

**EXAMEN PROFESSIONNEL D'AVANCEMENT DE GRADE
D'ASSISTANT TERRITORIAL DE CONSERVATION DU PATRIMOINE
ET DES BIBLIOTHÈQUES PRINCIPAL DE 1^{ère} CLASSE**

SESSION 2022

ÉPREUVE DE NOTE

ÉPREUVE D'ADMISSIBILITÉ :

Rédaction d'une note à l'aide des éléments d'un dossier portant sur la spécialité titre de laquelle le candidat concourt.

Durée : 3 heures
Coefficient : 1

SPÉCIALITÉ : MUSÉE

À LIRE ATTENTIVEMENT AVANT DE TRAITER LE SUJET :

- ♦ Vous ne devez faire apparaître aucun signe distinctif dans votre copie, ni votre nom ou un nom fictif, ni initiales, ni votre numéro de convocation, ni le nom de votre collectivité employeur, de la commune où vous résidez ou du lieu de la salle d'examen où vous composez, ni nom de collectivité fictif non indiqué dans le sujet, ni signature ou paraphe.
- ♦ Sauf consignes particulières figurant dans le sujet, vous devez impérativement utiliser une seule et même couleur non effaçable pour écrire et/ou souligner. Seule l'encre noire ou l'encre bleue est autorisée. L'utilisation de plus d'une couleur, d'une couleur non autorisée, d'un surligneur pourra être considérée comme un signe distinctif.
- ♦ Le non-respect des règles ci-dessus peut entraîner l'annulation de la copie par le jury.
- ♦ Les feuilles de brouillon ne seront en aucun cas prises en compte.

Ce sujet comprend 26 pages.

Il appartient au candidat de vérifier que le document comprend le nombre de pages indiqué.

S'il est incomplet, en avertir le surveillant.

Vous êtes assistant territorial de conservation du patrimoine et des bibliothèques principal de 1^{ère} classe au sein du service des publics des musées du département de Culturedep. Cette collectivité gère notamment un musée de société et un musée des Beaux-Arts.

La crise sanitaire a bousculé les pratiques culturelles des publics des musées, et plus largement le rapport à l'œuvre, dans une dynamique du tout numérique. L'espace musée a profondément changé, entre virtuel et matériel, pour toucher un public plus large.

Dans ce cadre, le directeur des affaires culturelles vous demande de rédiger à son attention, exclusivement à l'aide des documents joints, une note sur la transformation des musées pour s'adapter aux nouvelles attentes des publics.

Liste des documents :

- Document 1 :** « Comment faire revenir les publics après la crise ? » - *Artcena - Enquête publiée par Sendethic et Toute la culture* - Mai 2021 - 1 page
- Document 2 :** « Publics et musées : de nouveaux rapports culturels ? » - Eric Blanchegorge - *L'ami des musées* - Printemps 2014 - 2 pages
- Document 3 :** « Les musées se réinventent plus intimes et plus vivants » (extraits) - *lemonde.fr* - 29 septembre 2017 - 4 pages
- Document 4 :** « Au musée Fabre de Montpellier, une réouverture sous le signe de l'innovation » - *lagazette.fr* - 20 mai 2021 - 2 pages
- Document 5 :** « Beauvoisins, bellesvoisines... » - *Projet Beauvoisine* - N°2 - Décembre 2019 - 4 pages
- Document 6 :** « La crise sanitaire accélère la transformation des musées » - Aurélie Dunouau - *lagazettedescommunes.fr* - 1 juillet 2020 - 2 pages
- Document 7 :** « Les musées post confinement : vers de nouvelles pratiques ? » - Mathilde Dougados, Bérénice Kübler - *theconversation.com* - 13 mai 2020 - 5 pages
- Document 8 :** « Crise sanitaire : les musées français ne sont pas seuls face au numérique » - Hélène Girard - *lagazettedescommunes.fr* - 13 août 2021 - 4 pages

Documents reproduits avec l'autorisation du C.F.C.

Certains documents peuvent comporter des renvois à des notes ou à des documents non fournis car non indispensables à la compréhension du sujet.

Comment faire revenir les publics après la crise ?

ENQUÊTE

Les résultats d'une enquête réalisée par Sendethic et Toute la Culture dévoilent les pistes envisagées par les acteurs culturels pour retisser les liens avec les publics.

Afin de mesurer l'impact de la crise sanitaire sur les acteurs culturels, identifier leurs aspirations et surtout les défis qui se présentent à eux pour reconquérir les publics, la société Sendethic et le média en ligne Toute la Culture ont mené en mai 2020 une enquête (via un questionnaire) auprès de lieux de diffusion, de producteurs, d'artistes, de journalistes, d'enseignants ou encore de représentants d'institutions culturelles. Si tous les secteurs culturels étaient concernés, la plupart (52%) des 277 répondants (dont 21% de lieux d'accueil et de diffusion) appartient à celui du spectacle.

Sans surprise, **81% des personnes sondées se disent fortement ou très fortement touchées par la crise, et 92% déclarent avoir subi des pertes.** Ce constat posé, elles étaient ensuite invitées à exprimer leurs besoins et priorités d'action. Le plus urgent est, selon elles, d'apporter une aide aux intermittents, aux artistes et aux auteurs et de bénéficier d'un accompagnement pour faire revenir les publics. Concernant leur activité propre, elles jugent essentiel d'initier des partenariats, de solliciter du mécénat privé et enfin de mobiliser le soutien du public (via l'achat de billets à l'avance, par exemple). Afin de mieux anticiper un retour des spectateurs, auquel ils croient fortement à 81% tout en estimant à une très large majorité (77%) que celui-ci prendra du temps, **les acteurs culturels se montrent très actifs : 36% affirment avoir déjà fait évoluer leur politique éditoriale et leurs choix créatifs, et 41% y songent.**

Dans la reconquête des publics, **si un respect strict des mesures sanitaires arrive en tête des préoccupations, il est immédiatement suivi – quasi à égalité – par la nécessité de mettre en œuvre une intense politique de communication et celle de proposer des créations originales.** En matière de communication, l'efficacité du marketing digital pour optimiser les relations avec les publics ne fait plus débat : l'e-mailing et les newsletters ainsi que Facebook et les sites web constituent des canaux privilégiés, tandis que les envois postaux subissent une très nette désaffection. **L'importance prise par le digital ces dernières années s'avère criante**, 63% des répondants déclarant avoir déjà mené une ou plusieurs initiatives numériques, telles que des captations de spectacles diffusés en ligne ou des rencontres publiques en visio-conférence. S'agissant plus précisément de l'adaptation des activités au numérique, les avis semblent quelque peu partagés. 72% y voient certes un « challenge créatif » et 65% « une opportunité pour rencontrer de nouveaux publics », ce qui traduit un fort engouement. Mais ils sont quand même 55% à ne pas être encore tout à fait convaincus et à considérer le virage vers le numérique comme « un mal nécessaire » pour conserver le lien.

Enfin, l'étude conclut à une **résilience du secteur qui se dit à 77% « curieux de l'avenir », et à 60% « motivé » pour relever les défis futurs.** Ces signes encourageants ne doivent toutefois pas gommer un sentiment de fragilité et d'incertitude persistant dans l'esprit de nombreux répondants (55%) qui s'avouent, pour leur part, pessimistes.

Covid-19 vs Culture, comment faire revenir les publics ? Enquête publiée par Sendethic et Toute la Culture, mai 2021.

DOCUMENT 2

Publics et musées : de nouveaux rapports culturels ?

L'ami des musées - 2014

Depuis déjà quelque temps, il est régulièrement question du renouvellement des publics, invités à fréquenter musées et autres institutions culturelles. Le pluriel adopté ces dernières années manifeste la prise de conscience de l'hétérogénéité des visiteurs dont les comportements, les référents sociaux et culturels, ou simplement les attentes apparaissent, de fait, de plus en plus variables. La fréquentation elle-même est le résultat de flux complexes, sans commune mesure entre les établissements de rang mondial et la myriade de structures plus modestes à l'écho circonscrit à un territoire donné. S'ajoutent à cela les impératifs de diffusion et de démocratisation culturelle rappelés par la loi sur les Musées de France.

