





VIE DES  
**MUSÉES**

—  
**TEMPS**  
DES PUBLICS

AUTRES TEMPS ? AUTRES LIEUX ?  
GARDER LE CORPS À L'ESPRIT ?  
ENGAGER LE DÉBAT ?  
LE MUSÉE INDISCIPLINÉ ?

**RÉINTERROGER LES PRATIQUES  
DE MÉDIATION DANS LES MUSÉES**

**COLLOQUE 21.22.23. JUIN 2017**

PARIS ET ÎLE-DE-FRANCE 50 MUSÉES PARTENAIRES

## 1/ Autres Temps ? Autres Lieux ?

### 1.2 Le Hors-les-murs, un levier pour diversifier les publics ?

Beatrice Marciani

Si l'action hors-les-murs était autrefois une prérogative du théâtre, elle est devenue aujourd'hui une pratique courante de tous les lieux de culture, en particulier les musées. Ces derniers se sont transformés de coffres forts où renfermer les trésors nationaux en des lieux qui se rapprochent de leurs publics en sortant du cadre prédéfini.

Les institutions organisatrices de cet atelier sont de nature très différentes : elles vont de grandes structures comme la RMN-GP, le Musée du Louvre et le Musée du quai Branly-Jacques Chirac, aux petits musées parisiens comme le Musée de la Poste et le Musée de l'Assistance Publique Hôpitaux de Paris (AP-HP), en passant par le Musée de la Marine, le Château de Vincennes et le frac Île-de-France. Des représentants du monde académique ont été également invités pendant la journée (Nathalie Montoya et Laurent Fleury, sociologues des politiques culturelles) afin d'apporter un nouveau regard par rapport à celui des acteurs de terrain.

La forme de la table-ronde a semblé la plus adéquate afin d'engager le débat sur la problématique transversale de la journée : musée et politique des publics hors-les-murs, quelle méthodologie d'action à adopter en fonction de ses objectifs ? Et deux questions ont réuni les interventions autour d'un thème par demi-journée : « Le hors-les-murs, une nécessité ? » et « A la rencontre de nouveaux territoires ».

Les raisons qui ont encouragé des actions hors-les-murs peuvent être de nature assez différente : premièrement la volonté des musées de conquérir le non-public et de légitimer le visiteur éloigné à être autonome et de venir « dans les murs ». C'est le cas par exemple du musée du quai Branly-Jacques Chirac qui, à travers ses *Ateliers Nomades* dans des communautés d'agglomération franciliennes comme le Grand Paris Sud, Cergy Pontoise, Clichy-sous-Bois et Montfermeil, voulait créer une relation de longue durée avec des nouveaux publics. La méthodologie adoptée par le quai Branly met au centre la venue au musée des relais avant, pendant et après le projet, dans une optique de co-construction : la première phase consiste à amener au musée les relais afin de leur faire connaître les collections ; ensuite le musée rencontre les usagers à travers des ateliers, des concerts et en faisant sortir des œuvres et, enfin, les habitants sont invités au musée aussi après la fin du projet pour, en définitive, donner de l'autonomie au visiteur.

La même exigence de diversifier les publics et de visibilité est présente dans le projet du Musée de la Marine à Paris-Plages (édition 2016), qui voulait faire découvrir le musée et ses activités auprès d'un public éloigné de la pratique culturelle, avant leur fermeture pour travaux (mars 2017). Ce projet, mené en partenariat avec le Louvre et des centres de loisirs, prévoyait la construction d'un petit bateau avec des matériaux de recyclage et ensuite l'invitation des familles participantes à l'exposition des œuvres de leurs enfants au sein du musée. L'enquête qualitative sur la réception du projet a démontré que l'image du musée a évolué auprès des usagers : le public a perçu l'effort de l'institution de sortir de ses murs et le respect que l'institution porte envers ses visiteurs.

Le hors-les-murs peut être même vu comme une extension pérenne des actions de l'institution : l'exemple du frac Île-de-France est particulièrement éloquent, dans la mesure où le frac a comme fonction principale de diffuser sur le territoire francilien son fond d'art contemporain. Le module itinérant d'exposition *Flash Collection* est un projet de sensibilisation à l'art contemporain avec des œuvres originales, mis en place dans le réseau des lycées d'Île-de-France, dans les hôpitaux et avec les publics du champ social : le but, à travers une heure de médiation devant les œuvres, est finalement celui de faire venir les publics au siège parisien du frac et de rapprocher des publics éloignés à de l'art contemporain.

