies, installations. Certaines oeuvres sont le fruit de commandes passées auprès de l'artiste, d'autres pré-existent au projet. Certains artistes sont français, d'autres sont russes, anglais, chinois, algériens entre autres. Artistes mondialement connus comme Yan Pei-Ming ou encore étudiants comme Juliette Green, tous donnent à voir leur perception critique de Napoléon et proposent alors un contenu rafraîchissant, dépassant les cimaises du musée pour investir l'ensemble du monument. Cette exposition introduit de la nouveauté à plusieurs égards. D'abord, une nouvelle manière de travailler. Pour diriger et coordonner cette exposition, le Musée a fait en appel à un commissaire extérieur spécialisé dans l'art contemporain en la personne d'Eric de Chassey.

C'est aussi un marqueur important en termes de notoriété. L'art contemporain et les suppositions qui lui sont associés sont aux antipodes de l'univers militaire et sa rigidité. En filigrane, on comprend que le musée de l'Armée cherche à atteindre un public parisien amateur d'art contemporain qui ne correspond pas de prime abord au profil d'amateurs d'histoire militaire, public naturel du musée de l'Armée. S'il est encore trop tôt pour mesurer un quelconque impact sur la fréquentation ou la notoriété on ne peut ignorer le caractère audacieux de cette proposition.

⁸⁸ CHASSEY (de), Eric « Quelques Questions » in CHASSEY (de), Eric (dir.) , *Napoléon ? Encore!*, Paris, Lienart, 2021, p16.

C. Coalisés face à l'art contemporain.

Le Musée se confronte néanmoins à une vive opposition: une oeuvre en particulier a canalisé les passions, *Memento Marengo* de Pascal Convert⁸⁹.

Memento Marengo est une impression 3D du squelette désarticulé de Marengo, cheval fétiche de l'Empereur. Capturé pendant la bataille d'Aboukir, Marengo accompagne Napoléon dans nombre de ses batailles : Marengo, Iéna, Wagram, Moscou et enfin Waterloo où il est pris par les troupes anglaises et ramené en trophée en Angleterre par Wellington et ses hommes. A sa mort, en 1831, son squelette est conservé et appartient aujourd'hui aux collections du National Army Museum (Londres). Suspendu dans le Dôme au-dessus du sarcophage, *Memento Marengo* cherche à réunir le guerrier défunt et sa monture dans la tombe, renouant avec l'usage antique. L'accrochage suspendu vise à inverser l'effet voulu par la scénographie imaginée par Visconti. Comme l'explique Pascal Convert, « alors que le mouvement naturel (quand on entre dans une église) est de lever les yeux vers la voûte, à la recherche d'un signe de lumière divine, ici, on baisse les yeux et on s'incline vers l'Empereur. Le soleil n'est plus en haut mais en bas »⁹⁰. Enfin c'est un contraste entre les fastes et la démesure du Dôme et le caractère frêle et léger de la mort, une sorte de *Memento Mori*.

Avant même l'ouverture de l'exposition, l'installation a suscité une vive polémique. Le député Les Républicains, Jean-Louis Thiériot, a écrit une lettre ouverte à madame Florence Parly, ministre des Armées, ainsi qu'une question écrite à l'Assemblée Nationale dénonçant « le mésusage du Panthéon militaire des Invalides »⁹¹ et demandant « la délocalisation (de l'installation) dans un site plus approprié à l'exposition artistique ». Plus marquant encore, la Fondation Napoléon, grand partenaire de la programmation culturelle de la *Saison Napoléon*, a publié un

⁸⁹ Pascal Convert (né en 1957) est un artiste plasticien français connu notamment pour avoir réalisé en 2003 le *Monument à la mémoire des otages fusillés au Mont-Valérien entre 1941 et 1944*.

⁹⁰ Entretien avec Pascal Convert in CHASSEY (de), Eric (dir.) , *Napoléon ? Encore!*, Paris, Lienart, 2021, p61.

⁹¹ Tweet du député Jean-Louis Thiériot avec sa lettre à Florence Parly ministre des Armées. URL : https://twitter.com/JL_Thieriot/status/1386659982100373506?s=20 (consulté le 1/06/2021)

communiqué de presse faisant part de sa demande expresse de relocalisation de l'oeuvre au directeur du musée et sa demande de non-recevoir⁹². Pierre Branda, membre de la Fondation et commissaire de l'exposition *Napoléon n'est plus*, a publié une tribune dans le Figaro voulant « souhaiter l'envol rapide de cette laideur » en matériau composite » pour ne pas dire en plastique »⁹³ arguant qu'« au-delà de la figure de l'empereur, c'est bel et bien notre histoire nationale que l'on remet en cause en laissant Pascal Convert pendre au bout d'un fil que l'on espère solide un squelette provocant. Mais on nous jure qu'en aucun cas, il n'est question de manquer de respect au site historique. Nouveau mensonge ! » et qu'enfin que « cette attaque indigne provienne du cœur de l'Armée, en la personne du directeur du musée de l'Armée, « gardien du Tombeau de l'empereur », laisse pantois et révolte davantage encore. Mais attention. Qui sème le vent récolte la tempête. Et il ne faudra pas venir se plaindre ensuite... »⁹⁴ Voilà le visiteur averti.

On retrouve un des obstacles mentionnés en première partie : la solennité et la gravité des Invalides imposerait une certaine forme de conscription dans l'organisation des événements du Musée pour un respect ultime de « l'esprit du lieu ». C'est là l'argument principal avancé par Jean-Louis Thiériot et Pierre Branda. Ces prises de positions publiques ont causé un véritable *bad buzz*, les publications du musée de l'Armée sur les réseaux sociaux sont envahis de commentaires passifs-agressifs demandant le retrait de l'oeuvre (fig. 5) alors même que les retombées sont très positives.

Si *Napoléon? Encore!* est une première initiative forte pour dynamiser l'image du musée de l'Armée et le faire sortir du champ du seul musée d'histoire, nous avons eu l'occasion pendant notre stage de travailler à un autre projet innovant et ambitieux que nous allons détailler en troisième partie : l'organisation sur Twitch d'une soirée-événement à destination des 18-30 ans.

⁹² Communiqué de presse de la Fondation Napoléon, publié sur Twitter. URL: <https://twitter.com/FondaNapoleon/status/1390546941432446978?s=20> (consulté le 1/06/2021)

⁹³ Branda, P. (2021, 6 mai). *Un squelette de cheval en plastique sur le tombeau de Napoléon* : « une idée grotesque et irrespectueuse ». Le Figaro. <https://www.lefigaro.fr/vox/histoire/un-squelette-de-cheval-en-plastique-sur-le-tombeau-de-napoleon-une-idee-grotesque-et-irrespectueuse-20210506> (consulté le 1/06/2021)

⁹⁴ *Ibid.*

III. Etude de cas d'un projet : Napoléon sur Twitch

Comme nous l'avons montré précédemment, la Saison Napoléon se veut être à la fois un marqueur du renouveau du musée de l'Armée en termes d'image, d'activités et de politique, mais aussi une tentative d'attirer un nouveau visitorat. Dans ce contexte, l'un des publics ciblés par la direction des Publics et du Développement est celui des jeunes adultes (18-30 ans). Lors de notre stage au Département de l'Offre Culturelle, une de nos missions a consisté en l'élaboration d'un événement à destination de ce public dans le cadre de la saison Napoléon. Dans cette dernière partie, nous proposons de présenter le fruit de notre travail : une soirée en direct sur la plateforme Twitch⁹⁵ sur la bataille d'Austerlitz, mêlant à la fois les jeux vidéo et les collections du Musée. Il s'agit ici d'introduire notre méthodologie et les réflexions qui ont guidé notre travail, d'apporter un regard critique sur l'événement et d'en analyser les retombées.