Confrontés à tant de paramètres divers, comment les professionnels des musées doivent-ils poursuivre leurs missions, dont l'une des plus essentielles demeure le partage des collections, assurant ainsi à ces publics une visite enrichie du gain de connaissances nouvelles, d'expériences innovantes, de compréhension de sciences ou de civilisations parfois très éloignées de leur quotidien? Si aucun de ces phénomènes n'est, en réalité, très nouveau, leur réelle prise en compte s'impose de plus en plus dans la politique culturelle des musées, jusqu'à devenir une obligation de gestion. Aussi voit-on la multiplication des expositions temporaires, grandes ou petites, le développement d'« événementiels » rythmant la vie des établissements en véritables saisons, à l'image des lieux du spectacle vivant, l'organisation de « propositions » culturelles à destination de publics particuliers selon l'âge, la catégorie sociale ou les capacités propres, l'instauration d'opérations « hors les murs » visant à se rapprocher d'un public éloigné, voire d'un « non-public »... En la matière, il est fait preuve de beaucoup d'imagination et les Amis des musées ne sont d'ailleurs pas en reste.

Pour ce faire, ces trente dernières années ont été marquées par une professionnalisation accrue des équipes en place dans nos musées : conservateurs et attachés de conservations, ingénieurs d'étude, documentalistes, assistants, médiateurs, régisseurs, conservateurs-restaurateurs, chargés de communication ou de mécénat, administrateurs... entraînant une subdivision accrue des tâches. Les équipements techniques, eux aussi, ont crû à l'envie : scénographies savantes et conception lumière ou graphique raffinées sont enrichies désormais d'outils empruntés aux nouvelles technologies de l'information dans l'ère de laquelle les musées sont entrés de plain-pied, comme chacun d'entre nous. C'est à leur corps défendant que certains, de moins en moins nombreux, ne disposent pas d'un site Internet et de tous les référencement sociaux, qui paraissent aller de soi, destinés à cet autre – et immense – public que constitue la communauté des internautes.

Beaucoup des éléments figurant dans les programmes culturels des musées d'aujourd'hui relèvent désormais autant de la sphère des loisirs que de celle de l'éducation, pourtant fondatrice de ces établissements. Tant et si bien que ces lieux de formation et de délectation à la fois offrent à présent des visages aussi divers que les publics qu'ils reçoivent. Le musée ne saurait plus se limiter à n'être qu'un conservatoire et un lieu d'apprentissage, garant d'une diffusion des savoirs à portée pédagogique ou éducative ; il se veut un outil de développement culturel, social, sinon touristique et donc économique, pivot attractif d'une politique qui entend marquer un territoire entier, si vaste soit-il.

Ceci n'est pas non plus complètement nouveau : la noce de Gervaise vient au Louvre pour satisfaire à un rite, s'étonner de « merveilles », et bien sûr se distraire de son quotidien. La plume de Zola caricature, paraît se moquer, cependant bien de nos contemporains n'ont pas d'autres motivations en franchissant les portes d'un musée.

Tant mieux, car ils ne se contentent pas du monde virtuel qui nous entoure si souvent : Internet ne remplace pas le contact direct avec les témoins de l'histoire, les objets de la science, les chefs-d'œuvre de l'art. Ce contact cependant doit être un partage véritable, non une promenade exotique. Cette professionnalisation accrue, cette amélioration des techniques ne sont que les moyens qui garantissent de voir la visite d'un musée rester d'abord une expérience sensible. Les musées seuls ne peuvent cependant pas tout. Les Amis, qui aux côtés des professionnels, incarnent la société civile, incitent leurs membres, et au-delà ces fameux publics, à considérer les musées comme des espaces de liberté à disposition de tous. Ces relais d'opinion sont une aide précieuse pour convaincre de l'exemplarité d'une démarche qu'en vocabulaire d'aujourd'hui,

on dirait « participative ». De nouvelles formes d'actions se font jour ; les musées sont tiraillés entre une course parfois aventureuse au développement et le respect d'une déontologie qu'ils ont contribué eux-mêmes à forger. Au regard de ces changements, nous formons, ensemble, un réseau solide qui doit obéir à une logique de complémentarité, au service de tous.

Éric Blanchegorge

Président de l'Association des Conservateurs des Collections publiques de France

DOCUMENT 3

Les musées se réinventent plus intimes et plus vivants

Face aux défis contemporains, les institutions du monde entier ont entamé une profonde métamorphose, replaçant la mission pédagogique au cœur de leur projet.

Par [Christophe Averty](#) - *lemonde.fr*

Publié le 29 septembre 2017 à 11h33 - Mis à jour le 29 septembre 2017 à 11h33



MUSÉE DU LOUVRE-LENS/PHILIPPE CHANCEL

(...)

Le visage et l'esprit des musées ont profondément changé. L'évolution démographique des dernières décennies nourrit aujourd'hui des flux de publics toujours plus divers et segmentés. La densité urbaine contraint la construction, l'expansion et l'aménagement des édifices. Les effets de la mondialisation et le regain massif de l'investissement privé accélèrent la transformation du paysage muséal. Plus visiblement, la révolution numérique et la dématérialisation changent radicalement le rapport du visiteur à l'image et donc à l'œuvre exposée.

De même, les modes d'apprentissage des connaissances ont eux aussi connu de fortes mutations, creusant des fossés entre cultures et générations, modifiant les comportements comme les habitudes des publics. L'heure semble donc venue, pour la plupart des institutions muséales, au-delà des frontières, de se livrer à un examen minutieux de leur mission, mais également de leur rôle et de leur identité, au sein de sociétés qui semblent vivre toutes les adolescences à la fois.

Le devoir de s'adresser à chacun

Le musée du XXI^e siècle sera « *éthique et citoyen, protéiforme, inclusif et collaboratif. Il s'épanouira aussi dans un écosystème professionnel* », affirme le récent rapport de la mission Musées du XXI^e siècle, menée, sous le gouvernement Hollande, par Jacqueline Eidelman, alors conservatrice générale du patrimoine. Livrée en mars à Audrey Azoulay, ancienne locataire du ministère de la culture, cette étude réalisée en moins d'un an livre l'instantané d'une situation plutôt encourageante ; mais son analyse et sa projection dans l'avenir tendent à confondre intentions, constats et certitudes.

Si la mission révèle que, « *pour 84 % de nos concitoyens, la visite d'un musée ou d'une exposition est devenue le standard d'une sortie culturelle* », elle dévoile pourtant qu'une grande majorité d'entre eux juge encore l'institution trop intimidante, insuffisamment adaptée au jeune public (91 % des personnes interrogées) et estime qu'elle doit s'adresser à chacun, quels que soient son milieu, son niveau de connaissances ou sa culture d'origine. Mais l'aspiration, pour légitime qu'elle soit, comporte un danger.

En cherchant à briser l'image élitiste qui leur reste encore attachée, les musées pourraient être amenés à réduire la diversité de leurs propositions en présumant des attentes, des goûts et des choix des visiteurs. La tâche tient du dilemme et appelle des trésors d'inventivité pour transformer les contraintes en liberté. A ce jour, aucune suite n'a été donnée à ce rapport. Restera-t-il lettre morte ? Ainsi, depuis une trentaine d'années, malgré l'engouement prononcé pour le monde des expositions, l'approche de nouveaux publics reste une gageure.

En Suisse, l'exposition à vocation itinérante « *Musées du XXI^e siècle. Ambitions, visions, défis* » (présentée à Genève jusqu'au 8 octobre) égrène 16 projets emblématiques, en cours ou récemment réalisés. Et offre un portrait partiel des nouveaux musées créés dans le monde. « *Nous avons tenté d'identifier les grandes tendances qui caractériseront les institutions du futur* », explique Bertrand Mazeirat, conservateur au Musée d'art et d'histoire de Genève, co-commissaire de l'exposition. Pour ce dernier, l'une des grandes orientations dans l'architecture des musées contemporains exprime une volonté de reconnaissance culturelle, politique ou populaire. « *Un musée, comme une bibliothèque, légitime son patrimoine, lui permettant d'être distingué de manière pérenne* », commente le conservateur.

« Autrefois, on considérait le monde comme fini, les savoirs comme les arts étaient classifiés, hiérarchisés. Aujourd'hui, les disciplines s'interpénètrent. » Bertrand Mazeirat, conservateur au Musée d'art et d'histoire de Genève

Telle est par exemple la finalité du Musée national de l'histoire et de la culture afro-américaine, à Washington D.C., ou du Musée chinois de la bande dessinée et de l'animation, à Hangzhou. « *Autrefois, poursuit-il, on considérait le monde comme fini, les savoirs comme les arts étaient classifiés, hiérarchisés. Aujourd'hui, dans un mouvement constant, les disciplines s'interpénètrent, le musée a pour devoir de mettre en lumière ce qui importe, d'amener une distanciation et une compréhension d'un monde hyperconnecté. Il doit répondre à un besoin sociologique.* » Le tour d'horizon proposé par l'exposition suisse présente projets spectaculaires et réalisations empreintes d'humilité. L'ère des mégastructures occidentales est en déclin, tandis qu'elle poursuit son essor en Asie et au Moyen-Orient. Selon Bertrand Mazeirat, la crise des subprimes de 2008 y aurait mis un frein.

