



HAL
open science

Un paysage culturel dynamique : géographie historique et économique des musées parisiens

Hui Huang

► **To cite this version:**

Hui Huang. Un paysage culturel dynamique : géographie historique et économique des musées parisiens. Géographie. Université Panthéon-Sorbonne - Paris I; East China normal university (Shanghai), 2014. Français. NNT : 2014PA010627 . tel-01997963

HAL Id: tel-01997963

<https://theses.hal.science/tel-01997963>

Submitted on 29 Jan 2019

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.

**UNIVERSITÉ PARIS 1 PANTHÉON-SORBONNE
U.F.R. DE GÉOGRAPHIE
ÉCOLE DOCTORALE DE GÉOGRAPHIE DE PARIS :
ESPACES, SOCIÉTÉS, AMÉNAGEMENT
UMR 8586 PRODIG
2014**

Un paysage culturel dynamique

Géographie historique et économique des musées parisiens

Thèse pour l'obtention du doctorat en géographie
Présentée et soutenue publiquement le 10 janvier 2014

HUANG Hui

Sous la direction du Professeur Thierry SANJUAN

Membres du jury :

Mme. Muriel ROSEMBERG, MCF HDR à l'Université de Picardie
M. François MAIRESSE, Professeur à l'Université Sorbonne Nouvelle-Paris 3
M. NING Yuemin, Professeur à l'Université normale de la Chine de l'Est (Shanghai)
M. Thierry SANJUAN, Professeur à l'Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne

Un paysage culturel dynamique

Géographie historique et économique des musées parisiens

Sommaire

Sommaire	1
Remerciements	3
Introduction	4
Les musées parisiens	4
Dimension géographique de l'étude des musées	6
Démarche et méthode	18
Chapitre I. La naissance du musée depuis le XVIII^e siècle	20
Qu'est-ce qu'un musée ?	20
Étatisation : l'origine des musées	21
Diversification des musées	25
La démocratisation de la culture	36
Conclusion	39
Chapitre II. Musées, espace et identité parisiens au XIX^e siècle	40
Distribution des musées parisiens au XIX ^e siècle et caractéristiques géographiques	41
L'émergence des nouveaux territoires et les déséquilibres dans la répartition des musées du XIX ^e siècle	50
Les changements sur le plan économique et social de l'espace parisien	56
Le musée, un repère urbain	65
Conclusion	80
Chapitre III. Le musée : une influence grandissante dans la ville	83
Comment le nombre des musées est-il fixé ?	84
La géographie des musées dans la première moitié du XX ^e siècle : continuité avec le XIX ^e siècle	86
Les nouveaux musées, d'une place marginale à une place centrale	94
Conclusion	116
Chapitre IV. L'accélération de l'intégration urbaine dans la dernière décennie	119
Les évolutions du rôle et de la fonction des musées parisiens dans la dernière décennie	121

Les changements sur le plan politique (Hybridation)	128
L'état de la recherche	136
L'explication des données statistiques	138
Structure et spécificités des secteurs d'activité parisiens	141
Analyse des relations entre les musées et les autres secteurs d'activité	149
Conclusion	157
Chapitre V. « Muséalités » : esquisse d'une géographie de la production symbolique	165
La culture et sa dimension productive	166
La culture dans la société post-industrielle	168
Le musée et sa dimension productive	173
Spécificités de la production des musées	175
Recomposition spatiale des musées par rapport à leur production : un paysage muséal transformé	179
L'agglomération des secteurs de la consommation symbolique	195
Conclusion générale	206
Sources et références bibliographiques	210
Bibliographie	210
Rapports et Journaux	217
Statistiques	218
Site l'Internet	219
Tables des illustrations	221
Figures	221
Tableaux	222
Graphiques	222
Photos	223

Remerciements

Je voudrais d'abord remercier le Professeur Thierry Sanjuan, qui a accepté de me diriger et grâce à qui j'ai pu venir en France faire les recherches nécessaires et écrire cette thèse. Ces remerciements s'adressent également à l'Université de Paris I et plus particulièrement à l'École Doctorale de Géographie de Paris, qui m'ont accueilli dans leurs locaux. Monsieur Ning Yuemin, Professeur à l'Université Normale de Chine de l'Est, m'a aussi co-dirigé pour la thèse. Il a pour cela toute ma gratitude.

Plusieurs personnes m'ont apporté une aide très précieuse pour la rédaction de ce travail. Les nombreuses corrections que m'a suggérées Camille Salgues, ancien élève de l'École Normale Supérieure de Paris et ami de longue date, ont permis que ce travail soit rédigé dans un bon français. Les cartes réalisées n'auraient pas été possibles sans l'aide technique de Jean-François Cuenot. Je n'oublie pas mes camarades de rédaction à la BNF, dont le soutien m'a été indispensable : Yang Zhen, doctorant de l'Université Paris IV en Littérature, Hong qiaoyun, doctorant de l'Université Paris V en Philosophie, Lai yueshan, doctorant de l'Université Sun Yat-Sen en Philosophie. Ainsi que les camarades du laboratoire Prodig, qui m'ont apporté leur aide et leur compagnie : Antonine Ribardiere, Maître de conférences de l'Université Paris I, et Tao Xiaofan, Liao Dan, Li Bing, Carine Henriot, Marie Gibert, Etienne Monin, Emmanuel Veron, Romain Dittgen, Howard Vazquez, Léo Kloeckner. Qu'ils en soient tous remerciés ici.

Les données utilisées dans cette thèse proviennent de sources diverses. Ma reconnaissance va tout particulièrement à Jean-Christophe Castelain, chef de rédaction du *Journal des arts*, qui m'a généreusement fournies les données utilisées pour la typologie du dernier chapitre. Je voudrais aussi exprimer ma gratitude au (le Centre de documentation des musées de France, du Ministère de la Culture et de la Communication), qui m'a reçu avec bienveillance.

Finalement, mes pensées vont à tous mes proches qui m'ont patiemment soutenu tout au long de ce qui a parfois été une épreuve pour les uns et les autres : notamment ma femme, Cao Ying, et mes parents.

Introduction

Paris, capitale économique et politique de la France, ville la plus peuplée, se situe au centre du Bassin parisien, sur une boucle de la Seine, entre les confluent de la Marne en amont et de l'Oise en aval. La ville est divisée administrativement en 20 arrondissements. D'après le recensement de l'INSEE, la commune de Paris comptait au 1^{er} janvier 2009 plus de 2,2 millions d'habitants répartis sur une superficie totale de 105,40 km², ce qui correspond à une densité de 21 289 hab. /km². Paris est aussi l'une des villes européennes les plus peuplées.

L'histoire de Paris est très ancienne : un habitat permanent à Paris est attesté pour la période chasséenne (entre 4 000 et 38 000 avant J.C.), sur la rive gauche d'un ancien bras de la Seine dans le 12^e arrondissement.¹ Depuis l'époque de Clovis, vers 465 après J.C, Paris est la capitale française.

L'image la plus souvent véhiculée pour parler de Paris est celle d'une métropole culturelle rayonnant à l'international.

Si on avait demandé à un observateur du XIX^e siècle, au fait des tendances sociales, quelle ville dominerait l'économie culturelle du monde à la fin du XX^e siècle, il aurait cité certainement Paris. Il y a cent ans et plus, en effet, Paris occupait la position de capitale internationale pour les arts et la mode, la capitale du XIX^e siècle, comme l'appela plus tard Walter Benjamin, dans le titre d'une de ses œuvres.² Paris fonctionnait, il est vrai, comme un centre éminent de la créativité culturelle et de l'innovation, attirant irrésistiblement les talents artistiques français mais aussi des autres pays.

¹ INA - Vidéo en ligne du journal de FR3 du 8.10.1991 : *halles aux vins Bercy, découverte de 3 pirogues.*

² Walter Benjamin, 1939, *Paris, capitale du XIX^e siècle*, 2003, Paris, Éd. Alia.

Désormais, dans la société post-industrielle, Paris a bien su développer son avantage culturel, comme le prouvent des millions de visiteurs par an, et bénéficie du prestige de nombreuses productions culturelles, allant de l'habillement et joaillerie de la mode, au cinéma et à l'enregistrement de la musique.

Le travail qui suit propose de dresser un tableau de l'état de la culture à Paris, et examine les raisons qui peuvent expliquer pourquoi Paris est devenue une capitale culturelle mondiale, bien que, sur le plan financier, elle ne soit pas considérée à part entière comme une des « villes globales », à la différence de Londres, New York ou Tokyo, (Sassen, 2001).

Depuis les années 1960, dans le monde entier, les musées ont connu une croissance très importante. Comme le disent René Teboul et Luc Champarnaud : « Depuis une vingtaine d'années, à l'inverse de presque toutes les autres productions culturelles, les musées connaissent un succès croissant ».³ On a pu souligner à cet égard qu'il est difficile d'imaginer une activité humaine qui n'ait pas donné lieu à un ou plusieurs musées : le jouet, le pruneau, la mine, le chapeau, le cheval, les lunettes, la musique, la prison, la magie, le préservatif, le vin, l'école... « Il semble donc établi aujourd'hui qu'aucun aspect du monde contemporain n'échappe aux musées »⁴.

À Paris, on retrouve ce phénomène, surtout à partir de la fin des années 1970, mais d'une manière amplifiée, quantitativement et dans l'éventail des musées.

Les musées parisiens

Qu'est-ce qu'un musée parisien ? Il n'y a pas de définition précise. La très grande diversité du paysage muséal parisien est liée en premier lieu à une question de définition. Généralement, on considère que le musée est une institution permanente

³ René Teboul et Luc Champarnaud, 1999. *Le public des musées*, Paris, L'Harmattan, p. 9.

⁴ Jean Michel Tobelem, 2010, *Le nouvel âge des musées*, Paris, Armand Colin, p. 13.

sans but lucratif, se basant sur quatre fonctions principales : l'acquisition, l'étude, l'exposition et l'éducation. En 2007, la définition de l'ICOM (Conseil international des musées) est « une institution permanente sans but lucratif, au service de la société et de son développement, ouverte au public qui acquiert, conserve, étudie, expose et transmet le patrimoine matériel et immatériel de l'humanité et de son environnement à des fins d'études, d'éducation et de délectation »⁵.

Durant les dernières décennies, les musées parisiens ont connu de nombreux changements. Nombre des musées nationaux ou locaux sont aussi devenus gratuits le premier dimanche de chaque mois depuis janvier 2000 ; en 2004, la RMN (La Réunion des musées nationaux) est devenue Établissement public à caractère industriel et commercial (Epic) ; depuis 2004, la RMN perçoit une subvention de l'État qui se substitue aux ressources du droit d'entrée qu'elle percevait jusque là des quatre grands musées nationaux devenus établissements publics (les musées du Louvre, d'Orsay, Guimet et le château de Versailles), etc.⁶

En même temps, pour faire face à la croissance de leurs activités, les responsables de musée, tentent de développer diverses sources de financement (droits d'entrée, activités commerciales et de restauration, location d'espaces, parrainage...). Ils recherchent aussi une plus grande souplesse de fonctionnement et une autonomie plus étendue des établissements. Par ailleurs, les musées apparaissent de plus en plus concernés par des problématiques de stratégie de croissance, d'augmentation de nombre du public, d'impact socio-économique, d'attractivité touristique, d'aménagement culturel du territoire et de développement local.

Du fait de ces changements, il faut re-examiner totalement aujourd'hui la question des musées parisiens. Quel est leur statut ? S'agit-il uniquement d'établissements publics à but non lucratif, ou doivent-ils aussi être envisagés comme des entités inscrites dans l'économie productive ?

⁵ Le site de l'Icom : <http://icom.museum/who-we-are/the-vision/museum-definition.html>

⁶ « Rapport d'activité 2004 », RMN, p. 5.

Dimension géographique de l'étude des musées

Depuis longtemps, les recherches sur les musées se sont surtout concentrées sur la question culturelle. En effet, si l'on regarde les disciplines qui ont étudié ce thème, autant la littérature est abondante en muséologie (Poulot Dominique, 2005), en sociologie (Pierre Bourdieu et Alain Darbel, 1969 ; Paul Rasse, 1999), en histoire (Poulot Dominique, 2005 ; Rebecca J. DeRoo, 2006), voire en architecture et en urbanisme (Michaela Giebelhausen, 2003 ; Nick Prior, 2000), autant elle est relativement limitée en géographie. Cela, alors il s'agit d'un espace très important dans la ville.

Depuis les années 1970, les études sur la notion et les caractéristiques de « la société post-industrielle » (Bell, 1973 ; Harvey D, 1990), « la société consommation » se sont multipliées (Jean Baudrillard, 1972). Surtout, dans les années récentes, plusieurs travaux ont souligné l'ascension rapide d'un ensemble de secteurs qu'il est convenu de désigner par le terme d'« économie culturelle ». Dès son apparition, cette notion fut surtout étudiée et développée par des chercheurs français, par exemple, Sagot-Duvaurox (1994), Benhamou (1996), Bourdieu (1977), Debeauvais (1996), Flichy (1991), Miège (1986), Moulin (1992), Et Scott A.J. (2000), Scott Lash et John Urry (1994), Florida (2004)... La dimension géographique apparaît de plus en plus comme un aspect capital de l'étude de la culture, et notamment des musées.

Dans cette thèse, nous voulons développer cette réflexion sur le lien entre les musées et la géographie urbaine. D'abord, nous souhaitons montrer que le musée est un espace productif important dans la société post-industrielle. Ensuite, nous expliquerons la dimension spécifiquement symbolique de la richesse des musées dans la société post-industrielle.

« L'espace » dans la société post-industrielle

En quoi les transformations socio-économiques ont-elles affecté notre notion de l'espace ? Comment les auteurs ont-ils théorisé cette notion dans la société post-industrielle ?

À partir des années 1970, en raison des progrès techniques, de l'accélération des innovations, et surtout de l'accroissement des concurrences des pays émergents et de la nécessité de s'adapter à une demande de plus en plus différenciée et changeante, le système de production est fortement ébranlé.

Selon le sociologue américain Daniel Bell, on serait entré dans une société « post-industrielle », ce qui signifie une économie davantage orientée vers les services que la production industrielle. (Bell, 1973). Une grande partie du capital industriel investi auparavant dans les régions industrielles des pays développés fut réinvesti dans les pays émergents. Ces mutations ont beaucoup affecté les finances des villes anciennement industrialisées, engendrant à la fois l'augmentation du chômage et la diminution des emplois, et causait aussi la dévaluation des bâtiments industriels et d'autres biens immobiliers. Finalement, le revenu de la ville baisse, mettant la ville en crise économique.

Pourtant, parallèlement à cette dé-industrialisation, la « culture » basée sur la connaissance et l'innovation prenait de plus en plus d'importance dans le développement de la société post-industrielle. « L'un des traits les plus spectaculaires du capitalisme moderne est la manière dont les biens et les services qu'il produit ont un contenu esthétique et symbolique de plus en plus important » (Lash et Lury, 1994 ; Scott, 1996, 1997).

Au même moment, les théories de l'espace urbain souvent qualifiées de néo-marxistes émergeaient. Cette théorie fut surtout développée par Henri Lefebvre (1974), Manuel Castells (1975), David Harvey (1990), etc. Malgré la diversité

d'opinion entre ces auteurs, il sont d'accord pour dire que l'espace n'est pas un concept géométrique et un milieu vide, mais s'inscrit dans les rapports de production, et qu'il a un sens social. Pour ces auteurs, la production n'est pas uniquement le résultat du travail manuel ou des machines, les rapports sociaux et l'espace en font aussi partie.

L'espace selon H. Lefebvre

Si la réflexion théorique de Henri Lefebvre nous paraît ici incontournable, c'est d'abord parce qu'Henri Lefebvre est aujourd'hui un auteur important et très discuté dans le monde académique chinois. Depuis la traduction en chinois de son livre *De l'État* dans les années 1980, son influence n'a pas diminué. H. Lefebvre apparaît comme un théoricien de la modernité et de la ville. C'est dans son livre *La production de l'espace*, écrit en 1974, qu'il développe son idée de l'espace dans la société moderne.

Comment présente-t-il la notion d'espace ? Dans *La production de l'espace*, il écrit : « L'espace, Voici peu d'années, ce terme n'évoquait rien d'autre qu'un concept géométrique, celui d'un milieu vide... le concept d'espace relevait, pensait-on en général, de la mathématique et seulement de cette science. L'espace social ? Ces mots auraient surpris ». ⁷

Alors, quelle est la nouveauté de cette conception ? Selon Lefebvre : « produit de l'histoire, l'espace est le lieu de rencontre de la planification matérielle, de la planification financière et de la planification spatio-temporelle ». ⁸ Ainsi, l'espace n'est pas un concept géométrique et un milieu vide, mais apparaît comme faisant partie des rapports de production. Par exemple, pour l'analyse des espaces homogènes

⁷ Henri Lefebvre, 1974 (2000, 4^e édition), *La production de l'espace*, Paris, Anthropos, p. 8.

⁸ Ibid, p. XI.

dans les banlieues de la ville, il écrivait que : « il n'est pas besoin d'examiner longtemps les villes modernes, et les banlieues, et les constructions nouvelles... Triste évidence : le répétitif l'emporte sur l'unicité, le factice et le sophistiqué sur le spontané et le naturel, donc le produit sur l'œuvre, parce que, ces espaces répétitifs sortent de gestes répétitifs (ceux des travailleurs) et de dispositifs à la fois répétés et à répétition : les machines, bulldozers, bétonneuses, grues, marteau-piqueurs, etc. Donc, un tel espace peut-il encore se dire œuvre ? Sans conteste, c'est un produit, au sens le plus rigoureux : répétable, résultat d'actes répétitifs. ».⁹

Dans son analyse de la production de l'espace, Lefebvre a étendu le sens de la notion de « production ». En ce qui concerne la géographie, il a bousculé la notion traditionnelle et simple de l'espace. Parce que l'espace est un produit spécial, il produit à son tour. Il reproduit et influence, dirige et limite, il sert « d'instrument à la pensée comme à l'action, est, en même temps qu'un moyen de production, un moyen de contrôle donc de domination et de puissance ».¹⁰ Concrètement, « en tant que produit, par interaction ou rétroaction, l'espace intervient dans la production elle-même, organisation du travail productif, transports, flux des matières premières et des énergies, réseaux de répartition des produits... À sa manière productive et productrice, l'espace entre dans les rapports de production et dans les forces productives. ».¹¹

La notion de « production de l'espace » de David Harvey est plus concrète. Il pense que, pour l'essentiel, l'espace de la ville est une sorte d'« environnement en construction » (*building environment*), qui mélange de nombreux éléments, c'est une série de structures matérielles, par exemple, la voie, le dock, la rigole, le port, la système de traitement des eaux usées, le logement, les établissements d'éducation, les établissements de divertissement, le bureau, le parc, le parking, etc.¹² Le tissu spatial

⁹ Ibid, p. 91.

¹⁰ Ibid, p. 35.

¹¹ Ibid, p. XX.

¹² Harvey D., 1994(1985), *The Urbanization of Capital*, Oxford: Basil Blackwell, p. 104-109.

de la ville est un paysage humain matériel, pensé comme « deuxième nature » par Harvey. Il pense que, conformément à l'analyse de Marx, le processus productif fondé sur l'accumulation du capital industriel forme le « premier circuit » d'économie. Les contradictions au sein de ce processus devraient déboucher sur une crise de surproduction. Mais, selon Harvey, l'analyse de Marx ne permet pas de comprendre comment le problème est résolu. La réponse passerait par un investissement dans le « circuit secondaire », c'est-à-dire, dans l'« environnement en construction » de la ville. Selon cette analyse, le « circuit secondaire », c'est-à-dire l'espace de la ville, serait construit et re-construit comme une usine, il est produit en même temps qu'il est producteur.

À travers les contributions de Lefebvre et Harvey sur « la production de l'espace », nous pouvons comprendre l'importance profonde de l'espace de la ville, surtout dans la production sociale. C'est ici que les musées peuvent jouer un rôle important, par exemple, dans la rénovation des vieux quartiers, à travers la rénovation ou la construction de bâtiments. C'est le cas de la construction de Centre Pompidou dans les années 1970 qui connaît un grand succès et a permis de dynamiser le quartier alentour (Fleury Laurent, 2007). Ainsi donc, théoriquement, n'importe quel espace de la ville pourrait devenir « produit » s'il participe au « circuit secondaire ». C'est pourquoi, il est aujourd'hui très important de prendre en compte les caractéristiques productives des espaces culturels comme les musées.

Importance de « la production de la valeur symbolique » dans la société post-industrielle

Le fonctionnement de la ville, tel que l'a parfaitement analysé Peter Hall (1998) en géographie et en histoire, révèle toute l'importance de la culture et l'économie dans la ville, et elle prend naturellement le rôle culturel et économique. Ça fait longtemps, la ville avait fonctionné non seulement comme un centre économique, mais aussi joué

un rôle de premier plan dans la production de la culture, comme l'art, la pensée, la mode de vie, etc. Cela, alors même qu'il n'aurait pas les façons parallèles. Aujourd'hui, au début du siècle XXI^{ème}, on constate que la culture et les activités économiques sont de plus en plus imbriquées dans la vie de la ville.

Dans les années récentes, les nouvelles structures de production et de travail qui se manifestent très fortement aujourd'hui dans les pays avancés ainsi que dans certaines économies moins avancées ont été désignées par les termes « spécialisation flexible, post fordisme, économie du savoir » ou tout simplement parfois comme « nouvelle économie » (Benko, 2000). Une formulation récente se réfère à l'« économie culturelle » (Scott Lash and John Urry, 1994 ; Allen J. SCOTT, 2000 ; Florida, 2002), etc. Celle-ci recèle comme caractéristique principale un niveau élevé d'informatisation et des processus d'innovation incessants. Ces changements ont été surtout évidents dans les grandes régions métropoles du monde moderne, bien que de nombreuses villes de niveaux inférieurs dans la hiérarchie urbaine aient participées aux mêmes tendances. Cela s'observe par exemple dans des villes comme New York, Londres, Paris, etc., mais aussi dans le cas des petits centres de l'industrie artisanale de l'Italie moderne. À la lumière de ces remarques, il n'est pas étonnant que des thèmes tels que la créativité, l'innovation, l'« économie culturelle », et les villes créatives figurent sur l'agenda de recherche de nombreux géographes et sociologues de ces dernières années.

Malgré la diversité d'opinion entre les chercheurs, ceux-ci sont d'accord pour dire que l'« économie culturelle » et l'« économie industrielle » sont très importantes pour le développement économique de la ville. Comment peut-on définir cette notion d'« économie culturelle » ? De quels secteurs d'activité relève l'« économie culturelle »? Et quelles en sont les caractéristiques principales ?

La majorité des études récentes qui explorent la notion d'« économie culturelle » (ou économie créative) et sa structure sectorielle et occupationnelle tentent d'explorer davantage ce terrain par une enquête sur les conditions qui engendrent la « créativité »

dans les villes contemporaines et l'expression de celle-ci dans le développement urbain en général. Par exemple, les travaux d'Allen J. Scott, pionnier des travaux américains sur l' « économie culturelle », sont emblématiques de cette orientation de recherche.

Selon Scott (2000), dans son ouvrage *Cultural Economy of Cities*, Scott définit l' « économie culturelle » comme l'ensemble des secteurs qui produisent et distribuent des biens et services dont le contenu, se présente sous une forme esthétique ou symbolique. Ce contenu provient de savoir-faire locaux (Troisième Italie), de l'atmosphère culturelle des lieux de production (culture black, culture punk, culture féministe...). Comment délimiter cette économie ? Les secteurs sont très variables, Scott présente principalement dans son livre trois domaines économiques dans la ville. Tout d'abord, les secteurs de fabrication traditionnelle : les meubles, la joaillerie, la confection, la bagagerie... ; Ensuite, les secteurs de services : la publicité, l'architecture, l'agence touristique... ; Enfin, les secteurs ayant un contenu culturel : la presse, l'édition, l'audio-visuel, les spectacles... Scott essaie de croiser la géographie économique et la sociologie des arts pour insister sur les propriétés endogènes des valeurs symboliques et créatives, qu'il nomme aussi « système régional de créativité et d'innovation ».

L'interprétation de Scott sur l' « économie culturelle » esquisse une image générale, mais peu précise. La délimitation du champ des secteurs pose les mêmes problèmes que celui de la culture elle-même : comment peut-on définir les secteurs de l' « économie culturelle » ? Il présente plutôt un *continuum* qui contient une grande variété de produits hybrides comme les journaux, les meubles, les accessoires de voyage, les différents produits alimentaires..., il y n'a pas d'explication claire au niveau théorique. Par exemple, les secteurs les plus symboliques de ce *continuum*, représentés par le cinéma, la télévision, la musique, les jeux électroniques..., ne soulèvent aucun problème quant à leur appartenance à l' « économie culturelle ». Mais, pour les secteurs plus utilitaires, comme les meubles, la mode, la bagagerie, voire la

voiture, il n'est pas facile de comprendre pourquoi il choisit de les classer dans l'«économie culturelle».

Sur ce problème, Scott essaie de la répondre, en citant l'opinion de P. Bourdieu (1971) sur la propriété de marchandise : la valeur symbolique de marchandise pour les consommateurs est plus importante que celle de la valeur utilitaire. En d'autres termes, il y a deux aspects importants dans une marchandise pour le consommateur : d'une part, la valeur utilitaire de la marchandise elle-même ; d'autre part, la valeur symbolique. Dans la société contemporaine, la seconde valeur l'emporte sur le premier.

On retrouve des idées proches de celles de Scott dans la littérature anglo-américaine. Dans le livre *Economies of Signs and Space*, Scott Lash and John Urry disent que le capitalisme contemporain ne produit pas que de la valeur utilitaire, mais aussi une importante valeur symbolique. La valeur symbolique peut avoir un contenu cognitif et informatif, ou alors un contenu esthétique (Scott Lash and John Urry, 1994, p. 2-3). Ils affirment que, depuis les années soixante-dix, le système de production capitaliste est rentré dans une nouvelle phase d'accumulation qu'ils qualifient de « réflexive », elle est caractérisée par l'accumulation du capital constitué par la production de biens informationnels. Et, en même temps, une nouvelle couche « new service classe » émerge, elle est directement liée donc au ce nouveau principe. En effet, ils ont souligné l'emprise de l'information et la culture, mais également refusent le modèle de la production de masse.

La réflexion critique sur l'«économie culturelle» dans la production anglo-américaine pose bien l'importance de ce problème, et, les recherches montre bien les liens entre la culture et l'économie. Leurs efforts se concentrent surtout sur cet aspect au risque de perdre de vue les problèmes essentiels.

Dans la littérature française, l'approche est différente. Les travaux sont plus critiques et plus subversifs. Les éléments culturels pénètrent de plus en plus dans la société économique, en particulier les marchandises qui portent un fort message

esthétique et sémiotique. Mais, aucune conclusion ne s'en dégage, compte tenu du fait qu'une liaison évidente n'a pas pu être établie entre la culture et l'économie. Cela semble être un sujet de controverses inépuisables.

Quant aux chercheurs français, comme Jean Baudrillard, Bourdieu, H. Lefebvre, leur contribution pour l'objet qui nous intéresse se situe plutôt du côté de la critique sociale et de l'analyse philosophique.

Selon Jean Baudrillard (1972), la consommation est la dynamique ou le moteur principal de la production dans la société « post-industrielle ». D'ailleurs, la consommation n'est jamais uniquement utilitaire, pour certains biens, la dimension sociale, ostentatoire, distinctive... est essentielle. « La consommation non pas pour ce qu'elle se donne : une gratification individuelle généralisée, mais bien comme un destin social affectant certains groupes ou certaines classes plutôt que d'autres, ou par opposition à d'autres ». ¹³ C'est pourquoi, les marchandises de la société de consommation sont chargées de toutes les dimensions sociales. Et de manière concomitante, celles-ci se manifestent en même temps à travers les marchandises. Dans cette perspective, la dimension fonctionnelle de la marchandise, comme ustensile, cède la place à la dimension sociale. Par exemple, un sac Louis Vuitton, est beaucoup plus un objet ostentatoire, luxueux, distinctif [...] qu'un objet fonctionnel. Il est porteur d'une fonction sociale plus qu'utilitaire. C'est pourquoi, du point de vue de la valeur, les relations sociales liées à la marchandise sont fondamentales.

En 1972, dans son l'oeuvre *Pour une critique de l'économie politique du signe*, Baudrillard constate qu'Adam Smith et Karl Marx, comme leurs disciples libéraux et marxistes, ont beaucoup développé la notion de valeur dans le contexte de la société de consommation. La notion de valeur d'objet ou de marchandise traditionnelle, selon Marx, est composée de deux parties, la valeur d'usage et la valeur d'échange. En outre, J. Baudrillard y ajoute la valeur du signe (valeur symbolique). Selon J. Baudrillard, « C'est la valeur d'échange-signe qui est fondamentale, la valeur d'usage

¹³ Jean Baudrillard, 1972, *Pour une critique de l'économie politique du signe*, Paris, Gallimard, p. 11.

n'en étant souvent que la caution ». ¹⁴ Ici, par « valeur d'échange-signes », il ne faut nullement entendre l'un des termes de la pensée marxiste traditionnelle, mais une notion appartenant au domaine de la production des signes. En effet, principale différence entre Marx et J. Baudrillard sur la valeur de l'objet ou la marchandise tourne autour de cette distinction valeur d'usage d'objet. Marx pensait que la valeur des marchandises était composée de la valeur d'usage et la valeur d'échange. Il imaginait un rapport simple et transparent de l'homme avec les choses qu'il n'utiliserait qu'en fonction de ses besoins. Baudrillard prend à son compte la critique de la valeur d'échange mais il pensait en même temps que « la valeur d'usage, l'utilité elle-même, tout comme l'équivalence abstraite des marchandises est un rapport social fétichisé ». ¹⁵ Le sac Louis Vuitton, par exemple, peut servir à ranger ses effets personnels (valeur d'usage), vaut l'équivalent d'une semaine de salaire (valeur d'échange), peut être offert en cadeau (valeur symbolique). Évidemment, pour le sac Louis Vuitton, actuellement, la valeur symbolique en tant que cadeau l'emporte sur la valeur d'usage et l'utilité réelle.

Pour résumer, Jean Baudrillard a approfondi notre compréhension de marchandise dans la société post-industrielle, en montrant l'importance de leur valeur symbolique, c'est pourquoi les éléments créatifs culturels sont sans doute devenus des composantes fondamentales de la production économique.

En particulier, la culture est souvent perçue comme une sorte de sphère privilégiée de la créativité, libre des contraintes physiques qui entravent l'innovation. Pour cette raison, les sites disposant d'un patrimoine historique ou culturel sont appelés à jouer un rôle important dans le développement économique de la ville. Par exemple, les grands bâtiments (La Tour Eiffel), le musée et leur collections, le site ou monument historique... etc.

¹⁴ Ibid, p. 8.

¹⁵ Ibid, p. 11.

La production de la valeur symbolique et le musée

Comme nous l'avons montré, la production de la valeur symbolique est un élément essentiel des sociétés post-industrielles. Quelles sont alors les relations entre les musées et ce type de production ? Il faut revenir à la question de la société post-industrielle.

On peut ramener l'analyse de la société post-industrielle, à quelques points importants. D'abord, la société post-industrielle est une notion construite par opposition à celle de « société industrielle ». Ensuite, du point de vue de la production, elle est un système de production, qualifiée de « post-fordistes » ou d' « accumulation flexible ». Elle s'oppose par là au modèle de la production de masse, des économies d'échelle, du processus de mécanisation, de la production à la chaîne, de produits standardisés, de l'organisation d'un vaste marché (Piore, Michael J. et Sabel, Charles F., 1984). Enfin, elle est généralement marquée par les différences, le respect de la pluralité, contre l'uniformité ou la normalisation.

En d'autres termes, la société post-industrielle, en termes de valeur humaniste, est liée à la multiplication des demandes les plus diverses. Pour cela, elle combine la production de masse, et le refus de la standardisation, ce qui aboutit à l'affirmation de la diversité, de l'authenticité, de la rareté. Diversité, authenticité et rareté apparaissent par là comme les valeurs et les caractéristiques de la société post-industrielle (Scott, 2000). Il ne fait aucun doute qu'elles affectent également la production de la valeur symbolique.

Or, les musées, surtout les musées d'histoire et les musées d'art, grâce à leurs collections, possèdent automatiquement ces attributs de diversité, authenticité et rareté (Raymonde Moulin, 1992 ; René Teboul et Luc Champarnaud, 1999). De ce point de vue, les musées présentent des affinités très fortes avec la production de la valeur symbolique.

Démarche et méthode

La présente étude géographique s'intéressera aux spécificités actuelles du paysage muséal parisien, à ses différentes catégories, à ses espaces de représentation et ses espaces de production. Dans une première partie, nous essaierons de présenter le processus complexe par lequel les musées se sont développés. Les musées parisiens ne sont pas nés du jour au lendemain. Ils ont été édifiés au contraire lentement, par étapes successives, jusqu'à ce que, récemment, dans le contexte de la société post-industrielle, la culture prend de plus en plus importance dans la construction de la ville. Dans la deuxième partie, nous tâcherons alors de prouver et de démontrer le nouveau rôle et les nouvelles fonctions des musées parisiens. Le contexte actuel peut permettre aux institutions culturelles, comme les musées, de devenir un moteur de développement local ? Dans la troisième partie, enfin, nous changerons d'échelle et de perspective : nous nous attacherons à la place qu'occupent les musées, surtout les grandes musées dans la ville, et au détail des processus et des étapes de la production culturelle, du point de vue de la géographie économique.

En ce qui concerne la méthode utilisée, nous considérons que les « grands horizons » théoriques du début sont aussi nécessaires à la cohérence de l'ensemble, que le matériau empirique, les analyses de cas et les approches statistiques et cartographiques qui jalonnent les deuxième et troisième parties. Plus précisément, deux postures de recherche différentes ont guidé notre étude. En ce qui concerne les développements historiques et théoriques, la démarche adoptée demeure classique, nourrie de nombreuses lectures à partir de sources françaises et anglaises, voire chinoises. En revanche, en ce qui concerne les aspects de géographie économique de notre étude, l'approche est plus empirique, s'appuyant sur des bases de données à partir desquelles nous avons notamment cherché à construire des outils statistiques et des cartes.

Il faut souligner que, dans le domaine, sur la question des musées, il existe de nombreuses recherches spécialisées mais, autant la littérature est abondante en muséologie, architecture, urbanisme etc., autant elle est relativement limitée en géographie.

Notre souhait est que notre étude non seulement aide au déchiffrement des « envoûtements » de Paris, mais aussi, plus généralement, qu'elle contribue au renouvellement de la réflexion sur les relations entre culture et métropole. Il s'agit d'une démarche encore peu commune en géographie, qui n'a la prétention ni de présenter une « somme » ni d'épuiser complètement le sujet, mais qui tente plutôt d'explorer une nouvelle voie. Comme on dit en Chine : « il faut commencer par lancer une idée pour faire avancer le débat » (*Pao zhuan yin yu*). En cela, notre travail relève bien de l'essai géographique.

Chapitre I. La naissance du musée depuis le XVIII^e siècle

Qu'est-ce qu'un musée ?

Qu'est ce qu'un musée ? Selon la définition du Conseil international des musées (ICOM)¹⁶ :

Un musée est une institution permanente, sans but lucratif, au service de la société et de son développement, ouverte au public et qui fait des recherches concernant les témoins matériels de l'homme et de son environnement, acquiert ceux-là, les conserve, les communique et notamment les expose à des fins d'études, d'éducation et de délectation.

La définition adoptée par l'Icom est claire, elle fixe un petit nombre de missions bien délimitées pour les musées, et présente ce qu'est le statut du musée. En même temps, sans doute, c'est la définition qui permet d'embrasser le plus largement les institutions dans toute leur diversité.

André Gob et Noémie Drouguet (2010) commentent ainsi cette définition : le musée est un établissements permanent, la permanence est indispensable à sa mission de conservation. Ensuite, le musée vise l'intérêt général, il est sans but lucratif : la finalité du musée n'est pas de générer du profit, il remplit des missions au service de la société, ce qui n'interdit ni un statut privé (association, fondation), ni des activités commerciales (tickets d'entrée, boutiques). Troisièmement, le musée est ouvert au public : une collection privée ne constitue pas un musée ; et sa collection est classée, étudiée, elle fait l'objet de recherches : il ne s'agit pas d'un simple stockage des objets.

¹⁶ Voir le site de l'Icom : <http://icom.museum/who-we-are/the-vision/museum-definition.html>, consulté le 17/02/2012.

Enfin, le musée doit exposer, présenter au public : il ne s'agit pas d'un patrimoine économique, comme celui conservé dans les coffres-forts des banques.¹⁷

Cependant, au début de la période de la fondation des musées français à la fin du XVIII^e siècle, les musées français ne fonctionnaient pas de cette manière et le statut des musées est longtemps resté flou. Le fonctionnement actuel des musées en tant qu'établissements publics et culturels, chargés de l'acquisition, l'inventaire, la conservation, la présentation, l'organisation des objets de collection, est en réalité le résultat d'un développement progressif qui a commencé à sa naissance, et qui est encore en cours.

Étatisation : l'origine des musées

Étymologiquement, le terme de « musée » vient du grec *museion*, qui désignait un temple et un lieu consacré aux Muses (dans la mythologie grecque, les Muses sont les neuf filles de Zeus et de Mnémosyne.) Ce terme a été utilisé pour le premier « musée » construit à Alexandrie vers 280 av. J.-C. par Ptolémée I^{er} Soter, fondateur de la dynastie grecque des Lagides en Égypte.