1. TWITCH, UNE NOUVELLE PLATEFORME CULTURELLE POUR LE PUBLIC JEUNE

A - Présentation de Twitch

Avant toute chose, Il nous semble important de présenter Twitch et son intérêt pour le secteur culturel. Appartenant au groupe Amazon, Twitch est une plateforme de *streaming* vidéo en direct, c'est-à-dire qu'elle permet à ses utilisateurs de diffuser du contenu en direct. Créée en 2011 comme un prolongement du site [justin.tv](https://www.justin.tv/) dédié aux jeux vidéo, la plateforme accueille aujourd'hui des contenus divers et variés, quoiqu'en gardant le plus souvent comme fil rouge le jeu vidéo.

On distingue deux types d'utilisateurs sur Twitch. D'une part, les vidéastes, ou *streamers*. D'autre part, les téléspectateurs couramment appelés *viewers* qui regardent le contenu diffusé. La relation entre streamer et viewer est basée sur l'authenticité, interprétée comme la spontanéité, la passion et le désintéressement. Dans l'article « *Une profession de l'authenticité. Le régime de proximité des intermédiaires du jeu vidéo sur Twitch et YouTube.* », Noémie Roques et Samuel

⁹⁵ Plateforme Twitch - <https://www.twitch.tv/>

Coavoux⁹⁶ expliquent que les réactions spontanées du streamer pendant son live, sa capacité à s'enflammer pendant le jeu et à partager son enthousiasme avec son audience concourt à faire de lui une personne authentique, quelqu'un d'ordinaire à qui le viewer peut accorder sa confiance. Le streamer rejoint en ce sens la définition d'un individu média, c'est à dire que sa seule personne a une audience définie faisant de lui un média à part entière.

Twitch repose sur deux grandes idées : l'interaction et l'idée d'appartenance à un groupe. Quand un live se lance, démarre également un chat textuel dans lequel les spectateurs peuvent réagir en direct à ce qui se passe à l'écran. Le chat sert à la fois à échanger avec le *streamer* et d'autres *viewers*. On retrouve là l'idée de proximité que nous venons d'évoquer. L'appartenance à une communauté découle de cette interaction. A force de fréquenter la chaîne d'un streamer, les utilisateurs passent du temps ensemble jusqu'à adopter un certain nombre de références communes, en lien avec ce qui a pu se passer en stream ou dans le chat. Cette idée d'appartenance est la base même du modèle économique de Twitch. Le contenu diffusé sur Twitch est accessible gratuitement, il n'est même pas nécessaire d'être inscrit sur la plateforme pour regarder un *stream* et lire le chat. Mais contrairement à d'autres plateformes comme Youtube⁹⁷, la rémunération des streamers n'est pas directement liée à leurs audiences mais à l'investissement de leur communauté. Pour soutenir un *streamer*, il est possible de prendre un abonnement mensuel permettant d'avoir accès sans publicité au stream mais aussi d'avoir un accès à un contenu exclusif. Ce contenu exclusif correspond le plus souvent à des émoticônes que les abonnés peuvent utiliser dans le chat sur l'ensemble de la plateforme. Ces différentes émoticônes sont le signe d'appartenance à la communauté et un moyen de le revendiquer comme tel. Historiquement sur Twitch, cela permettait aux supporters d'*e-sport* d'encourager leur équipe favorite comme le ferait un supporter de football au stade avec un drapeau. Ce rapport à l'argent est paradoxal sur Twitch : les viewers accordent de l'authenticité au streamer s'il est désintéressé pourtant ils

⁹⁶ COAVOUX, Samuel, et ROQUES, Noémie. Une profession de l'authenticité. Le régime de proximité des intermédiaires du jeu vidéo sur Twitch et YouTube. *Réseaux*, La Découverte, 2020, N°224 (6), pp.169.

⁹⁷ Youtube rémunère les vidéastes postant sur sa plateforme en leur reversant une partie des recettes publicitaires générées par leurs vidéos. Le revenu du vidéaste dépend donc directement des annonceurs et de son audience.

savent que leurs abonnements, leurs dons ou autres lui permettent de vivre. La subtilité semble résider dans la manière de demander ce soutien⁹⁸.

Twitch est une plateforme intéressante à plusieurs égards. D'abord, la plateforme est principalement fréquentée par un public jeune. Nous n'avons pas trouvé d'études fiables et extensives sur les utilisateurs de Twitch : les quelques chiffres que nous avons pu trouver sont ceux publiés par la plateforme elle-même ou des analystes financiers qui en décrivent le potentiel marketing. La plupart ne reprennent que les données américaines, mais nous pouvons néanmoins les extrapoler à la France. Ainsi, reprenant une étude de 2020 réalisée Score Media Metrix⁹⁹, la plateforme indique que presque la moitié de ses utilisateurs ont entre 18 et 34 ans, et que 21% ont entre 13 et 17 ans. 65 % de ses utilisateurs sont masculins¹⁰⁰, même si cette tendance est à la baisse¹⁰¹. Ajoutons à cette donnée que la plateforme est en pleine croissance : en avril 2021, la plateforme accueillait en moyenne 3 090 906 spectateurs uniques contre 1 357 375 en janvier 2020¹⁰².

B - Les initiatives culturelles sur la plateforme

Twitch est d'autant plus un vivier pour les musées qu'elle est porteuse d'initiatives intéressantes. Alors que les « jeunes » fréquentent peu les musées, malgré la gratuité et les nombreuses activités qui leurs sont destinées, ils répondent présents aux initiatives culturelles sur la plateforme. Le meilleur exemple français est probablement le streamer Etoiles¹⁰³ et ses *Nuits de la Culture*. Etudiant en école d'ingénieur et *streamer* nocturne, Etoiles veut participer à *Questions pour un Champion*, l'émission culte de France Télévision. Il commence alors les *Nuits de la Culture* : pour s'entraîner, il regarde les épisodes de l'émission en essayant de

⁹⁸ COAVOUX et ROQUES, *Ibid*, p183.

⁹⁹ Données fournies par la plateforme elle-même. URL : <https://twitchadvertising.tv/audience/> (consulté le 1/06/2021)

¹⁰⁰ Données issues d'une analyse marketing du Global Web Index. URL: <https://blog.globalwebindex.com/chart-of-the-week/the-rise-of-twitch> (consulté le 1/06/2021)

¹⁰¹ *Ibid*.