Pour retracer cette évolution, il faut revenir aux sources, au début du XX^e siècle, quand la modernité, le progrès et leurs effets restaient, peu ou prou, des concepts abstraits, sur lesquels seuls quelques visionnaires se hasardaient à extrapoler. C'était l'ère des machines. On rêvait d'un développement exponentiel. Le Corbusier imaginait, dès 1939, un économique Musée à croissance illimitée, une savante spirale carrée pouvant, tel un coquillage géant, déployer à

l'infini ses cloisons amovibles, ses murs préfabriqués et prééquipés de luminaires. Mais l'architecte n'aura guère l'occasion de développer son concept.

A l'inverse, au cours des années 1980, une aspiration postmoderne sonne à la fois l'éveil des institutions muséales et l'avènement d'une industrie de la culture et du tourisme. Le Centre Pompidou, transparent, accessible, ouvert sur la ville, voit le jour en 1977. Son parti pris industriel, malgré les polémiques, fait du musée un lieu de vie, un point de repère et de rencontre. Des projets à l'architecture gestuelle et souvent dispendieuse fleurissent, exerçant sur le promeneur-visiteur, avec ostentation, un pouvoir de séduction, d'invitation, voire d'incitation.

Véritables marqueurs dans la ville, ces nouveaux établissements, comme le Guggenheim de Bilbao, ouvert en 1997, seraient alors capables de requalifier un territoire, de le rendre attractif et de lui apporter un développement tant économique qu'urbanistique et touristique. Trente ans après, le modèle n'est plus un gage de succès. C'est principalement par l'apport massif de fonds privés ou étrangers que semble perdurer ce type d'architecture. Les fondations Louis-Vuitton, à Paris, et Luma, bientôt à Arles, ou encore le Louvre d'Abou Dhabi (qui ouvre ses portes le 11 novembre) en offrent l'exemple.

« Un espace de partage »

« *Les hommes construisent trop de murs et pas assez de ponts.* » L'image d'Isaac Newton, qui n'a hélas pas pris une ride, résume à elle seule plusieurs enjeux majeurs du XXI^e siècle : l'ouverture et l'accès à la culture, la réunion et la mixité des communautés. Dans son « manifeste pour un musée humaniste », Nathalie Bondil, directrice franco-canadienne du Musée des beaux-arts de Montréal, fonde son action sur un engagement altruiste et solidaire, contre les discriminations, l'exclusion... Investi dans le progrès social, acteur de la paix, le musée unira les humanités à la science, du soin à la recherche.

Aussi, au Pavillon pour la paix, inauguré en 2016, s'harmonisent au rythme de la vie urbaine consultations médicales, ateliers d'art-thérapie, visites des collections et parcours cardio - conçus par des professionnels de santé. Ne s'enfermant plus entre des murs, l'expérience sensible goûte aux plaisirs du mélange, des rapprochements, des fusions et de la multidisciplinarité.

Le Musée d'Orsay propose depuis 2016 un atelier de pratique photographique destiné aux jeunes de deux zones de sécurité prioritaire

De son côté, dans le but de favoriser l'aide à l'insertion professionnelle, le Musée d'Orsay propose depuis 2016 un atelier de pratique photographique destiné aux jeunes de deux zones de sécurité prioritaire, à Mantes-la-Jolie et Mantes-la-Ville. Deux expositions clôturent la session dans les espaces du musée, accompagnées de rencontres professionnelles, une première au musée, pouvant déboucher sur des stages ou des emplois. De même, en partenariat avec l'association Singa, qui vient en aide aux réfugiés, le Musée d'Orsay et l'Orangerie accueillent ceux qui n'ont jamais eu accès au musée, organisant d'octobre à juin des visites des collections et des expositions temporaires. Ces visiteurs, formés par les médiateurs et les membres de l'association, pourront par la suite transmettre leur expérience au musée.

Aller au-devant des publics, c'est aussi organiser des expositions là où elles n'allaient pas. En transformant, à Landerneau, le site de la première épicerie Leclerc en espace muséal adapté aux accrochages d'envergure (Picasso, jusqu'au 1^{er} novembre), le Fonds Hélène et Edouard Leclerc pour la culture est non seulement entré en cinq ans dans le concert national des institutions de haut niveau, mais il a aussi complété une offre culturelle entre Nantes, Rennes et Brest, amenant dans l'Ouest les hautes figures de la peinture qui n'y étaient jamais

présentées. « *Etre là où on ne vous attend pas, c'est peut-être le sens des musées du futur*, note Marie-Pierre Bathany, sa directrice. *Un espace de partage où s'amplifient toutes les rencontres, un site ancré dans son territoire mais en lien avec tous les autres, qui mutualise les savoir-faire.* »

(...)

Ne pas tout dire ni tout montrer

Au Musée d'arts de Nantes, rouvert en juin, après six ans de travaux, Sophie Lévy, la directrice, prône aussi la nouveauté avec malice et légèreté. « *En plaçant une œuvre contemporaine dans une salle consacrée au XIX^e siècle, en instaurant un certain décalage, nous apportons un ton ludique à une rencontre. Mais c'est aussi une forme de pédagogie pour saisir des parallèles ou des points de jonction, la possible pérennité d'une technique ou simplement le plaisir de formes qui dialoguent.* » Pour Sophie Lévy, les musées créés après la révolution ont été conçus comme de mini-Louvre, dont ils ont d'ailleurs reçu certaines œuvres. S'affranchir d'une promesse universelle difficile à tenir, c'est accepter de ne pas tout dire ni tout montrer, pour provoquer surprise et curiosité.

Illustrant le nomadisme et la disponibilité que confère la réalité augmentée, la poétique exposition virtuelle « La Bibliothèque, la nuit », inventée par le metteur en scène canadien Robert Lepage et sa compagnie Ex Machina, plonge le visiteur dans une forêt. Lunettes 3D sur le nez, assis sur un siège pivotant, il peut s'aventurer dans dix des plus belles et mythiques bibliothèques du monde. Alors s'ouvre l'univers savant des antiques rouleaux d'Alexandrie, puis, à 360°, la bibliothèque du temple Hase-dera de Kamakura, au Japon, qui étire le temps au son d'un gong lointain. Soudain, la guerre embrase la bibliothèque de Sarajevo... Traversant la planète, de Copenhague à Mexico, et les âges, comme un jeu de piste, ce voyage au pays de l'écrit et de l'imaginaire s'achevait en apothéose, dans sa version canadienne, sur une vraie bibliothèque rangée de livres d'exception.

Aujourd'hui en escale à Nantes (au Lieu Unique jusqu'au 7 janvier 2018) après avoir passé l'été à Paris, à la BNF, l'exposition – pour des raisons logistiques ou budgétaires ? – est hélas dépourvue de ces trésors. Ici, la magie de cette réalisation de science et de fantaisie révèle un écueil inhérent au virtuel : quand la réalité augmentée se coupe des œuvres réelles, la transmission n'est que partielle. Dans sa course, elle oublie cette nécessité d'un rapport des yeux et des sens, qui fait qu'une création en trois dimensions, comme un être qui respire, ne peut pas être remplacée par une image.

Que seront les musées de demain ? Probablement ce qu'ils sont déjà aujourd'hui, un incroyable patchwork dont chaque institution coud l'étoffe à sa mesure. Toutes les énergies déployées dans des projets et des initiatives aux effets parfois peu visibles sont autant d'appels, d'invitations et d'échos. Passé le temps éphémère des expositions, la mémoire trouvera d'autres repères, dans les pages des livres d'art, pour y éterniser, en le ravivant, l'instant d'une visite et le souvenir des œuvres rencontrées. L'exploration se poursuit sans fin, s'y nourrit et cultive l'envie de pousser à nouveau la porte des musées. Le temps des austères temples de la culture, coupés du reste du monde, est bel et bien révolu. Les musées vivent à notre image. S'ils écrivent pas à pas leur avenir, c'est aussi du nôtre qu'il est question.

DOCUMENT 4

DÉCONFINEMENT

Au musée Fabre de Montpellier, une réouverture sous le signe de l'innovation

Solange de Fréminville | Actualité Culture | Régions | Publié le 20/05/2021

Comme la plupart des équipements culturels en France, le musée Fabre de Montpellier a rouvert ses portes le 19 mai. Entre la joie d'accueillir de nouveau le public dans des salles rénovées et le stress du protocole sanitaire, les agents se retrouvent dans des conditions inédites, marquées par la montée en force du numérique. Reportage.