Bien que l'étymologie du mot ne soit plus présente à l'esprit de la plupart des Français, la notion actuelle de « musée » est encore tributaire de cette origine, et de son lien avec les arts (les Muses), la mémoire (Mnémosyne) et le pouvoir politique. À titre de comparaison, on peut prendre l'exemple du chinois dans cette langue : il n'y a pas de mot pour le musée. Le terme que les dictionnaires proposent pour traduire « musée », *bowuguan*, est récent et il ne désigne pas l'ensemble de ce qui est considéré comme des

¹⁷ André Gob et Noémie Drouguet, 2010, *La muséologie. Histoire, développements, enjeux actuels*, Paris, Armand colin, p. 37.

musées en France. Par exemple, le musée des Sciences et technologies de Shanghai, l'équivalent chinois du musée de la Villette, utilise un autre terme (*kejiguan*).¹⁸

L'origine des musées français

Durant l'Antiquité, des collections d'objets précieux étaient conservées dans des sites sacrés tels que les temples, les sanctuaires et les tombes, ou dans la résidence d'un souverain. En plus de servir à des fins religieuses, les collections permettaient également de souligner le pouvoir du souverain, de la ville.

La Renaissance connut un regain d'intérêt pour l'Antiquité et les activités de collection en trouvèrent revigorées (Michaela Giebelhausen, 2006). On peut dire que la formation des musées est un héritage de l'Ancien Régime, de la noblesse et du clergé. Au cours du XVIII^e siècle, les collections royales ont été progressivement ouvertes à un public plus large. À partir de 1750, une sélection d'œuvres provenant des collections royales françaises a été présentée au public au Palais du Luxembourg à Paris.

Naissance des musées français

Les musées modernes français, par rapport aux autres pays européens, sont redevables de leur origine révolutionnaire. Leur construction repose sur la confiscation des biens du clergé, sur la nationalisation des anciennes collections royales et sur les conquêtes militaires.

Selon Dominique Poulot (2001), la naissance du musée français coïncide avec la Révolution : « il paraît manifester une rupture décisive avec le statut traditionnel des

¹⁸ Pour l'histoire des musées, principalement Dominique Poulot, dans son livre *Patrimoine et musées*, Paris, Hachette, 2001, qui met l'accent sur le développement parallèle des musées et du concept de patrimoine et, du même, *Une histoire des musées de France. XVIII^e-XX^e siècles*, Paris, La Découverte, 2005, qui retrace l'histoire des musées français. Aussi André Gob et Noémie Drouguet, *La muséologie. Histoire, développements, enjeux actuels*, Paris, Armand colin, 2010, p. 19.

collections ». ¹⁹ Au contraire, André Gob et Noémie Drouguet (2010) pensent que le musée français a des racines plus profondes. Selon eux :

L'émergence progressive du musée au cours du XVIII^e siècle répond à une nécessité sociale : les fondements de la collection privée, les raisons de collectionner, ne coïncident pas avec les missions que la société assigne alors, de façon plus ou moins implicite, au musée [...] La Révolution française exprime explicitement ce qu'elle attend d'un musée. Et ces attentes sont multiples, parfois contradictoires : préserver, conserver, sauver le patrimoine, s'appropriier l'héritage des rois, des aristocrates, de l'Église, des abbayes pour le donner à voir au peuple, à la nation, éduquer le peuple, former le goût des artistes, étudier l'histoire et l'archéologie au travers de ces trésors, mais aussi édifier le peuple, justifier la nation. ²⁰

De toute façon, la Révolution française met en route le grand processus d'appropriation des « biens nationaux » avec la tentation du « vandalisme », de la destruction de ce qui rappelle l'Ancien Régime. Pour assurer la sauvegarde de ces richesses, elle devra créer un espace neutre, qui fasse oublier leur signification religieuse, monarchique ou féodale : ce sera le musée. ²¹

Lors de la Révolution française, quatre musées sont créés à la fin de XVIII^e siècle.

Le 19 septembre 1792, Roland, ministre de l'intérieur, fait transporter dans les dépôts du Louvre les tableaux et objets d'art se trouvant dans la maison royale. Le 1^{er} octobre, il met en place la commission du Muséum chargée d'imaginer et d'aménager le nouvel établissement.

Le 10 juin 1793, sur un rapport de Lakanal, la convention transforme le Jardin des plantes en Muséum national d'histoire naturelle.

Le 29 septembre 1794, la convention adopte le projet de l'abbé Grégoire : former un Conservatoire des arts et métiers ; il comprendra notamment une salle d'exposition où toutes les inventions nouvelles seront présentées en mouvement.

¹⁹ Dominique Poulot, 2001, *Patrimoine et musées, L'institution de la culture*, Paris, Hachette, p. 24.

²⁰ André Gob et Noémie Drouguet, 2010, *La muséologie, histoire, développements, enjeux actuels*, Paris, Armand Colin, p. 23.

²¹ Roland Schaer, 1993, *L'invention des musées*, Paris, Gallimard, p. 51.

En 1795, pour accueillir les sculptures confisquées aux congrégations religieuses, notamment les tombeaux royaux de la basilique de Saint-Denis, le musée des Monuments français (1795-1816), créé par Alexandre Lenoir, constitue le premier musée d'histoire. Mais le musée est fermé en 1816 et les sculptures dispersées. Certaines se retrouveront plus tard au Musée national du Moyen Âge de Cluny à Paris.

La création des quatre grands musées, « qui préfigure l'essor de l'institution au XIX^e siècle est présentée, symboliquement, comme l'aboutissement des Lumières. Désormais, le peuple aura accès aux trésors amassés par l'aristocratie et l'église »²². Après la création de ces quatre musées à la fin du XVIII^e siècle, le paysage des musées parisiens commence à prendre forme (cf. figure 1. 1). À l'intérieur de celui-ci, on peut distinguer trois grandes catégories : le musée d'histoire ; le musée d'art et d'histoire ; le musée d'histoire et des sciences et des techniques. En ce qui concerne la fonction remplie par ces musées, on trouve déjà une mission de conservation et de présentation des collections.

²² Paul Rasse, 1999, *Les musées à la lumière de l'espace public*, Paris, L'Harmattan, p. 49.

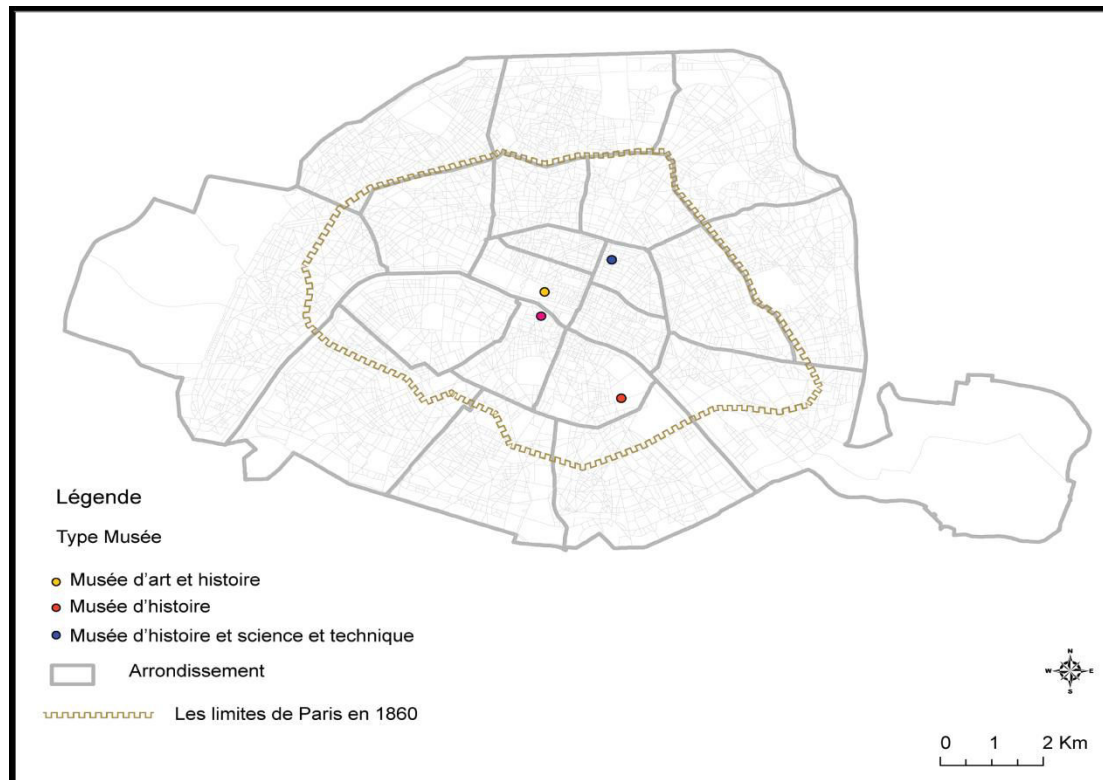


Figure 1. 1. La distribution des musées parisiens à la fin du XVIII^e siècle.
Carte réalisée par Huang Hui

Diversification des musées

Depuis l'Antiquité, même si les collections princières, royales ou impériales sont progressivement rendues accessibles à un public plus large, elles étaient pour la plupart installées dans des palais et très rares étaient les structures spécialement consacrées à cet effet. Dans la plupart des cas, l'accès supposait l'observation d'un certain code vestimentaire ou même l'obtention d'un permis. La possibilité de visiter était ressentie comme un privilège plutôt qu'un droit civique (Michaela Giebelhausen, 2006)²³. De ce fait, il vaut mieux parler de collection privée que de musée pour cette époque.

²³ Michaela Giebelhausen, "Museum Architecture: A brief History", Sharon Macdonald (dir), 2006, À

Dominique Poulot (2005) pense aussi qu'avant la Révolution française, il n'y avait pas de musée au sens public. Les collections étaient limitées aux églises, au palais royal, aux demeures aristocratiques. C'est par exemple le cas du musée de Versailles au XVIII^e siècle.

Avec la mise en place des quatre musées à la fin du XVIII^e siècle, l'image de la « galerie royale » disparaissait, au profit de l'idée d'un bien public. À la fin du XIX^e siècle, le musée est devenu un rouage indépendant au sein de la ville.

Le statut

Le concept du « musée » restait très obscur, malgré l'apparition des quatre musées à la fin du XVIII^e siècle. Le musée n'était pas un rouage indépendant et le concept de musée restait très éloigné du gros de la population jusqu'à la moitié du XIX^e siècle.

Suivant André Gob (2010), le mot de « musée » s'appliquait auparavant de façon assez imprécise. « Le mot de musée s'applique de façon assez indistincte à différents lieux et différentes pratiques, dont le point commun est sans doute la présence d'une collection, au point qu'il désigne parfois celle-ci, voire seulement sa représentation »²⁴. Mais le musée du XIX^e siècle est, de façon univoque, une institution qui accueille le public et lui présente de façon permanente ses collections.

Le statut du musée s'est d'abord exprimé par la constitution d'un cadre institutionnel. En 1795, au Louvre, il y eut un premier changement d'équipe, un nouveau Conservatoire de cinq membres apparaît. Il est composé par Hubert Robert, ancien garde des tableaux du roi, Fragonard, Pajou, ex-garde des Antiques, associés au restaurateur Picault et à l'architecte de Wailly. Le conseil d'administration du musée

companion to Museum Studies, Blackwell Publishing, p. 223-244.

²⁴ André Gob, 2010, *Le musée, une institution dépassée ?*, Paris, Armand Colin, p. 27.

central des arts le remplace ensuite, qui comprend deux administrateurs et six artistes. Le Brun y fait figure d'expert.²⁵

Le XIX^e siècle est le « temps des musées » (Germain Bazin, 1953 ; Gérard Monnier, 1995 ; Dominique Poulot, 2001). Le nombre de musées connaît une croissance notable, passant de cinq musées en 1813 à une vingtaine en 1913 à Paris. Et les principales formes du musée, lieu où sont conservées les collections publiques, se mettent en place et se développent à ce moment²⁶. Jusqu'à la veille du XX^e siècle, « la France reconnaît unanimement le musée pour l'un des symboles les moins contestables de la modernité, porteur des valeurs les plus élevées de l'humanité comme des preuves de sa fierté nationale »²⁷.

Sous la Restauration (1814-1830), le musée devient vraiment indépendant et le concept se stabilise de manière irréversible. C'est en grande partie l'œuvre du comte de Forbin (1777-1841), un authentique amateur d'art, ancien élève de David et ancien officier des armées impériales, qui vient d'être élu membre libre de l'Académie des beaux-arts, puis est nommé directeur des musées royaux le 16 juin 1816. S'appuyant sur le Conseil des musées royaux, où les membres de l'Académie des beaux-arts sont majoritaires, il impose une décision politique : l'autonomie du musée doit l'emporter sur les pressions du pouvoir et sur les aléas de la conjoncture.²⁸

Longtemps le rôle de conservateur, responsable des collections, reste mal défini. Selon, Gérard Monnier (1995), cette occupation honorifique est en général attribuée à un notable local, mais il arrive que la charge soit confiée à un praticien, à un peintre, dont on attend qu'il participe à la « restauration » des tableaux en mauvais état. Sous la II^e République (1848-1852), Étienne Jeanron, directeur des Musées nationaux, élabore les principes d'organisation que doit mettre en œuvre un responsable de collection

²⁵ Dominique Poulot, 2001, *Patrimoine et musées, L'institution de la culture*, Paris, Hachette, p. 66.

²⁶ Gérard Monnier, 1995, *L'art et ses institutions en France de la Révolution à nos jours*, Paris, Gallimard, p. 87.

²⁷ Poulot Dominique, 2001, *Patrimoine et musées, L'institution de la culture*, Paris, Hachette, p. 99.

²⁸ Gérard Monnier, 1995, *L'art et ses institutions en France, de la Révolution à nos jours*, Paris, Gallimard, p. 89.

publique : inventorier, conserver, décrire, classer, communiquer, exhiber. Cette définition dessine en creux le profil idéal du conservateur, à la fois savant et professionnel.

Sous la III^e République (1870-1940), la gestion moderne des musées se met en place dans ce nouveau cadre institutionnel. Par exemple, la nouvelle fonction de conservateur est créée. Le décret du 4 mars 1874 institue pour les musées nationaux un conservatoire, présidé par le directeur, qui délibère notamment sur les projets d'acquisition ; son avis favorable est nécessaire. Le gouvernement Gambetta décida ainsi, le 24 janvier 1882, la création d'une école d'administration des musées, l'École du Louvre, dont la fonction devait être de recruter des conservateurs, des adjoints et des attachés.

À la même époque, à l'issue de longs débats contradictoires entre ceux qui voulaient utiliser la vente des biens de la couronne à des fins sociales et ceux qui revendiquaient leur emploi « artistique », la loi de finances du 16 avril 1895 crée la Réunion des musées nationaux, couronnement de la construction administrative du secteur.²⁹

Les cadres institutionnels du statut des musées sont créés peu à peu jusqu'à la fin du XIX^e siècle. Le mot du « musée » est de plus en plus clair, selon Gustave Ollendorff (1885) : « les musées sont des établissements où l'administration conserve, classe, expose des objets dignes de curiosité et d'étude et destinés à servir de modèles pour les artistes et d'initiateurs pour le goût du public »³⁰. La conclusion de Gustave Ollendorff pour le musée montrait ce qu'étaient les caractéristiques du musée à l'époque et elle confortait l'identité des musées. Bien sûr, elle s'appliquait aussi au cas parisien.

La fonction

²⁹ Dominique Poulot, 2001, *Patrimoine et musées, L'institution de la culture*, Paris, Hachette, p. 100.

³⁰ Gustave Ollendorff et Paul Dupré, 1885, *Traité de l'administration des beaux-arts. Historique, législation, jurisprudence, écoles, musées, expositions, monuments, manufactures, théâtres*, Paris, P. Dupont, p. 511.

La fonction de musée est d'abord liée directement aux idées sociales principales de son époque. Au XVIII^e siècle, La Font définit ainsi le « muséum idéal » : « il est placé sous les auspices du grand Colbert » ; en musée « se veulent surtout au service d'une 'vénération publique' des grands hommes ». C'est « l'établissement qui incarne de manière exemplaire ce lieu, privilégié car public, où les œuvres auront l'insigne responsabilité d'illustrer les idéaux de la monarchie »³¹. Manifestement, il pensait que le musée fonctionnait comme un lieu religieux, qui offrait des sacrifices aux « grands hommes ». On ne trouve pas dans sa définition les dimensions d'éducation, de conservation, d'exposition... voire de plaisir. Jean Clair (1989) disait ainsi, à propos du conservateur du musée à cette époque : « Hier sacristain, simple gardien du trésor, le voici devenu sacerdote »³².

Après La Révolution française, l'étatisation des musées subvertissait fondamentalement les idéaux anciens du musée. Ils deviennent les lieux où sont entreposés les collections royales et aristocratiques. La fonction que remplit le musée à l'époque est donc simple : il joue essentiellement un rôle de conservation. Les idéaux sociaux qui font des musées un « temple » déclinent aussi. « Le musée révolutionnaire, ouvert largement aux foules urbaines, notamment aux 'touristes' étrangers, a fourni l'image convaincante et expressive de la conquête du patrimoine par la nation »³³. Donc, le musée perdait son auréole religieuse, au fur et à mesure qu'il acquérait sa mission laïque.

Pendant la période du « temps des musées » au XIX^e siècle, les fonctions des musées se sont multipliées. Les fonctions d'étude, d'exposition, d'animation, de

³¹ Dominique Poulot, 2005, *Une Histoire des musées de France XVIII^e-XX^e siècles*, Paris, Éditions la découverte, p. 31

³² Jean Clair, 1989, « De la modernité conçue comme une religion », dans *L'art contemporain et le musée*, 1989, Cahiers du Musée national d'art moderne Hors-Série. Centre Georges Pompidou. p. 14-18.

³³ Dominique Poulot, 2001, *Patrimoine et musées, L'institution de la culture*, Paris, Hachette, p. 70.

conservation se sont développées ensemble. On peut dire que les musées modernes se sont formés lentement à la fin du XIX^e siècle.

Selon Littré³⁴, en 1863, le musée, « anciennement temple des muses », est « aujourd'hui un lieu destiné soit à l'étude, soit à rassembler les monuments des beaux-arts et des sciences, les objets antiques ». Autrement dit : le musée devient d'abord un lieu d'étude.³⁵

Dans *le guide de Paris* édité à l'occasion de l'Exposition universelle de 1867, le directeur du musée d'Artillerie à Paris (qui deviendra le cœur du musée de l'Armée, créé en 1905) disait que le musée moderne doit faire progresser les connaissances les plus spécialisées, mais illustre aussi le principe d'un enseignement pour tous. L'idée d'un musée tel que le musée d'Artillerie est une idée moderne. En fait, les règles d'exposition suivent une nouvelle muséographie : « faire ressortir un enseignement d'une suite d'objets réunis et groupés d'après une classification raisonnée et méthodique, mettre à la disposition du public ce moyen facile et sérieux d'instruction, tel est le but qu'on s'est proposé dans l'organisation d'un établissement de cette nature »³⁶.

Plus concrètement, il pense qu'un musée comme celui qui nous occupe doit rechercher, dans chacun des objets qui le composent, les origines les plus éloignées, établir l'ordre chronologique dans les objets qui forment ces séries, en mettant en relief les pièces intéressantes par la netteté de leur caractère, leur valeur historique, la beauté de leur travail, et présenter un ensemble qui puisse marquer les esprits sans grand effort en apportant quelques connaissances nouvelles que le visiteur peut s'approprier. Surtout, il souligne les différences entre une collection et un musée, « la collection est une réunion d'un certain nombre de pièces intéressantes à un titre quelconque,

³⁴ Il est un lexicographe et philosophe français, surtout connu pour son *Dictionnaire de la langue française*, communément appelé *Le Littré*.

³⁵ Chantal Georgel (dir), 1994, *La jeunesse des musées*, Paris, RMN, p. 59.

³⁶ Dominique Poulot, 2001, *Patrimoine et musées, L'institution de la culture*, Paris, Hachette, p. 112.

rassemblées souvent sans grand ordre, et frappant les yeux, soit par une spécialité curieuse, soit par les richesses de l'art et des matières employées »³⁷.

À travers l'exemple du musée d'Artillerie, on peut voir l'évolution de la muséographie, les différences et les fonctions du musée moderne au XIX^e siècle. Germain Bazin (1953) disait que « les principales formes du musée, lieu où est conservée une collection publique, se fondent et se développent à ce moment ». En fonction des différents thèmes ou des différentes spécialités des musées, l'accent est mis sur des fonctions différentes. En suivant la conclusion de Dominique Poulot (2001), il est possible de dégager une typologie des fonctions muséales, chaque catégorie pouvant être illustrée par un exemple :

L'acquisition : on peut prendre l'exemple du musée du Luxembourg. Il s'intéresse aux artistes vivants et il est créé par Louis XVIII en 1818. De la sorte, le musée du Luxembourg apparaît comme une forme « intermédiaire » entre le Salon, où l'élève se place à côté du maître, et le Musée royal (le Louvre), où la France accueille les chefs-d'oeuvre des grands maîtres du monde entier. L'acquisition d'artistes vivants était une mission importante du musée du Luxembourg.

L'éducation : Le musée de Sculpture comparée, créé par Jules Ferry le 4 novembre 1879, illustre bien cette fonction. L'idée même de « sculpture comparée », difficilement imaginable aujourd'hui, montre bien la valeur didactique qu'avait voulu lui donner celui qui fut la figure emblématique de l'école sous la III^e République. Ouvert au public le 28 mai 1882, ce musée, qui deviendra le musée des Monuments français, est installé dans le palais du Trocadéro, au lendemain de l'Exposition universelle de 1878.

La conservation du patrimoine historique : le musée de Cluny, créé en 1844, consacré au Moyen Âge, prend la relève du musée des Monuments français. On peut aussi prendre l'exemple d'un musée d'histoire locale, le musée d'archéologie

³⁷ Penguilly L'Haridon, 1867, « Le musée d'Artillerie », Paris Guide, première partie : « Science et Art », Paris, p. 478-519. Dominique Poulot (dir), 2001, *Patrimoine et musées, L'institution de la culture*, Paris, Hachette, p. 112.

parisienne (futur musée Carnavalet), créé en 1863 (ouvert en 1880). Fondé à l'initiative d'Hausmann pour répondre aux critiques suscitées par ses destructions du vieux Paris, ce musée doit comprendre une section consacrée aux « spécimens de l'ameublement et de l'ustensillage domestique »³⁸.

Après le développement du musée pendant le XIX^e siècle, Paris a accueilli un grand nombre d'institutions muséales, relevant de catégories et de sujets les plus divers. En même temps, ces institutions commencent à développer également leurs missions modernes, l'ouverture à un public devenant plus large mais très lente. Il remplit déjà une fonction sociale en tant qu'institution de préservation du patrimoine urbain, à un moment de transformation de la ville (c'est le cas du musée Carnavalet) et en tant qu'institution d'exposition moderne au moment de l'Exposition universelle (le musée de Sculpture comparée)³⁹. Ce n'est pas qu'un lieu qui accueille les œuvres, mais une institution importante pour la ville et bien identifiée au même titre que l'école, la bibliothèque.

Les acteurs

Les acteurs du musée représentent des forces qui jouent un rôle de premier plan dans le musée. Les rôles des différents acteurs changent selon les époques. Dans le régime monarchique, l'action sur les arts et l'institution muséale sont centrés sur la volonté personnelle du roi (Gérard Monnier, 1995). Au fur et à mesure d'un long déclin du monopole du pouvoir central, d'autres acteurs ont commencé à participer à ce processus de création du musée. Parallèlement, le musée était en train de devenir un rouage du système culturel, au service de la prospérité publique à la fin du XIX^e siècle.

Gérard Monnier dans son travail sur *L'art et ses institutions en France* (1995), pense que l'administration des musées appartient à la Couronne à l'époque de la

³⁸ Dominique Poulot, 2005, *Musée et muséologie*, Paris, La Découverte, p. 33.

³⁹ Léon Pressouyre (dir), 2007, *Le musée des monuments français*, Paris, Cité de l'architecture et du patrimoine, p. 11.

Restauration et la monarchie de Juillet (1814-1847). Par exemple, les musées royaux ont pour objet à cette époque « la conservation des ouvrages d'art tant anciens que modernes, en peinture, sculpture et gravure, qui appartiennent à la Couronne ; [ainsi que] l'encouragement des artistes, la direction et la surveillance des travaux qu'on leur a confiés, soit à titre de libéralité royale, soit pour le service de la Couronne »⁴⁰. Les deux services du musée dépendent de la Couronne. Concernant l'administration, il précise : « le Conseil des musées royaux, composé d'artistes et d'amateurs, la plupart étant académiciens, se constitue en jury du Salon »⁴¹. Sous la monarchie de Juillet, « les musées et les grandes manufactures sont rattachés de nouveau à la Couronne et relèvent donc de la liste civile, c'est-à-dire de la partie du budget attribuée à la Maison du roi »⁴². Évidemment, le pouvoir central était le seul acteur et jouait un rôle absolu dans le domaine du musée.

De ce fait, les premiers musées furent beaucoup affectés par l'État ou le pouvoir royal. En effet, le musée du Louvre, les musées des arts et métiers, le musée d'histoire naturelle fut créé par l'État ; de même, le musée du Luxembourg fut créé par Louis XVIII en 1818. Ces exemples témoignent du rôle du pouvoir central dans la construction des musées parisiens à cette période, entre la fin du XVIII^e siècle et la première moitié du XIX^e siècle.

Avec le développement des musées, leur statut se précise et leurs missions se diversifient. D'autre acteur apparaissent alors à partir de la seconde moitié du XIX^e siècle.

C'est le cas des donateurs : « à partir de la Restauration, et progressivement, les dons aux collections publiques constituent une source importante de l'enrichissement des musées, à commencer par le musée du Louvre »⁴³. Parmi les donateurs :

⁴⁰ Gérard Monnier, 1995, *L'art et ses institutions en France, de la Révolution à nos jours*, Paris, Gallimard, p. 50.

⁴¹ Ibid., p. 50.

⁴² Ibid., p. 50.

⁴³ Ibid., p. 93.

On trouve les modèles des portraits et leurs descendants, qui cherchent dans le musée un lieu privilégié, capable, plus que tout autre, de protéger efficacement l'image du modèle de l'oubli [...] en particulier dans la seconde moitié du XIX^e siècle : ces dons portent un témoignage très concret sur la première place que l'institution des musées a prise dans la représentation et dans la consécration des œuvres d'art. En 1887, Juliette Courbet donne au Louvre l'Enterrement à Ornans. En 1862, le duc de Luynes lègue une importante collection au cabinet des Médailles. En 1906, Alfred Chauchard, dont les Grands Magasins du Louvre ont fait la richesse, léguera par testament au musée du Louvre une importante collection de peintures et de sculptures du XIX^e siècle.⁴⁴

L'ampleur de ces dons et la générosité des donateurs consacrent l'intégration exceptionnelle de l'institution du musée dans la culture des élites sociales de la seconde moitié du XIX^e siècle. À Paris, on peut encore citer le musée Guimet, créé en 1885. Fondé à Lyon en 1878, par M. Émile Guimet, au retour d'une mission pour étudier les religions de l'Extrême-Orient, il a été transféré à Paris en exécution d'une loi du 8 août 1885. De même, le musée Cernuschi, près du parc Monceau était l'ancien hôtel de M. Cernuschi, qu'il a légué en 1895 à la Ville de Paris avec ses collections d'objets de la Chine et du Japon célèbres dans le monde de l'art. Les exemples de ce type sont nombreux.⁴⁵

En outre, la municipalité a joué un rôle de plus en plus important dans le domaine de la création des musées. Elle est devenue un acteur assez important au cours du XIX^e siècle. Par exemple, à cause des grands travaux d'Haussmann dans la seconde moitié du XIX^e siècle à Paris, beaucoup de vieux quartiers ont été détruits. La création du musée Carnavalet de la ville de Paris est directement liée au regret de voir disparaître une partie du tissu traditionnel de la ville. Haussmann dans ses *Mémoires* oppose aux regrets stériles des antiquaires devant la disparition du vieux Paris son action conservatrice des restes les plus intéressants. Il rappelle qu'à son initiative, la Ville de Paris a acheté, en 1866, l'hôtel Carnavalet pour y fonder un musée d'histoire de la Cité

⁴⁴ Ibid., p. 93-94.

⁴⁵ Paul Joanne, 1900, *Paris et ses environs -1900*, Paris, Hachette et C^{ie}, p. 250 et p. 257.

qui doit comprendre « des vues de l'intérieur des habitations, des spécimens de l'ameublement et de l'ustensillage domestique suivant des séries chronologiques, faisant ressortir leurs différences et leurs progrès à diverses époques »⁴⁶.

Le musée Carnavalet est-il le premier musée qui ait appartenu à la Ville de Paris ? Il est difficile d'utiliser ces catégories modernes pour cette époque. Toutefois, le fait de nombreux musées appartenant à la Ville de Paris montre l'importance et la contribution du rôle de la municipalité.

La figure 1. 2 présente les acteurs aux différents stages de la création des musées à Paris. D'abord, les quatre premiers musées sont créés par le pouvoir central absolu ; ensuite, les acteurs se sont multipliés.

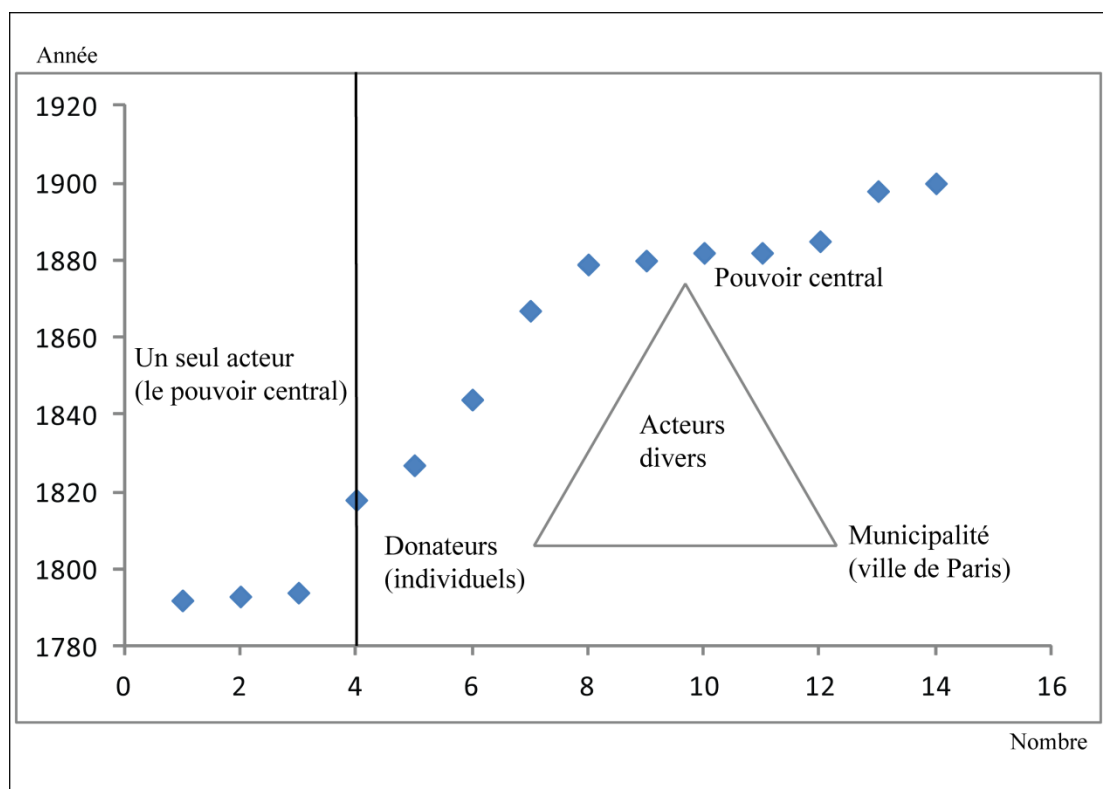


Figure 1. 2. Les acteurs de la création des musées à la fin du XIX^e siècle.

Source : selon Chantal Georgel, il y avait 15 musées à Paris jusqu'à 1900. Chantal Georgel (dir), 1994, *La jeunesse des musées, les musées de France au XIX^e siècle*, Paris, musée d'Orsay, Édition de la réunion des musées nationaux, p. 358.

⁴⁶ Dominique Poulot, 2005, *Musée et muséologie*, Paris, La Découverte, p. 33.

En résumé, à travers l'analyse de trois aspects essentiels (le statut, la fonction et les acteurs), nous avons montré que le musée est un établissement « indépendant » de la ville dans le sens où il est devenu une institution à part entière, au même titre que l'école ou l'hôpital. Des collections royales et impériales à un lieu public ; d'une fonction religieuse à une diversité de fonctions ; du pouvoir royal comme seul acteur à une pluralité d'acteurs (l'individu, la municipalité et le pouvoir central) : ces évolutions résument les processus de la muséification de la culture.

La démocratisation de la culture

L'ouverture du musée à un large public demeure toujours un problème très important pour le développement des musées. Comment les tentatives d'une plus grande démocratisation de l'accès à la culture affectent-elles les rôles, les responsabilités et les activités des institutions muséales ? À partir du début de XIX^e siècle, ce problème de l'ouverture commençait à émerger.

La question de l'ouverture des musées

En 1750, le roi Louis XV a fait une concession : une galerie du palais du Luxembourg est ouverte au public, le mercredi et le samedi ; on y a disposé une centaine de tableaux de la collection royale, italiens, flamands et français, présentés de manière éclectique.⁴⁷ La collection royale commençait à s'ouvrir au public.

De fait, la création de premiers quatre musées à la fin du XVIII^e siècle visait à conserver les chefs-d'œuvre des biens nationaux et protéger les collections royales du vandalisme. Officiellement, ils deviennent public, ouverts à tous. Mais, selon Paul

⁴⁷ Roland Schaer, 1993, *L'invention des musées*, Paris, Gallimard, p. 46.

Rasse (1999), qui surtout parle des musées de beaux-arts, « leur mission est bien de maintenir à distance la populace iconoclaste, avide de pillage et de vengeance, exécrant tout ce qui est censé rappeler l'ancien régime »⁴⁸.

La situation concrète concernant l'accès au musée au début du XIX^e siècle est mal connue. On ne trouve guère de sources qui donnent quelques précisions sur l'importance numérique de cette situation. D'après l'étude de Jean Galard (1993), chef du service culturel du musée du Louvre, il n'y a « aucun document qui permette de mesurer la possible, la probable diminution du public après 1815, ni d'évaluer le degré de fréquentation du Louvre pendant la Restauration et la monarchie de Juillet ». Jusqu'au milieu du XIX^e siècle « la forte affluence n'est pas quotidienne. Elle est surtout dominicale, il ne pouvait guère en être autrement avant 1855. Le musée, jusqu'alors, n'était ouvert au public que le dimanche, les autres jours étant réservés aux artistes et aux étrangers »⁴⁹.

La comparaison entre les deux périodes

On ne trouve pas de chiffres concernant, par exemple, la fréquentation des musées. On peut trouver en revanche des indications intéressantes sur les horaires.

D'abord, au début du XIX^e siècle, le guide de Bouge⁵⁰ sur Paris en 1808 nous permet de découvrir la situation des musées à ce moment-là. Il présente deux sites muséales dans l'ouvrage : le premier, le musée Napoléon dans le palais du Louvre ; la seconde, la ménagerie et les galeries dans le Jardin des plantes. « Le musée Napoléon est ouvert au public les samedis et dimanches, de 10h le matin à 4h l'après-midi » ; « les galeries sont ouvertes au public les mardis et les vendredis de chaque semaine, de 15 heures à la nuit, dans l'automne et l'hiver ; et depuis 4 heures jusqu'à la nuit, dans le

⁴⁸ Paul Rasse, 1999, *Les musées à la lumière de l'espace public*, Paris, l'Harmattan, p. 52.

⁴⁹ Jean Galard, 1993, *Visiteurs du Louvre*, Paris, Éditions de la RMN, p. 187-188.

⁵⁰ Bouge J.B., 1806, *La boussole, ou le Guide des étrangers dans Paris Et ses faubourgs, avec un plan topographique, et orné du portrait de l'empereur*, Bruxelles, Publié par J.B. de Bouge, p. 43 et p. 54.

printemps et l'été ». Quant à la ménagerie, elle « est ouverte tous les jours, sans exception, de 11 à 17 heures ».

Le guide de Bouge présente donc clairement les horaires. Les deux sites muséales sont ouverts au public, surtout pour les voyageurs, mais seule la ménagerie était ouverte tous les jours, l'autre site est ouvert quelques jours par semaine.

À la fin du XIX^e siècle, dans le guide Baedeker (1900) *Paris et ses environs, manuel du voyageur*, 12 musées parisiens sont présentés au visiteurs et voyageurs. Il est possible de dégager trois catégories par rapport aux horaires d'ouverture. La première concerne les sites qui ouvrent au public presque tous les jours, mais normalement sauf lundi et fêtes. C'est le cas, par exemple, du musée Guimet :

« Musée Guimet, il est public tous les jours, sauf le lundi, de midi à 4h, en été est 5h »⁵¹. 8 sites sur 12 sont dans ce cas là.

La seconde catégorie concerne ceux qui limitaient les jours d'ouverture. Par exemple, le musée d'artillerie :

« Les musées des Invalides sont visibles les mardis, les jeudis et les dimanches. Seulement, de midi à 3h du 1^{er} nov au 31 janv. Et 4h le reste de l'année »⁵². 3 musées appartiennent à cette catégorie.

Dans la dernière catégorie, seule « la visite avec une autorisation du directeur » est possible, un seul musée est dans ce cas-là, il s'agit du musée monétaire.