Une deuxième raison qui a stimulé les actions hors-les-murs est la fermeture temporaire d'une institution : dans ce cas, le hors-les-murs est un moyen de maintenir « accessible » le musée, pour créer de la curiosité, pour accroître la notoriété et enfin, pour faire revenir les publics dans les murs. Le Musée de la Poste a

fermé ses portes en octobre 2013 pour rénover ses espaces et ce, en vue de permettre une accessibilité totale à l'ensemble de ses publics. Une fois fermé, le musée devait rester présent dans la programmation culturelle parisienne afin de garantir une visibilité de l'institution sur les publics et ne pas se faire oublier par les scolaires qui représentent environ un quart du visitorat du musée. A ce contexte, s'ajoute aussi l'interdiction formelle de la Préfecture de déplacer les classes dans les musées parisiens, à cause de l'Etat d'urgence suite aux attentats de novembre 2015. Basé sur la logique d'une co-construction de projet avec les enseignants et les conseillers pédagogiques de circonscription, et bien que le hors-les-murs soit un véritable succès de fréquentation (442 classes en 2016), l'équipe des publics a rencontré quelques difficultés : gestion de la temporalité (musée ouvert/préparation de la fermeture/phase hors-les-murs/préparation du nouveau musée/réouverture), organisation du travail en interne et les moyens mis en œuvre. Il a également interrogé sur la future réouverture et le retour des publics dans les murs.

Une situation similaire a été vécue, avec des moyens différents, au Musée de l'Assistance publique – Hôpitaux de Paris (AP-HP) qui a fermé ses portes en 2012 : pour pallier la fermeture temporaire du musée, il s'est lancé dans une expérience de hors-les-murs virtuel. L'opération de médiation sur les réseaux sociaux avait comme finalités le dévoilement de la collection invisible et insolite du musée, le maintien du lien avec les publics en temps de fermeture et l'accroissement de la notoriété du musée. Les réseaux sociaux ont été pour l'AP-HP un miroir amplificateur des expositions itinérantes et éphémères, des événements, des coulisses : pourtant, ces actions à l'heure actuelle n'ont pas transformé un public virtuel en un public réel et les statistiques des sites web montrent que les contenus proposés, sauf les sujets fédérateurs, sont perçus comme des contenus descendants.

La troisième raison qui a incité les musées à s'investir dans le hors-les-murs est la politique ministérielle de démocratisation culturelle, qui supporte en termes budgétaires les projets d'éducation artistique et culturelle et les actions avec les publics empêchés.

La mallette pédagogique conçue par la cellule médiation-éducation de la RMN-GP, répond à la commande conjointe des ministères de la Culture et de l'Education Nationale et se veut acteur, dans n'importe quel lieu, de la sensibilisation des élèves à l'art, à travers une approche ludique. La mallette a été la base pour un projet de démocratisation culturelle dans la zone de sécurité prioritaire de Gonesse : pendant trois mois, quatre artistes aux différentes spécialités (photo, illustration, écriture, papier) ont fait explorer aux Gonessiens de tous les âges le thème du portrait dans l'art et les usagers ont ensuite réinterprété les exemples en créant leur autoportrait ou des portraits. Ces œuvres ont été ensuite exposées dans toute la ville et un livret souvenir a été offert aux participants. Ce projet a permis aux équipes de penser autrement la médiation, de valoriser les savoir-faire, de s'organiser face à la charge de travail en interne et en externe et d'entretenir un réseau de partenaires.

Les projets portés par le Château de Vincennes s'inscrivent pleinement dans la démarche vers les publics empêchés et éloignés : sur l'année l'équipe de médiation a mené trois projets en hôpitaux, un en CEF (Centre Educatif Fermé) et un autre en association délocalisée. Les typologies adoptées ont été de deux natures : l'aller-retour au Château, semblable à celui du quai Branly, et le délocalisé uniquement. Les objectifs étaient de faire connaître le monument et de faire rentrer les visiteurs dans les murs : la méthodologie adoptée mettait au cœur la co-production avec les partenaires et la valorisation, à projet terminé, du travail de chacun. L'impossibilité de « faire sortir le monument » a entraîné l'usage du numérique, ce qui a obligé les médiateurs à revoir leurs méthodes et à penser à des nouveaux outils.