¹⁰² Données fournies par Twitch Tracker. URL : <https://twitchtracker.com/statistics/viewers> (consulté le 1/06/2021)

¹⁰³ Chaîne Twitch d'Etoiles. URL : <https://www.twitch.tv/etoiles>

répondre aux questions posées aux candidats. Dès qu'une réponse lui manque, il va sur internet pour apprendre et approfondir. Ce format se nourrit également d'une forte interaction avec le chat : chacun tente de répondre, certains écrivent de longs messages pour expliquer tel ou telle réponse.

Le tout se fait dans une ambiance bienveillante : Etoiles prône une acception de la culture très large, sans jugement. Peu importe si vous ne savez pas qui est ce vizir à l'origine de la victoire ottomane lors de la bataille de Mohac ou que vous n'avez aucune idée de quel est ce crustacé dont la particularité est de protéger son abdomen mou, le plus important est d'apprendre ensemble. Avec une audience moyenne de 8 000 spectateurs, le format a rencontré un vrai succès et permis à Etoiles de se créer une place de premier plan sur la scène du streaming français¹⁰⁴. Ses audiences ont plus que quadruplé, passant de 80 000 followers en janvier 2020 à plus de 440 000 en avril 2021¹⁰⁵. L'émission a même attiré l'attention de Samuel Etienne, présentateur de *Questions pour un Champion*, qui vient participer une fois par mois à l'émission.

D'autres initiatives culturelles ont vu le jour sur la plateforme. Nous pouvons ainsi citer les *Lives Histoire* de Rivenzi¹⁰⁶. Ancien étudiant en faculté d'Histoire, Rivenzi invite une fois par semaine un historien pour discuter de son sujet d'études et répondre aux questions du chat. Par exemple, le 21 avril dernier, il a reçu l'historienne Hélène Dumas pour parler du génocide rwandais avec un pic à 7000 spectateurs uniques¹⁰⁷. On peut également penser aux *Culture & Plaisirs* de Ponce¹⁰⁸ qui anime des quizz de culture générale auxquels participent ses viewers. Plusieurs éléments ont retenu notre attention. D'abord, ces nouveaux contenus culturels sont portés par des streamers qui n'ont pas de formation en médiation culturelle ou en enseignement : Etoiles et Ponce ont fait des études d'ingénieur et

¹⁰⁴ Ronfaut, L. (2020, 17 octobre). Comment « Questions pour un champion » est devenue tendance sur Twitch. Le Monde.fr. URL https://www.lemonde.fr/pixels/article/2020/10/17/comment-questions-pour-un-champion-est-devenue-l-etoile-montante-de-twitch_6056396_4408996.html (consulté le 1/06/2021)

¹⁰⁵ Evolution des statistiques des lives d'Etoiles, disponibles sur Twitch Tracker : <https://twitchtracker.com/etoiles> (consulté le 1/06/2021)

¹⁰⁶ Chaîne Twitch de Rivenzi - <https://www.twitch.tv/rivenzi>

¹⁰⁷ Données statistiques issues du live disponible sur Twitch Tracker. URL : <https://twitchtracker.com/rivenzi/streams/41837096940> (consulté le 1/06/2021)

¹⁰⁸ Chaîne Twitch de Ponce - <https://www.twitch.tv/ponce>

Rivenzi une école de journalisme. Ce sont avant tout des personnes curieuses qui partagent leurs passions. Notons ensuite la grande accessibilité des formats : chacun peut participer, apporter ses connaissances, sans jugement. Ce phénomène est peut-être accentué par l'anonymat permis sur Internet.

Enfin, Twitch se distingue des autres canaux de communications par le type de format proposé. Alors que les réseaux sociaux privilégient des formats courts et percutants que les utilisateurs peuvent regarder en *scrollant*, Twitch s'inscrit dans un temps long. Les Nuits de la Culture d'Etoiles durent systématiquement 4 à 5h, les lives Histoire de Rivenzi varient entre 2 à 3h. Il faut alors comprendre que le viewer ne reste pas passif derrière son écran pendant toute la durée du stream. Le stream est une activité « de fond » : un utilisateur va sur un stream, reste un peu puis repart puisqu'un autre streamer a commencé à diffuser, va manger, travailler, puis revient un peu etc. Dès lors, il devient difficile de développer un sujet complexe nécessitant qu'on suive le stream du début à la fin, à l'inverse d'un documentaire ou d'un podcast. De la même manière, cela impose un certain dynamisme pour garder son audience captive. Mais on ne peut que remarquer la qualité globale des contenus proposés. Ayant connaissance des codes de Twitch, les streamers n'hésitent pas à tirer pleinement profit de l'interaction possible avec le chat et d'en faire un élément central de leur format. Dans ses interviews d'historiens, Rivenzi reprend les questions posées par le chat et revient dessus avec son invité. Ponce joue directement avec ses viewers *chat*. Dans ce contexte, Twitch permet un compromis intéressant en termes de vulgarisation scientifique : dépasser la simple anecdote avec un format long et apporter un contenu scientifique au spectateur tout en gardant une certaine légèreté et accessibilité.

Si l'on croise l'analyse des données que nous venons de voir des usages par le public jeune de Twitch avec les grandes caractéristiques issues des études de public des institutions culturelles, le parallèle est frappant. Les études nous apprennent que pour ce public, la visite des musées et des monuments nationaux est assimilée à une sortie conviviale et de détente, à un moment social entre amis¹⁰⁹ : plus de 8 interrogés sur 10 viennent à plusieurs (35% entre amis et 25% en couple). La visite est spontanée : environ 40% décident de leur visite le jour même.

Enfin, l'étude qualitative montre que les 18-25 ans accordent une grande

¹⁰⁹ A l'Écoute des visiteurs, CREDOC, 2019.

importance à la mission de démocratisation culturelle des institutions patrimoniales. Ces premiers éléments peuvent être complétés par les travaux de Maylis Nouvellon dans son enquête de réception auprès des jeunes adultes à l'occasion de soirées spéciales étudiants dans des musées de beaux-arts en région¹¹⁰. D'une part, elle arrive au même résultat que l'enquête « A l'écoute du visiteur », la visite s'inscrit dans une dimension sociale. D'autre part, elle ajoute que les activités ludiques proposées ont pour le visiteur, un rôle social mais sont surtout un désinhibiteur dans le rapport au savoir et désacralisent la visite au musée qui peut être intimidante. Les jeunes interrogés sont vigilants à l'égard d'un équilibre entre animations ludiques et apports de connaissances. Enfin, la médiation faite par des pairs permet de retenir leur attention et participe à la création d'une ambiance conviviale. On retrouve ici toutes les mécaniques que nous avons soulevées précédemment : le caractère social du stream par l'interaction dans le chat, le caractère spontané avec la possibilité de papillonner d'un live à un autre, la recherche constante d'un compromis entre divertissement et savoir, la médiation par les pairs¹¹¹ qui désacralisent le discours de l'institution.