« On visite avec une autorisation du directeur, les mardi et vendredi, de midi à 3h. Cette autorisation, qu'il faut demander par écrit, est valable pour 4 ou 5 personnes »⁵³.

Par rapport au guide Bouge au début du XIX^e siècle, le guide Baedeker confirme que le XIX^e siècle à Paris est « le temps des musées », tant pour le nombre que pour l'ouverture des jours. La plupart des 12 musées mentionnés sont ouverts au public tous les jours (sauf lundi et fêtes), on peut donc penser que l'accès au public pour les musées

⁵¹ Baedeker, Karl (1801-1859) Quatorzième édition, 1900, *Paris et ses environs, manuel du voyageur par K. Baedeker*, Paris, Paul Ollendorff, p. 158.

⁵² Ibid., p. 271.

⁵³ Ibid., p. 245.

parisiens avait été « normalisé ». C'est surtout le cas des musées concentrés dans le quartier de l'Exposition universelle, près du coteau du Trocadéro, par exemple : le musée Guimet, le musée Galliéra, le musée de Sculpture comparée, le musée d'ethnographie. Ils sont ouverts presque tous les jours au public.

De point de vue spatial, selon le guide Baedeker, la distribution dans l'espace des musées est plus large qu'au début du XIX^e siècle.

Dans tous les cas, les deux guides nous offrent des documents historiques importants et la comparaison entre les deux permet de découvrir une évolution des musées parisiens au cours du XIX^e siècle. Le nombre des sites, l'ouverture des jours et la distribution dans l'espace montrent que les musées parisiens ont connu un processus de démocratisation à la fin du XIX^e siècle.

Conclusion

En conclusion, ce chapitre tente de répondre à une question : comment le musée est devenu un établissement à part entière, une institution indépendante. D'après Chantal Georgel (1994), « un musée est devenu l'ornement de la ville, mais nécessaire »⁵⁴.

Nous avons essayé d'analyser l'évolution des musées parisiens sous trois angles : l'étatisation, la muséification et la démocratisation. À la fin du XIX^e siècle, le concept du musée est accepté par la société, il a pénétré l'esprit du public. Par exemple, son statut est devenu clair, ses fonctions se sont multipliées, ses acteurs se sont diversifiés. Enfin, comme l'école, l'hôpital, voire l'église, ses frontières et son rôle se sont précisés. Tout au long du XIX^e siècle, la société a influencé les musées qui, en retour, en illustrent et promeuvent certaines valeurs.

⁵⁴ Chantal Georgel(dir), 1994, *La jeunesse des musées, les musées de France au XIX^e siècle*, Paris, musée d'Orsay, Édition de la réunion des musées nationaux, p. 15.

Chapitre II. Musées, espace et identité parisiens au XIX^e siècle

Le XIX^e siècle est « le temps des musées » en France, il faut entendre par là une période de temps assez large, qui dépasse le XIX^e siècle au sens strict du terme, où l'institution muséale connaît de nombreuses transformations et où elle acquiert de nouvelles caractéristiques. Selon Gob et Drouguet (2003), tout d'abord, « le temps des musées » au XIX^e siècle est marqué par une « véritable frénésie de création de nombreux musées » à travers le siècle ; ensuite, les thématiques des musées sont diversifiées. Enfin, la muséographie du XIX^e siècle est très caractéristique : « on montre tout ce que l'on possède »⁵⁵. Pour Germain Bazin, s'il s'agit « du temps des musées », c'est parce que « les principales formes du musée, lieu où est conservée une collection publique, se fondent et se développent à ce moment »⁵⁶. Dans ce contexte particulier, les musées au XIX^e siècle présentent une image nouvelle et plus diverse qu'auparavant. Commentant leurs caractéristiques et leur inscription sociale, Chantal Georgel (1994) écrit :

« Le musée, lieu de conservation et d'exposition des 'produits de la nature, des sciences et des arts', ainsi que le définit le siècle des encyclopédistes — ses fondateurs —, s'est imposé au XIX^e siècle comme l'une de ses institutions majeures. Et le musée fut l'expression de quelques-unes des principales préoccupations du XIX^e siècle, qu'elles soient réelles ou purement symboliques [...], le musée s'inscrit paradoxalement, puisque l'œuvre d'art est censée ne pas être une marchandise, même de luxe, dans la logique du siècle industriel, siècle des Expositions universelles, dont il est une des 'cathédrales' inscrite dans le paysage urbain et dans l'espace politique de la ville »⁵⁷.

⁵⁵ André Gob et Noémie Drouguet, 2003, *La muséologie*, Paris, Armand Colin. p. 32.

⁵⁶ Gérard Monnier, 1995, *L'art et ses institutions en France de la Révolution à nos jours*, Paris, Gallimard, p. 87.

⁵⁷ Chantal Georgel (dir), 1994, *La jeunesse des musées, les musées de France au XIX^e siècle*, Paris, musée d'Orsay, Édition de la réunion des musées nationaux, p. 16.

De ce fait, les musées ont pris une dimension nouvelle sur le plan social. Même si les situations sont très diverses, à travers le XIX^e siècle, surtout dans la seconde moitié du siècle, les nombreux musées créés en France, esquissent un paysage muséal cohérent, notamment à Paris.

Distribution des musées parisiens au XIX^e siècle et caractéristiques géographiques

Les musées parisiens se sont développés rapidement pendant le « temps des musées ». Comment peut-on définir les musées parisiens qui appartiennent au « temps des musées » du XIX^e siècle ? Selon Chantal Georgel (1994), leur nombre augmente régulièrement tout au long du XIX^e siècle jusqu'en 1913 : si l'on ajoute aux 16 musées créés à cette époque les 3 premiers musées créés à la fin du XVIII^e siècle, il y avait en tout 19 musées à Paris (cf. tableau 2. 1). Paris concentrait déjà le plus grand nombre de musées en France à l'époque.

Pour mieux comprendre la structure et les caractéristiques des musées parisiens à l'époque, il faut mettre en lumière les processus de décomposition et recomposition du paysage muséal en fonction du lieu, de la date de création et de la catégorie de musée.

Le tableau 2. 1 montre que les musées parisiens à l'époque correspondent à une division des objets exposables en quatre catégories (Georgel, 1994)⁵⁸ : les beaux-arts (musée du Luxembourg), les vestiges du passé national (musée de Cluny), les techniques (conservatoire national des arts et des métiers), les productions naturelles (musée national d'histoire naturelle). Si l'on reprend la division que nous proposons dans le premier chapitre, on peut aussi dire qu'on est passé de 3 catégories (musée

⁵⁸ Chantal Georgel (dir), 1994, *La jeunesse des musées, les musées de France au XIX^e siècle*, Paris, musée d'Orsay, Édition de la réunion des musées nationaux, p. 359.

d'histoire ; musée d'art et d'histoire ; musée d'histoire des sciences et techniques) à la fin du XVIII^e siècle à 5 catégories (s'y ajoutent en effet les musées d'art et musées d'ethnologie). En même temps, la distribution dans l'espace s'est étendue, au moins, du centre de Paris vers l'ouest dans le XVI^e arrondissement, vers le nord dans le IX^e arrondissement. Du point de vue de la date de création, on peut constater aussi des phénomènes intéressants : par exemple, la plupart des musées du XIX^e siècle sont créés après 1870.

On voit que les raisons de la création des musées relèvent de logiques distinctes, marquées par l'année de la création, le choix de l'arrondissement et le type de musée. Ces trois dimensions résument les multiples enjeux spatiaux liés au musée : le musée est un moyen d'observer l'histoire d'un lieu, de conférer une identité et de marquer l'espace. Ainsi les transformations des musées offrent un prisme privilégié pour comprendre en détail les changements à Paris au XIX^e siècle.

L'étude de la répartition des musées en relation avec leur date et leur lieu de création peut être un indicateur intéressant de la perception des caractéristiques attribuées à un espace et de la production des identités territoriales. Quelles sont les logiques à l'œuvre derrière la localisation des différents musées ?

À l'aide du logiciel géographique Arcgis 10.0, et d'après des données statistiques fournies par Chantal Georgel (1994) sur les musées parisiens au XIX^e siècle, nous avons établi trois nuages de points qui permettent de montrer les corrélations des musées parisiens entre leur localisation, leur date d'édification et leur typologie (cf. figures 2. 1, 2. 2, 2. 3 ci-dessous).

Selon la figure 2. 1, elle bien manifeste les caractéristiques de la distribution des musées concernant le lien entre le temps et le lieu. On voit tout d'abord qu'il y a une limite près de l'année 1880, qui divise les points (les musées) en deux zones : la première zone, avant 1880, correspond à des points dispersés dans un espace qui se déploie entre le I^{er} arrondissement et le VI^e arrondissement. Mais, après 1880, on voit

clairement deux ensembles de points, le premier, dans le XVI^e arrondissement, et le second autour des VII^e, VIII^e, et IX^e arrondissements.

La figure 2. 2 présente les relations entre l'année de la création et le type de musées. On peut voir surtout le rôle des nouvelles catégories qui émergent au XIX^e siècle. La figure montre d'abord que, du point de vue du nombre, la catégorie du « musée d'histoire » est la mieux représentée, avec huit musées qui appartiennent à cette catégorie. La catégorie du « musée d'art » se place au deuxième rang, avec 5 musées. Viennent ensuite les « musées d'art et d'histoire » (4 musées). Enfin, le « musée d'histoire et des sciences et techniques » et le « musée d'ethnologie », qui ont chacun un seul musée.

La figure 2. 2 indique la répartition des différents types de musées. C'étaient les « musées d'histoire » qui dominent à Paris jusqu'à 1880. Après cette date, leur nombre a reculé au profit de l'émergence des musées d'art. après 1880, au moment où l'édification de 4 musées d'histoire, 4 musée relevant de la catégorie « musée d'art » et 3 de celle de « musée d'art et d'histoire » ont été créés.

Par rapport au XVIII^e siècle, deux nouvelles sortes de musées apparaissent au XIX^e siècle : ces sont les « musées d'art » et les « musées d'ethnologie ». Du point de vue de la date de la création, les musées relevant de ces deux nouvelles catégories sont créés après l'année 1879 (musée d'ethnographie dans le Palais du Trocadéro), à une exception près : le musée du Luxembourg, créé en 1818 et qui relève de la catégorie « musées d'art ».

La figure 2. 3 montre la relation entre le lieu (arrondissement) et le type de musées (catégorie). Elle présente la répartition des différentes catégories des musées dans les arrondissements. On constate que la diversité de catégories est maximale dans le I^{er} arrondissement et le XVI^e arrondissement, avec 3 catégories chacun. Ensuite, le VIII^e arrondissement présente deux catégories (« musée d'art » et « musée d'art et d'histoire »), le III^e arrondissement présente deux catégories aussi (« musée d'histoire et des sciences et techniques » et « musée d'histoire »). 6 arrondissements possèdent un

musée relevant de la catégorie « musée d'histoire », qui est la catégorie la mieux représentée du point de vue de la distribution. Ensuite, c'est la catégorie de « musée d'art », qui est présente dans 4 arrondissements ; la catégorie de « musée d'art et d'histoire » est répartie dans 3 arrondissements. Quant à la distribution des deux nouvelles catégories de musées apparues au XIX^e siècle, notamment les « Musées d'art », on voit qu'elles sont à l'ouest de Paris, dans les I^{er}, VI^e, VIII^e et IX^e arrondissements.

N°	Nom du Musée	Année de fondation	Arrondissement actuel	Catégorie
1	Louvre	1792	I ^{er}	musée d'art et d'histoire
2	Musée national d'histoire naturelle	1793	V ^e	musée d'histoire
3	Conservatoire national des arts et des métiers	1794	III ^e	musée d'histoire et des sciences et techniques
4	Musée du Luxembourg	1818	VI ^e	musée d'art
5	Musée de la Marine	1827	I ^{er}	musée d'histoire
6	Musée de Cluny	1844	V ^e	musée d'histoire
7	Musée des Archives nationales	1867	III ^e	musée d'histoire
8	Musée d'Ethnographie	1879	XVI ^e	musée d'ethnologie
9	Musée Carnavalet	1880	III ^e	musée d'histoire
10	Musée des Sculptures comparées	1882	XVI ^e	musée d'histoire
11	Musée des Arts décoratifs	1882	I ^{er}	musée d'art
12	Musée Guimet	1885	XVI ^e	musée d'art et d'histoire
13	Musée Cernuschi	1898	VIII ^e	musée d'art et d'histoire
14	Musée des beaux-arts de la ville de Paris	1900	VIII ^e	musée d'art
15	Musée Victor Hugo	1902	IV ^e	musée d'histoire
16	Musée Gustave moreau	1903	IX ^e	musée d'art
17	Musée de l'Armée	1905	VII ^e	musée d'histoire

18	Musée d'Ennery	1906	XVI ^e	musée d'art et d'histoire
19	Musée Jacquemart-André	1913	VIII ^e	musée d'art

Tableau 2. 1. Les musées parisiens au XIX^e siècle.

Source : L'information des musées vient de l'étude de Chantal Georgel (dir), 1994, *La jeunesse des musées, les musées de France au XIX^e siècle*, Paris, musée d'Orsay, Édition de la réunion des musées nationaux, p. 358-359.

Note : le musée des Monuments français est fermé en 1816 et une partie de ses collections sont transmises au musée de Cluny créé en 1844 ; le musée d'Artillerie devient le cœur du musée de l'Armée, créé en 1905.

Figure 2. 1. Les relations des musées entre « arrondissement » et « date de création »

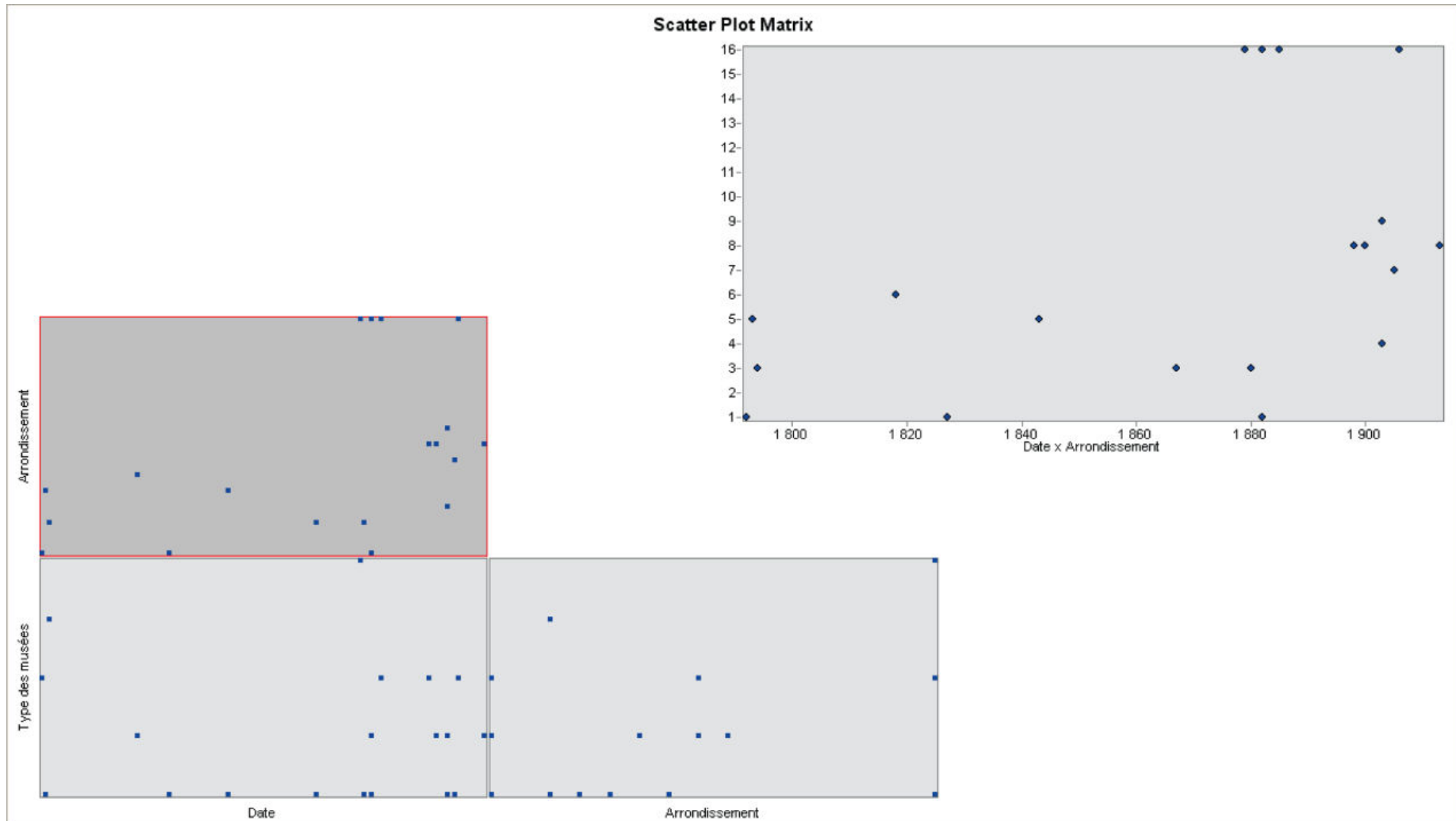


Figure 2. 2. Les relations des musées entre leur typologie et leur date de création

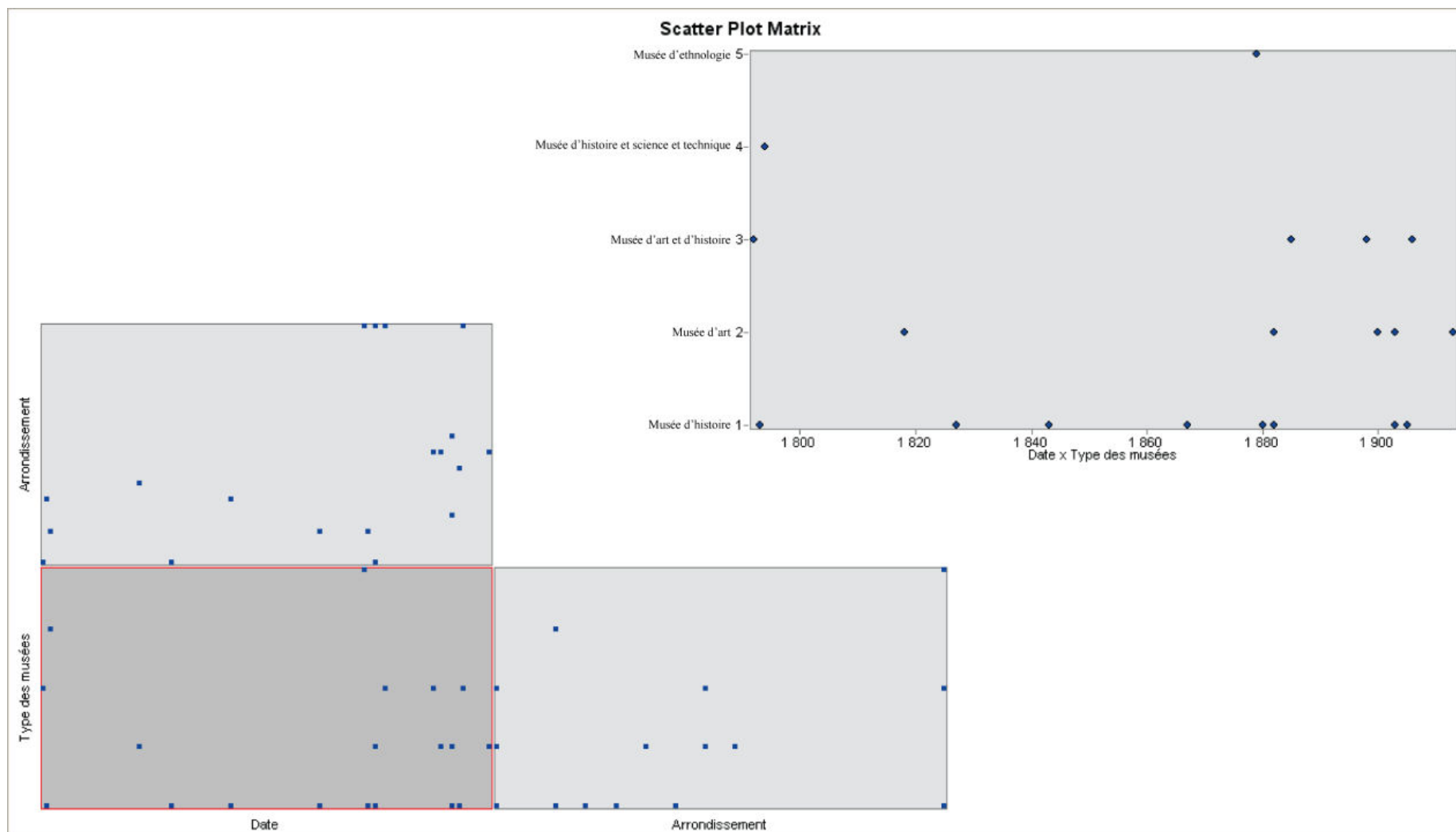


Figure 2. 3. Les relations des musées entre leur typologie et leur localisation « en arrondissement »

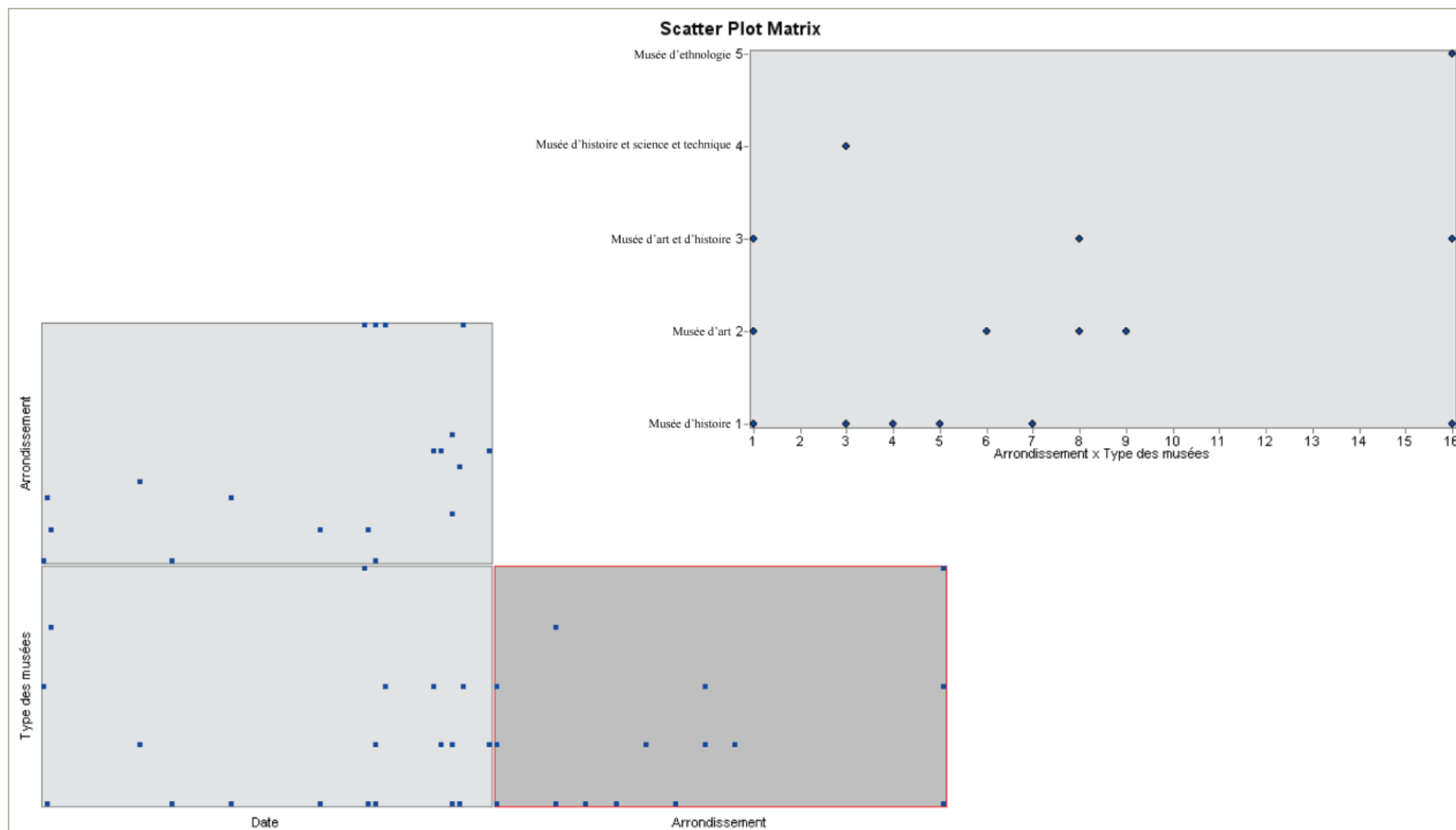
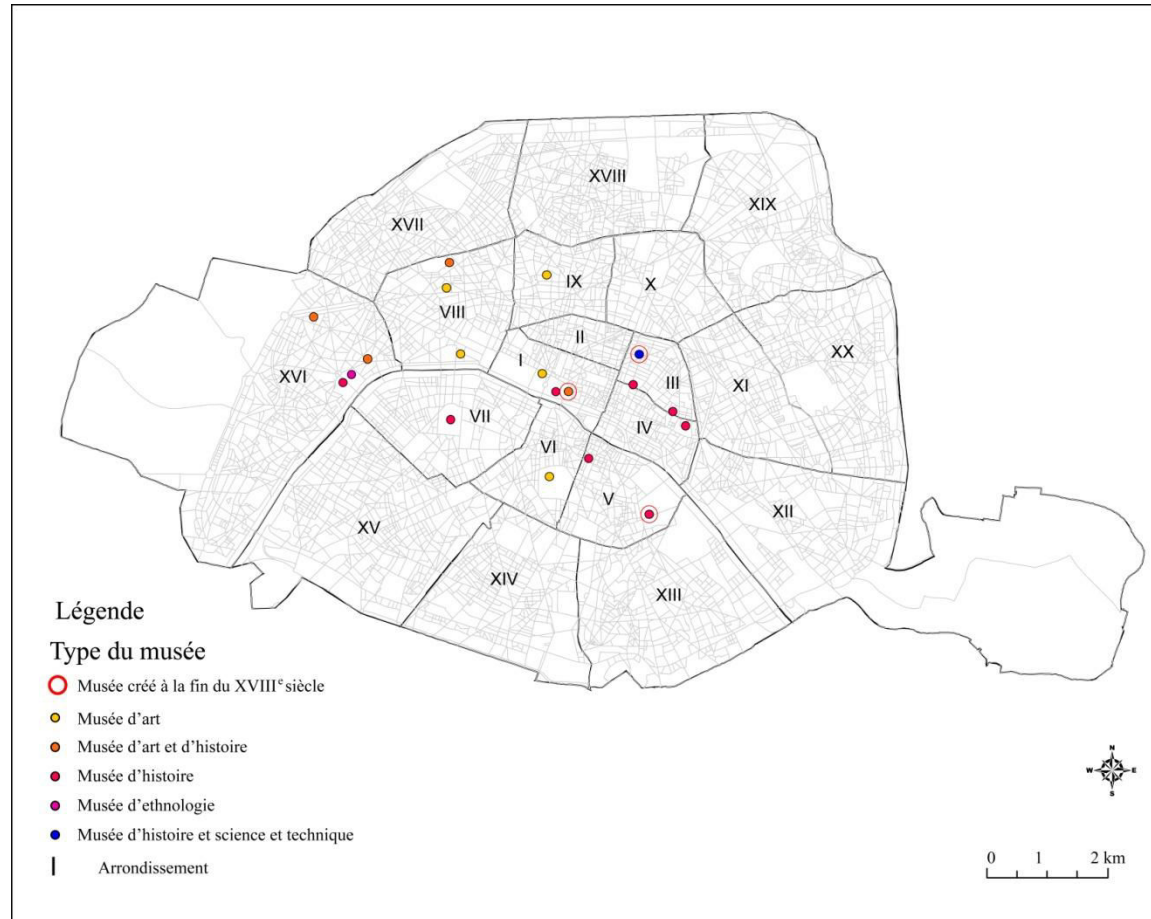


Figure 2. 4. La distribution et la typologie des musées parisiens en 1913

Source : L'information des musées vient de l'étude de Chantal Georgel (dir.), 1994, *La jeunesse des musées, les musées de France au XIX^e siècle*, Paris, musée d'Orsay, Édition de la réunion des musées nationaux, p. 358-359. Note : 3 musées sont présents dans le I^{er} arrondissement, car le musée de la Marine, installé tout d'abord au Palais du Louvre à sa création en 1827, est déplacé à l'aile Passy du palais de Chaillot dans le XVI^e arrondissement en 1943.



En résumé, l'analyse de la répartition des musées parisiens au XIX^e siècle permet de connaître simplement la structure et les caractéristiques des musées parisiens à l'époque. Quels sont les principaux résultats que nous pouvons tirer des analyses ci-dessus ? Comme nous allons le voir à présent, le développement des musées surtout dans la seconde moitié du XIX^e siècle, témoigne de l'apparition de nouveaux espaces.

L'émergence des nouveaux territoires et les déséquilibres dans la répartition des musées du XIX^e siècle

En 1815, il y avait cinq musées à Paris : le Louvre avec ses antiquités, ses peintures et ses dessins, appelé à présenter la France investie d'une mission civilisatrice de portée universelle ; le musée des Monuments français (1795-1816) ; le musée national d'Histoire naturelle ; le Conservatoire national des arts et des métiers ; le musée de l'Artillerie. La création des premiers musées visait à ouvrir les portes des palais et à offrir au regard du peuple les trésors et les œuvres d'art royal et aristocrate qu'ils recelaient. En d'autres termes, les lieux choisis pour leur installation étaient des palais royaux ou des bâtiments religieux anciens.

Les musées ne fonctionnaient ni comme un lieu religieux ni comme une collection privée royale au début du XIX^e siècle. Même s'ils n'étaient guère accessibles au grand public, les fonctions de lieux précis qui abritent les musées ont considérablement changé. Le tableau 2.2 présente la nature des édifices des musées au début du XIX^e siècle, qui étaient auparavant soit des palais royaux, soit des endroits religieux. L'installation dans ces lieux de musées en modifie profondément la fonction et la perception, ouvrant au public non seulement les anciennes collections privées, mais aussi l'espace royal et religieux lui-même.

N°	Musée	Arrondissement	Lieu	Sorte de bâtiment	Fondation
1	Louvre	I ^{er}	Palais du Louvre	Royal	1792
2	Musée des Monuments français	VI ^e	Le couvent des Petits-Augustins	Religieux	1795-1816
3	Musée national d'Histoire naturelle	V ^e	Le Jardin royal des plantes médicinales	Royal	1793
4	Conservatoire national des arts et des métiers	III ^e	L'ancien prieuré royal de Saint-Martin-des-Champs	Royal	1794
5	Musée de l'Artillerie	VII ^e	Saint-Thomas- d'Aquin	Religieux	Avant 1806

Tableau 2.2. Les musées au début du XIX^e siècle.

Source : Chantal Georgel (dir), 1994, *La jeunesse des musées, les musées de France au XIX^e siècle*, Paris, musée d'Orsay, Édition de la réunion des musées nationaux, p. 358-359. ; Bouge J.B., 1806, *La boussole, ou le Guide des étrangers dans Paris et ses faubourgs, avec un plan topographique, et orné du portrait de l'empereur*, Publié par J.B. de Bouge, p. 24.

Voir les sites d'Internet :

http://equipement.paris.fr/Mus%C3%A9_de_l'Arm%C3%A9e ;

<http://www.insecula.com/salle/MS02646.html>.

Note : selon le site officiel du musée de l'Armée, le musée de l'Artillerie est créé sous la Révolution et installé en 1871 aux Invalides. Mais la date de la création du musée de l'Artillerie n'est pas précisée. Le guide de Paris de Bouge publié en 1806 présentait le musée de l'Artillerie. De ce fait, on sait que le musée de l'Artillerie a été créé avant 1806.

Après les créations des premiers musées à la fin du XVIII^e siècle, on assiste à un nouveau développement significatif des musées à partir des années 1860 ou 1870 (cf. figure 2. 1). Certaines tendances des analyses précédentes se confirment : d'abord, la limite à la charnière des années 1860 et 1870 est importante. C'est en effet, sous l'angle du développement urbain, la période de la « transformation de Paris » sous Haussmann. On peut donc dire que la plupart des musées parisiens du XIX^e siècle sont créés à partir de la période de la transformation de Paris par Haussmann. Ce n'est sans doute pas une coïncidence, la création des musées correspond à la période de transformations urbaines. Ensuite, les musées se sont étendus à partir du centre de Paris,

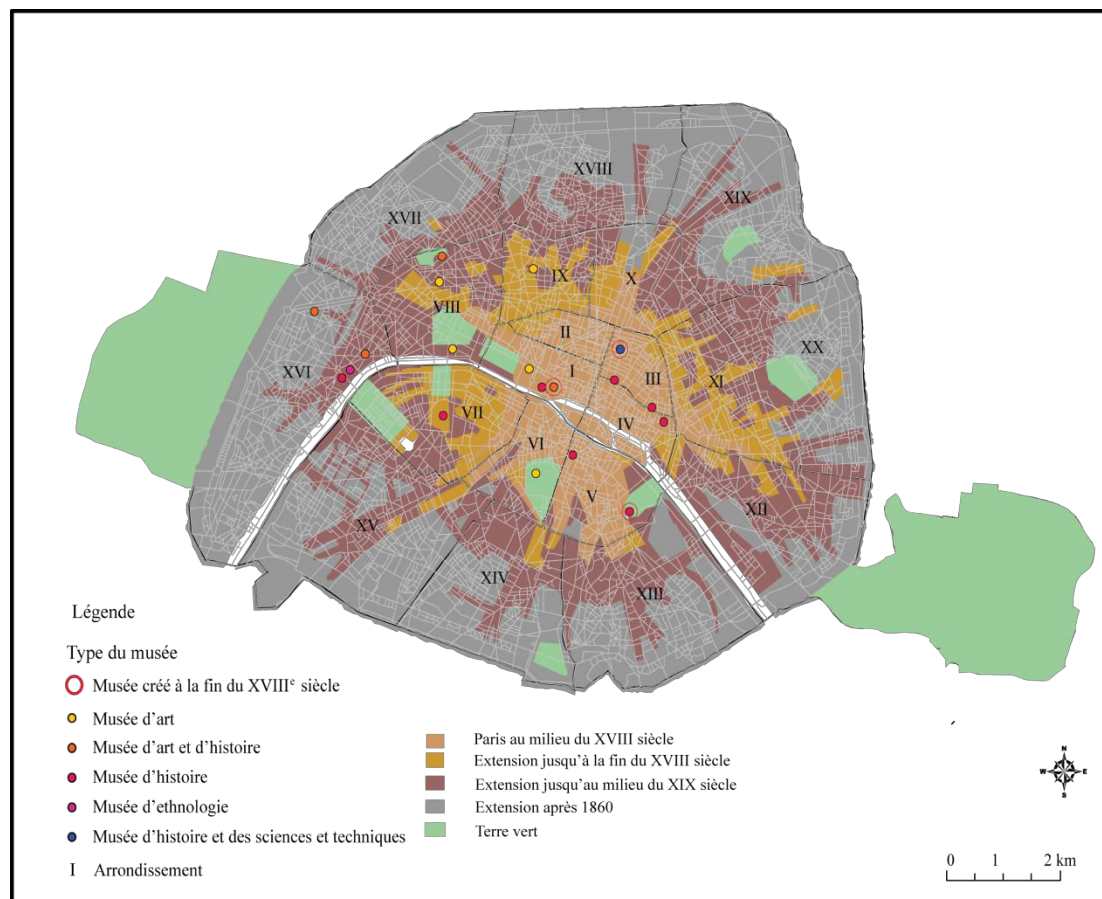
mais se sont orientés peu à peu vers l'ouest de Paris et beaucoup plus développés sur la rive droite que sur la rive gauche de la Seine. Ce changement dans la géographie des musées (l'augmentation du nombre et l'extension dans l'espace) a accompagné les changements des musées eux-mêmes, que l'on a présentés dans le premier chapitre : la consolidation de leur statut, la multiplication de leurs fonctions, la diversification de leurs acteurs.

L'étude de la répartition des musées peut être un indicateur intéressant de la perception de l'espace parisien. La figure 2. 4 montre un déséquilibre spatial dans la répartition des musées. En effet, le développement des musées est le résultat du développement de la ville de Paris. La figure 2. 5 montre bien les rapports entre l'extension urbaine et la répartition des musées.

D'abord, on peut voir clairement la logique du développement de la ville de Paris : celle-ci s'est développée à partir de son centre et s'est étendue progressivement vers l'extérieur. Parallèlement, les premiers musées créés à la fin du XVIII^e siècle sont d'abord situés au milieu de Paris (I^{er}, III^e, V^e arrondissements). Au fur et à mesure que la ville grandissait, le développement des musées gagne aussi l'extérieur, les musées s'installent peu à peu dans les quartiers plus proches de la frontière d'annexion de 1860. De ce fait, l'espace des musées parisiens au XIX^e siècle s'inscrit dans un espace bien défini, limité par la frontière d'annexion de 1860. Le contraste est visible entre la densité assez forte à l'intérieur et la densité très faible à l'extérieur de cette frontière (il y a seulement quelques musées dans le XVI^{ème} arrondissement qui sont situés à l'extérieur de la frontière d'annexion de 1860, comme on peut le voir sur la figure 2. 5). Il est bien connu que la partie de Paris extérieure à la frontière d'annexion de 1860 a été urbanisée sous Haussmann. C'est pourquoi les musées sont rares dans cet espace tardivement urbanisé : c'est une caractéristique importante pour comprendre la répartition des musées au XIX^e siècle. Ainsi, il s'est formé en périphérie « un désert de musées », autour de l'espace des musées centraux.