De gauche à droite, Stéphane Bordarier, peintre exposé au musée Fabre, devant ses oeuvres, Michel Hilaire, directeur du musée Fabre, et Michaël Delafosse, maire et président de la métropole de Montpellier, le 19 mai, jour de réouverture du musée.

« Enfin ! » s'exclame Julie Respaut, régisseur des recettes du musée Fabre, principal musée des beaux-arts de la métropole de Montpellier. Le 19 mai, l'équipement rouvrait ses portes pour le 3^e déconfinement depuis le début de l'épidémie de Covid-19, sous un soleil resplendissant, et alors que dans toute la ville, des milliers de jeunes avaient envahi par grappes les terrasses des cafés et restaurants.

L'ambiance était nettement plus sage dans l'élégante cour intérieure du musée, baignée de lumière, où Michel Hilaire, son directeur, inaugurait une exposition d'art contemporain consacrée à Pierrette Bloch, André-Pierre Arnal et Stéphane Bordarier, devant une quarantaine de personnes. « Le printemps est inexorable [citation de Neruda, ndlr]. Maintenant, il est là ! » a lancé joyeusement Michaël Delafosse, maire et président de la métropole de Montpellier. « C'est l'excitation, comme un matin de Noël », sourit, derrière son masque, Julie Respaut. « J'ai assez mal vécu d'être coupée des collègues, et d'être dans une longue attente », soupire-t-elle.

Des conservateurs très prolifiques pendant le confinement

La majorité des 64 agents s'est en effet retrouvée en chômage partiel pendant les longs mois de fermeture du musée, depuis le 30 octobre, et pour une partie d'entre eux, en télétravail. Mais pas Denis Savoye, agent technique de la régie des œuvres, qui a trouvé « les conservateurs très prolifiques : ils avaient de nouvelles idées tous les matins », plaisante-t-il.

Depuis l'automne, son équipe a participé à la rénovation de plusieurs grandes salles consacrées à l'artiste contemporain Pierre Soulages et aux grands maîtres italiens, en commençant par décrocher les tableaux pour, à la fin, les remettre en place. De grands volumes, pas simples à manier. « Même si c'est lourd, il faut être délicat », glisse Denis Savoye, content du « coup de jeune donné au musée ». Les conservateurs ont également profité de cette période pour engager de nouvelles campagnes de veille sanitaire et de restauration d'œuvres.

Une période « où il a été très dur d'être considéré comme non essentiel », avoue Maud Marron-Wojewodzki, conservatrice chargée des collections modernes et contemporaines, qui vit cette réouverture comme « un plaisir », « très émouvant ».

Réouverture sous le signe de la mutation numérique

Ce 19 mai, elle a fait découvrir aux premiers visiteurs l'exposition sur laquelle elle travaille depuis un an, en présence de deux des artistes exposés, André-Pierre Arnal et Stéphane Bordarier. Pas question de « visites virtuelles pour des œuvres qui revendiquent leur pure matérialité ».

La jeune conservatrice de trente ans a néanmoins été l'initiatrice de la révolution numérique qui a permis au musée Fabre de garder des liens avec son public dès le premier confinement. « Nous avons été pionniers avec notre site web, Fabre dans mon canapé (montpellier3m.fr) ^[4], mis en ligne en avril 2020, qui permet notamment des visites virtuelles des collections permanentes et des expositions », relate Maud Marron-Wojewodzki, également responsable du service « multimédia ». En plus des visites à distance, le site web offre une large palette de récits, documentaires, jeux pour enfants, etc.

Une mutation digitale ^[5] qui a, en partie, transformé le métier de Marion Boutellier, chargée de projets pour les publics. Elle a mis en place les conférences en ligne pour les familles, par exemple, « des formats très interactifs », qui se poursuivront.

Des gardiens formés à la surveillance de la jauge

« L'intérêt est de donner aux parents et à leurs enfants toutes les clés avant qu'ils ne viennent au musée, de manière à pouvoir échanger sur les œuvres d'art », explique la chargée de projets. Par ailleurs, elle a multiplié les interventions hors-les-murs, en particulier dans les écoles. Mais ce 19 mai, elle s'est aussi préparée, comme tout le personnel, à donner envie au public de revenir dans des conditions sanitaires strictes.

Une mission assurée sur le terrain par les gardiens. « On doit faire respecter la jauge, qui diffère selon les endroits du musée », souligne Gentil Zafihary, agent de sécurité, qui a en main une liste précise de toutes les salles indiquant le nombre maximum de personnes dans chacune à l'instant T. Il se sent aussi investi d'une mission à laquelle il a été formé pendant que le musée était fermé : l'accueil des personnes en situation de handicap. « On va tout faire pour qu'elles se sentent à l'aise », assure l'agent qui aime parler avec les visiteurs. « C'est une bouffée d'air, on est très content de reprendre ! »

BEAUXVOISINS, BELLESVOISINES...

L'actualité du Projet Beauvoisine | N° 2 | décembre 2019

ÉCHANGES ET DÉBATS

Mardi 11 février 2020 à 19h
à l'auditorium de l'Hôtel
des Sociétés savantes
Rencontrez Guillaume Lecointre
du Muséum National d'Histoire
Naturelle et Bénédicte Percheron,
chercheuse, pour un échange
autour de «l'Histoire
des Sciences à Rouen»
www.weezevent.com



Le mot de la RMM

Réunion des Musées Métropolitains



Mathilde Schneider,
Directrice des Musées
Beauvoisine

Depuis son lancement en octobre 2018, une concertation ambitieuse avec les citoyens et les publics s'est déployée selon des modalités variées (réunion publique, questionnaires, ateliers de travail, balades urbaines, plateforme participative...) et a permis de recueillir vos contributions sur l'avenir souhaité pour ce futur musée unique.

Plusieurs événements illustrent déjà cette fusion comme l'ouverture d'un passage entre les deux musées, la mise en place d'un accueil commun et le déploiement de nombreuses actions communes aux deux musées. En coulisse, les équipes travaillent désormais en commun depuis un an, permettant ainsi la finalisation du Projet Scientifique et Culturel qui trace les grandes lignes et l'ambition scientifiques du projet. Depuis le printemps, nous travaillons également avec AG Studio, cabinet de programmation en architecture et muséographie, qui travaille à l'étude de faisabilité du projet.

Au programme de l'année 2020 :

**LE MUSÉE DE DEMAIN
C'EST AUJOURD'HUI !**



Appogé percussion © RMM Rouen Normandie

Un musée réinventé pour stimuler vos curiosités



Bien plus qu'une accumulation de collections, ou qu'une simple opération de modernisation des locaux, la réunion des deux musées actuels est une réinvention du musée. L'ambition du Projet Beauvoisine est d'offrir aux publics un lieu inédit capable d'apporter les clés de compréhension des défis contemporains, tout en suscitant l'intérêt du plus grand nombre.

A l'ère des infos, le futur musée sera un lieu scientifique de référence. A la fois musée d'art, d'histoire et de sciences naturelles, il aidera chacun à se construire son bagage culturel. La diversité et la richesse des collections des deux musées actuels seront magnifiées autour d'un nouveau parcours chronologique unique. Celui-ci mettra en lumière la manière dont notre civilisation, les cultures d'ici et d'ailleurs, des temps passés et présents, ont répondu aux questions qui sont les nôtres aujourd'hui.

Tout en préservant l'esprit des lieux, l'expérience de visite sera revue et modernisée, pour répondre aux attentes de la majorité des visiteurs actuels, afin de nourrir et stimuler la curiosité.

Lieu de vie et lieu pour agir, ce musée a vocation à devenir le nouveau repère de la vie rouennaise, en plein cœur du quartier des Musées. Confortable, gratuit, accessible à tous, il sera votre nouvelle bulle de détente et de créativité, où l'on cultive toutes les curiosités !



