

Conférence "Muséologie 2012-12-04" avec Joëlle Le Marec et Thierry Paquot

Segment : 00 :53 :24 – 00 :54 :28.9

Permalien : http://ldt.iri.centrepompidou.fr/ldtplatform/ldt/segment/edd43ab4-b663-11e2-b92b-00145ea4a2be/44948ce8-42ea-11e2-a816-00145ea4a2be/g_2D3D1792-6D76-79E5-77CF-7A8A8EBB8EF1/c_D3920DFA-6D15-13B8-71E5-8DF4098D85EC/s_6F9D5310-C5BF-71B3-7C79-2B151A1F7631/

L'ouverture d'un nouveau musée est souvent considérée comme un moyen de redynamisation du territoire dans lequel il est implanté.

L'impact économique positif et la valorisation de l'image d'une ville grâce à l'ouverture d'un musée sont appelés l'« [effet Bilbao](#) », à cause du bilan constaté après l'ouverture du musée décentralisé Guggenheim à Bilbao.

L'attractivité d'une nouvelle architecture et d'une nouvelle muséographie de collections d'un grand musée crée une effervescence certaine. Les visiteurs se pressent aux portes de cette nouvelle institution culturelle, et ce, généralement la première année d'ouverture pendant laquelle [des offres culturelles gratuites](#) sont proposées en l'honneur de l'inauguration. Néanmoins, on peut se demander si cette attractivité n'est pas liée au nom (voire à la marque) du musée décentralisé (Guggenheim, Louvre, Centre Pompidou...) ou encore par le fait de vouloir faire parti des premiers visiteurs d'un nouveau musée. Cela pourrait expliquer la baisse de fréquentation entre la première année et les années suivantes. Néanmoins, parler de « méfait Bilbao » pour désigner cette chute du nombre de visiteurs – comme le fait Thierry Paquot dans [une conférence à l'IRI](#) - semble trop radical. Cette baisse de fréquentation (logique entre la première et la deuxième année) n'est pas forcément continue sur les années suivantes : le Pompidou-Metz a encore de [très bons résultats](#) en termes de fréquentation pour un musée situé hors de l'Ile-de-France.

En revanche, la valorisation de la ville voire de la région accueillant le musée grâce à l'ouverture de ce dernier est davantage contestable. Lorsque des touristes viennent de loin pour visiter cette nouvelle structure culturelle, ils en profitent pour visiter les alentours. Les commerçants et autres lieux culturels voient le nombre de personnes et leurs chiffres d'affaire augmenter. Mais, ils ne bénéficient seulement de l'attractivité du musée et de la localisation excentrée de leur région : la nouvelle dynamique de la ville ne dépend alors que du musée et des offres culturelles, et non pas des ressources des autres domaines.

Conférence "Muséologie 2012-12-04" avec Joëlle Le Marec et Thierry Paquot

Segment : 00 :54 :28.3 – 00 :57 :47

Permalien : http://ldt.iri.centrepompidou.fr/ldtplatform/ldt/segment/edd43ab4-b663-11e2-b92b-00145ea4a2be/44948ce8-42ea-11e2-a816-00145ea4a2be/g_2D3D1792-6D76-79E5-77CF-7A8A8EBB8EF1/c_D3920DFA-6D15-13B8-71E5-8DF4098D85EC/s_5E268F02-5FC9-BB50-EDAC-2B2E4C446034/

Les derniers musées créés sont remarquables par leur architecture. De grands cabinets d'architectes ont été sollicités pour construire ces structures selon les nouveaux principes de modernité, d'ouverture et d'insertion dans l'environnement ; et rompre ainsi avec le « musée-temple ».

Cependant, les constructions sont souvent imposantes et singulières afin d'impressionner les visiteurs et d'assurer une visibilité internationale de l'institution culturelle : l'architecture devient médiatique. D'ailleurs, le bâtiment et les architectes sont souvent mis en avant par les musées eux-mêmes [sur leur site internet](#) ou encore [dans leur programmation](#).

Cette spectacularisation porte alors préjudice aux collections. En effet, l'architecture du musée Guggenheim à Bilbao a été conçue sans qu'aucune collection ne soit affectée. Par conséquent, il y a un décalage entre le contenant et le contenu. À l'opposé, le musée du Quai Branly a été pensé en fonction des collections pour donner un premier niveau de contextualisation (le chemin principal représenterait une rivière, les couleurs des espaces indiqueraient le continent, la lumière tamisée recréerait l'atmosphère de ces continents, etc.) ainsi que pour respecter les œuvres et favoriser « l'installation des spiritualités ». Mais, les visiteurs sont davantage interpellés voire gênés par cette architecture muséographiée que par les collections exposées. Autre exemple d'architecture singulière s'inscrivant dans le paysage : le [Hanoi Museum](#) (Vietnam) -construit par un cabinet d'architectes allemands à l'occasion du millénaire de la capitale vietnamienne (3000 m² et 6 étages, rampe à spirales) – dont l'architecture représente un lotus de verre. [Cette dimension spectaculaire et médiatique ne rend donc pas hommage aux collections.](#) Le bâtiment devient une œuvre elle-même.

D'un autre côté, cet attrait pour l'architecture amène des personnes qui n'étaient pas intéressés par le type de collection présentée à venir sur place, à s'intéresser à l'institution et, par la suite, à visiter les expositions. En d'autres termes, cette spectacularisation est une vitrine pour ces collections présentées dans de nouveaux musées décentrés qui accueillent des œuvres d'un musée déjà existant.