Figure 2. 5. L'extension urbaine et la répartition des musées en 1913

Source : 1, L'information des musées vient de l'étude de Chantal Georgel. Chantal Georgel (dir), 1994, *La jeunesse des musées, les musées de France au XIX^e siècle*, Paris, musée d'Orsay, Édition de la réunion des musées nationaux, p. 358-359 ;
 2, L'information d'extension urbaine vient de Pierre Pinon, 2002, *Atlas du Paris haussmannien*, Paris, Le grand livre du mois, p. 11.



Les déséquilibres spatiaux en matière de musées existaient aussi dans le centre (dans le Paris d'avant 1860). La figure 2. 6 montre bien la prédominance des musées à l'ouest de Paris, surtout au nord-ouest. On constate que le nombre des musées à l'ouest est plus important qu'à l'est, et les catégories de musées sont plus variées. Ainsi la rive droite montre un resserrement plus marqué que la rive gauche, à la fois pour le nombre et pour la diversité des catégories.

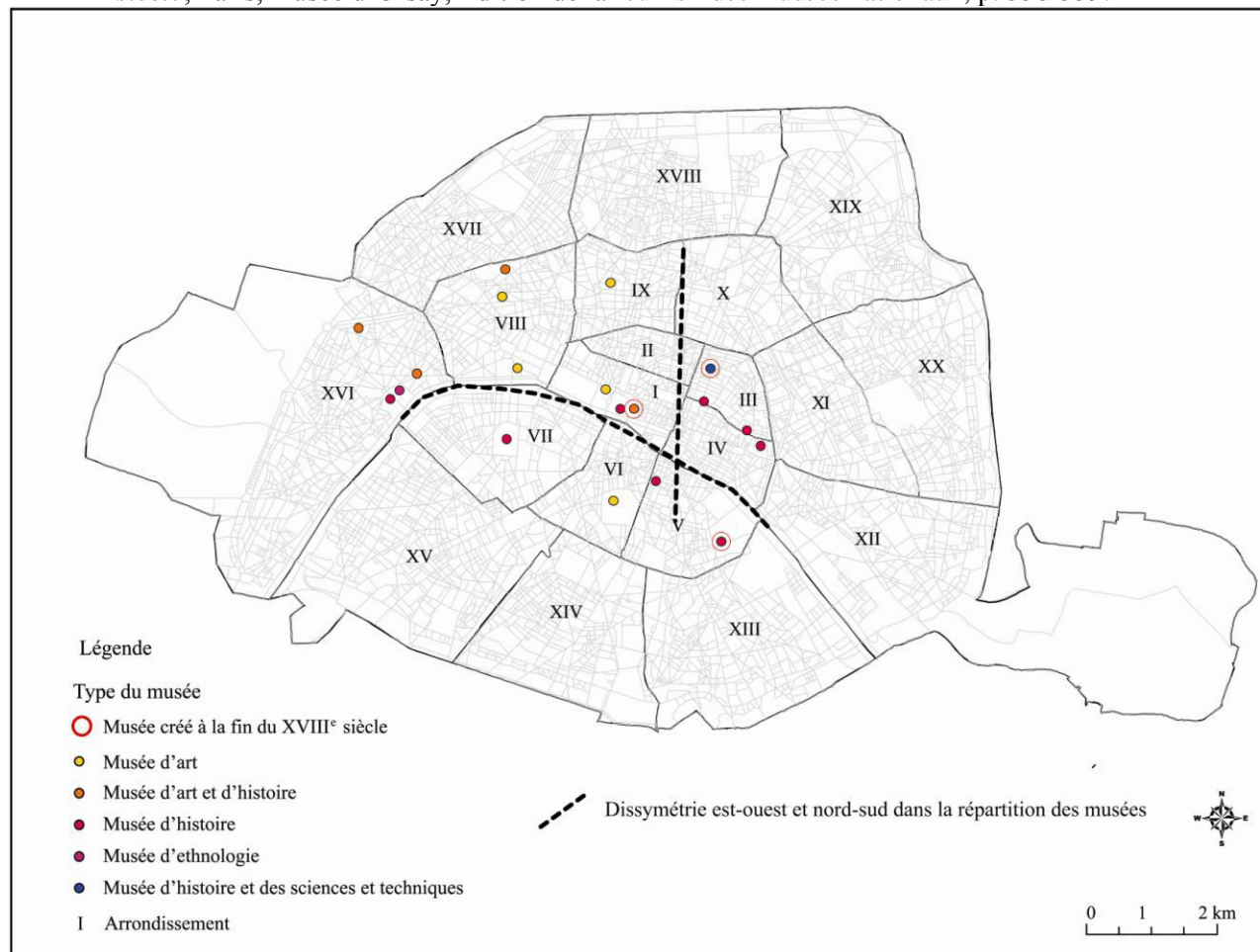
La prolifération des musées dans la seconde moitié du XIX^e siècle modifie la géographie culturelle parisienne. Elle relève d'une nouvelle logique urbaine, marquée par les transformations réalisées par Haussmann aussi bien que par les transformations de l'économie par l'industrialisation. Néanmoins, la distribution géographique de ces établissements reste très contrastée.

Les figures 2. 5 et 2. 6 concernant la répartition des musées présentent non seulement des différences apparentes, mais montrent aussi des logiques d'implantation différentes selon les quartiers ou la catégorie, et traduisent de forts clivages locaux, contribuant plutôt à renforcer les contrastes, voire à favoriser une parcellisation de l'identité des quartiers.

Ces changements des musées parisiens témoignent du développement de la ville de Paris. Cependant, l'analyse de l'espace des musées est indissociable des facteurs historiques et des transformations urbaines.

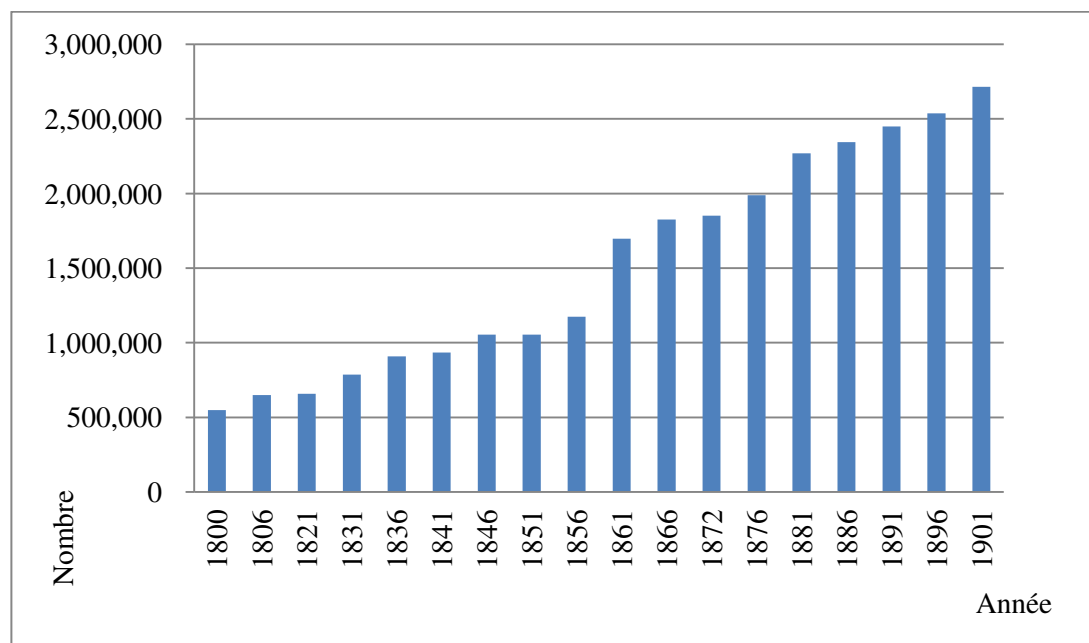
Figure 2. 6. Dissymétrie est-ouest et nord-sud dans la répartition des musées

Source : 1, L'information des musées vient de l'étude de Chantal Georgel. Chantal Georgel (dir), 1994, *La jeunesse des musées, les musées de France au XIX^e siècle*, Paris, musée d'Orsay, Édition de la réunion des musées nationaux, p. 358-359.



Les changements sur le plan économique et social de l'espace parisien

Au XIX^e siècle, Paris fut une capitale en mutation constante, touchée par l'explosion démographique, la révolution industrielle et les transformations urbaines. La population de la ville augmenta rapidement : de 547 000 habitants en 1801, elle passe à un million vers 1835, 1 700 000 vers 1860, 2 345 000 vers 1885 et 2 714 000 vers 1900.⁵⁹ (cf. graphique 2.1)



Graphique 2.1. L'évolution démographique de Paris en XIX^e siècle.
Source : Insee

Après le début du XIX^e siècle, le développement industriel de la France se connaît deux étapes (Français Caron, 1995). À Paris, de nouveaux secteurs d'activité apparaissent et connaissent leur premier essor ; puis, dans une seconde étape, ils se décentralisent en province.⁶⁰

⁵⁹ Recensement de la population au 1^{er} janvier 2009 sur Insee. Consulté le 29 décembre 2011

⁶⁰ Français Caron, 1995, « L'embellie parisienne à la Belle Époque : l'invention d'un modèle de consommation », *Revue d'histoire*, no. 47, p. 42-57.

Selon M. Daumas (1976), la période de 1836 à 1848, marque le début de l'industrialisation du centre de Paris. En 1836, on compte 269 entreprises importantes dans le périmètre des 80 quartiers composent le Paris d'avant 1860. Parce que les transports sont à l'époque peu développés, les établissements industriels, petits et grands, restent au plus près de leur marché. « Sur 269 entreprises, 244 sont localisées à l'intérieur de l'enceinte des fermiers généraux, les implantations hors barrières sont alors des exceptions »⁶¹. Concrètement, à l'intérieur de l'enceinte où sont localisés plus de 90 % des grands établissements, ceux-ci sont répartis de manière très inégale. Par exemple, les quartiers du centre rive droite regroupent 97 entreprises importantes, soit 36 % du total, cette zone compte les plus fortes densités d'établissements ; les quartiers du centre rive gauche (V^e et VI^e arrondissements actuels) comptent 50 établissements importants. S'y ajoute une inégalité entre l'est et l'ouest : la presque totalité des 97 entreprises de rive droite est regroupée au centre et à l'est, l'ouest ne comptant qu'une dizaine d'établissements. (cf. figure 2. 7)

À partir des années 1850, la désindustrialisation du centre de Paris est entamée (Français Caron, 1995). Elle a engendré la disparition de plusieurs usines appartenant aux secteurs traditionnelles (en particulier, le textile, et surtout le vêtement). La figure 2. 7 nous permet de voir l'évolution de la répartition des établissements industriels importants dans la seconde moitié du XIX^e siècle. La tendance à la désindustrialisation est évidente. À l'ouest de Paris, surtout, il reste peu d'établissements industriels importants à la fin du XIX^e siècle. Selon B. Marchand, à la fin du XIX^e siècle, il ne restait que trois pôles d'industries importants à Paris.⁶²

À partir de 1900, les voies d'eau reprirent un rôle important, avec l'essor des chemins de fer. La moitié des combustibles et des matières premières lourdes, la majeure partie des boissons arrivaient à Paris par la Seine et le canal Saint-Martin. L'industrie parisienne se regroupait donc autour de trois pôles, tous liés à des voies de transport par eau. Par exemple, le quartier de la Villette (XIX^e arrondissement), qui comptait plus de 20 entreprises importantes ; en amont de la Seine, dans les quartiers Charonne (XX^e arrondissement) et Picpus (XII^e arrondissement), avec les gares de

⁶¹ M. Daumas et J. Payen (dir.), 1976, *Évolution de la géographie industrielle de Paris et sa proche banlieue au XIX^e siècle*. vol. 3. Paris, Conservatoire national des arts et métiers : École des hautes études en sciences sociales, p. 47.

⁶² Bernard Marchand, 1993, *Paris, histoire d'une ville (XIX^e-XX^e siècle)*, Paris, Seuil, p. 198.

chemin de fer et les bassins sur la Seine, il y avait 18 entreprises ; en aval de la Seine, dans les quartiers d'Auteuil et de la Muette, il y avait 29 entreprises regroupées ensemble. À la fin du XIX^e siècle, l'industrie parisienne était délocalisée en banlieue ; elle devint le véritable pôle industriel français. Paris demeurait le centre des petites entreprises.

En même temps, « des entreprises nouvelles continuaient de naître à Paris, et des firmes provinciales venaient s'y installer lorsqu'elles se modernisaient et s'engageaient dans des productions nouvelles » (B. Marchand, 1993 : 194). Par exemple, jusqu'en 1900, la mécanique de précision, l'électricité, l'automobile et l'aéronautique, mobilisait d'une main-d'œuvre hautement qualifiée à Paris, où elle se trouvait.

Pendant la seconde moitié du XIX^e siècle, Paris connut une vague de transformation, notamment pendant la période d'Haussmann, de 1852 à 1870. En effet, sous le règne de Napoléon III et du préfet Haussmann, la capitale prend un nouveau visage, qui rompt avec la ville du passé.

L'aménagement de Paris est directement pris en charge par Napoléon III, assisté du préfet de la Seine, le baron Haussmann (1809-1891).

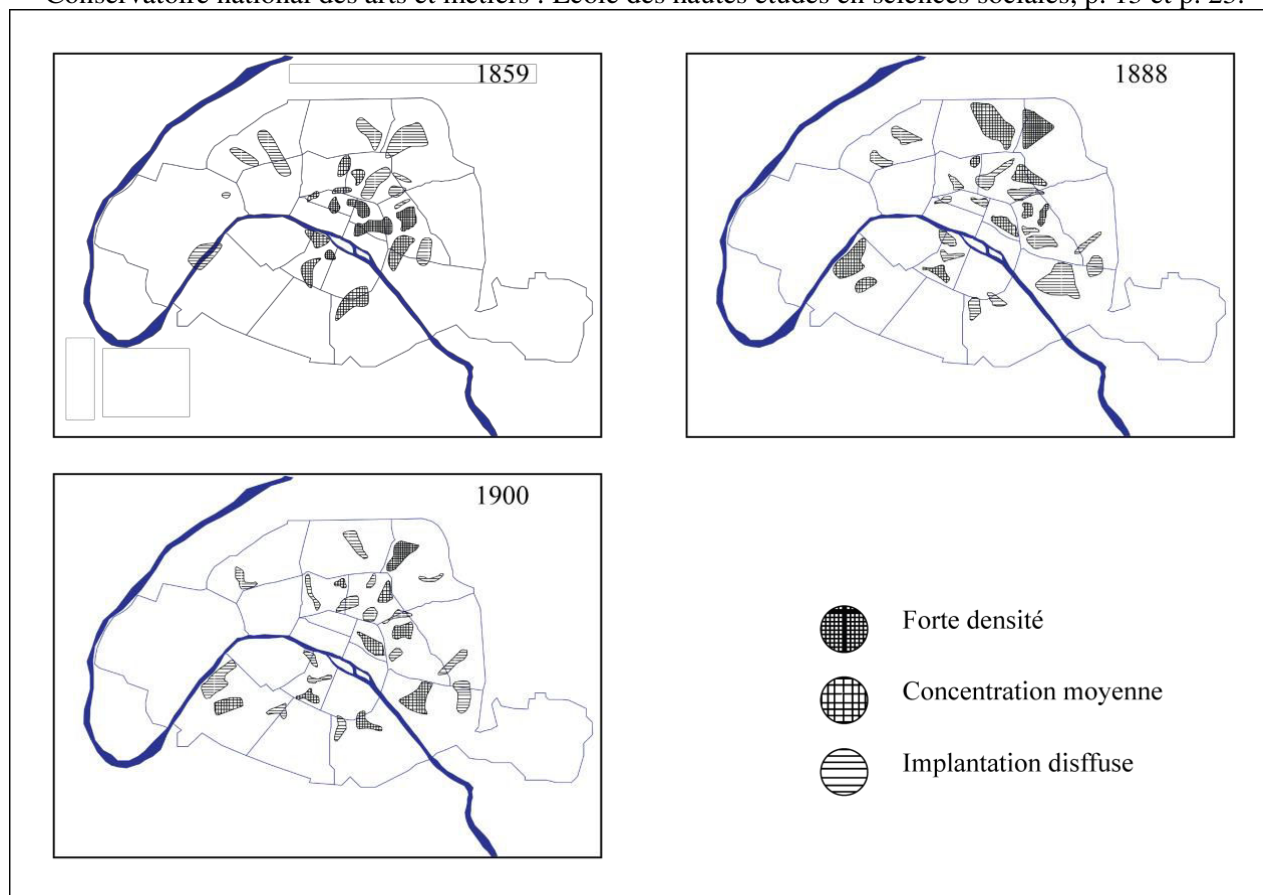
« Au milieu du XIX^e siècle, Paris était une cité sans air et sans lumière, sous-équipée, où la population s'entassait à grand-peine dans des immeubles déjà surélevés »⁶³. Elle ne pouvait supporter encore un surcroît de population à Paris, « il fallait donc lui administrer un remède de cheval »⁶⁴. Pendant la période d'Haussmann, on assista à un véritable changement pour Paris. Embellissement, assainissement et hygiénisme, progrès social, prestige politique arrivèrent ensemble.

À travers plusieurs étapes, les Parisiens assistent à la naissance d'une nouvelle ville. Le « premier réseau », réalisé entre 1854 et 1858, est constitué par la « grande croisée » de l'axe est-ouest (de la place du Trône à celle de l'Etoile, par la rue de Rivoli) et l'axe nord-sud (le boulevard Sébastopol). Le « Deuxième réseau », commencé en 1858, achève la grande croisée (boulevard St Michel) et la complète par de grandes avenues circulaires entourant le vieux Paris de 1860 (Boulevard Magenta, Port-Royal, Prince Eugène).

⁶³ Plessis Alain, 1979, *De la fête impériale au mur des fédérés, 1852-1871*, Paris, Seuil, p. 163.

⁶⁴ Ibid., p. 163.

Figure 2. 7. L'évolution de la répartition d'établissements industriels importants dans la seconde moitié du XIX^e siècle
Source: M. Daumas et J. Payen (dir), 1976, 1976, Évolution de la géographie industrielle de Paris et sa proche banlieue au XIX^{ème} siècle. vol. 3. Paris, Conservatoire national des arts et métiers : École des hautes études en sciences sociales, p. 13 et p. 23.



A l'issue de la transformation, Paris était changé, la longueur des routes parisiennes passe de 384 km en 1852 à 845 km en 1870 ; le système d'égout apparaît, un réseau de 143 km est mis en place en 1852, il est de 773 km en 1870.⁶⁵ La superficie, du vieux Paris double aussi (limité par le mur des Fermiers généraux et les fortifications de 1841-1845), sont annexées les 18 communes qui constituaient jusqu'alors la « petite banlieue » (Vaugirard, Grenelle, Auteuil, Neuilly, Passy, Montmartre, Belleville). La nouvelle métropole qui ne compte plus 12 mais 20 arrondissements absorbe environ 500 000 nouveaux Parisiens.⁶⁶

Ces transformations du centre de Paris s'accompagnent du développement des transports et entraînent une augmentation rapide du prix du foncier et des loyers. Pour la période haussmannienne, les statistiques ne se rapportent qu'aux années 1860-1870. Concernant l'évolution des prix, Halbwachs (1909) distingue plusieurs zones. Dans les arrondissements centraux de la rive droite (I^{er}, II^e, IV^e, VIII^e, XVII^e arrondissements), le prix moyen du mètre carré est passé entre 1860 et 1870 de 320 à 365 francs, soit une majoration de 12 %. Dans les XI^e, XVI^e, XVII^e arrondissements, le prix moyen du mètre carré est passé de 43 à 71 francs, c'est-à-dire qu'il a presque doublé.⁶⁷ D'après Bernard Marchand (1993 : 85), pendant la période d'Hausmann, la valeur totale des immeubles parisiens passa de 2,6 à 6,1 milliards de francs.⁶⁸

En même temps, la transformation fut source de ségrégation sociale. Ces sujets ont déjà fait l'objet de très nombreux travaux. Selon Plessis (1973), la transformation par Hausmann du vieux Paris va aboutir à la scission de l'ancienne ville en « deux villes antithétiques ». Dans la première moitié du XIX^e siècle, ouvriers et bourgeois habitaient dans le même immeuble. Après la transformation, les ouvriers n'habitent plus le cœur de Paris, les loyers étant trop élevés. Le centre et l'ouest sont habités surtout par des gens aisés ou riches. Les habitants les plus pauvres quittent les nouveaux quartiers, renforçant ainsi la ségrégation sociale entre l'ouest bourgeois et l'est populaire, associé au développement d'une banlieue misérable. Le Paris populaire est

⁶⁵ Pierre Lavedan, 1993, *Histoire de l'urbanisation à Paris*, Paris Hachette, p. 394.

⁶⁶ Bernard Marchand, 1993, *Paris, histoire d'une ville (XIX^e-XX^e siècle)*, Paris, Seuil, p. 198.

⁶⁷ Maurice Halbwachs, 1909, *Les Expropriations et le prix des terrains à Paris (1860-1900)*. Paris, Cornély & Cie, p. 80.

⁶⁸ Bernard Marchand, 1993, *Paris, histoire d'une ville (XIX^e-XX^e siècle)*, Paris, Seuil, p. 85.

« fragmenté », cependant l'embourgeoisement des nouveaux quartiers est progressif et nuancé.⁶⁹

Les conséquences de la transformation d'Hausmann furent beaucoup critiquées par certains de ses contemporains et les savants postérieurs. En effet, l'idée primitive de Napoléon III, impressionné par la fonctionnalité et l'esthétique de la ville de Londres, était de rendre Paris plus moderne. La transformation d'Hausmann rompit avec la ville du passé et c'était une nouvelle ville, un nouveau Paris, qui avait émergé. Les nouvelles parcelles dans l'ouest, notamment, étaient plus vastes et plus régulières, réclamant des investissements immobiliers plus importants. Parallèlement à l'essor de cette transformation urbaine, on assiste à l'apparition des symboles d'une nouvelle centralité et modernité, surtout à l'ouest de Paris. Par exemple, les grands magasins, hôtels de luxe, musées d'art, etc. qui donnèrent son essor à la « vie parisienne », se concentrèrent plutôt à l'ouest de Paris. En même temps, les expositions universelles de 1855, 1867, 1878, 1889 et 1900 sont organisées à Paris. En outre, selon Frédéric Moret (1992), en 1900, d'autres espaces jouèrent aussi un rôle de plus en plus important : « la place de la Concorde, plus belle place de Paris, donc du monde, et l'avenue des Champs-Élysées deviennent ainsi des lieux centraux, dont on vante l'animation, dont on souligne qu'ils sont les lieux de promenade des Parisiens élégants »⁷⁰. Toutes ces nouvelles choses contribuent à construire une image nouvelle : Paris reste la tête du système urbain français mais devient une métropole moderne.⁷¹

D'après Thierry Sanjuan (2003), un nouveau type d'hôtel, le grand hôtel de luxe, émerge au XIX^e siècle dans le monde occidental. Il correspond à la transformation des « centralités urbaines » et il joue une fonction de « représentation de la ville ». En Europe, les premiers grands hôtels se multiplient à l'occasion des expositions universelles, par exemple : le Great Western Hotel de Londres en 1851, le Grand Hôtel du Louvre à Paris en 1855.⁷²

Le guide Joanne fournit les informations sur l'adresse de 355 hôtels à Paris en 1900, classés en cinq séries selon leur niveau de confort. Dans ce guide, on pouvait

⁶⁹ Plessis Alain, 1979, *De la fête impériale au mur des fédérés, 1852-1871*, Paris, Seuil, p. 166.

⁷⁰ Frédéric Moret, 1992, « Images de Paris dans les guides touristiques en 1900 », *Le mouvement social*, n° 160, juillet septembre, p.79-98.

⁷¹ David Harvey, 2003, *Paris, Capital of Modernity*, London, Routledge.

⁷² Thierry Sanjuan (dir), 2003, *Les grands hôtels en Asie : Modernité, dynamiques urbaines et sociabilité*, Paris, Publications de la Sorbonne, p. 6.

trouver des hôtels dispersés presque partout dans Paris, mais les hôtels de luxe (première série et deuxième série) se trouvaient plutôt dans l'ouest. Pour la première série d'hôtel, on trouve 7 hôtels de luxe dans les quartiers des « Tuileries, place Vendôme, Madeleine » (Zone A), représentant 87.5 % de l'ensemble de cette série ; On trouve un hôtel de luxe dans les quartiers « Champs-Élysées, Trocadéro » (Zone B). Le nombre d'hôtel de la deuxième série dans les quartiers de « Tuileries, place Vendôme, Madeleine » (Zone A) s'élève à 14, ce qui représente une proportion plus faible, tout en restant élevé (50 %) ; Dans les quartier « Champs-Élysées, Trocadéro » (Zone B), il y a 7 hôtels dans cette série, soit 25.0 % de l'ensemble ; et 5 hôtels dans les quartiers de « Gare Saint-Lazare, Opéra, Faubourg Montmartre » (Zone C), soit 17.8 % de cette série (cf. tableau 2. 3).

Nom de quartier	Première série de l'hôtel		Deuxième série de l'hôtel	
	Nombre	Proportion	Nombre	Proportion
A : Tuileries, place Vendôme, Madeleine	7	87.5 %	14	50.0 %
B : Champs-Élysées, Trocadéro	1	16.5%	7	25.0%
C : Gare Saint-Lazare, Opera, Faubourg Montmartre			5	17.8 %
Autre			2	7.2 %
Total	8	100 %	28	100 %

Tableau 2. 3. La répartition de l'hôtel de luxe à la seconde moitié du XIX^e siècle.

Source : P. Joanne, *Paris, ses environs et un appendice sur l'Exposition de 1900*, Paris, Hachette, 1900.

Pierre Gaudibert (1989) pense que l'émergence des grands magasins manifestait bien l'essence de la modernité.⁷³

D'emblée, dans le guide touristique en 1900, Baedeker fournit une liste très importante de 301 magasins situés dans 87 rues, places, boulevards ou avenues.⁷⁴ Les sept huitièmes de ces artères se trouvent sur la rive droite, les deux tiers dans les IX^e, II^e

⁷³ Pierre Gaudibert, 1989, « Modernité, Art moderne, Musée d'art moderne dans L'art contemporain et le Musée », *Cahiers du Musée national d'art moderne Hors-Série*. Centre Georges Pompidou, p. 10-13.

⁷⁴ K. Baedeker, 1900, *Paris et ses environs, manuel du voyageur*, Paris, Paul Ollendorff, p. 47-54.

et I^{er} arrondissement. La moitié des adresses se concentre sur douze artères (avenue de l'Opéra, boulevard des Capucines, boulevard des Italiens, boulevard Montmartre ; rues Vivienne, Lafayette, de la Paix, de Rivoli, Royale, boulevards Sébastopol, de la Madeleine, rue de Richelieu.)⁷⁵.

Parmi eux, 10 grands magasins implantés sur 11 sites appartiennent aux « grands magasins de nouveautés, qui accaparent un nombre de plus en plus grand d'autres branches », par exemple : le Bon-Marché, rue du Bac ; les Grands Magasins du Louvre, la place du Palais-Royal ; le Printemps, boulevard Haussmann ; le Petit-St-Thomas, la rue du Bac ; À la Place Clichy, la place de Clichy ; la Samaritaine, la rue du Pont-Neuf ; le Gagne-Petit, l'avenue de l'Opéra.⁷⁶.

On constate que les hôtels de luxe et les grands magasins sont à cette époque des symboles de la modernité à Paris. Quant aux leurs répartitions, ils se trouvaient principalement dans l'ouest de Paris, où l'urbanisation connue sous la période d'Haussmann.

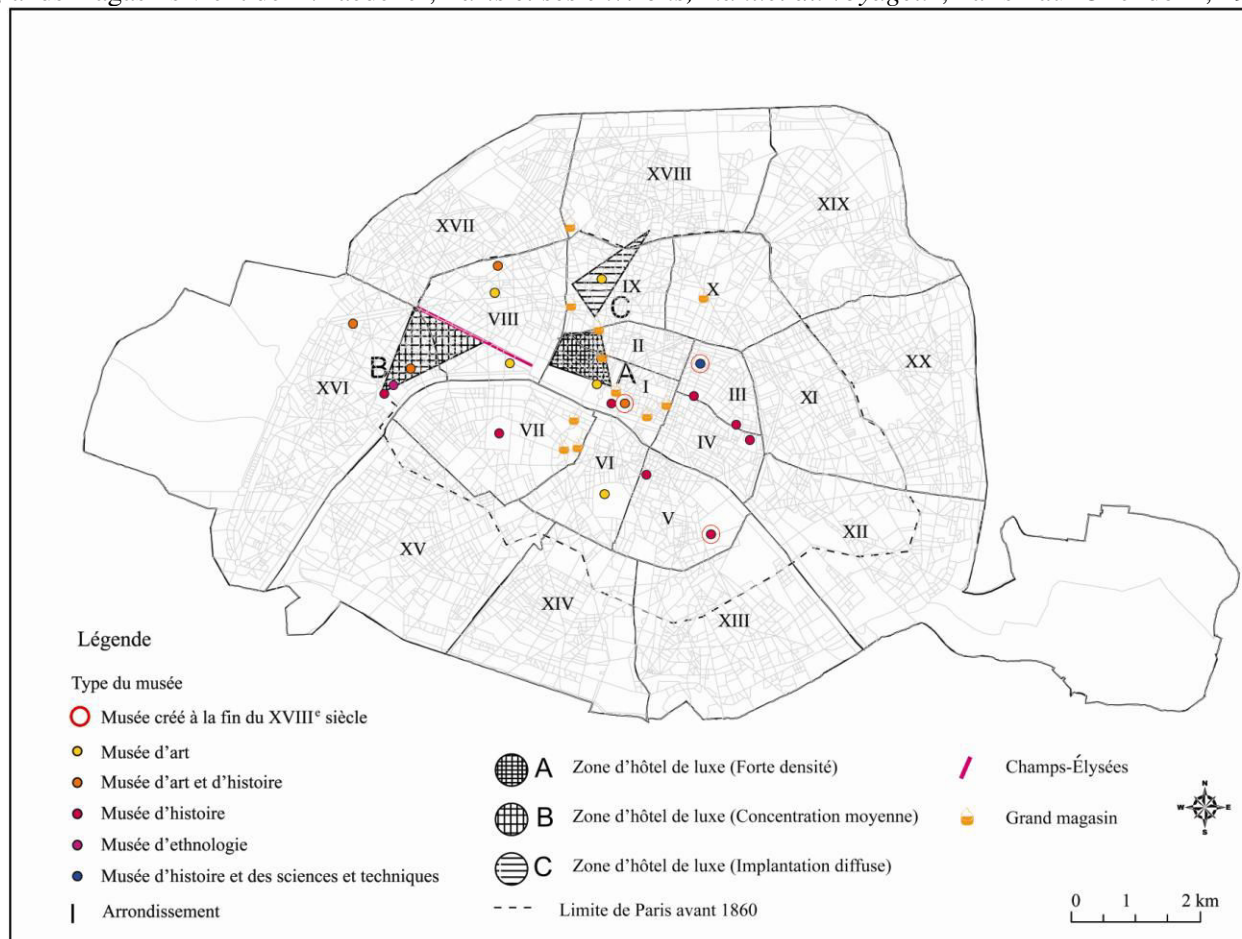
Nous verrons en quoi les musées diffèrent profondément, à certains égards, des grands magasins et des hôtels de luxe, mais, comme eux, ils se distinguent au XIX^e siècle par leur nouveauté, leur architecture ou leur nouveau statut. Certains musées créés au XIX^e siècle étaient inscrits dans la logique de cette nouvelle époque, et, sous l'angle de la modernité, on peut dire qu'ils allaient de pair avec les hôtels de luxe et les grands magasins.

⁷⁵ Frédéric Moret, 1992, « Images de Paris dans les guides touristiques en 1900 », *Le mouvement social*, n° 160, p. 79-98.

⁷⁶ K. Baedeker, 1900, *Paris et ses environs, manuel du voyageur*, Paris, Paul Ollendorff, p. 46.

Figure 2. 8. La distribution des symboles de la modernité dans la seconde moitié du XIX^e siècle.

Source : l'information sur l'hôtel vient de P. Joanne, *Paris, ses environs et un appendice sur l'Exposition de 1900*, Paris, Hachette, 1900 ; l'information sur les grands magasins vient de K. Baedeker, *Paris et ses environs, manuel du voyageur*, Paris Paul Ollendorff, 1900.



Le musée, un repère urbain

Est-ce une coïncidence si la répartition des musées correspond à l'extension urbaine au XIX^e siècle ? Si nombre des musées de la catégorie d'art sont implantés dans les arrondissements de l'ouest au moment où ils sont créés ? Si les musées d'histoire sont implantés dans les quartiers traditionnels ?

On a analysé dans le premier chapitre comment le musée, au même titre que le théâtre, l'école, voire l'hôpital, est devenu une composante à part entière de l'organisme urbain au XIX^e siècle. Le rôle et l'identité des musées au XIX^e siècle sont très importants pour comprendre la vie quotidienne de Paris à l'époque. Les musées sont aussi un élément important pour construire l'identité spécifique d'un lieu.

L'identité spatiale, elle, « exprime une logique de séparation, de classification, de discrimination d'entités signifiantes au sein du monde des phénomènes [...] en postulant qu'il peut être repéré et reconnu à certains signes qui d'emblée le particularisent. »⁷⁷. Du point de vue de cette définition, l'identité d'un espace est le résultat d'une construction. L'identité spatiale est construite, collectivement, par les éléments d'une société donnée : les individus, les groupes et les organisations qui s'y trouvent, dans un contexte historique donné.

Le musée, en tant qu'établissement culturel, contribue aussi à la différenciation d'un lieu. Pour comprendre la contribution des musées à la construction de l'identité d'un espace, il faut d'abord décrire ce processus à une échelle historique large.

Au XIX^e siècle, de nombreux musées sont créés en France. En même temps, le musée en tant que nouvel établissement culturel met en scène une identité locale (ville, région, département). Chantal Georgel, par exemple, à partir de différents cas, souligne cette dimension locale : « le musée, partout en France au XIX^e siècle, revendique, en son nom propre, un ancrage local, que ses façades proclament également, qu'elles

⁷⁷ Jacques Lévy et Michel Lussault (dir), 2003, *Dictionnaire de la géographie*, Paris, Belin, p. 480.

soient dédiées aux gloires de la Picardie ou à celles, plus modestes, de Montargis »⁷⁸. Lorsque nous « pénétrons à l'intérieur des bâtiments, l'affirmation y est identique, voici la première salle du musée-bibliothèque de Bagnols-sur-Céze ».⁷⁹

La contribution identitaire des musées est variée. Dans ce domaine, il y a un véritable fossé entre Paris et d'autres villes ou régions. D'abord, du point de vue du nombre ou de la diversité, Paris se situe loin au-dessus des autres villes. À la fin du XIX^e siècle, il y avait 19 musées relevant de cinq catégories différentes à Paris. Pour les autres villes ou régions, normalement, il y avait un seul musée. Par exemple : dès sa construction en 1865-1867, le musée Napoléon d'Amiens est conçu comme un musée destiné à recueillir les vestiges de la région, élevé à toutes les gloires de la province. De même, il y avait encore les « musée du Pays de Luchon, musées de Douai, d'Agen, d'Abbeville et du Ponthieu, musée savoisien, musée d'Aquitaine... », qui correspondaient chacun à une ville ou une région.⁸⁰

Le XIX^e siècle, c'est aussi la période de l'industrialisation de la France, la création des musées s'est inscrite aussi dans ce contexte historique. Selon Chantal Georgel (1995), l'industrialisation affecte la création des musées, mais elle affecte différemment entre Paris et les autres villes. La migration qu'elle entraîne menace le monde rural d'une disparition à brève échéance. Face à ce danger, il parut nécessaire de « tirer de l'oubli ou sauver ce que nous appellerions aujourd'hui le patrimoine local pour mieux s'en réapproprier l'histoire, l'offrir à la contemplation de ses légitimes propriétaires, les fixer ainsi au pays (nous sommes au temps de l'exode rural) par l'attrait et la fierté : à tout cela doivent contribuer ces musées qui naissent un peu partout et dont l'intérêt premier est bel et bien d'offrir à tous un lieu symbolique d'ancrage et d'identité locale ».⁸¹

⁷⁸ Chantal Georgel, 1994, « *Le musée, lieu d'identité* », Chantal Georgel (dir.), *La jeunesse des musées, les musées de France au XIXe siècle*, Paris, RMN. p. 105-122.

⁷⁹ Ibid., p. 105-122.

⁸⁰ Ibid., p. 105-122.

⁸¹ Ibid., p. 105-122.