Yvon Robert
Président de la Métropole Rouen Normandie
et Maire de Rouen



Les rencontres « Un été à Beauvoisine », premier prototype de vos idées d'animation

Du 18 juin au 30 août, la RMM initiait la première édition de l'opération « Un été au musée ». Un programme très particulier, puisqu'il a permis aux équipes des musées et au public d'expérimenter ensemble de nouvelles manières de vivre le musée imaginées dans le cadre de la concertation. L'objectif : installer la culture au cœur de la vie du quartier à travers **8 grands projets** et événements gratuits. Parmi les temps forts :

- **L'art contemporain et la biodiversité grâce à l'installation itinérante « Saule et les Hoopies » du Centre Pompidou.** Pour que chacun apprenne à faire tourner la planète correctement, la designer Matali Crasset a réinventé le manège de notre enfance en un carrousel musical et participatif où enfants et parents ont pu vivre une expérience unique : imaginer et chanter tous ensemble une comédie musicale... qui permettait de faire tourner le manège « terrien »



Au fil des animations, le square Maurois a révélé à quel point il pouvait devenir un des lieux de rencontre et de vie pour les habitants du quartier. Vous avez été nombreux à participer aux **soirées Pédalo Ciné de plein air** (les spectateurs pédalaient pour alimenter le projecteur en énergie), au **grand escape game sur la biodiversité pendant l'éco-fête du 6 juillet**, à la **Méditation sonore** ou encore à la **fête d'ouverture organisée avec Mon P'tit atelier-Cop 21 et de nombreux partenaires.**

Ce programme estival inédit à Rouen a permis au public d'expérimenter avec les équipes de Beauvoisine de nouvelles manières de vivre le musée. Il faut d'ailleurs souligner que la plupart des animations découlaient des propositions concernant le musée de demain que certains d'entre vous avaient émises à l'occasion des ateliers participatifs, via les questionnaires, la plateforme « Je-Participe » ou encore la boîte mail contact.beauvoisine@metro-pole-rouen-normandie.fr

Pour sa première édition, Un été à Beauvoisine a ainsi réuni plus de 4 000 d'entre vous ! Un succès à renouveler l'été prochain...



- **La photographie pour immortaliser votre relation intime aux musées Beauvoisine. Avec le projet « Moi, Mon musée, Mon œuvre, portraits de Beauvoisines et de Beauvoisins »** chacun était invité à se faire photographier par l'artiste Isabelle Lebon avec un objet ou une œuvre des musées de son choix. Des tirages photographiques sont désormais exposés dans le hall des musées et sur les grilles du square Maurois jusqu'au printemps 2020.





Vos contributions co-construisent le projet

Octobre 2018 – Décembre 2019 : retour sur une année de concertation

L'une des singularités majeures du Projet Beauvoisine réside dans la manière dont il est conçu. Notre ambition est d'en faire un projet d'autant plus désirable qu'il aura été imaginé avec ses futurs publics.

Comme annoncé lors de l'ABCD de la Métropole du 05 octobre 2018, la volonté et l'engagement de la Métropole Rouen Normandie a consisté à consacrer le premier temps du projet à une concertation. Pendant que les équipes de la RMM ont continué à finaliser son Projet Scientifique, les citoyens ont été appelés à s'exprimer sur d'autres composantes du futur musée.

Au total, ces ateliers ont réuni plus de 500 personnes, dont une quinzaine d'enfants et une cinquantaine de collégiens. La relation approfondie qui a été tissée au cours de ces échanges en petits groupes a permis de générer des contributions souvent riches et très diverses. L'ensemble a été partagé au fur et à mesure avec l'équipe-projet de la RMM et le programmiste, afin de nourrir en temps réel le fond et la forme du projet. Bien entendu, tous les avis que vous avez postés au cours de cette période via la Plateforme « Je Participe », ou l'adresse contact.beauvoisine@rouen-normandie.fr ont également été intégrés à l'analyse.



« Le musée du futur, ce ne sera pas qu'un musée. Ce sera un endroit où l'on peut faire d'autres choses »*

Le premier enseignement majeur des 5 ateliers d'innovation réside tout autant dans l'attachement des participants aux deux musées actuels de Beauvoisine, que dans l'adhésion à leur transformation en un lieu muséal unique et d'un nouveau genre. Pour tous, il doit demeurer un lieu scientifique de transmission de savoir. Mais il ne peut plus être uniquement cela. Il a vocation à devenir plus vivant, immersif et ludique, ainsi que plus facile à vivre, accueillant et accessible. L'envie dominante est d'y multiplier les propositions pour en faire un lieu de sortie incontournable, ouvert à toutes les générations et centres d'intérêt. Une nouvelle place publique en quelque sorte.



*citation d'un participant à l'atelier d'innovation 1

Demain, quel musée pour les jeunes générations ?

Les deux ateliers scolaires proposaient aux élèves de 3^{ème} du collège Pasteur et de 2nde du Lycée Marcel Sembat de se projeter en 2025, pour imaginer le musée Beauvoisine.

Pour les aider à définir ses caractéristiques, il leur a été demandé de concevoir la communication d'ouverture du futur musée. Très vite, les élèves se sont pris au jeu en insistant sur l'expérience de visite, en décrivant un lieu devenu très accueillant et confortable avec une offre de restauration au cœur du musée, et ouvert à des activités très différentes de son image traditionnelle : salle de sport, terrains de jeu... Le musée reste ainsi un espace de transmission mais l'état d'esprit dans lequel il place les visiteurs devient beaucoup moins solennel.



Du côté des lycéens, les propositions ont plutôt mis l'accent sur l'expérience de visite et l'animation du lieu. Le musée attendu est plus immersif : les visiteurs sont plongés dans une histoire ou un parcours dont ils sont les acteurs. Cela se traduit plus par un travail sur la scénographie, les sensations et plus largement l'ambiance que par le recours aux nouvelles technologies (lunettes 3d, tablettes tactiles, etc.). Enfin, le renouvellement fréquent des animations et la programmation se révèlent essentiels : ils misent beaucoup sur la proposition d'activités ludiques (théâtre, escape game, soirées déguisées...) pour faire venir le public jeune !

4 balades pour un musée mieux intégré dans son quartier et ses usages

Elles ont été l'occasion pour leurs participants de dresser un diagnostic partagé sur les usages actuels des extérieurs du musée (le square Maurois) et la manière dont ils s'intègrent dans le quartier. Ils ont également permis d'envisager collectivement des premières pistes d'évolution.

Ainsi, les balades du 15 septembre et du 13 octobre matin, axées sur le lien entre les musées et le quartier Saint-Nicaise ont principalement mis en lumière le besoin d'améliorer les liens entre le quartier et les équipements culturels, notamment en travaillant sur l'apaisement et le verdissement de la rue Louis Ricard, ainsi que sur une meilleure identification des entrées du square Maurois.

La balade du 29 septembre, centrée sur le square Maurois, a rapidement débouchée sur le besoin de créer une identité plus marquée de cet espace. Plusieurs pistes ont été explorées par les participants : jouer sur les contrastes, les couleurs, les ambiances... tout en gardant une dominante végétale.

Enfin, la balade du 13 octobre après-midi, dédiée à l'intégration de Beauvoisine dans le quartier des musées de l'opération d'aménagement urbain Cœur de Métropole, a permis d'identifier les attentes en matière de signalétique et d'apaisement de l'espace public, propice à la découverte du quartier et de ses équipements publics et culturels.

DOCUMENT 6

La crise sanitaire accélère la transformation des musées

Publié le 01/07/2020 • Par Aurélie Dunouau • lagazettedescommunes.fr



philophoto via Adobe Stock

Entre les contraintes sanitaires et la pratique du numérique, les musées cherchent leur équilibre.

Des flèches au sol, des visiteurs masqués... Le directeur du musée Soulages, à Rodez (24 000 hab. Aveyron), Benoît Decron, ne s'y fait pas : « Un musée n'est pas une piste d'atterrissage ni un laboratoire, mais un lieu de création, de liberté ! » Depuis leur réouverture, les musées ont changé d'allure sous l'effet des règles sanitaires : sens unique de visite, désinfection des salles et des objets, fin des visites guidées, conférences et vernissages...

Même s'ils espèrent que le protocole va vite s'alléger, les responsables des musées ont une crainte : ne pas voir revenir le public cet été. Ce public, que certains ont su si bien capter lors du confinement grâce aux outils numériques, qui leur ont permis de valoriser leurs collections sur les réseaux sociaux.

Certains musées ont une longueur d'avance

« Le confinement a renforcé cet axe numérique, mais nous étions préparés à ces pratiques », témoigne Sophie Kervran, directrice des musées de Pont-Aven et Concarneau (2 800 et 19 000 hab., Finistère). Également exploré depuis longtemps au muséum d'Histoire naturelle de Toulouse, le numérique « est inscrit dans notre ADN depuis 2008 », souligne son directeur Francis Duranthon. L'avenir appartient-il aux musées virtuels ? La question mérite d'être soupesée. D'abord, tous les musées ne sont pas aussi avancés en matière de numérique.

« Il y a un écart entre les musées qui avaient déjà une offre, des outils et du temps, et les autres dont nous faisons partie », constate Rachel Suteau, directrice du château fort-musée Pyrénéen de Lourdes (13 400 hab., Hautes-Pyrénées), équipement qui compte néanmoins numériser prochainement 20 000 photos de ses collections.