Dès lors, on peut saisir tout l'intérêt que revêt Twitch pour une organisation culturelle en étant à la fois un moyen d'accès à un public jeune, visiblement intéressé par des contenus culturels, tout en apportant un contenu scientifique rigoureux. En ces temps de fermetures administratives, Twitch permet également de recréer virtuellement une interaction, qu'elle soit entre le musée et son public, ou entre les spectateurs, apportant ainsi une réponse intéressante aux critiques formulées à l'encontre des visites virtuelles¹¹². Si l'on comprend aisément tout l'intérêt que peut avoir un musée à se lancer sur la plateforme, une question reste en suspens : comment ?

¹¹⁰ NOUVELLON, Maylis (2016). Des jeunes aux commandes du musée ou la médiation revisitée à l'aune des cultures juvéniles. *Muséologies*, 8(2), 179–191. <https://doi.org/10.7202/1050767ar>

¹¹¹ La majorité des steamers ont moins de 30 ans.

¹¹² Chapon, P. R. P. B. (2020, 14 novembre). « Nuit des Musées » : « Etre seul pendant sa visite virtuelle, c'est déprimant », explique Omer Pesquer. *20 Minutes*. URL: <https://www.20minutes.fr/arts-stars/culture/2907999-20201114-nuit-musees-etre-seul-pendant-visite-virtuelle-deprimant-explique-omer-pesquer> (consulté le 1/06/2021)

2. LE PROJET

A. Contexte et attente du musée de l'Armée

Il nous faut désormais revenir sur les attentes qui nous ont été communiquées par le musée de l'Armée. Dans le contexte que nous avons détaillé précédemment, l'organisation d'un événement à destination des 18-30 ans revêt un double objectif : toucher un public jeune qui fréquente le musée (25% des visiteurs ont entre 18 et 25 ans) mais pour lequel il n'existe pas d'offre en tant que telle, et valoriser les collections dans toutes leurs diversités. Des considérations plus pragmatiques se sont ajoutées. Le contexte sanitaire et les annulations répétées dans la programmation culturelle nous ont incité à réfléchir à un événement modulable en fonction de l'évolution des normes sanitaires. Enfin, la pandémie a réduit les budgets alloués à la programmation culturelle, il nous fallait composer un événement à faible coût. Nous avons donc cherché un format à la fois ludique pour intéresser un public et permettre une plongée dans les collections, et adaptable, pour se soumettre aux obligations sanitaires en vigueur au mois de Mai sans réelle visibilité sur ces dernières.

Dans un premier temps, nous avons d'abord recherché à Paris et en région, en France et à l'étranger, ce que d'autres institutions culturelles mettaient en place à destination des 18-30 ans. Nous n'avons pu que constater la prédominance des nocturnes thématiques. Il s'agit pour l'institution le temps d'une soirée de proposer à un tarif préférentiel des activités autour de ses expositions : ateliers manuels, performances artistiques, concerts, visites guidées percutantes et originales etc. Ayant lieu le soir et en semaine, elles sont souvent destinées à un public étudiant, qui travaille en journée, et est occupé le week-end, en donnant un prétexte de sortie ludique entre amis. Ce format a prouvé son efficacité : sur l'année 2019, le musée d'Orsay reporte 14 000 visiteurs pour les Curieuses Nocturnes, soit une hausse de 3%¹¹³. Cependant, il ne nous est pas paru pertinent de l'adapter au musée de l'Armée. D'une part, ces nocturnes, victimes de leurs succès en quelque sorte, pullulent dans le paysage parisien : Bofors du musée du Quai Branly - Jacques Chirac, Guimet Mix du musée national des Arts Asiatique - musée Guimet, Curieuses

¹¹³ Rapport d'activité du Musée d'Orsay 2019, p 52. URL : https://www.musee-orsay.fr/fileadmin/mediatheque/integration_MO/PDF/Rapports_activ/RAMO-2019_DEF_WEB2.pdf

Nocturnes des musées d'Orsay et de l'Orangerie, Soirées Pop' du Centre-Pompidou, Noubas de l'Institut du Monde Arabe, Nocturnes de la Fondation Louis Vuitton, Nocturnes du Samedi du musée du Louvre démontrent le foisonnement du format dans la vie parisienne. Ainsi, en lançant une énième soirée thématique, le musée de l'Armée risquait de se perdre dans une offre parisienne déjà saturée et de subir cruellement la comparaison avec des événements au budget nettement plus conséquent et avec des équipes plus nombreuses. D'autre part, le plus souvent, la visite des collections n'est qu'une activité parmi d'autres, et ne répond donc pas aux attentes formulées par la direction des publics, à savoir mettre véritablement les collections au coeur de la manifestation.

Conscients de nos limites en termes de moyens, il nous a paru intéressant de chercher à innover et à sortir des sentiers battus. Nous avons connaissance du dynamisme de Twitch en termes d'initiatives d'actions culturelles et avons perçu son potentiel. Nous retrouvons donc ici la question posée précédemment : quel format pour un musée sur Twitch ?

B. Elaboration du projet

A notre connaissance, aucun musée ne s'est encore véritablement aventuré sur Twitch. Une première initiative a été portée par la région Centre-Val de Loire, en partenariat avec la webTV tourangelle *Solary*¹¹⁴ avec l'organisation d'un tournoi sur le jeu *Fortnite*¹¹⁵. Pour l'occasion, la région Centre-Val de Loire a financé la création dans le jeu de cinq cartes reproduisant fidèlement cinq châteaux de la Loire : le château de Chambord, le château de la Valette, le château d'Amboise, le château de Chaumont-sur-Loire, et le château du Clos Lucé. *Le Centre Val de Loire Fortnite Challenge* se voulait « l'occasion (...) d'en apprendre plus sur ces châteaux qui font la renommée de (la) région, dans une ambiance ludique et conviviale »¹¹⁶. Le tournoi

¹¹⁴ Fondée en 2017, *Solary* est une web TV, c'est à dire un regroupement de steamers basé à Tour. C'est également une équipe *e-sport* présente dans toutes les compétitions majeures de leur discipline, notamment *Fortnite*.

¹¹⁵ *Fortnite* est un jeu multi-joueur en ligne. Lancé en 2017, le jeu compte plus de 350 millions de joueur et s'est imposé comme un incontournable de la scène *e-sport*.

¹¹⁶ Extrait de la présentation du *Centre Val de Loire Fortnite Challenge* sur le site du domaine de Chambord. URL : <https://www.chambord.org/fr/chambord-chez-vous/chambord-dans-fortnite> (consulté le 1/06/2021)

consistait en quatre étapes (Chambord, La Valette, Amboise et Chaumont-sur-Loire), chacune correspondait à une carte reproduisant dans le jeu un château mentionné. Les participants avaient une semaine pour récolter un maximum de pièces dispersées sur la carte avec une limite de temps de cinq minutes. Le meilleur résultat à la fin de la semaine était qualifié pour une grande finale, une course d'adresse permettant d'explorer le Clos Lucé. A chaque étape, la chaîne *Fortnite* de Solary TV accueillait Nota Bene¹¹⁷, créateur de contenus spécialisé dans la vulgarisation historique, pour retracer en 20 à 30 minutes l'histoire du château tout en découvrant la carte¹¹⁸.