Pourtant, cela ne se perçoit pas vraiment dans l'histoire des musées parisiens, même si l'on peut relever un cas un peu similaire : le musée de Carnavalet, fondé à l'initiative d'Hausmann pour répondre aux critiques suscitées par ses destructions du vieux Paris. L'industrialisation a donné d'une autre manière un élan au développement des musées parisiens : par exemple, l'Exposition universelle a favorisé la création des musées dans le palais du Trocadéro après l'Exposition (le lieu, créé pour l'Exposition, était disponible pour les accueillir une fois celle-ci terminée). Selon Marie-Claude Chaudonneret (2007), l'Exposition universelle de 1855 devait, aux yeux du gouvernement, faire de Paris le centre du monde artistique. De plus, elle confirmait que, suivant l'idée du gouvernement, « le Second Empire Paris réunissait les œuvres des artistes vivants du monde entier [...] On va maintenant à Paris comme autrefois l'on allait à Rome : c'est, personne ne le conteste, la métropole de l'art »⁸². Surtout, Marie-Claude Chaudonneret fait ressortir la dimension identitaire des musées parisiens en s'interrogeant sur l'influence de l'industrialisation. Une ville moderne doit apporter une contribution importante à la création des musées, notamment des musées d'art. Ainsi peut-on considérer l'industrialisation comme une force constructive pour la création des musées.

De toute façon, du point de vue de l'identité de la ville ou de la région, la création des musées prend un sens différent dans le cas des musées parisiens et dans le cas d'autres villes ou régions. Quelles sont les spécificités identitaires ? Pour le comprendre, commençons par analyser la muséographie au XIX^e siècle.

Développement de la muséographie au XIX^e siècle

Le premier chapitre a analysé l'évolution des musées au XIX^e siècle, autour de trois processus principaux : l'ouverture au public de collections royales et impériales ; l'évolution d'une fonction religieuse à une diversité des fonctions ; le passage du

⁸² Marie-Claude Chaudonneret, 2007, *Les artistes étrangers à Paris, de la fin de Moyen Âge aux années 1920*, Berlin, Bruxelles, Frankfurt am Main, New York, Oxford, Wien, Peter Lang, p. 9.

pouvoir royal comme seul acteur à une pluralité d'acteurs (individus, municipalité et pouvoir central). *De facto*, ces changements des musées parisiens se sont inscrits dans un processus de modernisation au cours du XIX^e siècle. Celui-ci se manifesta d'abord par le développement de la muséographie.

On peut dire que la muséographie est le principe, la façon et la technique qui présente les collections. Plusieurs auteurs ont formulé des contributions. Selon André Gob (2003 : 32), « la muséographie du XIX^e siècle est très caractéristique ». Comment peut-on la décrire ? Roland Schaer (1994 : 38-39) dans un article intitulé « Des encyclopédies superposées », présente les différents principes qui président aux partitions et aux classements des collections dans les musées français au XIX^e siècle. Nous allons à présent les retracer brièvement.

Aux XVI^e et le XVII^e siècle, la tradition du « collectionnisme » est organisée autour de la ligne de partage entre *naturalia* et *artificialia*, complétés, aux limites du temps, par les antiquités et, aux limites de l'espace, par les *exotica*.⁸³ Cette tradition, fût-elle périmée et remise en cause par les réformes scientifiques du XVIII^e siècle (en particulier par la refonte de l'histoire naturelle, de Linné à Cuvier), produit encore des effets au XIX^e siècle.

À l'époque, pour la plupart des gens, l'image des musées reste celle d'un « cabinet de merveilles ». La curiosité est un principe muséologique fondamental, et aussi une motivation essentielle pour attirer les visiteurs (Roland Schaer, 1994).

Dans cette tradition du « cabinet de merveilles », « le parallélisme de l'art et de la nature reste un des principes organisateurs du musée » (Roland Schaer, 1994) ; la plupart des musées sont des établissements où, dans le même édifice, les salles de peinture et de sculpture côtoient celles qui abritent les collections d'histoire naturelle, de minéralogie ou d'ornithologie ; il arrive bien souvent que ces salles prennent, à elles seules, le nom de musée.

⁸³ Roland Schaer, 1994, « Des encyclopédies superposées », Chantal Georgel (dir), *La jeunesse des musées*, Paris, RMN, p. 38-39.

Au XIX^e siècle, la muséographie soulignait beaucoup la pensée encyclopédique, qu'elle met en pratique dans son organisation :

« Découper un champ, inventorier son contenu, organiser par le classement sa présentation, telles sont les opérations primaires de cet encyclopédisme. [Par exemple], elles sont lisibles à la fois dans la manière dont se distribuent les grandes catégories d'établissements dans leur partition disciplinaire (antiquités, beaux-arts, histoire naturelle, arts industriels, ethnographie...), et dans les ordres choisis pour classer chaque collection (chronologique, technique, géographique, typologique...) »⁸⁴. Concrètement, cet encyclopédisme prendra des formes multiples au XIX^e siècle, en fonction des différentes spécialités des musées et de leurs différentes fonctions. La muséologie distingue au moins trois sortes d'encyclopédisme : technique, chronologique, géographique.

À partir de 1877, la Société des Arts décoratifs, puis le musée des Arts décoratifs à partir de 1882, incarnent l'un et l'autre l'encyclopédisme technique à l'état pur : celui de Louvrier de Lajolais, qui propose de structurer les collections à partir de « neuf classes de matériaux fondamentaux » ; celui du « musée professionnel » de Georges Berger, présenté en 1878, qui entend, selon un plan « méthodique et encyclopédique, c'est-à-dire exempt de confusion et de lacunes », couvrir la totalité des champs de l'activité humaine, à l'instar de ces inventaires complets que forment les Expositions universelles.⁸⁵

Cette mutation prend aussi la forme d'un encyclopédisme historique : dans les musées visant à avoir des séries complètes dans un domaine, la collection peut procéder d'un plan préétabli, d'une conception préméditée, où chaque pièce vient occuper la place qui lui revient dans un ordre intelligible. Si l'ordre chronologique linéaire peut prendre la forme de l'évolutionnisme, on trouve parfois aussi un encyclopédisme rétrospectif sous la forme d'un développement parallèle. On pourrait multiplier les exemples où ce dernier vient peu à peu remplacer la vocation didactique et technique,

⁸⁴ Ibid., p. 38.

⁸⁵ Ibid., p. 49.

faisant de musées tournés vers la production à venir des conservatoires ou des lieux de mémoire.⁸⁶

C'est le cas du Musée de la monnaie et du Musée de l'Artillerie et du Musée des Sculptures comparées : le premier, avec les réformes des années 1860, voit ses collections organisées selon des présentations rétrospectives ; le second, lorsqu'il se fond dans le musée de l'Armée, propose une rétrospective épique de l'histoire militaire nationale. Dans l'exemple du Trocadéro des Sculptures comparées, le comparatisme vise à valoriser l'art national, en montrant qu'il tient sa place dans un évolutionnisme global, où la sculpture française peut être érigée en modèle.⁸⁷

S'y ajoute en outre, l'encyclopédisme géographique, le plus caractéristique du XIX^e siècle, qui vient infléchir le sens des entreprises rétrospectives : elle les ancre en un lieu, croisant l'espace et le temps, l'histoire et la géographie, et donne naissance à des reconstitutions sans lacunes par lesquelles une unité sociopolitique, délimitée par une parcelle du sol, construit sa propre identité dans l'épaisseur de son histoire.

Il s'applique notamment dans le domaine des « antiquités », où « l'archéologie sélective des grandes civilisations canoniques » (l'encyclopédisme historique) est profondément infléchi par « l'archéologie exhaustive des terroirs » (l'encyclopédisme géographique).⁸⁸ C'est le cas, au Trocadéro, du musée d'Ethnographie nationale.

Sous l'influence de l'encyclopédisme, l'image du musée comme « cabinet de merveilles » a totalement changé. « Le musée rassemble des choses dont la collection, le classement et la présentation sont supposés rendre accessible le monde de la connaissance ». ⁸⁹ Dans les faits, il servait de plus en plus comme un lieu où acquérir les connaissances, et il mettait en rapport direct entre les collections où les conservateurs jouaient un rôle croissant dans l'administration des collections, et où celles-ci devaient être remis en valeur, et où la distance avec le public devait être réduite. Par ailleurs,

⁸⁶ Ibid., p. 48.

⁸⁷ Ibid., p. 49.

⁸⁸ Ibid., p. 50.

⁸⁹ Ibid., p. 38.

l'aspect du personnel et le bâtiment devaient aussi illustrer le processus de modernisation.

En 1862, dans le Dictionnaire de l'Administration française, la définition du conservateur l'apparente encore nettement au « garde » ou « gardien » des collections qu'il avait été sous l'Ancien Régime en France⁹⁰. Cependant, pour Jeanron, directeur des Musées nationaux sous la Seconde République (1848-1852), pensait « qu'il fallait poser quelques principes stricts pour servir de bases à une organisation nouvelle, plus libérale, plus savante et plus digne. Ces principes, les voici : 1° Inventorier, 2° Conserver, 3° Décrire, 4° Classer, 5° Communiquer, 6° Exhiber ». ⁹¹ Même s'il n'y a pas eu une évolution précise du statut du conservateur, on peut constater des changements dans le rôle du personnel des musées. Quant aux bâtiments des musées, ils connaissent une grande évolution au cours du XIX^e siècle, où ils passent de bâtiments où sont déposées les collections de la Révolution à des édifices spéciaux que l'on appelle « musées ». Comme le dit Bruno Foucart, « avec la gare, le musée est une invention du XIX^e siècle [...] dans la ville du XIX^e siècle, le musée est souvent l'édifice le plus imposant »⁹².

L'évolution de cette modernisation suggère une comparaison entre les musées au début du XIX^e siècle et ceux de la fin du XIX^e siècle. Celle-ci est résumée dans la figure 2. 9.

Au début du XIX^e siècle, les musées parisiens sont construits autour *des collections* (qui reposent sur la confiscation des biens du clergé, sur la nationalisation des anciennes collections royales, etc.). On construit ou emprunta un bâtiment pour déposer les collections ; on créa un emploi pour garder les collections ; on ouvrit la porte aux visiteurs pour satisfaire leur curiosité.

⁹⁰ Ibid.

⁹¹ Chantal. Georgel (dir), *La jeunesse des musées, les musées de France au XIX^e siècle*, Paris, RMN. p. 293.

⁹² Bruno Foucart, Ibid., p. 122-135.

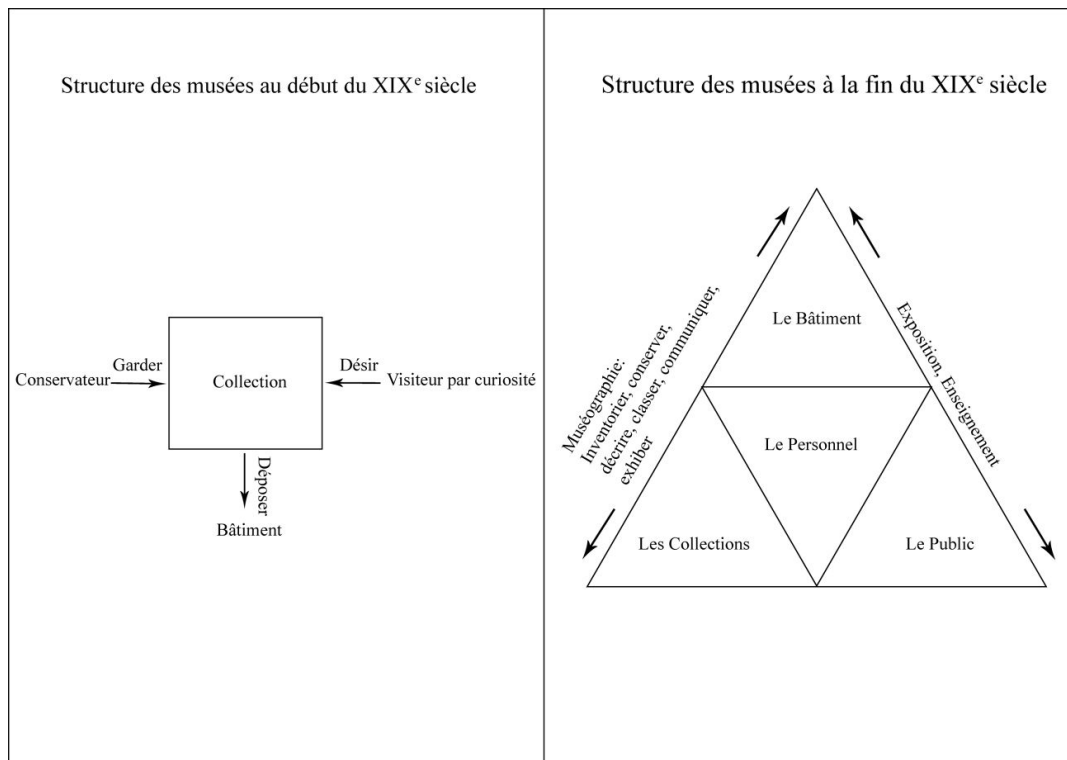


Figure 2. 9. Une comparaison de la structure entre les deux périodes

Note : cette figure est inspirée de Danièle Giraudy, Henri Bouilhet, 1977, *Le musée et la vie*, Paris, La documentation française, p. 6.

À la fin du XIX^e siècle, les interactions entre les musées et le reste de la société deviennent de plus en plus nombreuses et complexes. Les musées sont construits autour de motivations multiples, par exemple, la collection, la conservation, l'exposition. Les collections furent réorganisées d'après les nouveaux principes. Le statut du personnel changea aussi, il connut une évolution professionnelle dépassant le simple rôle de gardien. Il fallait à présent définir le programme, décrire et classer les collections, exhiber les œuvres : c'étaient les nouvelles missions des conservateurs (du personnel) du musée. On mis en place des relations directes entre les collections et la recherche / l'enseignement ; enfin, la place accordée au public devint plus important, les relations entre le musée et le public se diversifièrent, il ne s'agissait plus seulement de satisfaire « la curiosité », mais de développer des missions d'« enseignement », d'« exposition ». De ce fait, tout au long du XIX^e siècle, les musées ont constamment augmenté leur influence sur le public et le territoire.

L'affirmation d'influence des musées

Jusqu'à présent, nous avons vu comment le développement de la modernisation témoignait de l'influence grandissante des musées. Comment ce développement se manifeste-t-il concrètement dans la ville ? Tout d'abord, nous allons analyser la question des visites des musées. Qui était le public, quelles étaient les conditions d'accès aux musées ? Les horaires d'ouverture peuvent ici nous fournir un matériau intéressant.

Selon Jean Galard (1993), « la forte affluence, en tout état de cause, n'est pas quotidienne. Le musée, jusqu'alors, n'était ouvert au public que le dimanche, les autres jours étant réservés aux artistes et aux étrangers »⁹³. Mais, en 1855, à l'occasion de l'Exposition universelle qui se tient à Paris, un nouveau règlement ouvre le musée à tous les visiteurs toute la semaine, à l'exception du lundi, jour de nettoyage.

Comment mieux comprendre cet aspect de l'histoire des musées du XIX^e siècle ? Parmi les ouvrages ou matériaux historiques, on revient aux guides de voyage de Paris. Le guide voyage ne se contente seulement pas de décrire, il prépare plutôt le regard puisqu'il interprète à l'avance ce que le touriste va voir, avant même que celui-ci ne le découvre, il propose aussi une sorte de grille de lecture originale de l'espace (Serge, 2007 ; André, 2007)⁹⁴. Normalement, le musée en tant que site touristique occupe une place non négligeable dans les guides de voyage. Il permet donc de découvrir la situation des musées à chaque époque.

Le guide de *Bouge*, intitulé *La boussole, ou le Guide des étrangers dans Paris et ses faubourgs* est publié en 1806, recense les édifices publics qui représentent un intérêt pour les voyageurs / visiteurs.

⁹³ Jean Galard, 1993, *Visiteurs du Louvre*, Paris, Éditions de la RMN, p. 187

⁹⁴ André Rauch, 2007, « Les guides, une manière d'être dans la ville touristique : visiter Florence avec le Baedeker, le guide Autrement et le Routard », Philippe Duhamel et Rémy Knafou (dir), *Mondes urbains du tourisme*, Paris, Belin, p. 30-42. ;

Serge Jaumain, « Une grande capitale moderne, Bruxelles dans les guides touristiques de la seconde moitié du XX^e siècle », Philippe Duhamel et Rémy Knafou (dir), *Mondes urbains du tourisme*, Paris, Belin, 2007, p. 308-322.

Ce guide est divisé en deux chapitres. Le premier explique l'origine de Paris jusqu'à 1806, ses accroissements successifs, la forme du gouvernement, les grandes autorités, dignitaires, ministres, ambassadeurs et toutes les administrations qui siègent dans la ville. Le second chapitre donne une description des établissements, édifices et monuments remarquables, et des objets d'art et des curiosités qu'ils renferment, les bibliothèques, les établissements d'utilité et amusements publics.

Le second chapitre est divisé en 11 catégories. Le premier concerne les « édifices et monuments remarquables », le deuxième les « galeries et tableaux », le troisième les « l'églises remarquables ». Parmi les 11 catégories, seule la première catégorie, les « édifices et monuments remarquables », présente quelques informations sur les musées. Deux sites muséales sont abordés dans l'ouvrage : le premier, le musée Napoléon dans le palais du Louvre ; le second, la ménagerie et les galeries dans le Jardin des plantes. En comparaison, 8 sites religieux sont présentés dans la catégorie d' « églises remarquables », 17 bibliothèques sont présentées dans la catégorie « l'établissement d'utilité publique », et 36 théâtres sont présentés dans la catégorie « établissements d'agrément ».

De ce fait, on peut dire que le musée ne tenait pas encore une place importants dans la vie Paris au début du XIX^e siècle. Les musées n'intéressaient guère touristes étrangers, même si le musée Napoléon ouvrait au public les samedis et dimanches, de 10 h à 4 h.⁹⁵

Dans le guide de 1870, cette situation s'était améliorée. Le guide illustré de Paris de Joanne Adolphe en 1870 présente Paris en 25 chapitres. Parmi eux, le quatorzième chapitre concerne spécialement « les musées - les expositions - les collections d'œuvres d'art ». Dans ce chapitre, 4 musées sont proposés au voyageur : le musée du Louvre, le musée du Luxembourg, le musée de Cluny, le musée de l'artillerie.⁹⁶

⁹⁵ J.B. Bouge, 1806, *La boussole, ou le Guide des étrangers dans Paris et ses faubourgs, avec un plan topographique, et orné du portrait de l'empereur*, Bruxelles : Publié par J.B. de Bouge, p. 41-74.

⁹⁶ Adolphe Joanne, *Paris illustré en 1870, guide de l'étranger et du Parisien*, 3^e édition. Paris, Librairie Hachette et Cie.

À la fin du XIX^e siècle, le guide témoigne parfaitement du paysage et des pratiques véritables des musées parisiens, les musées occupent une part plus importante dans les guides. Par exemple, le Manuel du voyageur de *K. Baedeler* présente Paris en 1900. Il y a deux parties principales dans ce guide : rive droite, d'une part ; Cité et rive gauche, d'autre part. Concrètement, ce guide est divisé en 13 chapitres. Dans ce guide, 50 sites touristiques qui présentaient aux voyageurs, par exemple : Place de la Concorde, rue de Rivoli, Louvre, Les Tuileries. Parmi ces sites touristiques, douze sont des musées.⁹⁷

La même année, un autre guide, *le guide de Joanne*, comprend 11 chapitres et fait 331 pages au total. Le chapitre VIII concerne les « musées, collections artistiques, historiques et scientifiques, et bibliothèques ». Dans ce guide, 16 musées sont proposés au voyageur. L'information sur les musées occupe près de 89 pages dans un volume qui en compte 331, en d'autres termes, plus de 26 % des pages décrivent les musées parisiens pour les voyageurs.⁹⁸

De même, les horaires d'ouverture témoignaient aussi de l'influence grandissante des musées à la fin du XIX^e siècle.

Dans la première moitié du XIX^e siècle, les musées n'étaient ouverts au public que le dimanche, les autres jours étant réservés aux artistes et aux étrangers (Jean Galard, 1993). Selon l'information sur les horaires d'ouverture présentée dans les guides, la situation du public a totalement changé à la fin du XIX^e siècle.

Le guide *Baedeker* confirmait que pour la plupart des 12 musées mentionnés qui sont ouverts au public tous les jours (sauf lundi et fêtes) en 1900, l'accès au public avait été « normalisé ». En même temps, la distribution dans l'espace des musées est plus large qu'au début du XIX^e siècle. Les voyageurs pouvaient visiter les musées situés au centre de Paris (Louvre), celui situé à l'est de Paris (le musée Carnavalet) et celui situé au ouest de Paris (les musées du palais du Trocadéro).

⁹⁷ Baedeker, Karl (1801-1859) Quatorzième édition, 1900, *Paris et ses environs, manuel du voyageur par K. Baedeker*, Paris, Paul Ollendorff.

⁹⁸ Joanne, Paul (1847-1922), 1900, *Paris et ses environs-1900*, Paris, Hachette et cie.

La présentation des musées occupait donc un volume de plus en plus important dans les guides, ce qui confirme en même temps le rôle croissant des musées pour l'image de Paris à la fin du XIX^e siècle. Pour les voyageurs, les musées parisiens représentaient un lieu de plus en plus attractif.

Cependant, les guides de voyage s'adressent aux visiteurs de passage, il ne révèle donc pas l'attitude des habitants locaux. Quelle est l'image des musées pour les habitants locaux ? Quels rapports les musées et les habitants locaux ?

Au début du XIX^e siècle, les musées parisiens étaient encore au stade embryonnaire (Joanne, 1900), ils ne jouaient pas un rôle très important dans la vie quotidienne de la ville. À travers la seconde moitié du XIX^e siècle, les musées connurent un processus de modernisation. Pour les habitants, l'image des musées était en train de changer. Dans la première moitié du XIX^e siècle, parce que les musées n'étaient pas véritablement ouverts à un large public, leur image pour le public n'était pas très indistincte. Selon Dominique Poulot (1985) au début du XIX^e siècle, à Paris, il y avait des musées fréquentés par les enfants, mais il ne semble pas qu'ils ouvraient largement au public. Dans « l'image du musée au XIX^e siècle », Dominique Poulot a souligné ces faits historiques : « le musée fut fréquenté par les enfants, au cours des promenades de leurs mères ou des efforts pédagogiques paternels [...] le musée des Monuments français est particulièrement célèbre, grâce à son exotisme et aux fortes émotions que son peuple de statues suscitait »⁹⁹. Mais, comme le remarque de C. Georgel (1994), « le musée fut, de toute évidence [...] réservés jusqu'au milieu du siècle à Paris aux élèves artistes et aux touristes étrangers. Il fut loin du discours propagateur en la vocation pédagogique du lieu à la réalité, où pointe vite l'appropriation du tout par de rares élus, artistes et amateurs »¹⁰⁰.

Dans la deuxième moitié du XIX^e siècle, le musée commença à s'ouvrir à un large public, participant à la vie quotidienne de la ville. Avant de chercher à connaître

⁹⁹ Dominique Poulot, 1985, « L'invention de la bonne volonté culturelle : l'image du musée au XIX^e siècle », *Le Mouvement social*, n° 131, p. 35-64.

¹⁰⁰ Chantal Georgel (dir), 1994, *La jeunesse des musées, les musées de France au XIX^e siècle*, Paris, musée d'Orsay, Édition de la réunion des musées nationaux, p. 16.

l'image des musées dans la ville durant la deuxième moitié du XIX^e siècle, il serait souhaitable de disposer d'une histoire sociale du quotidien.

Sous le Second Empire, l'image des musées transparaît dans les journaux illustrés, le *Magasin pittoresque* et *L'Illustration*. Selon Chantal. Georgel (1992) la presse illustrée joue en fait un rôle fondamental pour comprendre les musées à l'époque¹⁰¹, parce qu'ils diffusèrent constamment des images des musées.

Ces journaux illustrés offrent un matériau abondant, qui permet de mieux apprécier les idées générales de l'époque. Dans l'ensemble, ils incitent leurs lecteurs à se rendre au musée, participant ainsi activement à la mise en place et au développement de cette pratique culturelle nouvelle pour le XIX^e siècle qu'est la visite du musée.

Selon l'étude de la presse illustrée menée par Chantal Georgel (1994), « à l'époque, le Louvre acquiert toute son importance spatiale (il compte alors 132 salles contre 89 sous Louis-Philippe) et symbolique, dès lors que Nieuwerkerke¹⁰² décide de l'ouvrir au public tous les jours de la semaine, sauf le lundi, et non plus seulement le dimanche ; la visite du Louvre prend alors un caractère nouveau d'obligation, suggéré par les guides de voyage, qui le désignent comme une des choses les plus intéressantes, qui méritent de fixer l'attention ». Le musée s'élabore à cette époque comme un lieu de mondanités, comme en témoignent « les vendredis du Louvre de Nieuwerkerke, dont on peut, à défaut d'y assister, suivre le récit dans la presse, ou encore les réceptions organisées par les pouvoirs locaux dans les 'salons' de leurs musées »¹⁰³. (cf. photo 2. 1)

¹⁰¹ Chantal Georgel, « Le Musée en représentation », Stéphane Michaud, Jean-Yves Mollier et Nicole Savy (dir), 1992, *Usages de l'image au XIX^e siècle*, Paris, Créaphis, p. 143 - 152.

¹⁰² Émilien de Nieuwerkerke est un sculpteur et un haut fonctionnaire français du Second Empire, Le 25 décembre 1849, il est nommé directeur général des Musées nationaux, il occupe ce poste jusqu'en 1870, il instaurant les « vendredis du Louvre ».

¹⁰³ Chantal. Georgel, « Le Musée en représentation », Stéphane Michaud, Jean-Yves Mollier et Nicole Savy (dir), 1992, *Usages de l'image au XIX^e siècle*, Paris, Créaphis, p. 143-152.



Photo 2. 1. Une soirée au Louvre chez le comte de Nieuwerkerke en 1855
Source : Photo RMN-Grand Palais-D. Arnaudet. ¹⁰⁴

Bref, il ressort de la lecture de *L'Illustration* que le musée est devenu « à la mode » à l'époque, qu'il peut offrir aux lecteurs quelque chose de nouveau. Chantal Georgel pense que « le musée, lieu d'étude, a fait place au musée, lieu de promenade, qu'il faut voir et où il faut être vu, le nouveau a supplanté le curieux dans le mode principal d'appréhension du musée »¹⁰⁵.

Évidemment, les journaux illustrés sont pour l'essentiel le témoin d'une vie d'un loisir pour privilégiés de la société. Les pratiques des musées ne sont-elles destinées qu'aux plus riches ? Quelle est l'image des musées pour le monde prolétaire parisien ?

Généralement, on pense que la pratique des musées était encore éloignée de la vie du monde prolétaire à l'époque. Pourtant, le musée avait pénétré de plus en plus dans toute la société dans la deuxième moitié du XIX^e siècle. Denis Poulot (1870) a décrit ainsi la vie de l'ouvrier en 1870 dans son œuvre *Le Sublime* : « le dimanche, il va se

¹⁰⁴ Voir le site : <http://www.histoire-image.org/site/oeuvre/analyse.php?i=607> en 13/ 10/ 2012

¹⁰⁵ Ibid. p. 143-152.

promener avec sa femme et ses enfants dans les promenades publiques, visite les musées, les expositions [...]. S'il est célibataire, il va au Conservatoire des arts et métiers »¹⁰⁶.

Et « le dimanche, s'il pleut, l'ouvrier visite volontiers une exposition. Et dans une toile ce n'est ni une question de lumière, de formes ou de couleurs qu'il apprécie, c'est le sujet. Un lundi, poursuit Poulot, nous écoutons un ajusteur racontant à trois ou quatre de ses copains l'impression que lui avait faite le tableau de "Varsovie", 1861, de l'Exposition de 1866. Rien ne lui avait échappé ; le fils mort, le père désespéré, la mère, la femme mourante, jusqu'aux moines étaient décrits d'une façon pathétique et très émouvante. Comme conclusion, l'exécration des cosaques et moscovites massacreurs ; le dimanche suivant, les quatre auditeurs étaient devant le tableau »¹⁰⁷.

Bref, pour les privilégiés de la société parisiens, le musée était le lieu « à la mode », c'était un lieu de « mondanité » ou de « sociabilité », il était l'expression de la modernité d'un nouveau style de vie. Pour les gens du peuple, le musée représente une autre vie, qui est au-dessus de leurs moyens, ce qui la rend aussi désirable. Les musées parisiens semblent devenir de plus en plus populaires.

La relation entre le musée et la ville s'interroger sur le rapport entre les productions culturelles et les lieux, c'est s'inscrire dans des questionnements fondamentaux en géographie qui portent, de manière plus générale, sur le rapport entre une production humaine et un lieu. Musée, comme un lieu culturel incontestable, ils marquent les quartiers matériellement ou symboliquement, ils peuvent ainsi changer l'utilisation, la perception d'un lieu, le donner à voire différemment, le transfigurer. ¹⁰⁸

Jusqu'à présent, nous avons vu comment le développement des musées du XIX^e siècle à Paris contribue largement à la vie culturelle. Mieux, on peut dire que les musées

¹⁰⁶ Dominique. Poulot, *Question sociale. Le Sublime ou le travailleur comme il est en 1870, et ce qu'il peut être*, Paris, 1870, rééd. Paris, Maspero, 1980, p. 139. Sur l'auteur voir la préface d'A. Cottureau, p. 43-63.

¹⁰⁷ Ibid., p. 57.

¹⁰⁸ Maria Gravari-Barbas & Philippe Violier (dir), 2003, *Lieux de culture/culture des lieux, Production culturelle locale et émergence des lieux : dynamiques, acteurs, enjeux*, Rennes, Presses Universitaires de Rennes, p. 9.

incarnaient la « nouveauté », c'était par excellence alors ce qui était « à la mode » dans la société.

Conclusion

Dans ce chapitre, nous nous sommes attachés à montrer les rôles des musées jusqu'à la fin du XIX^e siècle, leur mise en valeur sur le plan social et leur importance croissante, au même titre que les grands magasins et les hôtels de luxe, dans la construction de la modernité.

Au XIX^e siècle, Paris se transforme complètement, il devint une « ville de l'âge industriel » (Maurice Agulhon, 1983), et devint alors la « ville-lumière » aux yeux de la société française (Caron, 1995). La « nouveauté », les phénomènes de mode, ne se concentrèrent pas seulement sur les musées, ils furent aussi incarnés par les grands magasins et les hôtels de luxe. Tous s'inscrivent dans le cadre du développement urbain parisien.

Ainsi nombre de musées, de grands magasins et d'hôtels de luxe furent-ils créés à partir de la seconde moitié du XIX^e siècle à Paris, et prirent une place préminente dans certains quartiers. Ce phénomène nous pose d'autres questions. De point de vue spatial, le musée était différent du grand magasin et de l'hôtel de luxe : ces deux dernières sont des espaces de consommation, le premier est un espace culturel. Pourquoi les différentes sortes de nouveaux espaces ont-ils pu être créés et imbriqués ensemble, dans la même période ? Il n'y a pas de réponse évidente. Afin de mieux comprendre les particularités du cas français, un bref détour par la Chine contemporaine peut être instructif.

Malgré des différences très importantes, le développement urbain des grandes villes chinoises dans les deux dernières décennies a certains points communs avec celui de Paris au XIX^e siècle, en particulier sur une question : celle de la mise à l'écart des

industries hors de la ville. L'explicitation de la stratégie d'urbanisation de nombre de villes chinoises aujourd'hui peut ainsi permettre d'éclairer d'un jour nouveau. Les processus que nous avons décrits dans ce chapitre.

Le XIX^e siècle, la révolution industrielle est lancée en France et à Paris. Mais, à partir des années 1850, la désindustrialisation du centre de Paris est entamée et s'accélère à cause de la transformation d'Haussmann. Par rapport à l'urbanisation des villes chinoises dans les deux dernières décennies, les objectifs de la transformation française ne furent pas de poursuivre un développement économique. Pour Napoléon III, la transformation de Paris était « soucieuse de grandeur et de gloire », il fallait « embellir Paris pour en faire l'égal de Londres et même la capitale des capitales »¹⁰⁹. De ce fait, le pouvoir « dégage de leur entourage lépreux les édifices du passé et fait construire de grandioses monuments, destinés à éblouir les visiteurs attirés du monde entier »¹¹⁰. Suite à cette transformation, Paris devint véritablement la « capitale des capitales ».

« Le développement économique de la Chine post-maoïste s'est accompagné de profonds bouleversements sociaux et, notamment depuis une vingtaine d'années, d'une accélération de l'urbanisation »¹¹¹. Le développement urbain des villes chinoises dans les deux dernières décennies nous offre une histoire différente de celle de Paris au XIX^e siècle. Le développement sur le plan économique est devenu un des objectifs les plus importants pour les villes chinoises. Dans de nombreux schémas d'aménagement et d'urbanisme, on peut voir l'importance de cet objectif sur le plan économique. Par exemple, faire de telle ou telle « la grande ville internationale », « la ville du monde », « le centre des finances du monde », « la ville centrale au niveau de la province », sont des objectifs ou des slogans de développement pour beaucoup de villes chinoises. Dans ce contexte, l'espace de la ville intérieure donne donc la priorité au développement sur

¹⁰⁹ Plessis Alain, 1979, *De la fête impériale au mur des fédérés, 1852-1871*, Paris, Seuil, p. 162.

¹¹⁰ Ibid., p. 162.

¹¹¹ Thierry Sanjuan avec Antoine Brès, Jean-François Cuenot et Ning Yuemin, 2011, « Shanghai : les recompositions périurbaines d'une métropole émergente », Jean-Louis Chaléard(dir), *Les Métropoles des Suds vues de leurs périphéries*, Paris, coll. Grafigéo, n° 34, p. 53-63.

le plan économique, par exemple : aux commerces, aux bureaux, aux services et loisirs, etc. En revanche, les espaces dont la contribution est moindre sur le plan économique ont du mal à trouver leur place dans la ville, ils se développent plus lentement que lorsqu'il s'agit de l'économie.

Dans le cas de Paris au XIX^e siècle, la transformation s'inscrivait dans le cadre d'un urbanisme tourné vers l'embellissement et la gloire. Ces principes sont moins chargés de connotations économiques, mais ils favorisent l'implantation d'espaces qui touchent à ce qui est « à la mode », au nouveau, à la modernité, etc. Espaces nouveaux, les musées, surtout les musées d'art, ont ainsi pu émerger à Paris en même temps que les grands magasins et les hôtels de luxe, dans la seconde moitié du XIX^e siècle, et dans certains quartiers à la point du nouvel urbanisme.

Chapitre III. Le musée : une influence grandissante dans la ville

Au cours du XIX^e siècle, notamment dans la seconde moitié du siècle, les musées parisiens se sont beaucoup modernisés. Ils se sont ancrés durablement dans la société moderne. Un musée n'est pas seulement un bâtiment où déposer des collections ; les visiteurs des musées ne viennent pas seulement pour satisfaire leur curiosité. Le statut du personnel a aussi changé, il connaît une évolution professionnelle dépassant le simple rôle de gardien. Tout au long du XIX^e siècle, les musées parisiens ont vu leur influence augmenter auprès du public et sur le territoire. Dans la perspective utilitariste qui était celle des Lumières, le musée avait pour mission première d'être un instrument de diffusion de la connaissance, destiné à dissiper l'ignorance, à édifier l'esprit du public, à perfectionner les arts, en un mot à favoriser le progrès des sociétés humaines. De manière moins austère, le musée, et en particulier le musée d'art devait aussi œuvrer à la formation du goût. C'était un lieu voué à l'agrément, au plaisir, à la délectation raffinée (Nicolas Nauze, 2008).

L'histoire ou l'évolution des musées parisiens du XIX^e siècle montre bien qu'il s'agit d'un lieu de construction et de présentation du savoir, un espace d'apprentissage et de confrontation avec les œuvres et les objets (jusqu'en 1855, les musées sont fermés au public, et réservés à l'éducation et à la formation des artistes)¹¹². Les visiteurs ne sont admis que le dimanche. Pour accéder en semaine au Louvre et au musée du Luxembourg, il fallait avoir une carte d'artiste exposant ou d'élève d'un professeur connu ou, dans le cas des étrangers, montrer son passeport. Cependant, la création des musées obéissait à des logiques de pouvoir, derrière des idéaux « civilisationnels » ou patrimoniaux plus ou moins grandioses se cachaient des considérations politiques et

¹¹² Pomian Krzysztof, 1996, « Nation et patrimoine », Daniel Fabre (dir), *L'Europe entre culture et nation*, Paris, Éditions de la maisons des sciences de l'homme, p. 91.

idéologiques. De ce fait, le musée parisien, parfait vecteur de symboles et d'idéologies, était aussi un instrument au service du pouvoir (Nicolas Nauze, 2008). Le cas du musée des Sculptures comparées ouvert en 1882 en donne une bonne illustration. Selon Quitterie Ladonne, la volonté de faire du musée un espace d'étude des monuments français du XII^e au XVI^e siècle apparaît dès le rapport d'Eugène Viollet-le-Duc à la commission des Monuments historiques le juin 1879. Il pense qu'il faut le développer autour du Moyen Âge. Selon lui, il ne devait pas s'agir de faire la simple rétrospective d'un art mais d'offrir une véritable démonstration au public, démonstration de l'existence d'une culture artistique médiévale, mais également démonstration de la splendeur et de la spécificité nationale.¹¹³

Le XX^e siècle, pour les musées parisiens, est une période plus impressionnante encore. Ceux-ci connaissent un changement radical (Philippe Poirrier, 2004). D'abord, leur nombre a augmenté plus rapidement que durant le XIX^e siècle. En outre, le musée s'est diversifié en termes de catégorie. Même si les musées du XIX^e siècle étaient bien ouverts au public, Philippe Poirrier considère qu'ils étaient encore des espaces des sociabilités élitistes caractéristiques des sociétés bourgeoises. Mais, au XX^e siècle, les musées sont passés véritablement d'un espace élitiste au grand public, surtout après les années 1970, lorsqu'ils deviennent un espace orienté vers les masses (David Navarrete, 2008). Enfin, du point de vue des politiques publiques, l'impulsion par l'État et les collectivités territoriales a largement contribué à un renouveau du paysage muséal.