Le numérique versus relation à l'objet

Autre bémol : le numérique n'apparaît pas comme le nouvel et unique axe porteur du musée. « Il ne remplacera jamais la relation à l'objet qui fait l'essence même des musées », nuance Francis Duranthon. Un point qui fait l'unanimité dans la profession. « Rien ne vaut l'expérience humaine, la vitalité du rapport à l'œuvre », insiste aussi Benoît Decron.

« Le numérique, est un pis-aller de la relation du public au musée, et on ne peut pas tout dématérialiser, analyse Hélène Jagot, nouvelle directrice des musées de Tours [135 800 hab.]. Nous allons le développer pour amener de nouvelles informations au public, présenter les métiers et les coulisses du musée, peut-être proposer une visite virtuelle. Mais cela demande du temps, de la matière grise, plus que des moyens. »

Finies les grandes expositions événements

De plus, avec les règles sanitaires, les musées, notamment ceux de société et de sciences, se trouvent dans une situation paradoxale : après avoir largement exploité le numérique, ils rouvrent en ne pouvant pas permettre au public de toucher les écrans et les objets. De fait, le lien humain revient au centre du jeu. Cet été, les musées remplacent les traditionnelles visites guidées par des visites « flash », en petits groupes, comme à Tours.

Des médiateurs seront à disposition des visiteurs à Pont-Aven et à Rodez. Benoît Decron imagine « un été plus modeste : fini, pour un moment, les grandes expositions préparées avec des professionnels américains ou canadiens et attirant un public international. Les musées tentent de se rapprocher du public local et régional, qu'il faut fidéliser, en inventant de nouveaux rapports aux visiteurs.

Vote sur internet sur les objets à exposer dans le musée

Ainsi, le musée de Pont-Aven a lancé une expérience originale d'exposition participative : « Réserve, ouvre-toi ! » proposée dès octobre. Pendant le confinement, le public était invité à voter sur internet pour choisir dans les réserves des œuvres à exposer. « Nos musées sont des lieux d'où, dans l'idéal, on ressort avec un questionnement », plaide Francis Duranthon.

« Ce qui est nouveau pour les musées n'est pas le fait de se recentrer sur leurs collections, mais plutôt de les mettre en résonance avec le public et le patrimoine », complète Hélène Jagot.

FOCUS

« Le web est un lieu de contenus, pas seulement de la com »

Francis Duranthon, directeur du muséum d'Histoire naturelle de Toulouse (479 600 hab.)

« Dans le musée de demain, les objets resteront. Mais la médiation numérique va prendre de plus en plus d'importance. Le musée est un lieu de production de savoirs, que le numérique permet de partager. Le web est un autre lieu de contenus produits par le musée, pas simplement de la com'. Trop souvent, on parle de visite de musée en oubliant le travail colossal produit derrière par les professionnels. Avec le numérique, nous pouvons travailler différemment la relation au public et élargir l'audience des musées à travers le monde. Pendant le confinement, nous avons eu des échanges avec un internaute vivant au bord de la mer Noire et qui s'intéresse à nos collections de coquillages ! »

Les musées post confinement : vers de nouvelles pratiques ?

13 mai 2020, 20:56 CEST

Mathilde Dougados

Doctorante contractuelle en sciences de gestion (IMPGT), Aix-Marseille Université (AMU)

Bérénice Kübler

Doctorante en Sciences de Gestion - IMPGT- CERGAM, Aix-Marseille Université (AMU)



Un musée virtuel dans le jeu vidéo « Animal Crossing » Animal crossing / Lou B.

Les musées ont fermé leurs portes dès le début de la crise sanitaire... mais ils savent en parallèle se rendre accessibles et démultiplient les initiatives originales, partout dans le monde. À toute heure, depuis notre canapé, dans la chambre, la salle de bain ou la cuisine, que nous soyons connaisseur, amateur d'art, geek, plus ou moins familier de ces institutions, nous sommes invités à découvrir un musée qui se réinvente en ligne. Les organisations muséales déroulent un véritable « fil d'Ariane » sur la toile en proposant des initiatives plurielles et protéiformes – concours, hashtag, jeux, atelier, vidéos ou encore visites virtuelles.

Depuis le début de la crise sanitaire inédite que traverse le monde, les institutions muséales débordent d'inventivité et investissent les réseaux sociaux numériques (Facebook, Instagram, Twitter, YouTube) pour proposer de nouvelles manières de vivre l'expérience muséale.

La réactivité des musées face à leur fermeture contrainte et forcée nous amène à réfléchir aux préoccupations des musées du XXI^e siècle. Alors que le numérique est souvent perçu comme une injonction, une course effrénée et inégale au « tout technologique », quelles propositions les musées font-ils aux personnes confinées ? Quelles pratiques mettent-ils en avant pour assurer la continuité de leurs offres, et de ce fait maintenir un lien avec la population ? Sont-ils en train d'esquisser une nouvelle voie pour les musées de demain, celle du musée post-Covid-19 ?

En suivant ce « fil d'Ariane » déroulé par les musées français, nous proposons quelques pistes de réflexion sur une organisation en pleine crise d'identité depuis les années 2000) qui, comme nous tous, doit faire face à cette crise sans précédent.

L'étude d'un corpus de 78 pratiques de musées français proposées en ligne depuis le début du confinement nous a permis de constater certaines tendances récurrentes : ludification des contenus diffusés (jeux, collages, quiz, jeux vidéo), simplification et détournement de l'objet muséal (concours photo, travaux manuels et culinaires), démystification du musée et de son fonctionnement (présentation des coulisses et des personnels). Autant de tendances qui font écho aux nombreuses injonctions modernistes faites aux musées) parmi lesquelles ressortent tout particulièrement celle de la photographie, de la créativité et de la ludification.

Des contenus plus ludiques

Le musée de demain doit-il être amusant ? Pendant le confinement, il semble que ce soit le cas : les musées rivalisent de créativité pour occuper leurs usagers avec des jeux, quiz, coloriages et même des jeux vidéo. Le numérique permet d'élargir les lieux de partage des savoirs), en créant un avant et un après à la visite, avec la possibilité de préparer les visites *a priori*, et d'apporter un souvenir à la sortie de la visite.

En période de confinement, les musées sont en quête d'un « à côté » de la visite. Les familles confinées sont en recherche de loisirs. Le rôle social des musées, interrogé dès la création de l'ICOFOM en 1977 et toujours présent dans les statuts de l'ICOM refait surface.

Sans école et sans colonie, les enfants ont besoin de s'occuper. Au programme : invitation au dessin, à sortir les tubes de colle pour construire une citadelle ou un théâtre d'ombres, à la peinture à la betterave, au recyclage, ou encore au coloriage, ou au jeu des sept erreurs.

Le programme se centre aussi sur les amateurs de jeux vidéo, en les invitant à découvrir les collections du Museum d'Angers par le biais du jeu vidéo *Animal Crossing*, qui devient le support d'une médiation personnalisée surfant sur l'actualité et le succès d'une franchise de jeu appréciée et attendue des plus petits aux plus grands. Cette pratique illustre parfaitement le concept de gamification ou ludification : apprendre en jouant), décomplexifier des savoirs par le jeu. Notons aussi que les quiz ont séduit de nombreuses institutions, en privilégiant des formats interactifs comme le #GuessWho du musée de Cluny sur Twitter.

Le musée occupe, amuse mais continue aussi de transmettre des savoirs pendant cette période de confinement. La crise sanitaire permettrait-elle de dépasser le simple divertissement), pour utiliser le ludique au service des missions traditionnelles du musée (acquisition, conservation, étude, exposition, et transmission) ?

Détournement de l'objet muséal

L'objet muséal est sanctifié. Pendant longtemps, le photographe était interdit, voire considéré comme une hérésie et constituait une entrave à une expérience esthétique directe. Cette pratique étant désormais acceptée, le confinement conduit même à une valorisation des captations photographiques des visiteurs. Les musées se positionnent en collecteurs des souvenirs de leurs usagers : des souvenirs plus ou moins anciens, pouvant dater d'il y a 40 ans.

Au-delà du souvenir, la photographie est un outil d'appropriation des œuvres. Elle devient un pont entre le quotidien des usagers et les œuvres uniquement visibles au travers d'écran.

Pendant le confinement, la photographie des œuvres est surtout devenue le support de la créativité des usagers. Si les musées connaissent une injonction à la créativité), c'est grâce aux usagers qu'ils inondent les réseaux sociaux en répondant à des défis. #TussenKunstenQuarantaine et #GettyMuseumChallenge contribuent alors à détourner l'objet muséal. L'usager pose comme la star des plus grands chefs d'œuvre, reproduits avec les moyens du bord.

Mais tous les musées n'attendent pas leurs usagers pour détourner les objets muséaux qu'ils ont sous la main, à l'instar du musée Fabre de Montpellier qui sur son compte Facebook réalise des memes pour sensibiliser ses abonnés avec ses collections.