Si le format est intéressant et pour le moins innovant, il ne nous est pas apparu pertinent de le reprendre pour notre événement. La médiation n'y est qu'un figurant et non un acteur principal. L'introduction historique faite par Nota Bene est le seul aspect de médiation que nous avons pu trouver dans l'ensemble du tournoi, il se cantonne à un exposé historique, très vertical et ne profite pas de l'interaction permise par Twitch. Il nous est compliqué d'analyser les retombées en termes d'audience n'ayant pas accès aux audiences de Solary. Néanmoins nous pouvons noter qu'hormis l'émission sur Chambord, les rediffusions mises en ligne sur Youtube font une audience assez médiocres oscillant entre 2 000 et 4 000 vues alors que les autres vidéos de la chaîne Solary Fortnite sont plutôt entre 7 000 et 10 000 vues en moyenne.

Enfin, le musée de l'Armée avait déjà eu une première expérience de Twitch, sur une proposition de Rivenzi. Dans un de ses premiers numéros du Live Histoire¹¹⁹, le 9 décembre 2020, Rivenzi, accompagné du streamer Hycarius - Histoire Appliquée, était venu *in situ* pour une visite des collections contemporaines en live. Le stream avait débuté par une présentation des Invalides, leur histoire et quelques anecdotes, avant de se poursuivre par un focus sur plusieurs objets dans les collections Seconde Guerre mondiale. La soirée a eu un relatif succès avec une moyenne de 1 000 viewers et semblaient avoir été très appréciées du public de

¹¹⁷ Benjamin « Nota Bene » Brillaud est un vidéaste français, vulgarisateur, principalement présent sur la plateforme Youtube. Chaîne Youtube de Nota Bene : https://www.youtube.com/channel/UCP46_MXP_WG_auH88FnfS1A

¹¹⁸ Par exemple, rediffusion de la découverte de la carte du château du Chaumont. URL : <https://youtu.be/s3XjwcUTNpY> (consulté le 1/06/2021)

¹¹⁹ Rediffusion du *Live Histoire* du 9 décembre 2020. URL : <https://www.youtube.com/watch?v=yqkWR0sX9sQ> (consulté le 1/06/2021)

Rivenzi. Néanmoins, le déroulé de la soirée présentait le même écueil que les visites numériques proposés par les musées : un manque global d'interaction. Alors que les questions fusaient dans le chat, personne n'y répondait, rendant l'émission à sens unique, ce qui est contraire aux usages de Twitch.

Notre idée reprend ces premières expériences tout en faisant attention à donner la part belle à la médiation et à garantir une interaction : une soirée co-animée par un streamer et des personnes issues des équipes de la Conservation avec, comme fil rouge, le jeu vidéo. En tirant ce fil, des questions ont émergé : quels jeux ? quel streamer ? quelle organisation en interne ?

Dans un premier temps, nous nous sommes concentrés sur le jeu vidéo en recensant des titres qui pourraient être intéressants. Ce jeu se voulait un prétexte à la conversation, voire à initier certains sujets, tout en étant un support visuel plus attrayant qu'un diaporama, des objets en vitrine ou vidéos pour parler de stratégie. Notre choix devait à la fois convenir au musée, c'est-à-dire présenter une certaine véracité historique, et au streamer, c'est-à-dire lui permettre de proposer un contenu correspondant à sa ligne éditoriale et sur lequel il pourrait être à l'aise pour animer la discussion. Notre chance est que l'épopée napoléonienne, véritable odyssee moderne, a largement inspiré les studios de jeux vidéos. Il existe ainsi de nombreux jeux dont la qualité, tant sur le plan historique que sur l'intelligence de jeu, est variable. Après plusieurs tests et visionnages de contenus déjà existants sur la plateforme, deux jeux ont retenu notre attention. Le premier est *Napoleon Total War*¹²⁰, considéré comme l'un des meilleurs opus de la série *Total War*. Il propose au joueur de revivre les batailles napoléoniennes de diriger « comme l'Empereur » les régiments sur le champ de bataille. Le jeu a été salué pour ses efforts de pédagogie : les batailles sont introduites par une remise en perspective du contexte historique et géopolitique, les grands généraux ont le droit à une notice biographique, les uniformes ainsi que l'armement sont reproduits avec une fidélité certaine. Le second jeu est *Holdfast : Nations at War*¹²¹. Plus récent, il s'agit d'un jeu d'équipe. Chaque

¹²⁰ *Napoléon Total War* est un jeu de stratégie en temps réel édité par SEGA et sorti en 2013. URL : https://store.steampowered.com/app/34030/Total_War_NAPOLEON_Definitive_Edition/?l=french (consulté le 1/06/2021)

¹²¹ *Holdfast Nation at War* est un jeu de tir multi-joueur en ligne se déroulant pendant la période napoléonienne. Il est édité par Anvil Game Studio et sorti en 2020. URL : https://store.steampowered.com/app/589290/Holdfast_Nations_At_War/?l=french (consulté le 1/06/2021)

joueur incarne un soldat avec un rôle précis (artilleur, grenadier, cavalier ou même musicien). Le but est d'arriver à se coordonner en tant que régiment afin de capturer un objectif défendu par l'équipe adverse. S'il n'est pas possible de jouer une bataille en particulier, les décors et les uniformes sont assez réalistes.

En parallèle, nous avons cherché des *streamers* qui seraient susceptibles d'accepter de collaborer avec nous. La collaboration avec un streamer nous est apparue indispensable pour plusieurs raisons. D'abord, notre expérience en tant qu'utilisateur Twitch ne s'est faite qu'en tant que spectateur et non de créateur de contenu. Nous attendions de notre collaboration des retours sur le format, sa pertinence et son potentiel sur Twitch. Cette collaboration nous est apparue d'autant plus essentielle que la communauté française de Twitch a connu plusieurs remous en début d'année avec l'arrivée de nouveaux acteurs sur la plateforme. D'abord, en février et mars dernier, BFMTV et France Televisions se sont lancés sur la plateforme. Leur arrivée a beaucoup interrogé les utilisateurs : d'abord sur la part croissante prise par les streams « Discussion¹²² » aux dépens du jeu vidéo, mais aussi sur les nouveaux usages de la plateforme. Le constat que nous avons fait - de Twitch comme un « vivier » de jeunes dont les habitudes de consommation en termes de média et de culture échappent souvent aux professionnels concernés - a aussi été fait par des grands médias qui ont vu un gain potentiel. BFMTV a alors lancé des refontes de ses émissions pour décrypter l'actualité sur Twitch, sans véritablement prendre connaissance des spécificités de plateforme : absence totale ou presque de modération dans le chat textuel, un format avec peu d'interaction et une journaliste peu préparée à affronter des milliers de personnes et à gérer l'aspect technique d'un stream. En l'absence de modération, le chat est devenu ingérable : commentaires hostiles, insultes... De la même manière, Samuel Etienne a utilisé sa chaîne Twitch pour proposer des interviews avec des personnalités politiques, en proposant au chat d'interagir en direct avec ses invités. Ce concept a suscité beaucoup d'interrogations tant de la part des acteurs politiques que des utilisateurs de Twitch.