Le Louvre également conduit des projets avec des publics éloignés et empêchés adultes : le cas des « Conversations » dans les hôpitaux est exemplaire de cette démarche. La méthodologie mise en place est basée sur l'échange simple et amical avec les relais sur des reproductions d'œuvres : étant donné la faible capacité de moyens, soit financiers soit humaines, le Louvre a décidé de faire appel aux volontaires en interne, ce qui pose néanmoins une grande question à propos de leur accompagnement. Les conversations ont été évaluées de manière qualitative avec les partenaires : elles ont montré que les agents et les volontaires incarnent le Musée du Louvre et les usagers apprécient, comme dans le cas du Musée de la Marine évoqué précédemment, la venue de l'institution dans leurs murs.

Il émerge de ces différentes situations, des problématiques et des bonnes pratiques communes.

Les moyens investis ont été une de ces problématiques : il ressort que ces projets sont chronophages, fatigants, coûteux et qu'il y a une difficulté à les valoriser, en termes de nombre de personnes touchées. La réponse à ce questionnement a été la co-construction avec les relais et les partenaires selon des objectifs clairs et définis, le tout dans une posture émancipatrice de l'institution : l'objectif est la fédération des compétences et de l'équipe, la création de la cohésion et l'accompagnement des acteurs. L'expérience de co-production se termine par des restitutions avec les partenaires et les usagers, afin de valoriser le travail de chacun.

Une deuxième difficulté est l'évaluation de l'effective retombée sur les usagers : la plupart des intervenants ont opéré des enquêtes qualitatives qui font apparaître un renouvellement de l'image du musée, en passant du coffre-fort à un musée du 21<sup>e</sup> siècle qui se déplace vers ses citoyens. Cette image renouvelée du musée est le fruit de la pratique « conversationnelle » adoptée par les institutions : l'incarnation de l'institution par les agents, le dialogue, le jeu, l'échange horizontal et non descendant a créé la confiance et le respect réciproque.

La troisième problématique est la conflictualité des valeurs de l'institution et les mises en œuvre proposées, ainsi qu'entre les différentes équipes : les différents ensembles de métiers, divisés entre l'univers de la conservation et l'univers de la médiation, provoquent des vraies difficultés. La solution est la posture volontariste et émancipatrice de l'institution : essayer de combler l'écart entre le grand public et les œuvres, tout en faisant éprouver l'émotion de l'institution.

La quatrième grande problématique commune est la temporalité : la mise en place de tous ces projets s'effectue sur un temps long et dans certains cas, comme celui d'une fermeture temporaire, le travail hors-les-murs redouble le travail in situ. Une autre question qui se pose, en lien avec la temporalité, est celle de la fin du projet : un projet HLM mené pendant une fermeture temporaire ne peut pas être systématiquement porté aussi après la réouverture du musée. Par contre, dans le cas d'une institution ouverte qui a comme objectif le développement de ses publics, il est important d'inscrire le projet dans la durée en anticipant la fin du partenariat et la façon de faire perdurer les effets.

Une fois le projet HLM terminé, l'enjeu est le retour véritable du public à l'établissement : le HLM n'est pas une garantie du retour des usagers dans les murs. Des exemples sont la faible participation des visiteurs virtuels de l'AP-HP aux événements physiques ou les enseignants qui préfèrent que le Musée de la Poste aille vers eux, plutôt que de revenir au musée. A l'heure actuelle, le public s'est habitué au fait que le musée sorte de ses murs, que ce soit physiquement ou virtuellement. La concurrence entre public réel et public virtuel semble évidente, le premier étant toujours moins nombreux que le deuxième. Le public peut, surtout à travers le numérique, s'approprier le musée et être dans une démarche sédentaire, gratuite, et hautement qualitative : théoriquement l'expérience virtuelle ne substitue pas l'expérience réelle, mais cela pourrait changer un jour. Le hors-les-murs peut être un vecteur pour faire récupérer davantage l'émotion et la matérialité de l'original, il restera toujours une mission de service public auprès des publics éloignés et empêchés, mais ne sera sans doute pas une aide véritable au retour à la pratique classique de la visite du musée pour tous les publics.