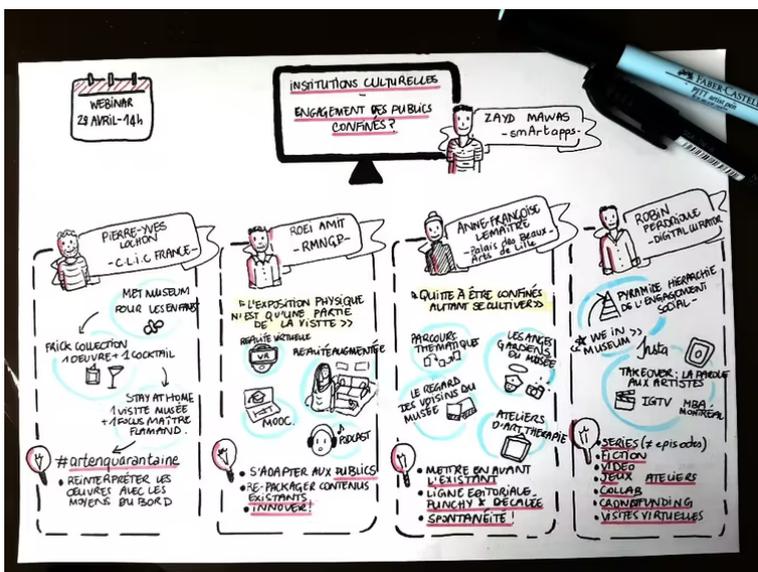
page Facebook du musée Fabre. Musée Fabre

Le numérique dans les musées est censé permettre une transformation du rapport aux collections, en permettant une appropriation des images et des contenus. Cette appropriation semble d'autant plus garantie quand il y a un détournement de l'objet muséal, qui devient un terrain de jeu, d'expression et de créativité pour les usagers. Que de mieux pour comprendre la composition d'un tableau que de la reproduire à la maison ?

L'institution muséale démythifiée

Rendre visible l'invisible, et rendre hommage à ce qui ne l'est pas lors des visites traditionnelles des musées. Voilà un des nouveaux challenges du musée confiné. Alors que la démythification du musée se cantonne souvent à des stratégies d'élargissement des publics, pendant le confinement, elle passe aussi par la valorisation des différentes activités du musée, souvent invisibles aux yeux du public. On découvre alors les coulisses des musées. Ils en profitent pour valoriser le travail de leurs équipes en proposant des « stages » avec les restaurateurs du musée de Quimper, en montrant les dessous de la conservation au musée de Nouvelle-Calédonie, ou en donnant la parole à tous les personnels du musée des Beaux-Arts de Bordeaux. On met des visages sur les personnels des départements du Louvre et sur le conservateur de l'exposition El Greco.

Démystifier, c'est aussi faire participer le public à l'offre muséale. Sous l'impulsion de Georges-Henri Rivière, et dès les années 70, le public s'est vu donner une place centrale dans le projet muséal. En 2008, Serge Chaumier explique que l'un des écueils de la participation des visiteurs est le risque de rendre insipides les contenus proposés par les musées. Ce n'est pas en donnant au public le dernier mot – de façon démagogique – que Chaumier pense une muséologie participative, mais en faisant du visiteur un partenaire et une ressource de solutions innovantes à imaginer. La participation en période de confinement de l'utilisateur aux expositions dépasse l'évaluation, et va jusqu'à la co-construction de l'exposition. Le musée du Pont-Aven offre un choix à l'utilisateur : quelles œuvres de la réserve souhaite-t-il découvrir à la prochaine exposition ? Eloigné physiquement de son public, le musée l'implique autrement, le numérique servant alors d'interface.



Clémentine Coquaz.

Les musées n'auront jamais été aussi présents ni aussi inventifs en ligne. Cette situation inédite a entraîné les musées dans une nouvelle voie. Avec de nouvelles formes de communication et de diffusion, s'adressant à tout type de public, le musée réassure son rôle social et fait preuve de créativité. Alors que l'avenir des organisations culturelles demeure encore incertain malgré le déconfinement progressif du pays, les initiatives des musées seraient-elles en train de poser les jalons d'un modèle muséal alternatif connecté, divertissant tout en étant source d'apprentissage et de créativité, accessible à tous ? Une chose est certaine : les musées ont su rebondir et proposer une palette d'offres fournies et diversifiées pendant le confinement, montrant que l'art et les musées sont un refuge possible face à la crise.

MUSÉES

Crise sanitaire : les musées français ne sont pas seuls face au numérique

Hélène Girard | Publié le 13/08/2021

Après deux premières éditions (printemps et automne 2020), le Conseil international des musées (ICOM) a publié fin juillet les résultats de sa troisième enquête mondiale sur l'impact de l'épidémie de Covid-19. Le numérique figure parmi les sujets qui s'imposent aux professionnels, avec son lot de difficultés, que les Français à l'évidence partagent avec leurs homologues des autres pays.



[1] Depuis les deux premières enquêtes mondiales réalisées par l'ICOM [2] (Conseil international des musées) sur l'impact de la pandémie de covid-19 (publiées au printemps et à l'automne 2020), « le passage au contenu numérique s'est poursuivi à grande échelle », constatent les auteurs du troisième volet dont les données ont été collectées en avril et mai 2021.

Le document intitulé Musées, professionnels des musées et covid-19 : troisième enquête [3], où les institutions européennes sont majoritaires parmi les répondants (51%), balaie les multiples facettes de la vie d'un musée : personnel et management, recettes et situation financière, gestion des collections, politique de médiation etc. Parmi les problématiques et difficultés citées par les professionnels, le numérique revient régulièrement comme une préoccupation majeure, voire omniprésente.

Qu'il s'agisse de rechercher de nouvelles recettes, des effectifs de l'établissement ou des crédits dédiés à la communication numérique, de l'évolution envisagée pour la stratégie du musée, des besoins de compétences [4] apparus à la lumière de la crise sanitaire, les professionnels parlent de numérique. Une problématique omniprésente dans un contexte préoccupant, puisque plus du quart (25,3%) des musées déclarent avoir perdu plus de la moitié de leur fréquentation.

Le numérique omniprésent dans la recherche de nouvelles recettes

Ainsi, interrogés sur « les nouveaux moyens de générer des revenus », les responsables d'institutions muséales disent avoir expérimenté :

- « le développement de la boutique en ligne » (14% des réponses) ;
- « les programmes d'adhésion numériques » (5,6%) ;

- « les visites virtuelles payantes » (7,4%) ;
- « les expositions en ligne payantes » (2,8%) ;
- « les programmes d'apprentissage en ligne payants » (8,4%) ;
- « le développement des produits pour les confinements » (11,3%), formulation assez vague, dont on peut penser qu'elle fait référence en grande partie à des produits spécifiques accessibles à distance mais probablement encore expérimentaux.

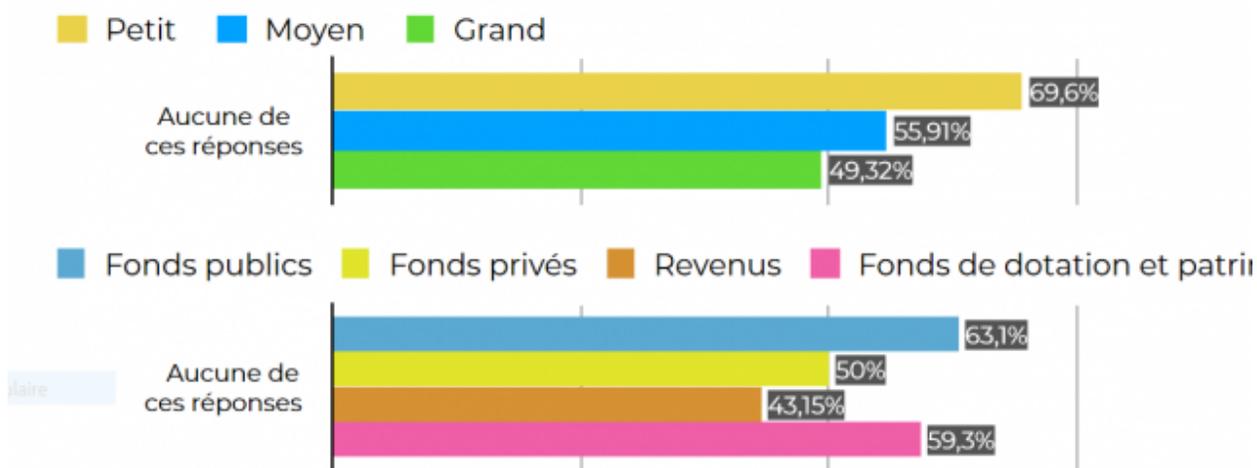
Cependant, si le numérique est omniprésent dans les recherches de nouveaux revenus, les musées expérimentateurs ne représentent encore qu'une grosse minorité (40,9%). Les autres restant sans doute au stade de la réflexion ou des projets non concrétisés.