Interrogé dans Le Monde, l'économiste et vidéaste partenaire Twitch, Mathieu Cocq explique que « Les streamers misent sur l'authenticité (...) Quand on les regarde, on a l'impression de parler entre potes et qu'ils ne travaillent pas – ce qui

¹²² Catégorie « Just Chatting » sur Twitch.

n'est pas le cas. L'arrivée de grands médias sur la plate-forme, début 2021, entre en conflit avec cette rhétorique. Vous ne pouvez pas arriver en important des recettes habituelles de la télévision sur cette plate-forme »¹²³. Si nous étions convaincus que ce serait au Musée de s'adapter à Twitch et non l'inverse, il nous semblait plus serein de le faire avec le soutien et l'accompagnement d'une personne maîtrisant les codes de la plateforme. Enfin, travailler main dans la main avec un streamer nous permettait de partir d'une audience déjà préexistante. Comme nous l'avons analysé précédemment, le succès des initiatives culturelles sur Twitch repose à la fois sur le format mais aussi et surtout sur la personnalité du streamer.

Notre choix s'est porté sur Rivenzi, avec lequel le musée de l'Armée avait déjà travaillé, pour plusieurs raisons. D'une part, le format de ses *Live Histoire* nous permettait d'entrevoir à quoi pourrait ressembler notre soirée napoléonienne. D'autre part, sa formation en journalisme et ses diverses expériences d'animations, notamment sur la webTV *lestream*¹²⁴, nous garantissait d'avoir un véritable animateur capable de rebondir entre les différentes parties. Nous avons rencontré Rivenzi pour la première fois le 2 février 2020 qui s'est montré très enthousiaste et a accepté notre idée.

Nous avons finalisé la production de cette soirée par un travail en collaboration entre les différents acteurs impliqués : Rivenzi pour sa connaissance de Twitch et animateur de la soirée, le service de la Médiation, la mission Communication Numérique, la boîte de production BAO et la Conservation. Nous avons d'abord arrêté notre choix sur *Napoléon Total War* qui permettait d'avoir une vue d'ensemble du champ de bataille et offrait donc une meilleure visibilité pour le viewer. Il a rapidement été décidé de concentrer le propos sur la bataille d'Austerlitz, victoire importante dans l'historiographie napoléonienne et très bien représentée dans les collections. Sur une suggestion du département de la Médiation, nous avons décidé d'inclure la manipulation de fac-similé afin d'aborder le quotidien des soldats, thématique chère à Rivenzi et au Musée.

¹²³ Reynaud, F., Trouvé, P., Duneau, C., & Lamy, C. (2021, 12 mars). Twitch : neuf questions pour tout comprendre à la plate-forme de diffusion de vidéos en direct. *Le Monde.fr*. URL: https://www.lemonde.fr/pixels/article/2021/03/10/neuf-questions-pour-tout-comprendre-a-twitch-la-plate-forme-de-diffusion-de-video-en-direct_6072612_4408996.html (consulté le 1/06/2021)

¹²⁴ Le Stream est une webTV française appartenant à la société Webedia. Elle fait intervenir des vidantes et chroniqueurs de tous horizons pour discuter de l'actualité et des jeux-vidéos. Chaîne Twitch : <https://www.twitch.tv/lestream>

3. DÉROULÉ ET RETOURS D'EXPÉRIENCE

La soirée a démarré à 20h sur la chaîne Twitch de Rivenzi¹²⁵. Sur un plateau installé dans le Grand Salon, étaient présents en maître de cérémonie Rivenzi, avec pour bras droit Hycarius, autre passionné d'histoire et adepte de reconstitution. Pour le Musée, étaient présents : Emilie Robbe, conservatrice en chef du patrimoine et responsable des collections modernes et commissaire de l'exposition *Napoléon n'est Plus*, Grégory Spourdos, chef du pôle muséographie et co-commissaire de l'exposition *Napoléon* à la Villette et Sylvie Picolet, cheffe du département Médiation. La soirée a débuté par une courte présentation des intervenants et du programme, puis une rapide mise en contexte historique de la bataille d'Austerlitz mais aussi une évocation de l'exposition en cours *Napoléon n'est plus*. Le premier temps fort de la soirée est consacré à une partie sur *Napoléon Total War* reprenant les conditions de la bataille d'Austerlitz avec les joueurs Duchassy, Viriot et Sigieron, eux-mêmes streamers spécialisés dans la série Total War. Pendant trente minutes, les commentaires apportés par Rivenzi et Grégory Spourdos ne cherchent pas tant à revenir sur l'action en cours à l'écran qu'à donner aux viewers des éclairages stratégiques sur la bataille d'Austerlitz et sur son déroulé réel. Rivenzi reprend des questions du chat : comment passe l'information sur le champ de bataille ? Quelle est l'importance du plateau de Pratsen dans le déroulé stratégique ? La partie terminée sur une défaite française, retour en plateau pour revenir sur la bataille d'Austerlitz et sa place dans la construction du mythe napoléonien. Sont également abordées les questions d'équipement, d'uniformologie faisant alors une transition parfaite pour le second temps fort de la soirée : la manipulation de facs similés. L'expérience peut paraître paradoxale : comme l'explique Sylvie Picolet en préambule, la manipulation de fac similé a pour but de « se rendre compte » du poids, des contraintes de l'équipement etc. Ici, seul, Rivenzi peut manipuler et il doit transmettre au chat son ressenti. La soirée se conclut avec une dernière partie en

¹²⁵ Rediffusion du *Live Histoire* en direct du musée de l'Armée du 8 mai. URL : <https://www.youtube.com/watch?v=ANISmkKY34M> (consulté le 1/06/2021)

plateau pour revenir sur l'expérience des grognards napoléoniens¹²⁶, leurs témoignages et leurs attachements à Napoléon jusqu'à la conclusion à 22h.

La soirée a été un succès. Les participants étaient ravis. Les audiences sont très satisfaisantes : 5 047 viewers en moyenne avec un pic d'audience à 8 482 en fin soirée, soit 2% des viewers français Twitch (fig. 6) et une apparition sur la page d'accueil de Twitch (fig. 7). Notons que ces chiffres sont d'autant plus impressionnants que beaucoup d'autres événements avaient lieu sur Twitch au même moment : la *Nuit de la Culture* hebdomadaire d'Etoiles, la première étape d'une compétition d'e-sport majeure, l'*Open Tour Valorant* entre autres. Les commentaires trouvés sur les réseaux sociaux sont dithyrambiques. Nous les avons complétés par des discussions avec des personnes présentes sur le live ce soir-là. Tous soulignent la qualité du live tant dans le contenu proposé que dans la production mise en oeuvre (fig. 8). Ils notent également la bienveillance du chat : beaucoup des questions posées dans le chat ont trouvé réponse dans le chat lui-même, on retrouve l'esprit d'apprentissage collectif que nous avons mentionné précédemment.