Comment le nombre des musées est-il fixé ?

Paris accueille un très grand nombre d'institutions muséales, de toute taille et sur tous les sujets. Le nombre des musées parisiens est l'objet de débat. Selon les statistiques

¹¹³ Quitterie Ladonne, 1994, « Les "sculptures comparées" du palais du Trocadéro (1879) », Chantal Georgel (dir), *La jeunesse des musées, les musées de France au XIX^e siècle*, Paris, RMN, p. 100.

de la direction des musées de France du ministère de la Culture français, le musée du Louvre est historiquement le premier musée parisien (1792). En 2007, il y a 56 établissements situés à Paris. La liste des « Musées de France »¹¹⁴, quant à elle, énumère 57 établissements muséaux parisiens. Mais, quand on regarde les sites où ils sont installés, on en trouve moins qu'il n'y a d'institutions. En effet, il y a des musées qui se situent dans le même bâtiment ou le même lieu. Il y a en fait plusieurs cas de figures : d'abord, différents musées peuvent être créés dans le même bâtiment. Par exemple, le musée des Arts décoratifs et le musée de la Mode et du textile sont mentionnés dans la liste des « Musées de France », mais, ils sont installés dans le même bâtiment de l'aile Marsan du palais du Louvre. Ensuite, différents musées peuvent avoir une même origine. Le Muséum national d'histoire naturelle dans le jardin des Plantes est divisé en 5 différentes institutions indépendantes dans la liste des « Musées de France » : la grande galerie de l'évolution, la galeries de paléontologie et d'anatomie comparée, la galerie de minéralogie et de géologie, la galerie d'entomologie, la galerie de botanique. Enfin, des musées peuvent fusionner. C'est le cas du le musée Bouchard, situé dans le XVI^e arrondissement, dans l'ancien atelier du sculpteur Henri Bouchard, et qui a transféré ses collections au musée de la Piscine à Roubaix, accessible au public depuis 2014. C'est le cas aussi du musée des Civilisations de l'Europe et de la Méditerranée, situé en bordure du Jardin d'acclimatation du bois de Boulogne dans le XVI^e arrondissement. Fermé au 2005, il est ré-installé à Marseille. De même, le musée national des Arts d'Afrique et d'Océanie, situé dans le palais de la Porte Dorée dans le XII^e arrondissement, voit ses collections transférées au musée du quai Branly en 2003.

De ce fait, on peut considérer qu'il y a environ 50 sites où sont installés des musées à Paris.

¹¹⁴ Les musées labellisés « Musées de France » sont des musées agréés par l'État et bénéficiant prioritairement de son aide, selon les termes de la loi du 4 janvier 2002. Ce label est attribué à la demande de la ou des personnes morales propriétaires des collections, par décision du ministre chargé de la culture après avis du Haut Conseil des musées de France.

Voir le site du ministre de la Culture et de la Communication :

<http://www.culturecommunication.gouv.fr/index.php/Disciplines-et-secteurs/Musees/Organismes/Musees-de-France>

On s'est référé à la liste des « Musées de France », aux statistiques de la direction des musées de France du ministère de la Culture et à d'autres informations. Finalement, on croisant les trois, on a gardé 51 musées pour les analyser dans la thèse. On peut les regrouper en trois catégories principales : tout d'abord, les musées nationaux. On compte parmi eux les plus grands musées français, que ce soit par la richesse de leurs collections ou par leur fréquentation. À Paris, il s'agit par exemple du musée du Louvre, du musée national d'Art moderne abrité par le Centre national d'art et de culture Georges Pompidou, du musée d'Orsay ou encore de celui du quai Branly. La seconde catégorie est celle des musées de la Ville de Paris, par exemple le musée d'Art moderne, Les catacombes, le musée Galliera, la Crypte archéologique du parvis Notre-Dame, etc. Enfin, il y a les musées privés. C'est le cas, par exemple, du musée Jacquemart-André, ou de la Pinacothèque de Paris. Les plupart des musées de ces trois catégories sont nommés « Musées de France » en 2003 par la direction des Musées de France du ministère de la Culture et de la communication.

La géographie des musées dans la première moitié du XX^e siècle : continuité avec le XIX^e siècle

Dans le chapitre précédent, nous avons, conformément à l'usage des historiens, arrêté le « grand XIX^e siècle » à la Première Guerre mondiale. Nous traiterons ici des musées créés au XX^e siècle, donc après 1914. Pour cette période, l'évolution des musées parisiens connaît deux phases principales.

On s'est intéressé à l'année de la création pour les 51 musées existants. Comme le montre le graphique 3. 1, durant le XX^e siècle, la création de musées connaît deux périodes intensives, la rupture se situe entre les années 1950 et 1960. Le même phénomène est confirmé par plusieurs auteurs. David Navarrete pense que c'est à partir des années 1970 qu'émergent de « nouveaux musées », qui élargissent leur public, qui

changent leur aménagement, etc. Mais il ajoute que, depuis les années 1960, les musées avaient validé leur implantation en tant qu'espace pour les masses.¹¹⁵ Philippe Poirrier écrit en 2004 que « longtemps dépréciée, renvoyant à des sociabilités élitistes caractéristiques des sociétés bourgeoises du XIX^e siècle, l'image des musées enregistre une véritable embellie depuis trois décennies »¹¹⁶. Il pense que c'est autour des années 1970 que se passent les changements radicaux, et qualifie la première moitié du XX^e siècle comme une période de « dépréciation »¹¹⁷.

Concernant les musées parisiens de la première moitié du XX^e siècle, André Gob et Noémie Drouguet (2010) pensent que « le XX^e siècle est marqué par une articulation qui se situe à la fin des années 1960, connaissant avant cette date, une évolution lente, quasi léthargique, comme la queue de la comète du XIX^e siècle »¹¹⁸.

En effet, la première partie du XX^e siècle ne représente pas une conjoncture très riche pour les musées. Philippe Poirrier propose une analyse similaire pour cette période : la première moitié du XX^e siècle est une période de lent déclin, dans toute l'Europe, dûe à la faiblesse des aides publiques et au manque de fonds privés. Les éléments historiques (deux guerres mondiales et une instabilité politique chronique), vinrent ajouter un peu plus de difficulté à une situation déjà défavorable.

Concrètement, à Paris, dans la création des musées durant la première moitié du XX^e siècle, on peut voir les traces du XIX^e siècle. D'abord, les acteurs sont très similaires à ceux du XIX^e siècle : l'État, les donateurs et la municipalité locale contribuent à la création des musées de l'époque. Par exemple, le musée national d'Art moderne ouvre ses portes dans le palais de Tokyo de l'aile Ouest le 6 août 1942, mis en place par l'État ; le Petit Palais et le musée d'Art moderne de la Ville de Paris sont ouverts par la Ville de Paris en 1961 ; le musée Cognacq-Jay ouvre en 1929, et le musée

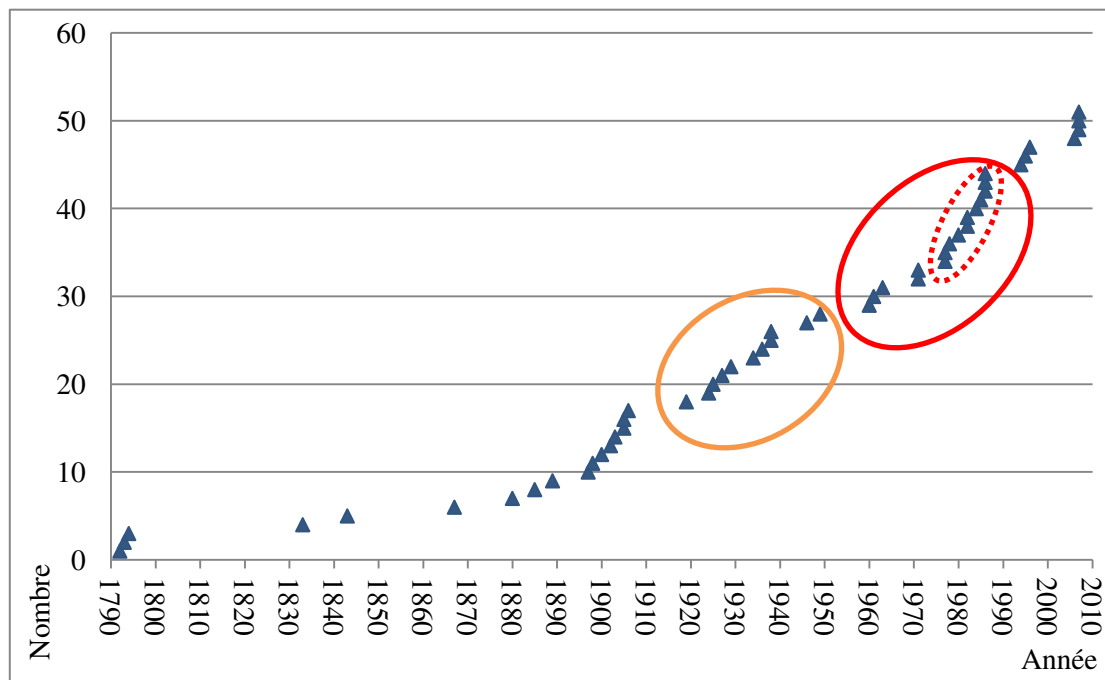
¹¹⁵ David Navarrete, 2008, « Nouveaux musées dans la région parisienne », *Téoros*, Automne, p. 71-77.

¹¹⁶ Philippe Poirrier, 2004, « Musées et politiques culturelles en France », *La Lettre de L'Ocim* n° 96, p. 13-18.

¹¹⁷ *Ibid.*, p. 13-18

¹¹⁸ André Gob, Noémie Drouguet, 2010, *La muséologie, histoire, développements, enjeux actuels (3^e édition)*, Paris, Armand Colin, p. 30.

Galliera, qui est en fait un musée d'art industriel, sont créés, dès 1895, l'un et l'autre créés sur des dons privés. Bien sûr, parmi ces différents acteurs, l'État joue un rôle prépondérant.



Graphique 3. 1. L'année de création des musées parisiens de 1792 au 2007.

Source : On se réfère à la liste des « Musées de France » et les statistiques de la direction des musées de France du ministère de la Culture.

Ensuite, du point de vue de la catégorie, il n'y a pas beaucoup de changements par rapport à la seconde moitié du XIX^e siècle, la plupart des musées appartenant soit à la catégorie des « musées d'art », soit à celle des « musées d'histoire ». Le musée de l'homme, créé en 1937 et classé comme « musée d'ethnographie », succède en fait à l'ancien « musée d'ethnographie » créé en 1879. Seul à se différencier des autres, le Palais de la découverte est créé en 1937 par Jean Perrin (Prix Nobel de physique en 1926) et Jean Rostand (pour la section Biologie) lors de l'exposition internationale « Arts et techniques dans la vie moderne ». C'est un musée qui vise à faire participer le public à la naissance de la découverte des sciences, il est classé dans la catégorie « musée des sciences et des techniques ».

Enfin, du point de vue de développement spatial, les musées de la première moitié du XX^e siècle sont créés dans la continuité du mouvement entamé au XIX^e siècle, sans rupture. Certaines tendances des analyses précédentes se confirment : tout d'abord, les musées du XIX^e siècle développent peu à peu à partir du centre de Paris vers l'extérieur, ils s'installent progressivement vers la frontière d'annexion de 1860. Dans la première moitié du XX^e siècle, l'Ouest de Paris joue encore un rôle de premier plan dans l'implantation des nouveaux musées, notamment les I^{er}, VII^e, VIII^e, et IX^e arrondissements. Ensuite, la plupart des musées créés au-delà du périmètre traditionnel d'implantation de ces institutions se trouvent juste derrière la frontière du XIX^e siècle, et vers l'ouest, dans les XV^e, XVI^e et XVII^e arrondissement, (sauf un, « le musée permanent des Colonies », qui se trouve dans le XII^e arrondissement) (cf. figure 3. 1). C'est le cas par exemple : le musée Jean-Jacques Henner, créé en 1924 dans le XVII^e arrondissement ; le musée de l'Homme créé en 1937 au palais de Chaillot dans le XVI^e arrondissement, où il a succédé à l'ancien musée d'Ethnographie ; le musée permanent des Colonies créé en 1931 dans le XII^e arrondissement, ou encore le musée de la Poste créé en 1946 dans le XV^e arrondissement. Enfin, les expositions universelles jouent un rôle sensible dans la répartition des nouveaux musées. En 1855, la deuxième exposition universelle a eu lieu à Paris. Celles de 1867, 1878, 1889 et 1900 s'y dérouleront à nouveau. Durant la deuxième moitié du XIX^e siècle, Paris accueillera donc cinq fois d'exposition universelle. Ces événements sont également des « faiseurs de villes » : les expositions façonnent le paysage parisien à travers les monuments qu'elles ont bâti puis, dans certains cas, laissé à la ville, comme la Tour Eiffel, le Pont Alexandre III, ou encore les Petit et Grand Palais. De plus, elles entraînent la création de musées. Par exemple, l'Exposition universelle de 1878 a favorisé la création des musées dans le Palais du Trocadéro : le musée d'Ethnographie ouvre ses portes en 1879 et le musée des Sculptures comparées en 1882. De même, après celle de 1900, trois musées sont créés : d'abord, le Grande Palais et le Petit Palais » ; plus tard, le Palais de la découverte créé en 1938, qui sera installé dans l'aile ouest du Grand Palais. Après

l'Exposition universelle de 1937, la création des musées est encore la principale manière d'utiliser les nouveaux bâtiments laissés vides après l'exposition. Quatre musées furent créés dans le lieu où s'était tenue l'Exposition universelle : le musée de la Marine de Paris a déménagé du Louvre en 1938 pour l'aile Passy du palais de Chaillot, construit pour l'Exposition de 1937. Le musée de l'Homme est installé aussi depuis 1937 dans le palais de Chaillot. De même, le musée des Sculptures comparées créé en 1882 est réaménagé et prend le nom de musée des monuments français lors de son déménagement dans le palais de Chaillot en 1937. Le 24 mai 1937, le président Lebrun inaugure le Palais des musées d'art moderne dans l'aile Ouest du palais de Tokyo.

Le Palais de la Porte dorée est un édifice situé à la Porte dorée dans le XII^e arrondissement de Paris. Ce bâtiment a été construit pour l'Exposition coloniale de 1931 (cf. photo 3. 2). Il a abrité ensuite le musée permanent des Colonies, inauguré en 1931. Il faut encore y ajouter le Palais de la découverte, mentionné ci-dessus, créé à l'occasion de l'exposition internationale « Arts et techniques dans la vie moderne » de 1937.

Pour résumer, du point de vue de la répartition spatiale, les nouveaux musées de la première moitié du siècle sont installés soit dans l'espace traditionnel du XIX^e siècle avec une implantation croissante vers l'ouest de Paris, soit dans la continuité du XIX^e siècle. Même si le musée du XII^e arrondissement est éloigné des autres, il est encore créé dans le cadre d'une exposition universelle (cf. figure 3. 1).

En outre, tous les musées créés durant la première moitié du XX^e siècle ont été installés dans des bâtiments existants, réaménagés pour l'occasion, comme le Louvre.

Du point de vue architectural, les musées parisiens du XIX^e siècle constituaient un genre en soi, doté de ses propres conventions, mais toujours soucieux de solennité et de grandeur. Les musées se sont inscrits dans la première moitié du XX^e siècle dans la continuité de cette tradition.

Dans la première moitié du XX^e siècle, les musées se développent dans un style « néo-classique ». Le pouvoir utilise toujours le musée comme un moyen simple de mettre en relief la destination collective et identitaire en permettant l'inscription concrète de l'édifice dans le tissu urbain. De ce fait, les architectes dessinèrent des compositions amples, aux masses symétriques, fortement hiérarchisées, multipliant escaliers, portiques, colonnades, etc. (cf. photo 3. 1 et 3. 2)¹¹⁹.



Photo 3. 1. Le musée d'Ethnographie du Trocadéro en 1890. Photo 3. 2. Le musée permanent des Colonies en 1931.

À l'époque, les musées étaient encore quasi-exclusivement des collections d'art ancien et véhiculaient une conception de l'art fortement empreinte de conservatisme. L'architecture des musées se devait de refléter ces valeurs académiques et consensuelles. Les musées étaient installés dans des bâtiments aux proportions grandioses et intimidantes, comme ceux du palais de Chaillot ou du palais de Tokyo, aux volumes massifs et aveugles. Nicolas Nauze (2008) a bien décrit cette dimension imposante, empreinte de classicisme antique et de ferveur religieuse, qu'on veut donner aux musées : « le parcours ascensionnel que devait emprunter tout visiteur depuis la rue devenait en lui-même une forme de parcours dévotionnel ».

¹¹⁹ Source : photo 1 : http://en.wikipedia.org/wiki/File:The_Trocadero,_Exposition_Universal,_1900,_Paris,_France.jpg
Photo 2 : <http://www.expositions-universelles.fr/1931-exposition-coloniale-colonies.html>

Ces différents éléments permettent de mieux comprendre le commentaire d'André Gob et Noémie Drouguet, concernant les musées parisiens créés à la première moitié du XX^e siècle, et qui nous semble pleinement pertinent. Ces musées sont bien « la queue de la comète du XIX^e siècle ». Cela est sensible non seulement dans la répartition spatiale, mais aussi dans les logiques d'implantation, avec notamment le rôle des expositions universelles.

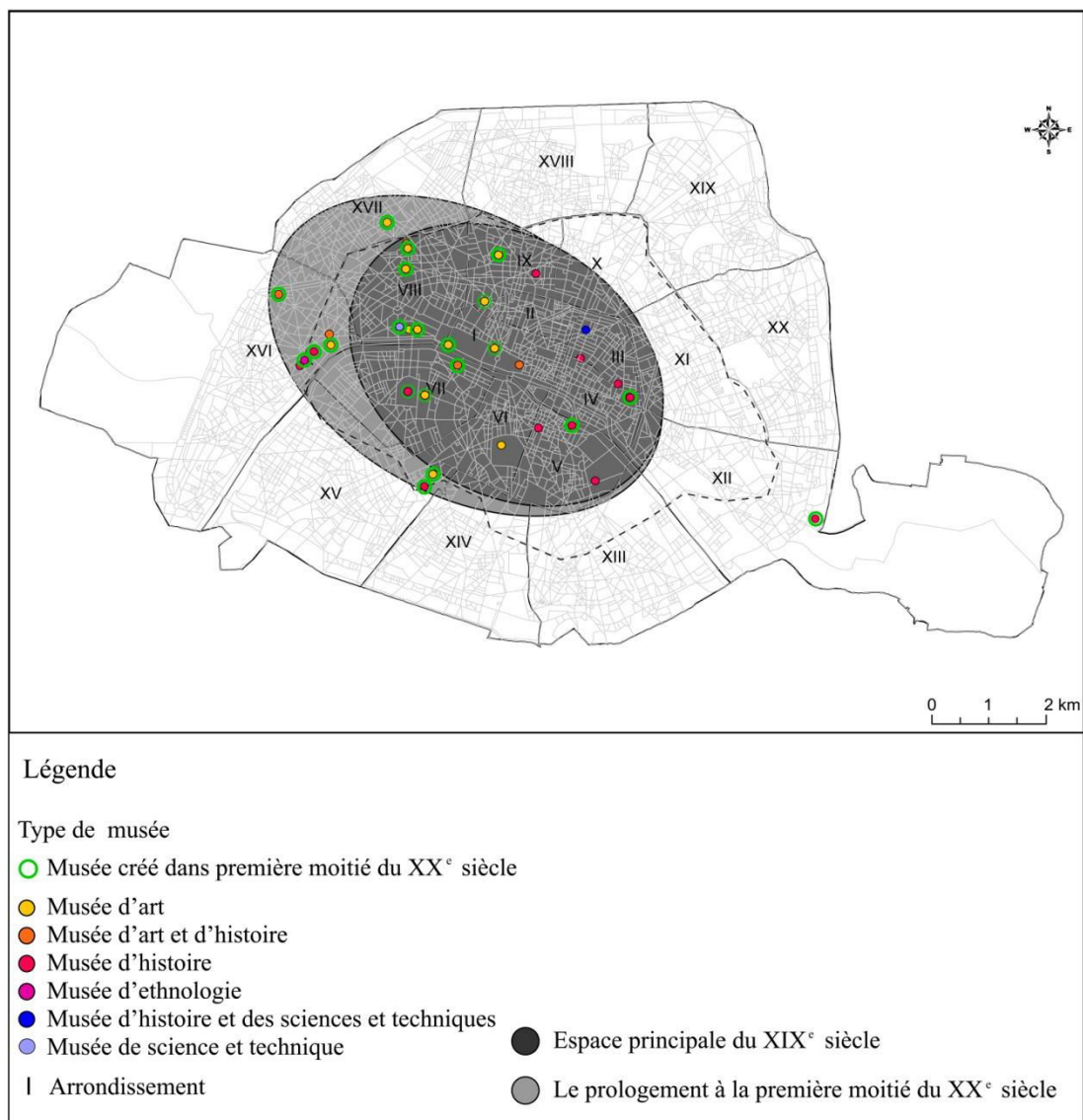


Figure 3. 1 : La répartition des musées dans la première moitié du XX^e siècle.

Source : La liste des « Musées de France » et les statistiques de la direction des musées de France du ministère de la Culture et les sites des musées.

N°	Année	Nom du musée	Catégorie	Arrondissement
1	1900	Petit Palais	musée d'art	VIII ^e
2	1902	Maison de Victor Hugo	musée d'histoire	IV ^e
3	1903	Musée Gustave Moreau	musée d'art	IX ^e
4	1905	Musée de l'Armée	musée d'histoire	VII ^e
5	1905	Musées des arts décoratifs	musée d'art	I ^{er}
6	1906	Musée d'Ennery	musée d'art et d'histoire	XVI ^e
7	1913	Le musée Jacquemart-André	Musée d'art	VIII ^e
7	1919	Musée Rodin	musée d'art	VII ^e
8	1924	Musée national Jean-Jacques Henner	musée d'art	XVII ^e
9	1925	Musée de la Légion d'honneur et des ordres de chevalerie	musée d'art et d'histoire	VII ^e
10	1927	Musée de l'Orangerie	musée d'art	I ^{er}
11	1929	Musée Cognacq-Jay	musée d'art	IX ^e
12	1931	Musée permanent des Colonies	musée d'histoire	XII ^e
13	1934	Musée de l'Assistance publique	musée d'histoire	V ^e
14	1936	Musée Nissim-de-Camondo	musée d'art	VIII ^e
15	1937	Musée de l'Homme	musée d'ethnographie	XVI ^e
16	1937	Musée des Monuments français	musée d'histoire	XVI ^e
17	1938	Palais de la découverte	musée de science et technique	VIII ^e
18	1938	Musée de la Marine de Paris	musée d'histoire	XVI ^e
19	1940	Musées d'Art moderne	musée d'art	XVI ^e
20	1946	Musée de la Poste	musée d'histoire	XV ^e
21	1949	Musée Bourdelle	musée d'art	XV ^e

Tableau 3. 1. Les musées parisiens créés dans la première moitié du XX^e siècle

Note : Ce tableau ne recense pas le musée des Monuments français créé en 1937, parce qu'il s'agit de l'ancien musée des Sculptures comparées créé en 1882.

À cause des changements historiques, les musées créés dans la première moitié du XX^e siècle ne sont pas tous représentés sur la figure 3. 1 : certains ont disparu, d'autres ont été transférés ailleurs.

Les nouveaux musées, d'une place marginale à une place centrale

Comme on l'a montré, il y a une rupture dans la création des musées (cf. graphique 3. 1) au cours du XX^e siècle. Une période nouvelle commence à partir de 1960, et s'accélère entre 1977 et 1986. Comme l'indique Catherine Ballé et Dominique Poulot (2004) : « après une longue période de déclin, les musées connaissent entre la fin des années 1960 et le début des années 1970 de profondes mutations (nouvelle muséographie, développement de la médiation, introduction d'activités commerciales) qui entraînent, entre autres, un vaste mouvement de rénovation et de construction muséale »¹²⁰.

Dans l'intervalle d'années dizaine (1977-1986), le paysage des musées parisiens connaît une transformation considérable. D'abord, de nombreux musées aujourd'hui bien connus voient le jour à cette époque : le musée national d'Art moderne est inauguré en 1977 dans le centre Georges Pompidou ; le musée Picasso ouvre au public en 1985, et est installé dans l'hôtel Salé dans le III^e arrondissement ; en 1986, la Cité des sciences et de l'industrie est créée dans le XIX^e arrondissement ; la même année, le musée d'Orsay trouve sa place dans l'ancienne gare d'Orsay (1898) dans le VII^e arrondissement. Outre ces nouvelles créations, en 1981, le nouveau président François Mitterrand annonçait que le Palais du Louvre allait devenir entièrement un Musée. C'était le début du projet du Grand Louvre qui impliquait notamment le déplacement du ministère des Finances, qui dut quitter l'aile Richelieu, et les travaux d'agrandissement et de modernisation du Louvre dirigés par Ieoh Ming Peï. Le 30 mars 1989, les travaux s'achèvent avec la construction de la Pyramide de verre, qui connut un grand retentissement médiatique. Entre 1960 et la fin du XX^e siècle, 18 nouvelles institutions muséales ont été créées.

¹²⁰ Balle C., Poulot D., 2004, *Musées en Europe, une mutation inachevée*, Paris, La Documentation française, p. 137.

N°	Année	Nom du musée	Catégorie	Arrondissement
1	1960	Musée de Montmartre	musée d'histoire	XVIII ^e
2	1961	Musée d'art moderne de la Ville de Paris	musée d'art	XVI ^e
3	1963	Musée National du Sport	musée d'histoire	XIII ^e
4	1971	Musée Eugène Delacroix	musée d'art	VI ^e
5	1971	Maison de Balzac	musée d'histoire	XVI ^e
6	1977	Galliera (Le musée de la Mode)	musée d'art	XVI ^e
7	1977	Musée national d'Art moderne du centre Georges Pompidou	musée d'art	IV ^e
8	1978	Musée de La Publicité	musée d'art	I ^{er}
9	1980	Crypte archéologique du parvis de Notre-Dame	musée d'histoire	IV ^e
10	1982	Musée Zadkine	musée d'art	VI ^e
11	1982	Musée de la vie romantique	musée d'art et d'histoire	IX ^e
12	1984	Musée Hébert	musée d'art	VI ^e
13	1985	Musée Picasso	musée d'art	III ^e
14	1986	Musée d'Art et d'histoire du Judaïsme	musée d'art et d'histoire	III ^e
15	1986	Cité des sciences et de l'industrie	musée de science et technique	XIX ^e
16	1986	Musée d'Orsay	musée d'art	VII ^e
17	1994	Musée Jean Moulin	musée d'histoire	XV ^e
18	1995	Musée de la Musique	musée d'art	XIX ^e

Tableau 3. 2. Les musées parisiens créés durant la deuxième moitié du XX^e siècle

Du point de vue de la répartition géographique, on constate des nouvelles tendances, qui remettent en cause l'évolution historique précédente. De nouveaux musées sont installés dans le quartier du Parc de la Villette au XIX^e arrondissement, loin de la zone des musées au centre de la ville. De manière très visible, leur installation rompt avec les règles traditionnelles et les zones des anciens musées. Même les autres musées, situés dans la zone traditionnelle, voient leur création marquée par de nombreuses nouveautés. Les nouveaux musées sont installés pour partie à l'ouest de Paris, mais alors ils sont pour la plupart près de La Seine ; et pour partie dans les

arrondissements centraux, mais concentrés dans les III^e, IV^e (le quartier du Marais) et VI^e arrondissements (cf. figure 3. 2).

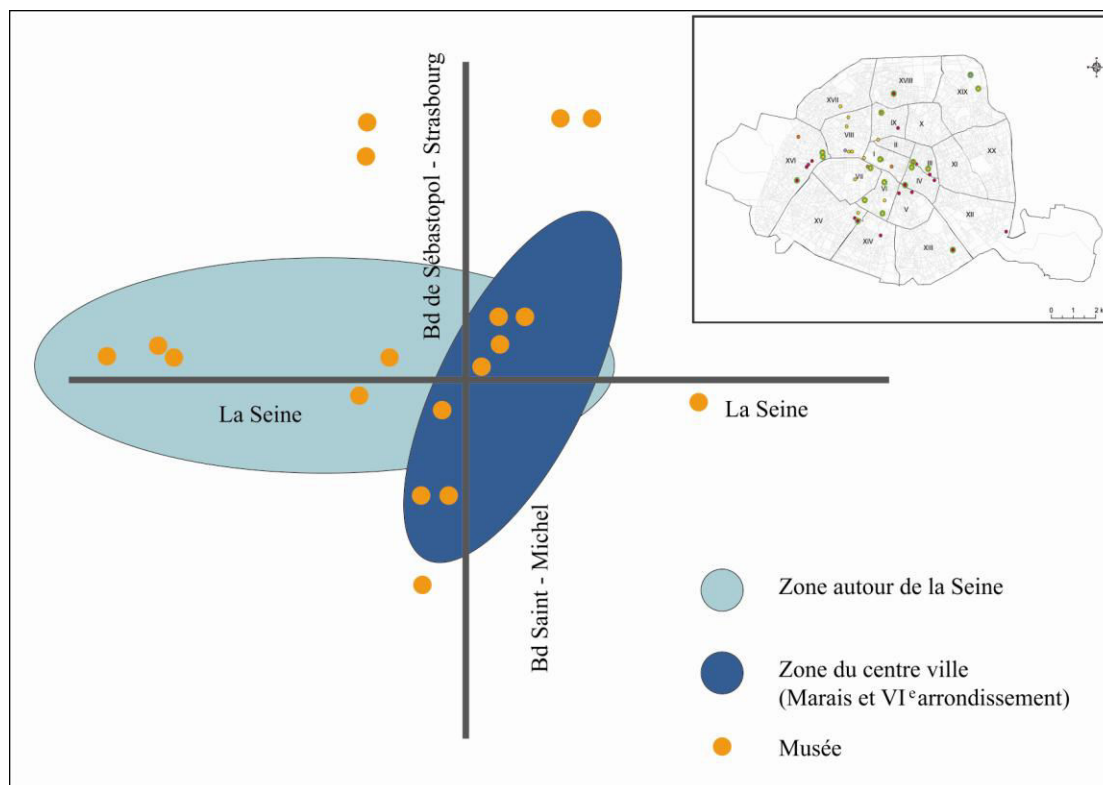


Figure 3. 2. La localisation des musées parisiens entre 1960 et 2000.

Comment on l'a dit dans le deuxième chapitre, les « musées d'art » émergèrent au XIX^e siècle comme une nouvelle catégorie. En tant que symbole d'une nouvelle forme de centralité et de modernité, les « musées d'art » donnèrent son essor à la « vie parisienne ». Ils se concentrèrent alors plutôt à l'ouest de Paris, surtout sur la rive droite. Même dans la première moitié du XX^e siècle, les « musée d'art » ne passèrent pas le boulevard de Sébastopol à l'est de Paris (cf. figure 3. 2). Au contraire, les musées créés dans la seconde moitié du XX^e siècle ont désenclavé l'Est de Paris, avec l'apparition de « musées d'art » dans le quartier du Marais (III^e et IV^e arrondissements). Enfin, les « musées d'art » créés dans le VI^e arrondissement ré-équilibraient le paysage des « musées d'art » entre la rive droite et gauche (cf. figure 3. 3).

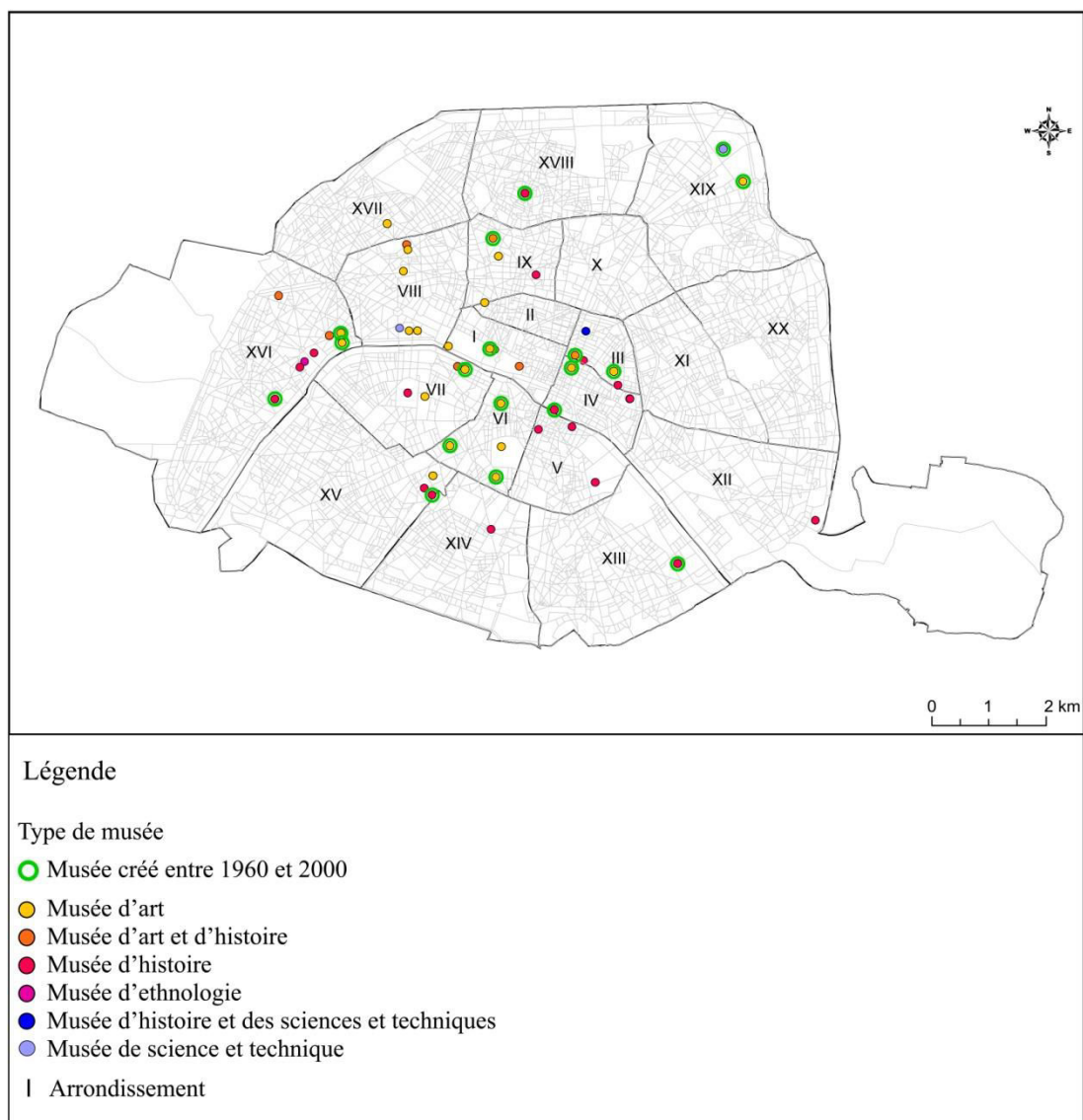


Figure 3. 3. La répartition des musées parisiens entre 1960 et 2000.

Source : La liste des « Musées de France » et les statistiques de la direction des musées de France du ministère de la Culture et les sites des musées.

En même temps, à partir des années 1970, ces nouvelles institutions furent accompagnées par une création architecturale profondément originale. Comme on l'a vu, des musées nouvellement créés ont pu prendre place dans des bâtiments déjà existants, mais largement réaménagés pour l'occasion, comme le Louvre. Pour leur part, le musée national d'Art moderne du centre Georges Pompidou, la Cité des sciences et de l'industrie et le musée de la Musique sont abrités dans un nouveau bâtiment construit

pour le musée. Quant aux musées qui prirent place dans des bâtiments existants, ils n'ont pas grande chose à voir avec ceux de la période antérieure. Par exemple, on peut comparer le musée d'Orsay, installé dans l'ancienne gare d'Orsay, et les musées installés précédemment dans les Palais royaux ou les bâtiments religieux au XIX^e siècle ou dans les palais des exposition universelle dans la première moitié du XX^e siècle. Dans le cas d'Orsay, le bâtiment fut transformé à cause de l'installation du musée, « il ne s'agissait pas d'édifier un bâtiment mais de créer, en transformant considérablement l'aménagement intérieur de l'ancienne gare, un monument »¹²¹. En revanche, les créations des musées du XIX^e siècle ou de la première moitié du XX^e siècle ont suivi le scénario inverse, un lieu d'abord créé pour l'Exposition était disponible pour accueillir les musées une fois celle-ci terminée.

Ces changements spatiaux et architecturaux montrent bien la rupture que représente la charnière des années 1970 pour les musées. En d'autres termes, le musée comme *lieu* atteste bien, par les transformations radicales qu'il connaît à cette période, la rupture que constituent pour l'institution muséale les années 1970 par rapport aux périodes antérieures.

Au XIX^e siècle, la plupart des musées parisiens s'installaient soit dans les palais aristocratiques/religieux de la ville ancienne ; soit dans les palais des l'expositions universelles, ou dans les bâtiments nouveaux des quartiers construits nouvellement après Haussmann. « Les principales formes du musée, lieu où est conservée une collection publique, se fondent et se développent à ce moment »¹²². La notion d'un lieu public, artistique et scientifique tend à succéder à celle des collections aristocratiques et monarchiques, à la tradition des « trésors » royaux ou ecclésiastiques.¹²³

Dans les années suivantes, le musée qui prend des fonctions scientifiques devient un lieu didactique (le musée de Sculpture comparée) ; le musée qui illustre l'évolution de la société au cours du temps et favorise une approche narrative apparaît comme un

¹²¹ Seloua Luste Boulbina, 2007, *Grands Travaux à Paris, 1981-1995*, Paris, La Dispute, p. 26.