Portrait-robot des musées attentistes : petits et publics

Parmi les musées expérimentateurs de nouvelles ressources numériques figure une majorité de « grands » musées. Une tendance logiquement liée aux moyens disponibles pour mettre en œuvre de nouveaux services et élargir la palette des modes de médiation .

Pour ce qui est du mode de gestion, les institutions publiques se montrent également plus frileuses.

Générer des revenus alternatifs. Pourcentage de réponses négatives au printemps 2021 en fonction de la taille du musée (en haut) et des sources de financement (en bas).



[6](Source :

ICOM)

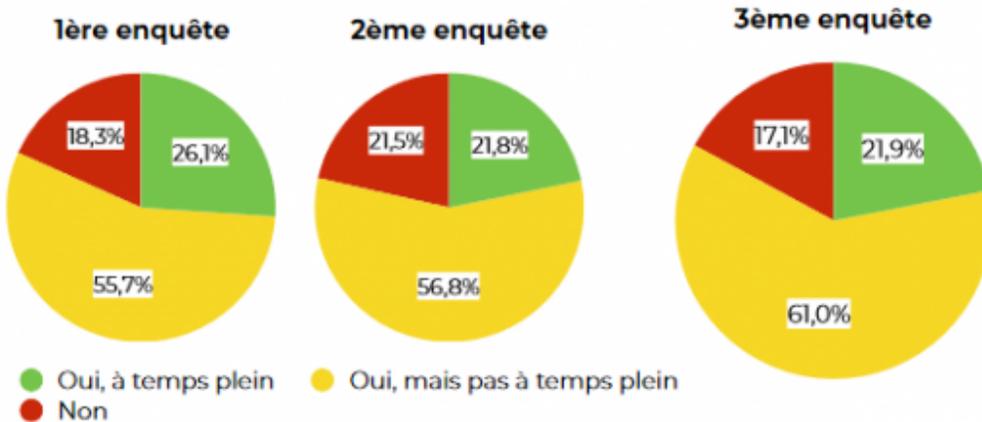
Augmentation des effectifs consacrés aux activités numériques

Néanmoins, on peut penser que cette situation va évoluer, dans la mesure où la comparaison entre les trois temps d'enquête montre une progression du nombre d'institutions qui ont, au fil des mois, lancé des activités numériques. De même, celles qui étaient déjà présentes dans l'univers numérique avant la pandémie développent leur offre.

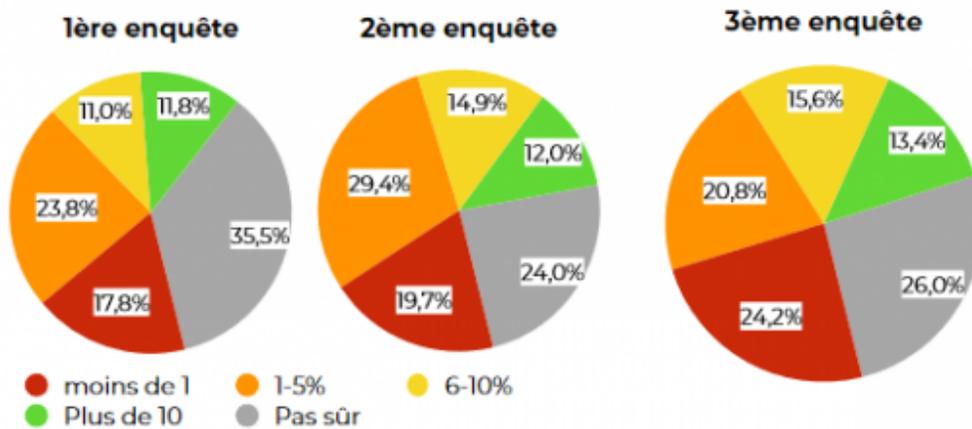
Autre signe, la part du personnel consacrant une partie de son temps au numérique a augmenté de façon continue. En revanche, les musées semblent plus hésitants lorsqu'il s'agit d'affecter des agents ou des salariés sur des postes entièrement dédiés au numérique. Néanmoins, les budgets ne suivent pas forcément. On peut

penser que l'impact budgétaire de la crise sanitaire ne facilite pas l'augmentation des crédits dédiés au numérique au cours des mois à venir.

Y a-t-il du personnel dédié aux activités numériques ?



Quel pourcentage de votre budget est consacré à la communication et aux activités numériques ?



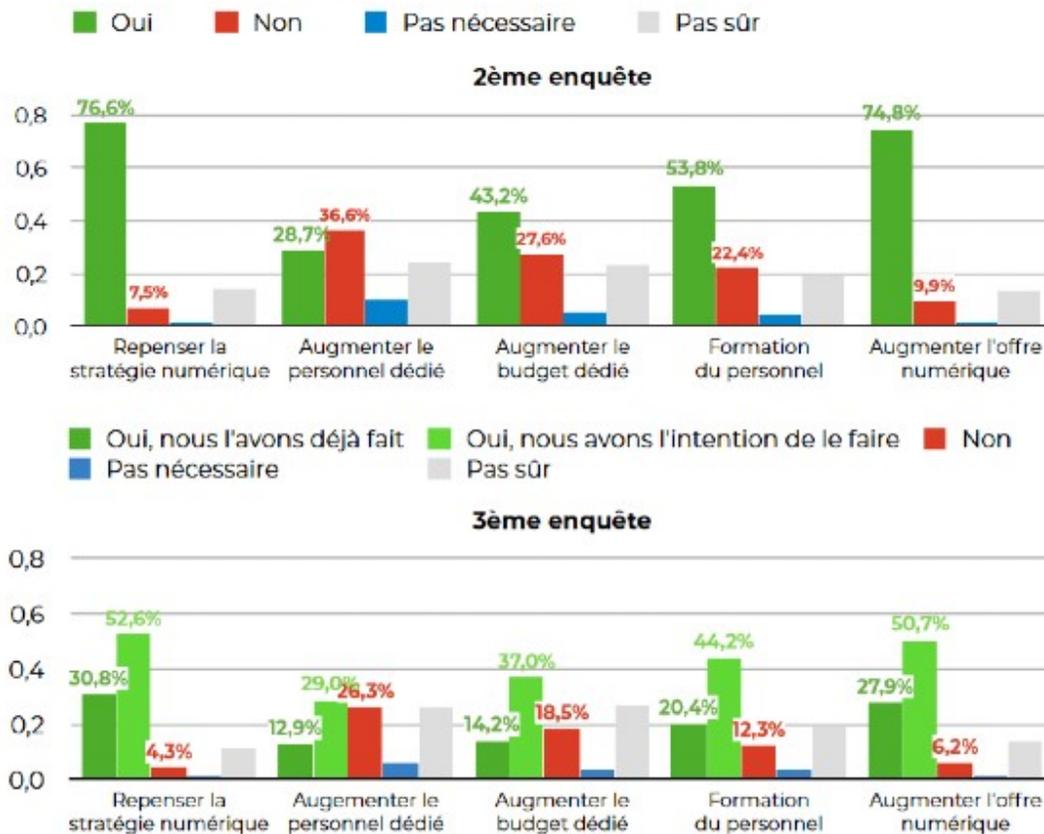
[7](Source : ICOM)

Émergence d'une stratégie numérique

Autre raison de penser que l'horizon numérique des musées devrait s'élargir à court et moyen terme : la progression « significative » du nombre de musées qui ont l'intention d'initier des activités dématérialisées ou d'améliorer leur équipement et leurs ressources numériques.

« Ce qui est certain, c'est que la crise du COVID-19 a changé à jamais la perception des musées sur le monde numérique, en mettant en lumière les problèmes existants et en accélérant les changements qui étaient déjà en cours, décryptent les auteurs. Même si la crise économique qui en découle sera évidemment un obstacle majeur en termes de ressources économiques et humaines que les musées pourront investir, de plus en plus d'institutions sont désormais conscientes de l'importance fondamentale de la numérisation. »

Le(s)quel(s) des changements suivants votre musée envisage-t-il d'apporter après 2020 ?



[8]

(Source : ICOM)

Avec en guise de conclusion sur le sujet un appel aux pouvoirs publics nationaux et aux acteurs institutionnels internationaux. Pour les auteurs, « il est impératif qu'[ils] soutiennent les musées dans leurs processus de transformation numérique. »