S'il est difficile de quantifier l'impact qu'une telle soirée peut avoir sur la fréquentation du Musée, plusieurs points nous semblent intéressants à souligner.

Sur le format-même, notre première crainte d'une possible résistance s'est trouvée infondée : nous n'avons pas vu dans le chat de messages offensant à l'encontre du Musée, ni même du contenu proposé. Au contraire, l'audience et les retours des spectateurs démontrent la « soif » d'une tranche de Twitch pour un contenu culturel de qualité. Le seul bémol serait la partie jeux vidéo qui, dans les discussions que nous avons pu avoir avec d'autres viewers, a « cassé le rythme » de la soirée pour un apport minime compte tenu de la diffusion de cartes interactives. Ensuite, d'un point de développement des publics, le bilan est plus mitigé. Lors de notre entretien¹²⁷, Angéline Infanti nous a indiqué regretter qu'il ne s'agisse que d'une action « coup de poing » pour laquelle il n'y a pas eu d'activation à la visite du Musée. Selon elle, cette soirée ne répond pas à la problématique de la création d'une offre pérenne à destination des 18-30 ans. Si nous sommes d'accord avec ce qui est dit, nous voudrions apporter quelques éclaircissements. D'abord, le contexte

¹²⁶ Grognard est le surnom donné aux soldats de la Vieille Garde de Napoléon. Ils sont considérés comme ses plus fidèles partisans.

¹²⁷ Entretien téléphonique le 18 mai dernier.

sanitaire et la fermeture du Musée au moment de la soirée rend difficile l'ouverture sur une visite. Initialement, la date du 8 mai avait été choisie parce qu'elle précédait la journée de reconstitution. L'idée était donc de faire la promotion en live des événements organisés le lendemain, la pandémie en a décidé autrement. Ensuite, de par son caractère inédit, il nous semble réducteur de considérer cette soirée comme une action « coup de poing », cela nous semble prématuré. L'absence de précédents concernant les institutions culturelles sur Twitch ne nous permettait pas d'envisager le développement sur le long-terme d'un tel format. Cette soirée voulait être une première expérimentation que nous considérons comme réussie.

Il nous faut enfin interroger les perspectives de cette soirée. Le format nous semble intéressant à renouveler. Il permet d'abord de montrer que l'institution muséale, aussi intimidante qu'elle puisse paraître, est capable de se mettre au niveau d'un public jeune avec des actions sortant de l'ordinaire. Il pourrait être intéressant de développer cette question via un protocole d'enquête auprès des viewers, avec pour limite le développement d'un entre-soi auprès des différents groupes auxquels on s'adresse.

L'usage du jeu vidéo concourt à ce « rajeunissement » de l'image et permet au musée de l'Armée d'inclure en son sein, les nouveaux médias qui participent à la construction de l'imaginaire commun de la guerre, comme il le mentionne dans son PSC. Si le jeu vidéo a longtemps été considéré comme une contre-culture violente, c'est aujourd'hui la première industrie culturelle en France. La multiplication ces dernières années de jeux de qualité tant sur le plan graphique, scénaristique, musical, technique montre que ce média est en train d'acquiescer sa légitimité culturelle. Il nous semble voir là une opportunité intéressante à saisir pour le musée de l'Armée via des partenariats avec des studios à l'occasion de lancement de nouveaux jeux. La programmation du Musée pourrait alors bénéficier de l'actualité du secteur en contrepartie d'une visibilité commerciale.

Proposant un compromis entre savoir et divertissement, l'organisation de cette soirée sur Twitch a répondu à l'ambition de la programmation de la *Saison Napoléon* : dessiner des actions innovantes et ambitieuses pour aller à la rencontre de nouveaux publics tout en contribuant à moderniser l'image du musée de l'Armée et donner corps aux ambitions décrites dans son PSC. Ce projet a aussi été

l'occasion pour nous de mettre en oeuvre les compétences et les savoir-faire acquis lors de notre année de master : étudier les publics et leurs besoins, formuler une proposition en adéquation avec ces derniers, travailler en équipe, avec des collègues ou des partenaires, pour faire naître ce projet. Si nous n'avons pu conduire le projet jusqu'à son terme, nous avons été ému de voir dans le chat le 8 mai défiler les compliments et autres messages de félicitations. Nous espérons que l'analyse et les perspectives dressées ici permettent au musée d'inclure dans la définition de son offre à destination des jeunes adultes, d'autres instruments comme Twitch.

Conclusion

Le bicentenaire de la mort de Napoléon a donné lieu à de nombreuses manifestations sur le territoire. Dans la multitude des commémorations, le Musée de l'Armée occupe une place singulière. Gardien du tombeau de l'Empereur, musée de référence en ce qui concerne le fait guerrier, il savait qu'il serait amené à jouer un rôle de premier ordre, ce qui l'a poussé à mettre en oeuvre une programmation ambitieuse et innovante.

La *Saison Napoléon* a d'abord été l'occasion d'acter les nombreux changements opérés depuis une vingtaine d'années : la réorganisation des collections et des espaces muséographiques via le chantier ATHENA, les réflexions en profondeur sur les missions d'un musée de l'armée dans une société en paix, une relation aux publics renouvelées et une nouvelle organisation interne. Pour la programmation culturelle, les objectifs fixés par le Musée étaient de définir une proposition capable à la fois de fidéliser les visiteurs et d'aller à la rencontre de nouveaux publics. Cela est le cas par la reconduite d'un certain nombre d'actions comme les concerts de la Saison Musicale ou même les conférences. Dans le contexte parisien ultra-concurrentiel, l'enjeu a aussi été de se démarquer par des propositions ambitieuses et innovantes comme le parcours d'art contemporain. Lors de notre stage, nous avons eu la chance de participer à ses réflexions et de pouvoir être force de proposition. Voyant le succès de différentes initiatives culturelles portées par des *streamers* sur Twitch, nous avons perçu un potentiel pour le musée de l'Armée. Ce projet a été le coeur de notre stage au DOC et nous a permis de mettre en oeuvre les compétences acquises cette année dans le master Médiation : étudier l'environnement et ses mécaniques, comprendre le public visé et ses besoins, développer une offre adaptée avec des collègues et des partenaires extérieurs tout en respectant les exigences du musée et ses moyens, analyser la réception de cette dernière et tirer des enseignements. Mêlant divertissement et propos scientifique, la soirée a rencontré un franc succès tant chez les invités que les spectateurs. Pour l'instant unique, son succès plaide en une reconduction qui aurait tout son sens dans l'écho que trouve le jeu vidéo dans les collections du Musée de l'Armée, avec la mise en place d'une stratégie marketing permettant d'ouvrir sur une visite *in situ*.