¹²² Gérard Monnier, 1995, *L'art et ses institutions en France de la Révolution à nos jours*, Paris, Gallimard, p. 87.

¹²³ *Ibid.*, p. 87.

lieu consacré à l'histoire (musée Carnavalet) ; le musée qui atteste de l'attention portée par les pouvoirs publics au développement industriel du pays, et qui montre dans un cadre prestigieux l'histoire de la France, est un lieu décoratif (musée des Arts décoratifs) ; le musée qui se présente comme un vitrine scientifique du colonialisme triomphant est un lieu ethnographique (musée d'Ethnographie). De ce fait, le musée n'était pas un simple lieu de dépôt, accueillant et neutre. Espace de savoir, d'apprentissage et de confrontation avec les œuvres et les objets, les musées parisiens répondaient à un programme que l'on peut résumer dans les termes suivants : être un lieu pour préserver la mémoire du passé et servir l'État.

Le rôle du musée parisien, en général, dans le XIX^e siècle ou la première moitié du XX^e siècle, est d'être un lieu subordonné qui montre la grandeur du passé et la solennité du pouvoir. On peut utiliser ici le concept de marge : « la marge fait référence à un espace de transition, il est un espace en continuité avec son territoire, dépendant de lui et en même temps marqué par une modification progressive de ses éléments et de ses caractères »¹²⁴. Certes, les musées parisiens sont toujours installés dans la ville, mais ils sont assez différents des autres institutions, mis à part qu'ils se côtoient dans l'espace. De ce fait, on peut penser que les musées se situent à « la marge » de la société et de son évolution, à « la marge » de la révolution, de la transformation urbaine, de l'Exposition universelle, de l'autorité centrale ou municipale, de l'élite ou la bourgeoisie de nouveau quartier, etc.

Un lieu de plus en plus central

En tant qu'établissement subordonné, le musée ne s'adresse pas pareillement à toutes les couches sociales. Jusqu'aux années 1970, les musées entretiennent une plus grande proximité avec les couches supérieures de la société. Les responsables ne ressentent pas

¹²⁴ On peut se référer à Brigitte Prost, 2004, « Marge et dynamique territoriale », *Géocarrefour*, vol.79/2, p. 175-182. La définition vient de Pierre George et Fernand Verger (dir), 2009, *Dictionnaire de la géographie*, Paris, PUF, 3^e édition, p. 262.

le besoin de toucher l'ensemble de la société, notamment les classes populaires. La même logique « à la marge » (d'une couche sociale, d'une part spécifique de la société) se retrouve dans leur installation d'un point de vue spatial.

Cependant, les transformations sociales des années 1970 rendent cette situation de plus en plus insoutenable. Surtout, les nouveaux musées à l'époque jouent un rôle nouveau, ils deviennent des institutions et des lieux de plus en plus centraux. Précédemment, le musée fonctionnait comme un instrument social, auquel était assigné un objectif social par la municipalité ou l'État. Peu à peu, cependant, l'espace des musées devient un espace pour le public. Cela permet de comprendre pourquoi ils commencent alors à s'implanter au-delà de leurs frontières traditionnelles, par exemple dans le XIX^e arrondissement ou dans des quartiers rénovés comme le Marais. À cause de ces changements, un nouveau rapport spatial s'instaure, qui accompagne une centralité croissante.

Changement d'époque et recompositions muséales

Depuis les années 1970, les musées sont entrés dans une ère de profonde mutation. La création de nouveaux musées, à partir des années 1970 et jusqu'à nos jours, génère de profondes recompositions territoriales au sein de la ville. Les changements dans les musées sont l'indice et pour partie la cause de la démocratisation de la culture à l'époque. Pour expliquer cette question, j'en développerai en particulier deux aspects. D'abord, sur le plan social, je présenterai le contexte parisien dans lequel a eu lieu la démocratisation culturelle à travers une mise en perspective historique. Ensuite, je montrerai les changements qui ont eu lieu dans le domaine muséal, ceux qui ont favorisé la démocratisation culturelle des musées, et ceux qui ont confirmé la centralité croissante des musées.

La politique de démocratisation

La démocratisation de la culture a connu en France un essor considérable depuis les années 1940 / 1950.¹²⁵ Selon Laurent Fleury (2006), la démocratisation de la culture est portée par des entreprises théâtrales telles que la « décentralisation dramatique » après la Libération ou celles du Théâtre National Populaire de Vilar à Chaillot et au festival d'Avignon en 1947, elle est consignée par André Malraux dans le décret du 24 juillet 1959 portant création du ministère des Affaires culturelles.

La manière dont les musées se sont préoccupés du public a été l'objet d'étude par Pierre Bourdieu dès 1969. La parution de *L'Amour de l'art, les musées d'art européens et leur public* de Pierre Bourdieu et Alain Darbel en 1969 a profondément secoué le monde préservé des conservateurs de musées d'art français. C'était la première étude systématique du public de l'art en Europe, elle mettait en évidence le caractère discriminant de la culture et de l'éducation, plus que du niveau de revenus, sur la fréquentation des musées. En sociologues, Bourdieu et Darbel analysent la fréquentation des musées et la motivation des visiteurs en termes de catégories socio-professionnelle, de niveaux de formation, de niveaux de revenus, de lieu d'origine. Les auteurs pensent que « croissant très fortement à mesure que le niveau d'instruction s'élève, la fréquentation des musées est presque exclusivement le fait des classes cultivées ». La structure du public distribué selon la catégorie sociale est très voisine de la structure de la population des étudiants des facultés françaises à l'époque : « la part des agriculteurs est de 1 % dans le public des musées d'art français, celle des ouvriers de 4 %, celle des artisans et commerçants de 5 %, celle des employés et des cadres moyens de 23 % (dont 5 % d'instituteurs), celle des classes supérieures de 45 % »¹²⁶.

L'étude de Bourdieu et Darbel dévoile l'absence de démocratisation des musées à l'époque. Ils montrent que « le coût de la visite n'est pas le frein essentiel qui empêche

¹²⁵ Laurent Fleury, 2006, *Le TNP de Vilar, une expérience de démocratisation de la culture*, Rennes, Presses Universitaires de Rennes, p. 13.

¹²⁶ Pierre Bourdieu et Alain Darbel, 1969, *L'amour de l'art, les musées d'art européens et leur public*, Paris, Éditions de minuit, p. 36.

la fréquentation mais que les barrières culturelles sont prépondérantes »¹²⁷. Depuis toujours, le musée se prétendait un espace pour le public, et accessible pour tout le monde. Mais, en réalité, il y a beaucoup d'obstacles culturels qui excluent des musées les membres des classes populaires ou ayant un faible capital culturel. C'est pourquoi on peut dire que, jusqu'aux années 1970, le musée fut un lieu « attaché » aux classes supérieures, au détriment des classes populaires.

Si les inégalités d'accès aux objets culturels n'ont guère diminué à l'époque, elles ont cependant commencé à attirer l'attention de la société. Ce problème a été formulé comme la question de la démocratisation de la culture. Selon Bourdieu, la culture est un capital qui permet la différenciation entre classes sociales. De ce fait, la culture est un des champs de la lutte pour la distinction qui transforme des différences très faibles en différences significatives puisque hiérarchisées. Cette question de lutte sociale explique l'importance de la démocratisation culturelle pour le public. Dans la société elle-même, le mouvement de mai 1968 a provoqué un mouvement de démocratisation réel, à travers la critique de la culture élitiste. Le 25 mai 1968, les directeurs des maisons de la culture et des théâtres populaires publient la Déclaration de Villeurbanne, dans laquelle ils déclarent que « la culture n'est pas qu'un simple projet de diffusion culturelle, elle doit s'adresser au non-public (c'est-à-dire le public populaire non touché par la simple diffusion) »¹²⁸.

Dans le domaine du musée, concrètement, cela se traduit par la création de musées orientés vers des classes populaires. Le Centre Beaubourg est le cas intéressant d'un haut lieu de démocratisation de la culture, qui mérite qu'on s'y arrête un instant.¹²⁹

En 1969, le président Georges Pompidou prend la décision de faire édifier, sur l'emplacement du plateau Beaubourg, un ensemble monumental consacré à l'art contemporain. Le fait que le musée prendra son nom peut laisser penser que la décision de créer le Centre Beaubourg relève de la seule volonté d'un homme, Georges

¹²⁷ André Gob, 2010, *Le musée, une institution dépassée ?* Paris, Armand colin, p. 82.

¹²⁸ Voir le site :

http://www.pointsactu.org/article.php3?id_article=1120&artsuite=7#sommaire_1

¹²⁹ Laurent Fleury, 2005, *Le cas beaubourg*, Paris, Armand colin, p. 30.

Pompidou. Néanmoins, cette décision répondait aussi à une préoccupation sociale. Au moment de la création du Centre Beaubourg, le président Robert Bordaz (Président de l'Établissement public du Centre Beaubourg de 1970 à 1977) avait affirmé qu'il fallait « contrarier l'évolution récente qui tendait à détruire le caractère populaire du quartier ». Le président Pompidou souhaitait aussi que « Beaubourg fût implanté dans un quartier populaire et ouvert à un très large public : les manifestations culturelles contemporaines ne devaient pas rester dans son esprit le privilège d'une petite élite ». Bref, « Beaubourg devait être l'instrument de l'ouverture de la culture d'aujourd'hui au plus grand nombre ».¹³⁰

En 1977, le Centre Beaubourg ouvre ses portes. Il obtient un grand succès dont témoigne sa fréquentation, qui ne cesse d'augmenter dans les années suivantes. Il constituait même un modèle de référence.¹³¹

Dans les années quatre-vingts, les musées font l'expérience d'une effervescence institutionnelle. Selon Françoise Benhamou, les années 1980 constituent une période de « fièvre muséale »¹³². Dans son rapport sur *les Musées de France, Bilans et perspectives (2000)*. Alfred Recours rappelle que, depuis vingt ans, ces institutions connaissent une nouvelle vie et un réel engouement du public.

En effet, après l'ouverture du Centre Pompidou en 1977, la politique culturelle de l'État français s'est concrétisée par la réalisation de grands travaux.

À partir des années 1980, le système muséal français connaît une transformation considérable. Valéry Giscard d'Estaing, puis François Mitterrand dès 1981 ont lancé neuf réalisations de grandes ampleurs à Paris, les « grands travaux » présidentiels. Parmi ceux-ci, les musées occupent la place principale. Sous la présidence de Valéry Giscard d'Estaing, les chantiers des musée d'Orsay et de la Cité des sciences et de l'industrie de la Villette sont engagés. S'y ajoutent plusieurs réalisations spectaculaires

¹³⁰ Mollard Claude, 1976, *L'enjeu du Centre Georges Pompidou*, Paris, Union générale d'éditions, p. 114.

¹³¹ Seloua Luste Boulbina, 2007, *Grands Travaux à Paris, 1981 - 1995*, Paris, La Dispute, p. 21.

¹³² Catherine Ballé et Dominique Poulot, 2004, *Musées en Europe une mutation inachevée*, Paris, La Documentation française, p. 137.

au cours des deux septennats de François Mitterrand. Les années 1981-1991 ont été marquées par l'ouverture de quatre musées nationaux : le musée de l'Orangerie des Tuileries, en 1983 ; le musée Picasso dans l'ancien hôtel Salé, en 1985 ; le musée d'Orsay, en 1986 ; la pyramide du Louvre et ses nouveaux espaces d'accueil, en 1989.¹³³ En outre, la période est encore marquée par l'ouverture de la Cité des sciences et de l'industrie, en 1986 ; celle du musée d'Art et d'histoire du judaïsme, en 1986 ; et celle du musée de la Musique, en 1995. La transformation des musées était étroitement liée au projet de développement culturel, dont l'objectif était de favoriser l'ouverture du musée au public.¹³⁴

On peut également prendre l'exemple du musée du Louvre (cf. photo 3. 3), le premier musée français. Pour mieux accueillir le public, il a totalement transformé son ancienne image. Les travaux de la pyramide en verre conçue par l'architecte sino-américain Ieoh Ming Pei visaient à « rendre les trésors du passé transparents »¹³⁵. Cette idée fut reprise à son compte par le maire de Paris, Jacques Chirac, lorsqu'il fut convié à se prononcer sur cette pyramide dont il avait officiellement fait la demande en 1985. Il s'y déclara favorable, à la condition qu'elle soit, « comme prévu, transparente »¹³⁶.

Le 30 mars 1989 est inaugurée la pyramide de verre construite par I. M. Pei. Érigée au centre de la Cour Napoléon, elle détermine les grands axes de circulation du palais et conduit en sous-sol à un vaste hall d'accueil d'où l'on accède aux espaces dévolus aux expositions temporaires, aux salles relatant l'histoire du Palais et du musée, ainsi qu'aux fossés du Louvre de Charles V, à un auditorium et enfin à différents services pour les visiteurs (vestiaires, librairie, cafétéria, restaurant).¹³⁷

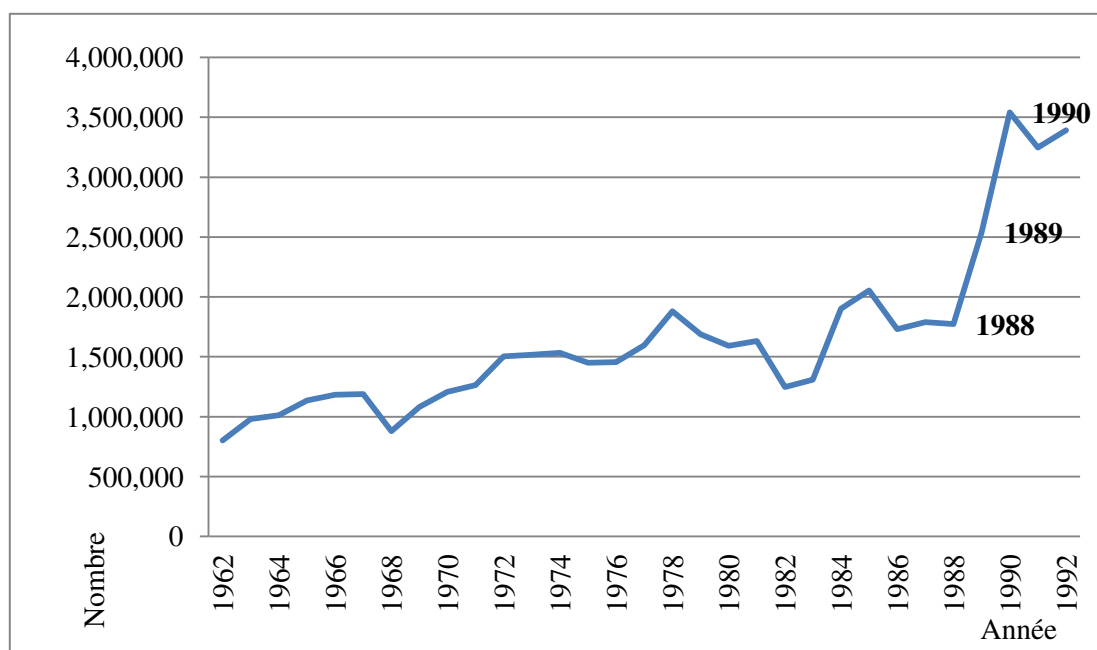
¹³³ Catherine Ballé et Dominique Poulot, 2004, *Musées en Europe une mutation inachevée*, Paris, La Documentation française, p. 132.

¹³⁴ Ibid., p. 141.

¹³⁵ Ibid., p. 188.

¹³⁶ Ibid., p. 183.

¹³⁷ Jean Galard, 1993, *Visiteurs du Louvre*, Paris, Éditions de la RMN, p. 187-191.



Graphique 3. 2. La fréquentation du musée du Louvre de 1961 à 1990.

Source : Jean Galard, 1993, *Visiteurs du Louvre*, Paris, Éditions de la RMN, p. 187-191.

La mise en place d'activités culturelles a modifié de manière irréversible la relation entre le musée et son public. Désormais, de multiples services sont offerts : accueil du public, conférences, organisation d'ateliers pour les enfants, visites guidées, manifestations et événements. En vue de consolider leur fréquentation, les musées ont créé des services d'adhésion, dont la mission est d'étendre le nombre de visiteurs, de les fidéliser et d'atteindre de nouveaux publics. Des relations sont établies avec tout un ensemble de relais ou de réseaux culturels : enseignants, associations, sociétés d'amis des musées et autres services culturels. Cette politique de diffusion culturelle, inspirée de la tradition du Théâtre national populaire, a été expérimentée au Centre Pompidou et a été adoptée ultérieurement par d'autres musées.¹³⁹ Tous ces changements sont destinés à faciliter l'accès aux musées.

Comme l'indique André Gob et Noémie Drouguet (2010), « le renouveau muséologique du dernier tiers du XX^e siècle a remis en cause cette vision du musée trop exclusivement axée sur la collection et a proposé de placer le public, l'expérience du

¹³⁹ Catherine Ballé et Dominique Poulot, 2004, *Musées en Europe une mutation inachevée*, Paris, La Documentation française, p. 132.

visiteur, plutôt que l'objet, au centre de la démarche muséale». Dans un rapport, le Credoc (Centre de recherche pour l'étude et l'observation des conditions de vie) écrit au sujet de *Fréquentation et image des musées au début 2005* : « les musées ne sont pas réservés à une élite », « 24 % de la population admettent l'idée que les musées sont réservés à une 'élite' », « il reste que 75 % des enquêtés repoussent ce cliché ». Autrement dit, « peu importe que la fréquentation des musées soit le plus souvent le fait des groupes à fort capital culturel et économique : ces lieux sont, dans l'esprit de nos concitoyens, des espaces ouverts, accessibles à tous »¹⁴⁰. Mais, parmi les différents sortes des musées, les musées des beaux-arts (peintures, sculptures...) intéressent davantage les catégories à fort capital culturel et économique. Les diplômés du supérieur (29 %, contre 19 % en moyenne dans l'ensemble de la population), les hauts revenus (23 %) et les cadres supérieurs (29 %) sont ici sur-représentés. Cependant, les musées d'histoire naturelle (botanique, zoologie, géologie...) semblent séduire davantage les non-diplômés (25 % contre 18 % en moyenne)¹⁴¹. De ce fait, au vu des caractéristiques socio-démographiques, on voit que, pour ce qui est de la catégorie des musées fréquentées, les musées d'art restent un lieu privilégié d'une élite.

Pour le Centre Pompidou, un des musées est plus fréquenté à Paris. Depuis sa construction, ce Centre ne cesse d'exercer une attractivité régionale, nationale et internationale (Vincent Lopot, 1991). Surtout, avec l'ouverture de la gare du RER aux Halles dans les années 1980, le Centre est devenu un lieu de rencontres pour jeunes et un lieu de promenades pour les habitants de banlieue le dimanche. Il est très fréquenté et attire beaucoup de monde, et des gens au revenu moyen ou modeste. Ils sont attirés par l'architecture du Centre Pompidou, par la bibliothèque particulièrement riche, et ouverte le dimanche et en soirée, et par les nombreuses activités du Centre¹⁴². Mais, quelle est la proportion des classes populaires qui fréquentent régulièrement des

¹⁴⁰ David Alibert, Régis Bigot et Georges Hatchuel, *Fréquentation et image des musées au début 2005*, collection des rapports, Paris, Crédoc, Juin 2005, n° 240, p. 57.

¹⁴¹ Ibid., p. 43-57.

¹⁴² Vincent Lopot, 1991, « La perception urbaine : un exemple. Le Centre national d'Art et de la Culture Georges-Pompidou et le quartier Beaubourg à Paris », Jacqueline Beaujeu-Garnier et Bernard Dézert (dir), *La grand ville : enjeu du XXI^e siècle*, Paris, Puf, p. 379-391.

expositions de peinture ? Je n'ai pas trouvé la réponse précise, mais il semble bien que les œuvres d'art n'attirent pas beaucoup cette catégorie de la population. Toutefois, le Centre Pompidou « est devenu la locomotive du quartier », « le quartier, ses habitants, ses commerçants perçoivent bien aujourd'hui l'importance du monument dans leur vie quotidienne »¹⁴³. Si la démocratisation de la culture est toute relative, il faut donc néanmoins reconnaître que le musée a réussi à s'inscrire durablement dans le paysage.

Un organe vivant de la ville

Comment le rôle des lieux muséaux pèse-t-il dans les politiques urbaines et plus particulièrement dans les projets de régénération mis en place sur des territoires délaissés, anciens sites industriels ou autres ? C'est la question du lien entre la production culturelle et un lieu.

En effet, la culture joue un rôle important dans notre société. Aujourd'hui, elle est investie par des acteurs qui se placent à des échelons différents (local, national, international), elle tend à transcender l'acception courante du terme (les connaissances intellectuelles, littéraires et artistiques qui permettent le développement du goût et du sens critique de l'individu) pour investir d'autres champs d'action (Maria Gravari-Barbas et Philippe Violier, 2003). B. Debarbieux (1995) pense que les spécificités culturelles peuvent contribuer à la différenciation d'un lieu, et ceci à plusieurs niveaux, par exemple : la reconnaissance de l'extérieur de ces lieux en tant que foyers de vie culturelle, ou le développement de synergies qui, à partir d'un projet culturel, permettent la construction d'un projet économique, etc. Les moyens de construction de spécificités culturelles d'un lieu sont divers : souvent c'est un événement qui trouve sa légitimité dans les traditions locales (c'est le cas du Carnaval de Nice), dans d'autres cas c'est un site patrimonial qui sert d'élément d'identification et d'émergence du lieu. Ailleurs encore, on peut trouver un équipement culturel qui

¹⁴³ « Beaubourg est devenu la locomotive du quartier » dans *Le Parisien*, consulté le 16/02/2002.

joue un rôle de « locomotive » : « la construction du musée Guggenheim à Bilbao a non seulement offert à la ville de Bilbao une notoriété extraordinaire, mais elle a aussi fonctionné comme un élément catalyseur pour d'autres initiatives locales »¹⁴⁴. De ce fait, les musées peuvent être de véritables catalyseurs de développement urbain pour re-créeer les marqueurs d'une identité. De la sorte, ils rayonnent sur un espace plus large et permettent au quartier, par exemple, de « devenir central » et de se distinguer. Le musée, en tant que lieu public, espace d'animation et de création, s'affirme ainsi comme un organe vivant de la ville.

Le développement des musées parisiens à partir des années 1960 a profité de la mutation en direction du public. Cette mutation a étendu le domaine de compétence des musées et a ouvert plus largement la porte au public, enrichissant aussi l'image du musée d'une dimension sociale. Le résultat a été une intégration réussie du musée dans la société. Ici, l'analyse porte sur trois aspects, que nous allons examiner successivement : les supports divers d'exposition, la diversification des collections, l'architecture.

Habituellement, on pense que les musées doivent présenter des « collections » ou des objets de collection aux visiteurs. Des objets sont choisis et organisés en vue d'exposition. Ensuite, les visiteurs viennent voir, mais n'ont aucun choix. Ce processus respecte l'autonomie du musée, mais néglige celle des visiteurs, à rebours de notre sensibilité moderne pour l'autonomie de l'individu. Quelles sont alors les relations entre l'œuvre et le visiteur ? Est-ce que les visiteurs doivent intervenir dans la construction du sens d'une œuvre ? Selon l'étude de Jean Davallon (1992), l'œuvre, surtout l'œuvre d'art, est fortement liée au public. De ce fait, l'exposition n'est que le média entre l'œuvre et le public. Parce que les œuvres quittent la sphère du pouvoir pour entrer dans le domaine privé, « elles ne seraient plus moyen de manifestation d'une autorité transcendante et légitimant le pouvoir politique », mais « deviendraient des œuvres au

¹⁴⁴ Debarbieux B., 1995, « Le lieu, le territoire et trois figures de rhétorique », *L'Espace géographique*, n° 2, p. 97 - 112.

Maria Gravari-Barbas et Philippe Violier (dir), 2003, *Lieux de culture/ culture des lieux*, Rennes, Presses Universitaires de Rennes, p. 9 - 10.

sens moderne, comme un objet apprécié pour lui-même, en même temps, un objet de discussion et de jugement de la part d'amateurs éclairés constituant un public ».¹⁴⁵



Photo 3. 4. Le mode d'exposition classique d'œuvres à contempler au Louvre
Extrait de la BD de David Prudhomme, Les planches de l'album sont exposées sous la pyramide du Louvre jusqu'au 24/09/2012

Photo 3. 5. Les supports divers pour l'exposition

A: Mathieu Lehanneur, *The Power of Love*, 2012, sculpture sonore. Courtesy galerie Slott, Paris.

B : Anri Sala, vue de l'exposition au Centre Pompidou, 2012.

C : Œuvre de Dan Flavin, l'exposition « Cercles et Carrés », le 24 octobre 2012 au Centre Pompidou Mobile.

À partir des années 1970, les œuvres s'inscrivaient plus dans cette perspective moderne que dans la volonté de manifestation d'une autorité. En tant que média entre l'œuvre et le public, l'exposition n'est pas un simple moyen de présenter les collections, mais elle est une façon de rechercher, de ré-organiser les œuvres pour le public. En effet,

¹⁴⁵ Jean Davallon, 1992, « Le musée est-il vraiment un média ? », *Publics et Musées*, n° 2, p. 99-123.

au fur et à mesure du développement des techniques, les supports pour la construction des expositions se sont diversifiés. Par exemple, l'agencement des unités de présentation, panneaux, vidéo, audio, etc. s'est considérablement enrichi. Les visiteurs, peuvent écouter, regarder, jouer, voire toucher les œuvres. Dans les expositions traditionnelles, d'habitude, les œuvres ou les tableaux sont exposés d'une manière simple, soit accrochés au mur (cf. photo 3. 4)¹⁴⁶, soit fixés sur un support. Mais les formes modernes d'exposition moderne peuvent profiter de plusieurs supports, comme le montre la photo 3. 5 : on peut utiliser des équipements sonores, des vidéos ou des lumières, par exemple. La diversité des supports d'exposition rapproche les visiteurs et les œuvres, et attire beaucoup plus de public qu'avant.

Il permet aux musées de devenir de véritables unités d'expositions conçues comme des outils de communication. Jean-Michel Tobelem souligne l'importance du changement depuis les années 1960, qui, « si l'on se réfère aux analyses des années 1960 qui annonçaient leur déclin, voire leur mort, est un phénomène majeur de notre temps » ; « il est difficile d'imaginer une activité humaine qui n'ait pas donné lieu à un ou plusieurs musées [...] il semble donc établi aujourd'hui qu'aucun aspect du monde contemporain n'échappe aux musées ». ¹⁴⁷ La remarque de Jean-Michel Tobelem manifeste le succès de la démocratisation culturelle à partir de 1960. Cette volonté de démocratisation a modifié le paysage de l'institution, en même temps, il en est résulté une ouverture au(x) public(s). Accompagnant cette diversification des collections, les musées s'approprient désormais des thématiques totalement neuves. Le domaine muséal a d'ailleurs atteint ces derniers temps un développement maximal (Nicolas Nauze, 2008), englobant potentiellement tous les aspects du réel (cf. photo 3. 6 et 3. 7). Un site patrimonial, la chaise ou la voiture, l'expérience personnelle ou l'histoire de l'immigration, tout semble devenir un sujet possible ou un œuvre dans un musée, confirmant en cela l'influence grandissante du musée sur nos sociétés.

¹⁴⁷ Jean-Michel Tobelem, 2010, *Le nouvel âge des musées*, Paris, Armand Colin (2^e édition), p. 13.



Photo 3. 6. L'exposition de chaises au musée des Arts Décoratifs de Paris.

Photo 3. 7. L'exposition « science et fiction » à la Cité des sciences et de l'industrie.

Photo : Huang Hui, 2011

Face à la complexité profonde de l'institution, la création architecturale a aussi connu une évolution intéressante vers une plus grande démocratisation. Comme on l'a mentionné, au XVIII^e siècle, les lieux muséaux choisis pour leur installation étaient des palais (royaux) ou des bâtiments religieux anciens (temple, thermes, basilique, monastère...). À la fin du XIX^e siècle, le musée était devenu une institution centrale et un lieu culturel incontestable (cf. le deuxième chapitre). Les musées de la première moitié du XX^e siècle se sont inscrits dans la continuité du XIX^e siècle, les bâtiments construits avaient conservé une physionomie calquée sur les modèles passés, ils ne portaient en tout cas aucune trace des avancées de la modernité (Nicolas Nauze, 2008). Mais, à partir des années 1970, un changement commence à s'opérer. L'architecture, jouera dans l'histoire de cette réforme une part décisive, à travers la transformation des typologies anciennes, qui participe à la redéfinition complète des finalités du musée (Nicolas Nauze, 2008). Surtout, les constructions d'avant-garde renversent la disposition ancienne de l'espace intérieur. Finalement, le musée affirme ostensiblement sa vocation comme média entre l'œuvre et le public, il devient une simple architecture ou institution, dont la finalité ultime résidait dans le face-à-face du public et de l'œuvre.

Pour comprendre ce changement tardif, il faut d'abord revenir aux années 1930. En effet, quelques architectes avaient commencé une réflexion pionnière, qui est restée

largement théorique, mais qui remettait radicalement en cause les principes du musée traditionnel. Parmi eux, Le Corbusier joua un rôle important. Il développa entre 1930 et 1939 un projet d'une nouveauté radicale qui dynamitait toutes les conventions en la matière : le *musée à croissance illimitée* ¹⁴⁸.

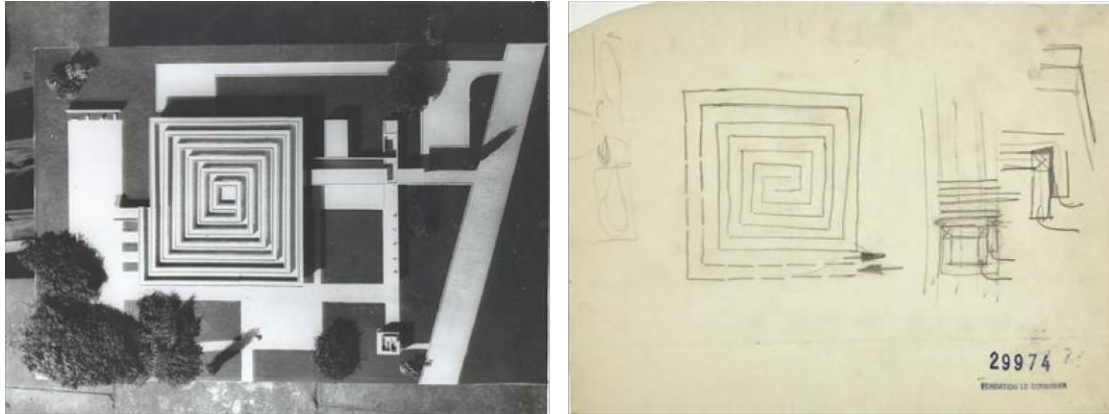


Figure 3. 4. Musée à croissance illimitée, sans lieu. Le Corbusier.
Source : le site de la fondation de Le Corbusier¹⁴⁹

Réduisant le musée à sa seule fonction d'exposition, Le Corbusier imagina une construction pour résoudre les problèmes de flexibilité et d'extension qui préoccupaient alors les professionnels. Le musée, construit en forme de spirale carrée, pouvait, grâce à cette structure modulaire, s'étendre de manière « illimitée » (cf. figure 3. 4). Pour réaliser cette idée, il privilégiait la standardisation totale des éléments de construction et d'exposition, y compris : les poteaux, les poutres, les éléments de plafond, les éléments d'éclairage diurne, les éléments d'éclairage nocturne. Ceux-ci pouvaient alors être additionnés les uns aux autres et former ensemble un espace illimité.

Les idées de Le Corbusier renversaient la rhétorique monumentale occidentale traditionnelle, et rompaient délibérément avec toute forme de monumentalité classique.

¹⁴⁸ http://www.fondationlecorbusier.fr/corbuweb/morpheus.aspx?sysId=13&IrisObjectId=6064&sysLanguage=fr-fr&itemPos=129&itemSort=fr-fr_sort_string1%20&itemCount=217&sysParentName=&sysParentId=65

¹⁴⁹ Voir le site de la fondation de Le Corbusier :

http://www.fondationlecorbusier.fr/corbuweb/morpheus.aspx?sysId=13&IrisObjectId=6064&sysLanguage=fr-fr&itemPos=129&itemSort=fr-fr_sort_string1%20&itemCount=217&sysParentName=&sysParentId=65

À propos du projet de création d'un musée d'Art moderne à Paris, Le Corbusier offrit à Zervos¹⁵⁰ son projet de « musée d'art moderne », qui matérialisait ce qu'il avait en tête depuis des années. Le 8 décembre 1930, il décrivit en 12 points son nouveau musée. Dans ce projet, écrit-il, « le musée n'a pas de façade, le visiteur ne verra jamais de façade », « il ne verra que l'intérieur du musée, car il entre au cœur du musée », « le musée n'a pas de murs, mais seulement des membranes ».¹⁵¹

Ce projet en effet met à la disposition du visiteur un espace libre (Le Corbusier, 1931). Concrètement, l'utilisation d'une ossature en béton, délivrant les murs de toute fonction porteuse, offrait une totale liberté d'aménagement intérieur. Le choix d'utiliser des parois mobiles autorisait des agencements variables. Il introduisait ainsi le principe de flexibilité et dissolvait la spatialité classique du musée, celle des traditionnelles « salles » et « galeries », remplacées par de simples volumes indépendants placés en enfilade. Ce dispositif modulable offrait une liberté d'accrochage inédite et donnait au visiteur la possibilité d'un parcours sans contrainte. Pour ramener le lieu à sa seule fonction d'exposition, Le Corbusier pensa l'espace intérieur comme un pur volume, immaculé, sans décoration ni ornement, centré sur sa fonction et, pour cela, totalement coupé de l'extérieur. De ce fait, le musée devenait une « machine à exposer ». (cf. figure 3. 5).

¹⁵⁰ Christian Zervos, est un critique d'art et écrivain français d'origine grecque, le fondateur de la revue *Cahiers d'art* (1926-1970), consacrée à l'art contemporain.

¹⁵¹ Lettre de M. Le Corbusier à M. Zervos sur le sujet du « musée d'Art contemporain en 1931 », édition des « Cahiers d'Art », Paris. Dans le site de la Fondation Le Corbusier.

http://www.fondationlecorbusier.fr/corbuweb/morpheus.aspx?sysId=13&IrisObjectId=5652&sysLanguage=fr-fr&itemPos=130&itemSort=fr-fr_sort_string1%20&itemCount=217&sysParentName=&sysParentId=65



Figure 3. 5. Projet de Le Corbusier « musée sans les murs » de 1930 et exposition au Centre Pompidou.

Source : le site web de la fondation de Le Corbusier et le site web du Centre Pompidou.

L'héritage de Le Corbusier fut au cœur des développements ultérieurs, le musée temple ou palais fut remisé et céda la place à la « machine à exposer », aux « boîtes », « hangars » et « usines » de toutes sortes. Les idées subversives de l'architecte émancipaient les musées de leur rhétorique traditionnelle et répondaient aux besoins du public.

Ces principes nouveaux rencontrèrent un début d'application à la fin des années 1930, avec la construction du Museum of Modern Art (MoMA) de New York. Réalisé en 1939, il fait figure de pionnier dans le panorama des musées modernes. Nombre de musées ultérieurs s'inscrivent dans la même ligne, par exemple : le musée-maison de la culture du Havre, construit entre 1955 et 1960 ; même le Centre Pompidou (1971-1977) de Renzo Piano et Richard Rogers peut être vu comme une interprétation des principes de Le Corbusier. En effet, le projet d'un musée du XX^e siècle avait été d'abord conçu par André Malraux au cours des années 1960. Or, celui-ci avait envisagé de confier la conception à Le Corbusier, la mort de l'architecte en 1965 entraîna l'abandon du projet.¹⁵² En 1969, le président Georges Pompidou décida de construire un nouveau musée d'Art moderne et choisit le plateau Beaubourg, comme le seul emplacement disponible¹⁵³. En juillet 1971, l'équipe d'architectes Renzo Piano, Richard Rogers et

¹⁵² Mollard Claude, 1976, *L'enjeu du Centre Georges Pompidou*, Paris, Union générale d'éditions, p. 108.

¹⁵³ Vincent Lepot, 1991, « La perception urbaine : un exemple. Le Centre national d'Art et de la

Gianfranco Franchini fut choisie pour mener ce projet, après un concours international d'architecture. Pour les architectes, « le thème de la flexibilité est essentiel à la compréhension du Centre Pompidou ». Richard Rogers écrivit, par exemple, dans le bâtiment qu'ils avaient conçu, « la flexibilité était totale, puisque l'on pouvait ajouter ou retrancher des éléments comme dans un jeu de cubes ». ¹⁵⁴ Le bâtiment est conçu, à partir de la piazza, comme un empilement de grands plateaux libres, où les cloisonnements doivent pouvoir être organisés selon les besoins et évoluer dans le temps.

Le Centre Pompidou est inauguré en 1977, la fréquentation a ensuite prouvé qu'il rencontrait un grand succès. En 1980, il a accueilli 1,2 million de visiteurs. En 2009, la fréquentation du musée et des expositions temporaires, qui a atteint 3,53 millions de visiteurs, se plaçait juste derrière le musée du Louvre (8,39 millions) et le Château de Versailles (5,66 millions) pour toute la France. ¹⁵⁵

Conclusion

L'évolution des musées parisiens au XX^e siècle présente un paysage riche et varié. D'abord, par rapport aux musées du XIX^e siècle, les musées au XX^e siècle ne sont plus les endroits « à la mode », qui incarnent la « nouveauté » sur le plan social. Mais ils deviennent progressivement un véritable espace public au cours du XX^e siècle. Ces changements sont confirmés par la création de nouveaux musées, de nouvelles catégories de musées, et par la diversification de leur distribution spatiale.

