



CULTURE | CHRONIQUE

PAR MICHEL GUERRIN

Mon musée taylorisé

Une nouvelle musique se fait-elle entendre dans les musées ? Le refrain, en vogue depuis quarante ans, est en effet le suivant. On a construit, agrandi, rénové, et ces joyaux doivent attirer le plus de visiteurs possible. Le bon élève, c'est le Louvre. Henri Loyrette, qui vient de quitter son poste de président après douze ans de règne, a du reste confié dans nos colonnes que le public était son « combat » (*Le Monde* du 23 mars). Un public passé de 5 à 10 millions chaque année. Soit 30 000 personnes par jour. N'est-ce pas un point limite ? Peut-on encore apprécier les œuvres ? A quoi cela rime de voir toujours plus grand ? Ces questions, Henri Loyrette les balayait.

On peut le comprendre. Il n'est pas facile d'oser une politique malthusienne. Il est vaseux d'opposer l'amateur d'art éclairé au public « taylorisé » par des tour-opérateurs qui imposent une visite réduite à un best of. Manifestez un doute sur ces grappes humaines qui filment ou photographient plutôt qu'elles ne regardent les œuvres, ou qui suivent comme des moutons le petit drapeau japonais ou américain brandi par le guide dont le souci premier est de ne pas perdre ses ouailles... Illico, vous êtes taxé d'élitiste.

IL FALLAIT
ÊTRE UN PEU
NAÏF POUR
CROIRE
QU'UNE
TENTE ET
QUINZE
ŒUVRES
ALLAIENT
CHANGER
LES CHOSES

Mais voilà que le successeur d'Henri Loyrette, le spécialiste d'archéologie Jean-Luc Martinez, déclare le 3 avril dans *Next*, le supplément de *Libération* : « Recevoir cinq, puis sept, puis dix millions de visiteurs aujourd'hui, c'est très bien, mais il est temps de se poser la question : pour quoi faire ? » Bonne question. Que posent des responsables de gros musées, sans oser le dire publiquement. Il y en a un qui est très clair, c'est l'Espagnol Manuel Borja-Ville, le patron du Reina Sofia, à Madrid, qui conserve *Guernica*, de Picasso : « Annoncer plus d'entrées, comme chaque directeur de musée aime à le dire chaque année, ça ne veut rien dire, surtout lorsque les visiteurs ne peuvent plus rien voir, déclarait-il au *Monde* en 2011. Demander à un musée de "faire des entrées" sans chercher à savoir ce que nos enfants ont appris à la sortie, c'est oublier sa mission première qui vient du modèle révolutionnaire français : être le lieu de la démocratie et de l'éducation. Et non une entreprise. »

Justement, le Centre Pompidou mobile (CPM) est un projet éducatif. Depuis fin 2011 et jusqu'en septembre, le musée parisien fait tourner dans des villes moyennes un chapiteau de 1 000 m², dans lequel il présente une quinzaine de ses œuvres, et non des moindres (Picasso,

Matisse, Calder...). L'objectif est clair : « Aller au-devant de ceux qui ne vont jamais au musée », selon Alain Seban, le président du Centre Pompidou. Là encore, ce qu'on a retenu, ce sont les chiffres : 47 720 visiteurs à Cambrai (Nord) ; 35 220 à Chaumont (Haute-Marne) ; 49 000 à Libourne (Gironde)... Partout, on ne parle que de succès. Ces villes-étapes saluent ainsi « un public de proximité, pas familier avec l'art moderne et contemporain ». Au point que la ministre de la culture, Aurélie Filippetti, dont les services ont mis 1,5 million d'euros dans le projet, a parlé d'« opération exemplaire ».

Trente ans d'action de l'Etat

Un site Internet est allé voir de plus près. Qui douche ce bel enthousiasme. Ce site s'appelle « Louvre pour tous. L'info citoyenne sur les musées » (Louvrepour tous.fr). Drôle de nom pour un site. Il vient du statut de celui qui l'a créé, en 2004, Bernard Hasquenoph. Ce graphiste bataillait à l'époque contre une mesure qui obligeait les artistes et enseignants à payer leur ticket dans les musées – étrange mesure pour qui veut démocratiser l'art, mais passons. Bernard Hasquenoph a épluché les chiffres d'un sondage TNS Sofres sur la fréquentation du CPM à Cambrai, Boulogne et Chaumont. C'est peu dire qu'il a été surpris, nous dit-il, par le « fossé énorme » entre ce que pointe le sondage et les discours officiels. « Plus de 80 % des visiteurs sont des habitués des musées, dont beaucoup de retraités, plus d'employés que d'ouvriers, peu de jeunes. » Quant à l'effet « booster » du CPM sur les musées présents dans les villes où il fut installé, il est contestable.

Il fallait être un peu naïf pour croire qu'une

tente et quinze œuvres allaient changer les choses quand on sait que trente ans d'action de l'Etat, y compris le doublement du budget de la culture en 1981, n'ont en rien démocratisé l'accès à la création. La dernière enquête sur le sujet, en 2009, montre que ce sont toujours les plus riches et les plus diplômés qui monopolisent l'offre culturelle. Alors que les ouvriers s'effacent un peu plus des théâtres ou des musées.

Celui qui a bénéficié de cette opération CPM, finalement, c'est sa maison mère, qui n'en a pas besoin. Plutôt que de la jouer en solo, Beaubourg aurait pu déplacer des œuvres phares dans des musées de petites villes, ce qui aurait coûté moins cher, et aurait mis la lumière sur des lieux qui voient, pour la plupart, leur fréquentation en berne. Nombre de responsables culturels en région ont regretté ce choix d'un « Beaubourg Circus », comme l'a qualifié le site Internet La Tribune de l'art. D'autant que ce chapiteau ira encore à Aubagne (Bouches-du-Rhône), du 29 juin au 29 septembre, avant de mettre la clé sous la porte. Trop cher. Ce qui fait dire à M. Hasquenoph : « Que d'énergie et d'argent pour un résultat si maigre ! »

Finalement, le Pompidou mobile est dans l'air du temps. Le philosophe Yves Michaud expliquait en 2009 que notre époque était dominée par « le culte de l'événementiel et de l'éphémère ». Le public, on l'attire moins par des collections dans des musées que par des expositions temporaires ou des événements festifs. On ne vit plus une expérience individuelle mais collective. Pas sûr que l'éducation artistique gagne du terrain dans cette affaire... ■

guerrin@lemonde.fr

LES PETITS POLARS DU « MONDE »

Bye-bye, my love...

Lui, c'est Michel. Il bricole. A Port-Vila, la capitale du Vanuatu, la vie n'a rien d'un enfer, pour un Frenchy à la coule, qui cherche à se faire oublier après une embrouille autour d'une valise de quatre kilos de hochet di-

Le Monde

Didier DAENINCOX
Illustré par LOUSTAL

Le Monde ABONNEMENTS

ABONNEZ-VOUS

6 MOIS