Ainsi dans sa définition, la *Saison Napoléon* semble donner corps aux ambitions du Musée de l'Armée : diversifier son offre en concevant des projets innovants et que l'on n'attendrait pas forcément du Musée de l'Armée, fidéliser un public de proximité surtout dans le contexte actuel où les touristes ne peuvent venir et aller à la rencontre de nouveaux publics. S'il est encore trop tôt pour juger de son succès, notons qu'il serait intéressant de compléter notre travail par une lecture croisée avec des données chiffrées notamment sur la fréquentation et la réception du parcours d'art contemporain. Gageons qu'elle soit à la hauteur des espérances du Musée de l'Armée et à la hauteur de l'événement historique qu'est le bicentenaire de la mort à Napoléon. Laissons à Léon Croy de conclure « Un jour viendra, peut-être, où les reliques de Napoléon ne seront plus dans son admirable Tombeau des Invalides. On ouvrira le cercueil et il sera vide, l'apparence même de cette poussière n'ayant pu subsister après l'extinction du prestige qui l'entourait »¹²⁸.

¹²⁸ BLOY, Léon, *L'âme de Napoléon*, Paris, Mercure de France, 1912 p226.

Bibliographie

Ouvrages

BLOY, Léon, *L'âme de Napoléon*, Paris, Mercure de France, 1912

CHASSEY (de), Eric (dir.) , *Napoléon ? Encore!*, Paris, Lienart, 2021

COLLECTIF, *Picasso et la Guerre*, Paris, Gallimard, 2019

COLLECTIF, *Napoléon n'est plus*, Paris, Gallimard, 2021

GADY, Alexandre (dir.), *L'Hôtel des Invalides*, Paris, Editions de l'Esplanade, 2015

PÉRAU (abbé de), *Description historique de l'Hôtel royal des Invalides*, Paris, 1756

PETITEAU Anthony (dir.), *Invalides. Mémoires de guerre*, Trézélan, Filigranes, 2020

TULARD, Jean, *Dictionnaire amoureux de Napoléon*, Paris, Plon, 2012

Etudes

Crédoc, *La visite des musées, expositions et monuments*. Disponible : <https://www.credoc.fr/publications/la-visite-des-musees-expositions-et-monuments>

Ministère de la Culture, *Patrimostat*, 2019

<https://www.culture.gouv.fr/Sites-thematiques/Connaissance-des-patrimoines/Connaissance-des-publics/Publics-et-patrimoines/PatrimoStat/Patrimostat-2019>

Articles scientifiques

Samuel Coavoux, Noémie Roques. Une profession de l'authenticité. Le régime de proximité des intermédiaires du jeu vidéo sur Twitch et YouTube. *Réseaux*, La Découverte, 2020, N°224 (6), pp.169.

Nouvellon, M. (2016). Des jeunes aux commandes du musée ou la médiation revisitée à l'aune des cultures juvéniles. *Muséologies*, 8(2), 179–191. <https://doi.org/10.7202/1050767ar>

Article de périodiques

Branda, P. (2021, 6 mai). *Un squelette de cheval en plastique sur le tombeau de Napoléon : « une idée grotesque et irrespectueuse »*. Le Figaro. <https://www.lefigaro.fr/vox/histoire/un-squelette-de-cheval-en-plastique-sur-le-tombeau-de- napoleon-une-idee-grotesque-et-irrespectueuse-20210506>

Chapon, P. R. P. B. (2020, 14 novembre). « Nuit des Musées » : « Etre seul pendant sa visite virtuelle, c'est déprimant », explique Omer Pesquer. *20 Minutes*. <https://www.20minutes.fr/arts-stars/culture/2907999-20201114-nuit-musees-etre-seul- pendant-visite-virtuelle-deprimant-explique-omer-pesquer>

Club Innovation Culture (CLIC) « La fréquentation des musées et lieux de patrimoine en France, en 2019 » (en ligne) publié le 5 février 2020. Consulté le 15 mai 2021 : <http://www.club-innovation-culture.fr/frequentation-musees-patrimoine-france-2019/>

« Napoléon à la tête d'un empire du livre », *Geo*, publié le 19/04/2021, consulté le 23/05/2021 (en ligne), URL : <https://www.geo.fr/histoire/napoleon-a-la-tete-dun- empire-de-livres-204489>

Reynaud, F., Trouvé, P., Duneau, C., & Lamy, C. (2021, 12 mars). Twitch : neuf questions pour tout comprendre à la plate-forme de diffusion de vidéos en direct. *Le Monde.fr*. https://www.lemonde.fr/pixels/article/2021/03/10/neuf-questions-pour-tout- comprendre-a-twitch-la-plate-forme-de-diffusion-de-video-en- direct_6072612_4408996.html

Ronfaut, L. (2020, 17 octobre). *Comment « Questions pour un champion » est devenue tendance sur Twitch*. *Le Monde.fr*. https://www.lemonde.fr/pixels/article/ 2020/10/17/comment-questions-pour-un-champion-est-devenue-l-etoile-montante- de-twitch_6056396_4408996.html

Vidéographie

Solary Fortnite. (2021, 12 janvier). YOSHI ET HUNTER VISITENT UN CHÂTEAU QUI A ACCUEILLI DES STARS 🤩 AVEC NOTA BENE [Vidéo]. YouTube.

URL : <https://www.youtube.com/watch?v=s3XjwcUTNpY>

Rivenzi. (2020, 13 décembre). UNE NUIT AU MUSÉE DE L'ARMÉE AVEC HYCARIUS - Rediffusion Live Histoire #22 avec Hycarius [Vidéo]. YouTube.

URL : <https://www.youtube.com/watch?v=yqkWR0sX9sQ>

Rivenzi. (2021, 13 mai). LIVE HISTOIRE SPÉCIAL NAPOLEON AVEC LE MUSÉE DE L'ARMÉE - Live Histoire #34 avec Hycarius [Vidéo].

URL : YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=ANISmkKY34M>

Webographie

Art-Debout, V. T. L. A. P. (2021, 12 mars). *BALANCE TON EMPEREUR !* —par Françoise Vergès. Art Debout.

URL : <https://artdeboutblog.wordpress.com/2021/03/12/balance-ton-empereur-par-francoise-verges/>

Une œuvre majeure entre dans les collections du musée de l'Armée grâce au mécénat du CIC | Actualités du musée de l'Armée. (2020, 14 janvier). Blog des collections du musée de l'Armée.

URL: <https://actualites.musee-armee.fr/vie-du-musee/une-oeuvre-majeure-entre-dans-les-collections-du-musee-de-larmee-grace-au-mecenat-du-cic/>

Inter, F. (2021, 4 mai). Émilie Robbe : « On est embarrassé avec le cas Napoléon parce qu'il est une exception ». France Inter.

URL : <https://www.franceinter.fr/emissions/l-invite-de-8h20-le-grand-entretien/l-invite-de-8h20-le-grand-entretien-04-mai-2021>