Du point de vue du lieu, le troisième chapitre retrace les évolutions au cours de l'histoire récente du musée *en tant que lieu* : nous voulons dire par là sa localisation

Culture Georges-Pompidou et le quartier Beaubourg à Paris », Jacqueline Beaujeu-Garnier et Bernard Dézert (dir), *La grande ville : enjeu du XXI^e siècle*, Paris, Puf, p. 379-391.

¹⁵⁴ Piano, Renzo, 1987, *Du plateau Beaubourg au Centre Georges Pompidou*, Paris, Éditions du Centre Pompidou, p. 32.

¹⁵⁵ Centre Pompidou, « Nouveau record de fréquentation pour le Centre Pompidou en 2009 » ; Ministère Culture et communication, 2009, *Museostat 2009, Fréquentation des musées de France*, p. 4.

dans la ville, son apparence (l'architecture) et son fonctionnement (s'agit-il d'un lieu public, et, si oui, orienté vers quel public ?) Le musée a toujours semblé être une institution destinée au culte des objets et des œuvres d'art et, de ce fait, accessible seulement à une minorité d'initiés, sous l'autorité d'un petit groupe de directeurs et de conservateurs.¹⁵⁶ À partir du XIX^e siècle, les musées commencent à recevoir également une mission éducative, mais l'ouverture à un public plus large est très lente, et vécue avec beaucoup de réticences par une profession habitée par une conception élitiste de sa fonction. Il n'y eut pas beaucoup de changements jusqu'aux années 1960, moment où l'étude de Bourdieu met en lumière cette réalité de manière scientifique. Le musée est alors un lieu qui se développe en « marge » d'une certaine société, c'est un lieu subordonné. En d'autres termes, les musées suivent encore un rôle traditionnel dans les années 1970.

Cependant, les années 1960 ou 1970 sont une période subversive visant à renverser la société traditionnelle, et à instaurer une nouvelle égalité sociale. Ces transformations sociales rendent les rôles traditionnels du musée de plus en plus insoutenables, et ils favorisent de nouveaux rôles sociaux. Pour caractériser cette tendance, on peut dire que les musées acquièrent une plus grande centralité, qu'ils connaissent une forme de « dé-subordination » et de « dé-élitisation ». Désormais, le musée fonctionne comme un instrument social, l'espace des musées devient un espace pour le grand public.

Au-delà de sa fonction première en tant que lieu de culture publique, un musée représente un enjeu sur les plans foncier, économique et urbain. Il sert alors de support aux politiques de régénération urbaine et de développement de la ville. Il est intéressant de constater qu'après un long déclin, le pouvoir cherche à partir des années 1970 à utiliser ces institutions en tant qu'outils d'un nouveau développement urbain. En d'autres termes, un nouveau rôle est attribué aux musées, qui en fait un des

¹⁵⁶ Luis Monréal, 2001, « Les musées du XXI^e siècle », *Les nouvelles de l'ICOM*, vol/54, n° 3, p. 12-14.

établissements principaux de la vie urbaine. Ce thème est largement développé par de nombreux chercheurs.

Ainsi, selon Dominique David (1999), adjointe au directeur des musées au Nantes, « le musée a changé et doit changer », « le rôle du musée, doit aujourd'hui être pris en compte dans les stratégies de développement local et d'aménagement du territoire et les liens avec l'économie sont devenus évidents ».¹⁵⁷ Le cas de Beaubourg, de la gare d'Orsay et de la Villette sont emblématiques de ce phénomène. En effet, les grands travaux menés pour l'édification de ces musées leur ont donné une dimension qui dépasse leur fonction culturelle initiale. La transformation ou la construction d'un musée se joue à une échelle à la fois locale, régionale, nationale et même internationale. Le musée d'Orsay est aujourd'hui beaucoup plus connu que l'ancienne gare, ce lieu est passé d'une échelle nationale à une échelle internationale.

¹⁵⁷ Dominique David, « Un service des publics pour les musées d'une ville », ministère de la Culture et de la communication Direction des musées de France (dir), 2001, *Musée et service des publics*, Journées d'étude 14 et 15 octobre 1999, Paris, École du Louvre, p. 118.

Chapitre IV. L'accélération de l'intégration urbaine dans la dernière décennie

Rénovation du statut administratif et interdépendance accrue avec l'économie productive

Depuis les années 1970, les musées parisiens ont cherché à jouer un nouveau rôle social. En même temps, la société occidentale connaît une mutation et passe de la société industrielle à post-industrielle (Harvey, D., 1990 ; Scott Lash et John Urry, 1994 ; Manuel Castells, 1996). De ce fait, les sphères de l'économique et du culturel (au sens large) s'interpénètrent de plus en plus (Scott, 2000). La ville post-industrielle (Pratt, 2009) abrite désormais au sein de son économie le secteur des industries culturelles et créatives. Les activités culturelles et artistiques suscitent un intérêt grandissant dans le vaste champ des études urbaines. Le musée a aussi été discuté dans la littérature économique et sociale récente comme objet d'étude.

Peu de travaux s'intéressent pourtant à décrire précisément la spécialisation des activités culturelles dans les espaces métropolitains. Nous proposons dans ce chapitre de considérer les changements au sein du domaine des musées dans la dernière décennie qui ont contribué à leur redéfinition économique. Le cas des musées parisiens, qui est notre objet d'étude, a ici une valeur d'exemple plus général.

Selon les chiffres de l'Office du tourisme, « Paris a eu un nouveau record de fréquentation en 2012, avec une progression de 1,5 % par rapport à 2011, alors que la plupart des régions françaises souffrent depuis le printemps de la crise ou de la mauvaise météo »¹⁵⁸. Si on regarde en détail, Paris dispose d'atouts indéniables comme ses monuments et musées, premier motif de visite pour 89 % des visiteurs, devant la

¹⁵⁸ « Paris s'affirme plus que jamais comme un bastion de résistance dans le paysage morose du tourisme », *Lemonde*, 2012/08/24.

Voir le site :

http://www.lemonde.fr/economie/article/2012/08/24/dans-le-paysage-morose-du-tourisme-paris-fait-de-la-resistance_1750955_3234.html

découverte de la ville (79 %) et le shopping (50 %).¹⁵⁹ Surtout, il y a le musée du Louvre : depuis 2007, il occupe la première place parmi les musées du monde¹⁶⁰. En 2012, il a accueilli 9,7 millions de visiteurs venant du monde entier, avec une croissance de plus d'un million de visiteurs par rapport à 2011.¹⁶¹ *Le rapport d'activité d'ODIT (Observation, développement et ingénierie touristiques) France-partenaires régionaux 2008* dénombre la fréquentation des 30 principaux sites touristiques du Bassin parisien en 2007. Parmi les sites touristiques, les musées, surtout ceux qui sont installés à Paris, jouent un rôle très important. En effet, 12 de ces 30 sites touristiques sont des musées, et tous sont les musées parisiens.¹⁶²

Les chiffres affirment le poids des musées parisiens dans le domaine du tourisme. En même temps se pose la question de savoir pourquoi les musées résistent bien à la crise. En effet, durant les dernières décennies, les musées parisiens ont connu à la fois une croissance rapide de leur fréquentation et l'émergence de nombreux changements. Ces deux facteurs ont élargi leur influence sur l'économie.

Philippe Durey (2001), directeur de l'École du Louvre, a déclaré « les problèmes de financement et de gestion économique sont rapidement devenus d'une importance primordiale, au point de soulever des questions fondamentales concernant l'éthique et la finalité des musées ». ¹⁶³

Pour faire face à la croissance de leurs activités, les responsables de musées tentent de développer diverses sources de financement (Jean-Michel Tobelem, 2005), par exemple, les droits d'entrée, les activités commerciales et de restauration, la location d'espace du musée, etc. Globalement, on constate un développement des dimensions commerciales. Le problème financier conduit à rechercher davantage d'autonomie et une plus grande souplesse de gestion. Dans ce contexte, les gouvernements poussent les musées à augmenter leurs revenus, que ce soit par le biais

¹⁵⁹ Ibid.

¹⁶⁰ « Visitor Figures 2012 », *The Art Newspaper*, section 2, n° 245, avril 2013.

¹⁶¹ Ibid.

¹⁶² IAU, *Aménagement et développement touristique, contribution au schéma régional de développement du tourisme et des loisirs en Île-de-France 2010-2020*, avril 2010, p. 60.

¹⁶³ *Les Nouvelles de l'ICOM*, n° 3, 2001.

du mécénat ou de l'augmentation des ressources propres, à travers la création de boutiques, de restaurants, etc. Maintenant, la gestion des musées prend en compte de plus en plus des questions de stratégie, de finance, de marketing, de planification, de communication, de développement, etc. De ce fait, dans les années récentes, les musées sont entrés dans une période de bouleversements.

Les évolutions du rôle et de la fonction des musées parisiens dans la dernière décennie

En 2009, 73 musées français ont enregistré une fréquentation annuelle supérieure à 100 000 visites et représentent ensemble 38 960 121 visites, c'est-à-dire 69 % de la fréquentation totale des musées français. Parmi eux, 7 établissements dépassent le million d'entrées et totalisent 24 324 520 visites : ce sont le Louvre, le domaine de Versailles, le musée d'Orsay, le Centre Georges Pompidou, le musée de l'Armée, le musée Carnavalet et ses annexes, le musée du quai Branly.¹⁶⁴ Parmi eux, on voit que la plupart sont des musées parisiens.

En 2012, dans le « Palmarès des musées 2012 », publié par *Le Journal des Arts*, la tête du classement en 2012 est toujours occupée par les musées parisiens. Le premier est le Centre Pompidou, les suivants sont le musée du quai Branly, le musée du Louvre, le musée d'Orsay et le musée des Arts décoratifs. Il y a 6 musées parisiens dans les premières dix du classement 2012. Les musées parisiens occupent une place prééminente.¹⁶⁵ Parmi les musées nationaux, il y en a 37 qui dépendent du ministère de la culture (auxquels sont ici ajoutées les galeries nationales du Grand Palais). Parmi eux, 20 se situent à Paris *intra muros*.

¹⁶⁴ Ministère de la Culture et de la Communication, *Rapport Museostat 2009, fréquentation des musées de France*, p. 3.

¹⁶⁵ « Palmarès des musées 2012 », *Le Journal des Arts*, n° 372, du 22 juin au 5 juillet 2012, p. 15-26.

Au cours des années 2000, la fréquentation des musées nationaux parisiens représente plus deux tiers de celles du total des musées nationaux (cf. tableau 4. 1).

Les chiffres du premier tableau montrent la prééminence des musées parisiens mais aussi leur relatif maintien entre 2000 et 2009, comparé à la part des musées régionaux qui diminuent.

	Nombre de visiteurs	
	2000	2009
Musées nationaux parisiens	13 320 376	21 219 420
<i>En % des musées nationaux</i>	76,1 %	75,5 %
Musées nationaux d'Île-de-France	3 449 686	6 271 441
<i>En % des musées nationaux</i>	19,7 %	22,3 %
Musées nationaux en région	735 977	628 365
<i>En % des musées nationaux</i>	4,2 %	2,2 %

Tableau 4. 1 : La fréquentation des musées nationaux par groupes géographiques.

Source : Cour des comptes, 2011, *Les musées nationaux après une décennie de transformations (2000-2010), rapport public thématique*, Paris, La Documentation française, p. 127.

Depuis 2000, trois décisions d'implantation d'équipements nouveaux ont contribué à accentuer la concentration parisienne. La première est le musée du quai Branly¹⁶⁶ à Paris, qui ouvre ses portes en 2006. Ce choix a perpétué la tradition des grands chantiers présidentiels muséaux dans la capitale, à la suite du Centre Georges Pompidou, du musée d'Orsay et du Grand Louvre.

La deuxième tient à la création du Centre national de l'histoire de l'immigration de la porte Dorée en 2007. C'est l'ancien musée des colonies, construit pour l'Exposition

¹⁶⁶ Note : Le musée des « Arts premiers d'Afrique, d'Asie, d'Océanie et des Amériques », aujourd'hui « musée du quai Branly » décidé par le président Chirac en 1996, a été d'emblée créé sous la forme d'un établissement autonome responsable de la construction du bâtiment conçu par Jean Nouvel sur les bords de la Seine. Ses collections, composées de 25 000 objets de l'ancien musée des Colonies (abrité dans le palais construit à la porte Dorée par Laprade pour l'Exposition coloniale de 1931, devenu, en 1935, musée de la France d'outre-mer, puis en 1960 « musée des Arts d'Afrique et d'Océanie » sous Malraux) et, surtout, de 250 000 objets provenant du laboratoire d'ethnologie du musée de l'Homme ont été traitées dans le cadre d'un grand chantier exemplaire d'inventaire et de conservation préventive. Depuis son inauguration, en juin 2006, il connaît un grand succès auprès du public attiré par ses collections, par l'originalité du bâtiment et par des activités et spectacles les plus variés.

coloniale de 1931 et devenu le musée des Arts africains et océaniens, puis en 1960, le musée national des Arts d’Afrique et d’Océanie. Il ferme ses ports en janvier 2003, ses collections rejoignant alors celles du musée du quai Branly. La troisième, c’est la création de la Cité de l’architecture et du patrimoine en 2007.

Bien sûr, la création de ce musée et de celui de l’immigration n’a pas eu l’importance de celle du quai Branly, mais les trois indiquent la réelle dynamique de cette période concernant les musées.

En outre, les nouveaux musées privés prennent un rôle important dans les années récentes. Le cas le plus connu est celui de la Pinacothèque de Paris, qui a ouvert ses portes en 2007 : celle-ci « se définit comme le premier musée¹⁶⁷, né à Paris, depuis fort longtemps.»¹⁶⁸

	Nom	Type	Temps	Arrondissement
Nouvelle création	Musée du quai Branly	musée d’histoire musée d’art musée d’ethnologie	2006	VII ^e
	Centre national de l’histoire de l’immigration	musée d’histoire	2007	XII ^e
	Établissement public de la Cité de l’architecture et du patrimoine	musée d’histoire et technique	2007	XVI ^e
	Pinacothèque de Paris	musée d’art	2007	VIII ^e

¹⁶⁷ Pinacothèque de Paris, *Dossier Presse*, 26 janvier-29 mai 2011, p. 4.

¹⁶⁸ Dans *Le Dossier Presse* de Pinacothèque de Paris, il s’explique ensuite : « il s’auto-proclame le premier musée ». Il écrit en effet : « il est difficile de savoir quand s’est vraiment constitué un musée dans la plus prestigieuse capitale d’Europe. Certes, ces dernières années, de nombreux musées ont vu le jour. Mais, il s’agit de monuments, beaux bâtiments conçus par des architectes célèbres, destinés à accueillir le redéploiement de collections existantes et déjà connues. Le dernier né, rappelons-le, est le musée du quai Branly, qui réunit les collections du musée de l’Homme et du musée de la porte Dorée. Auparavant, le gare d’Orsay avait été transformée en musée pour exposer les collections impressionnistes du Jeu de Paume ; avant lui, le Centre Pompidou, a été construit pour présenter les collections modernes du musée Galliera... dans ces différents cas, on a parlé de ‘nouveaux musées’, mais non de la ‘naissance d’un musée’. Aucun musée n’a donc été créé à Paris». Cité de Pinacothèque de Paris, *Dossier Presse*, 26 janvier-29 mai 2011, p. 4.

Regroupement ou rattachement	Crypte archéologique du parvis de Notre-Dame	musée d'histoire	2000	IV ^e	La gestion de la Crypte a été confiée au musée Carnavalet
	Les Catacombes	musée d'histoire	2002	XIV ^e	La gestion des Catacombes a été confiée au musée Carnavalet
	Musée Hébert	musée d'art	2004	VI ^e	rattaché au musée d'Orsay
	Musée de l'Orangerie	musée d'art	2010	I ^{er}	rattaché au musée d'Orsay
	Musée Eugène Delacroix	musée d'art	2004	VI ^e	rattaché à l'établissement public du musée du Louvre
	Musée d'Ennery	musée d'art, musée d'histoire	2004	XVI ^e	rattaché à l'établissement Guimet
L'annexion	le Palais de la découverte et la Cité des sciences et de l'industrie sont regroupés au sein d'un Epic (Établissement public à caractère industriel et commercial) commun nommé Universcience en 2009.				

Tableau 4. 2 : Les changements du paysage muséal parisiens entre 2000 et 2010.

En même temps, on a vu de grands changements sur le plan administratif, surtout pour les petits musées ou ceux qui sont moins connus. En 2000, la gestion de la Crypte archéologique du parvis de Notre-Dame a été confiée au musée Carnavalet ; en 2002, les Catacombes lui ont été confiées aussi. En 2004, trois musées nationaux, le musée Hébert, le musée Eugène Delacroix, le musée d'Ennery sont rattachés respectivement au musée d'Orsay, au musée du Louvre, au musée Guimet. En 2010, le musée de l'Orangerie est rattaché aussi au musée d'Orsay (cf. tableau 4. 2).

En 2009, le Palais de la découverte et la Cité des sciences et de l'industrie sont regroupés au sein d'un Epic (Établissement public à caractère industriel et commercial) commun nommé Universcience. Dans le cas du musée de Montmartre, en juin 2011, la société Kleber Rossillon (spécialisée dans la réhabilitation et la gestion de sites touristiques et culturels) reprend la gestion du musée pour 53 ans et lance un ambitieux

programme de réhabilitation. La décennie 2000-2010 a été marquée aussi par les grands chantiers du renouvellement, par exemple : le musée du Louvre, le musée d'Orsay, le musée Guimet, le musée de l'Orangerie, etc (cf. tableau 4.3).

	Date d'achèvement	Coût final (en millions d'euros)
Restructuration du musée Guimet	2001	50,20
Marquise et espaces publics du musée d'Orsay	2004	17,29
Louvre-Galerie d'Apollon	2004	5,4
Louvre – aile Visconti	2005	4,27
Salle des États du musée du Louvre	2005	6,29
Rénovation du musée de l'Orangerie	2006	30,90
Musée d'Orsay-façade Nord	2009	2,14

Tableau 4. 3 : Nouveaux projets muséaux mis en place pendant la décennie 2000-2010.

Source : Cour des comptes, 2011, *Les musées nationaux après une décennie de transformations 2000-2010*, Paris, La Documentation française, p. 46.

En somme, même si les nouvelles créations, les rénovations, voire les changements administratifs ont toujours existé dans l'histoire du développement muséal, la décennie 2000-2010 marque néanmoins une période nouvelle.

Du point de vue spatial, on peut percevoir des changements inédits. Comme on l'a mentionné dans les chapitres précédents, depuis les premières créations de musées à la fin du XVIII^e siècle, l'itinéraire d'installation des musées parisiens suit toujours un modèle qui va du centre vers la périphérie. Or, manifestement, les nouvelles créations ne prolongent pas cette logique. Ces musées sont installés soit dans les sites d'anciens musées, soit dans l'espace traditionnel (Paris intra-muros). Par contre, on a vu que les petits musées ou les musées moins connus sont rattachés ou regroupés vers les grands musées situés au centre de Paris. Concrètement, ce rattachement se fait entre des musées de mêmes types (cf. figure 4. 1), les musées d'art vers les musées d'art ; les musées d'histoire vers les musées d'histoire, etc. De ce fait, on a vu une transformation sans précédent.

Comment peut-on expliquer ce mouvement inédit ? Les réponses sont diverses, mais ces changements radicaux correspondent à un réaménagement de leurs missions, à une redéfinition de leur statut, à une rénovation des modalités de la gestion. Le musée, encore que « le singulier soit trompeur », est « l'un des établissements culturels qui a enregistré les mutations les plus profondes des dernières années ». ¹⁶⁹ Les politiques, impulsées par l'État et les collectivités territoriales, ont largement contribué à cette nouvelle configuration.

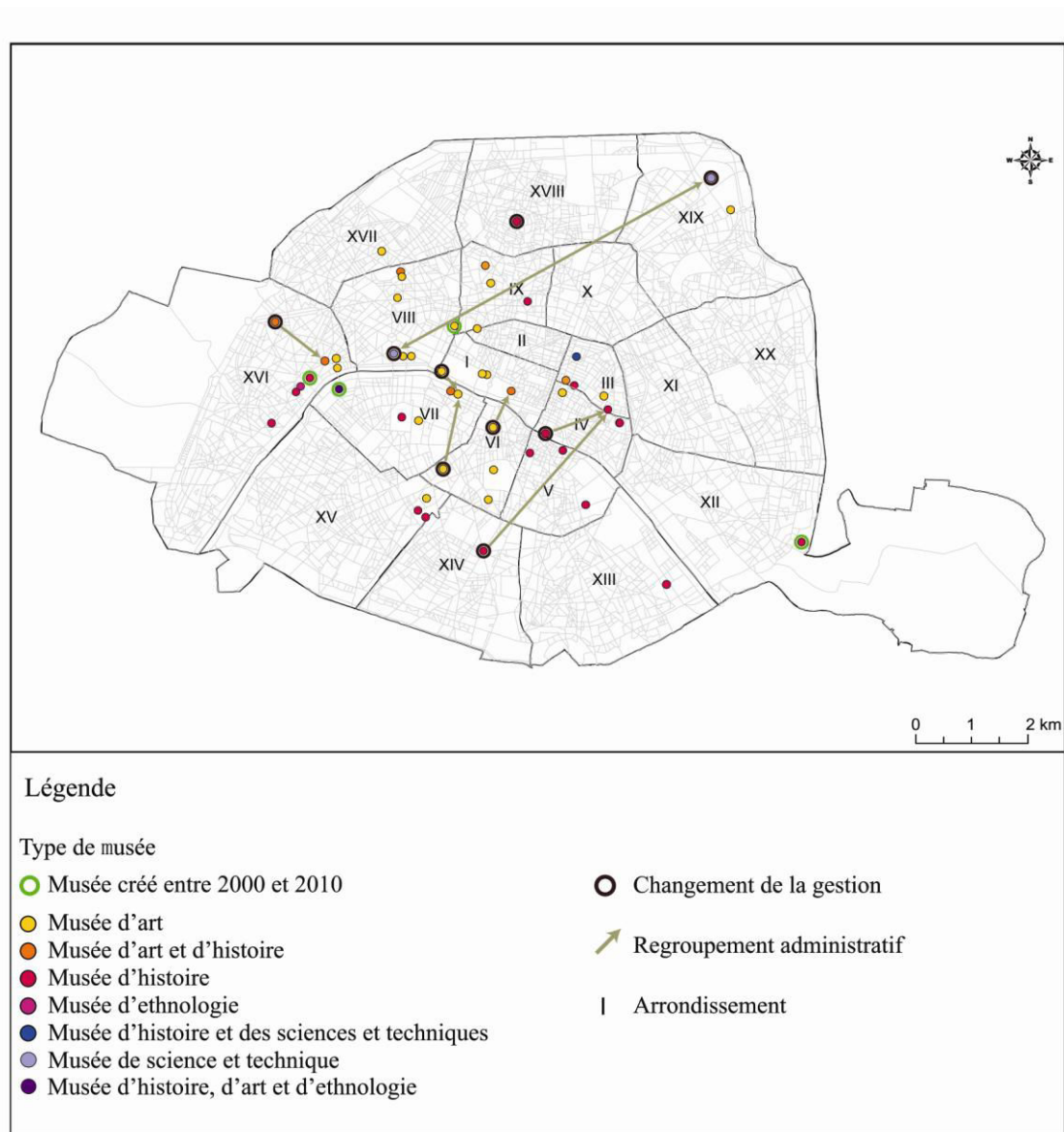


Figure 4. 1 : Les changements des musées parisiens entre 2000 et 2010.

¹⁶⁹ Philippe Poirrier, 2004, « Musées et politiques culturelles en France », *La lettre de l'ocim*, p. 13-18.

Les changements sur le plan politique (Hybridation)

Du point de vue du pouvoir politique, les réformes institutionnelles poussent les musées parisiens dans une nouvelle période de recomposition.

Depuis janvier 2000, nombre de musées parisiens sont devenus gratuits le premier dimanche de chaque mois (la gratuité d'accès des collections des musées de la Ville de Paris a été votée en novembre 2001)¹⁷⁰ ; en 2004, la RMN (La Réunion des Musées Nationaux)¹⁷¹ est devenue Établissement public à caractère industriel et commercial (Epic)¹⁷² et, depuis 2004 ainsi, la RMN a connu un changement de son mode de financement et une réorganisation en profondeur de ses services. D'une part, elle perçoit une subvention de l'État qui se substitue aux ressources du droit d'entrée qu'elle

¹⁷⁰ Voir le site : <http://www.louvrepour tous.fr/Les-musees-de-Paris-de-la-gratuite,706.html>

¹⁷¹ RMN : Réunion des musées nationaux. Créée en 1895 afin de permettre aux musées nationaux (alors limités au Louvre, Versailles, Saint-Germain et Luxembourg) d'acquérir des oeuvres d'art sans être liés à la règle de l'annualité budgétaire. Un siècle plus tard, elle tire encore sa légitimité de l'enrichissement des collections.

La Réunion des musées nationaux a progressivement étendu son domaine à l'activité commerciale, aux expositions temporaires et à la billetterie des musées nationaux.

À la naissance du ministère des Affaires culturelles en 1959, la RMN a connu deux modifications structurelles. D'une part, elle mérite désormais pleinement son appellation de *réunion*, puisqu'elle englobe 17 musées, modifiant sa nature même.

D'autre part, le directeur des Musées de France préside de droit le conseil d'administration de la RMN de par l'ordonnance de 1945 qui puise son origine dans la décision de Vichy de ramener la RMN sous un contrôle plus strict de l'État en supprimant le conseil des musées nationaux.

La RMN allait connaître une extension progressive de ses compétences, l'originalité de sa situation tenant précisément à ce décalage entre un rôle en droit limité et une forte existence, en particulier dans trois domaines d'activités: les expositions temporaires ; le droit d'entrée ; les activités commerciales. (Source : Emmanuel De Waresquiel (dir), 2001, *Dictionnaire des Politiques culturelles de la France depuis 1959*, Paris, Larousse, p. 552-555)

¹⁷² En France, un établissement public à caractère industriel et commercial (ou Epic) est une personne publique ayant pour but la gestion d'une activité de service public. Il s'agit soit de créations pures, soit de nationalisations anciennes (Sncf) effectuées par souci d'efficacité et de contrôle de secteurs sensibles dont le bon fonctionnement est essentiel. Les Epic ont été créés pour faire face à un besoin qui pourrait être assuré par une entreprise industrielle ou commerciale, mais qui, compte tenu des circonstances, ne peut pas être correctement effectué par une entreprise privée soumise à la concurrence. Certains établissements publics exercent conjointement des missions de service public à caractère administratif et des missions de service public à caractère industriel et commercial. Si leur activité principale est industrielle et commerciale, ils sont généralement classés par la jurisprudence ou par les textes dans la catégorie des Epic. Néanmoins, certaines règles des établissements publics à caractère administratif (Epa) s'appliquent aux services publics à caractère administratif qu'ils gèrent. (<http://www.palais-decouverte.fr/index.php?id=mecenat>)

percevait jusque là des quatre grands musées nationaux devenus établissements publics (les musées du Louvre, d'Orsay, Guimet, et le château de Versailles). D'autre part, l'organigramme de la RMN a été repensé pour faire notamment apparaître une direction des achats et une direction commerciale et marketing entièrement restructurée.¹⁷³

Selon Catherine Ballé (2003), l'héritage muséal du XIX^e siècle est considérable tant sur le plan des collections que des bâtiments réutilisés ou construits à cet effet. Cet héritage est également très important en ce qui concerne les conceptions muséales. « Par contraste, l'organisation du musée-administrative, humaine et gestionnaire apparaît rétrospectivement peu élaborée »¹⁷⁴. La négligence de l'organisation peut s'expliquer par l'histoire institutionnelle des musées, mais, quoi qu'il en soit, « la méconnaissance de l'organisation perdure »¹⁷⁵.

Après un long déclin, les musées connaissent une transformation spectaculaire qui modifie leur nombre, leurs types et leurs activités. « Les bâtiments sont rénovés et de nouveaux espaces sont créés ; les services offerts sont étendus et diversifiés ; le statut des musées est révisé ; leur répartition sur le territoire est modifiée et leur personnel est étoffé »¹⁷⁶. Ces développements ont changé radicalement le monde des musées et, bien sûr, ils touchent aussi les musées parisiens.

Concrètement, les politiques culturelles élaborées par l'État et les collectivités à l'égard des musées ont commencé dès 2000. Le rapport intitulé « Les musées nationaux après une décennie de transformations 2000-2010 », porté par le Cour des comptes, écrit, dès 2000 : « le ministère de la Culture est ainsi entré dans un chantier institutionnel et statutaire ouvert au nom de l'autonomie, qu'il peine aujourd'hui encore à achever ».¹⁷⁷

¹⁷³ RMN, *Rapport d'activité 2004*, p. 5.

¹⁷⁴ Catherine Ballé, 2003, « Musées, changement et organisation », *Culture & Musées*, n° 2, p. 17-33.

¹⁷⁵ Ibid.

¹⁷⁶ Ibid.

¹⁷⁷ Cour des comptes, 2011, *Les musées nationaux après une décennie de transformations 2000-2010*, Paris, La Documentation française, p. 15.

En 2002, selon la loi relative aux musées de France, la politique nationale s'est concentrée au plan budgétaire sur les seuls musées nationaux. Les autres, « les musées des collectivités territoriales ou de leurs groupements sont organisés et financés par la collectivité dont ils relèvent ».¹⁷⁸ En effet, l'objectif d'accroissement des « ressources propres », a été désigné comme objectif à partir du milieu de la décennie (2000-2010)¹⁷⁹.

Au début de 2000, le système muséal paraissait s'être stabilisé autour de trois catégories d'opérateurs.

La première comprenait les « grands » musées érigés en établissements publics autonomes : le Centre Georges Pompidou et le musée-château de Versailles.

La deuxième comprenait, et comprend toujours, plusieurs « petits » musées bénéficiant eux aussi, et depuis plus longtemps, du statut d'établissement public pour des raisons liées à l'unité de leurs collections et aux volontés de leurs donateurs : tel était le cas du musée Rodin ; du musée Gustave Moreau et du Musée Jean-Jacques Henner.

Les autres musées nationaux constituaient des services dépendant directement de l'organigramme administratif de la DMF (la direction des Musées de France). Ce sont ces derniers musées, les plus nombreux, qui ont été érigés en services à compétence nationale (SCN)¹⁸⁰ à compter du 1^{er} janvier 1999.

¹⁷⁸ Ibid, p. 127.

¹⁷⁹ Ibid, p. 10.

¹⁸⁰ Le statut de SCN (Société en Nom Collectif) a été créé par les décrets n° 463 et 464 du 9 mai 1997 pour offrir à des services de l'administration une autonomie opérationnelle au quotidien sans leur conférer pour autant la personnalité morale et les faire sortir de la « hiérarchie » ministérielle. À cet égard, les SCN constituent une structure intermédiaire entre un service administratif de l'État traditionnel et un établissement public.

Le décret n° 464 du 9 mai 1997 présente ainsi que les SCN « peuvent se voir confier des fonctions de gestion, d'études techniques ou de formation, des activités de production de biens ou de prestation de services, ainsi que toute autre mission à caractère opérationnel, présentant un caractère national et correspondant aux attributions du ministre sous l'autorité duquel ils sont placés ».

Dans l'univers qui était celui des musées nationaux à la fin des années 1990, ce statut leur conférait une autonomie de gestion symbolisée par une dotation globale de fonctionnement attribuée chaque année. Mais c'était la RMN qui demeurait chargée de percevoir leurs recettes et de les réinvestir dans des

La réforme statutaire instaure notamment des services plus déconcentrés. Les musées désormais bénéficient d'un statut plus autonome. En 2003, le ministre de la Culture indiquait : « on a déjà vu combien ce type de formule dotant les musées d'une véritable autonomie a permis un fort développement des publics, activités et recettes propres ». ¹⁸¹

Il en va ainsi des musées nationaux. La transformation du Louvre et de Versailles en établissements publics autonomes, en 1993 et 1995, quoiqu'ils soient restés dans un premiers temps liés statutairement à la RMN, symbolisait en effet l'émergence d'une nouvelle idée forte au sein du paysage muséal national : celle de l'autonomie. Avant les années 2000, il y n'avait que le Centre Georges Pompidou, le Louvre et le musée du Château de Versailles qui appartenaient à la catégorie d'établissements publics autonomes. Ensuite, en 2003, le musée d'Orsay et le musée Guimet sont devenus établissements publics administratifs. En 2007, le musée Picasso et le château de Fontainebleau ont changé eux aussi leur statut pour devenir des établissements publics administratifs. En 2009, le Palais de la découverte et la Cité des sciences et de l'industrie sont regroupés au sein d'un Epic commun nommé Universcience. ¹⁸²

En 2007, le premier relevé de décisions du conseil de modernisation des politiques publiques (CMPP) réuni dans le cadre de la révision générale des politiques publiques (RGPP) relançait le mouvement suivant un schéma qui prévoyait la disparition des musées-SCN. Selon le ministère de la Culture et de la communication, il reste une quinzaine de musées-SCN aujourd'hui, parmi lesquels un seul musée parisien, le musée du Moyen Age. ¹⁸³

acquisitions ou des expositions intéressant l'ensemble des musées. (Source : Cour des comptes, 2011, *Les musées nationaux après une décennie de transformations 2000-2010*, Paris, La Documentation française, p. 16.)

¹⁸¹ Cour des comptes, 2011, *Les musées nationaux après une décennie de transformations 2000-2010*, Paris, La documentation Française, p. 17.

¹⁸² Voir le site du Palais de la découverte : <http://www.palais-decouverte.fr/index.php?id=mecenat>

¹⁸³ Voir le site de la Ministère de la culture et de la communication : <http://www.culturecommunication.gouv.fr/Etablissements-du-ministere/Les-services-a-competence-nationale>

Les musées de la Ville de Paris¹⁸⁴ ont une organisation spécifique, ils sont placés directement sous l'autorité et le contrôle de la Ville de Paris selon une organisation distincte de celle de l'État, mais inspirée par les mêmes principes. Rattachés à l'origine au service des Beaux-arts, ils sont gérés depuis 1977 par la direction des Affaires culturelles de la Ville de Paris.

Chacun des musées est dirigé par un conservateur, assisté dans la plupart des cas d'un secrétaire général. Les conservateurs sont recrutés sur concours par l'École nationale du patrimoine au sein de la filière Ville de Paris. Les personnels relèvent de la Ville de Paris et sont rémunérés sur son budget. La production et la communication des expositions des musées, l'édition de leurs publications, catalogues et produits dérivés sont déléguées à l'association « Paris Musées » (délégation de service public). Pour exécuter sa mission, l'association dispose des recettes des expositions et des ventes, et du mécénat.

Mais une réforme a été entamée dans les années récentes. Suite à un rapport accepté par le maire et le Conseil de Paris en 2010, les 14 musées de la Ville de Paris sont passés sous un statut unique d'établissement public jusqu'à 2012 pour alléger leur gestion et faciliter leur fonctionnement et mieux accueillir le public¹⁸⁵.

Concrètement, la réforme statutaire et la gestion autonome ont beaucoup affecté le fonctionnement des musées pendant cette dernière année.

Par exemple, jusqu'au 1^{er} janvier 2004, les acquisitions destinées aux musées nationaux empruntaient trois canaux, dont les deux premiers existent toujours aujourd'hui, fût-ce à titre résiduel.

La première voie, assez rare, est celle du régime fiscal de la dation, institué en 1968 et utilisé par exemple pour l'entrée dans les collections nationales des oeuvres qui

¹⁸⁴ Les musées de la Ville de Paris ont une organisation spécifique, il s'agit de 14 musées qui sont placés directement sous l'autorité et le contrôle de la Ville de Paris selon une organisation distincte de celle de l'État. Rattachés à l'origine au service des Beaux-arts, ils sont gérés depuis 1977 par la direction des Affaires culturelles de la Ville de Paris. La ville de Paris soutient également plusieurs musées associatifs : la Maison européenne de la photographie, le musée d'Art et d'histoire du judaïsme et le musée de Montmartre, le musée de Montparnasse, la Halle Saint Pierre, etc.

¹⁸⁵ Voir « Histoire et organisation des musées municipaux » à cette adresse : <http://www.mam.paris.fr/fr/musee/les-musees-municipaux-histoire-et-organisation>

constituent aujourd'hui le cœur du musée Picasso. D'abord limitée au paiement des droits de succession, la dation a été progressivement étendue à celui de l'ensemble des dettes fiscales. Elle demeure un mécanisme géré par l'administration fiscale dont les ressorts ne sont que peu affectés par l'autonomie des musées nationaux.

La deuxième voie est celle des sociétés d'amis, dont tous les grands musées sont dotés depuis des décennies. Ces sociétés ont pour objet de contribuer au rayonnement de « leur » musée, notamment en participant à leurs acquisitions, soit par des achats suivis de dons aux musées, soit plus rarement par le biais de contributions en numéraire à des opérations gérées directement par les musées.

La troisième voie, la principale, était celle des achats d'œuvres par l'État dans le cadre du système mutualiste géré au plan administratif et financier par la RMN. C'est elle qui a été réformée dans le sens d'une attribution directe aux grands musées des compétences en matière d'acquisitions.

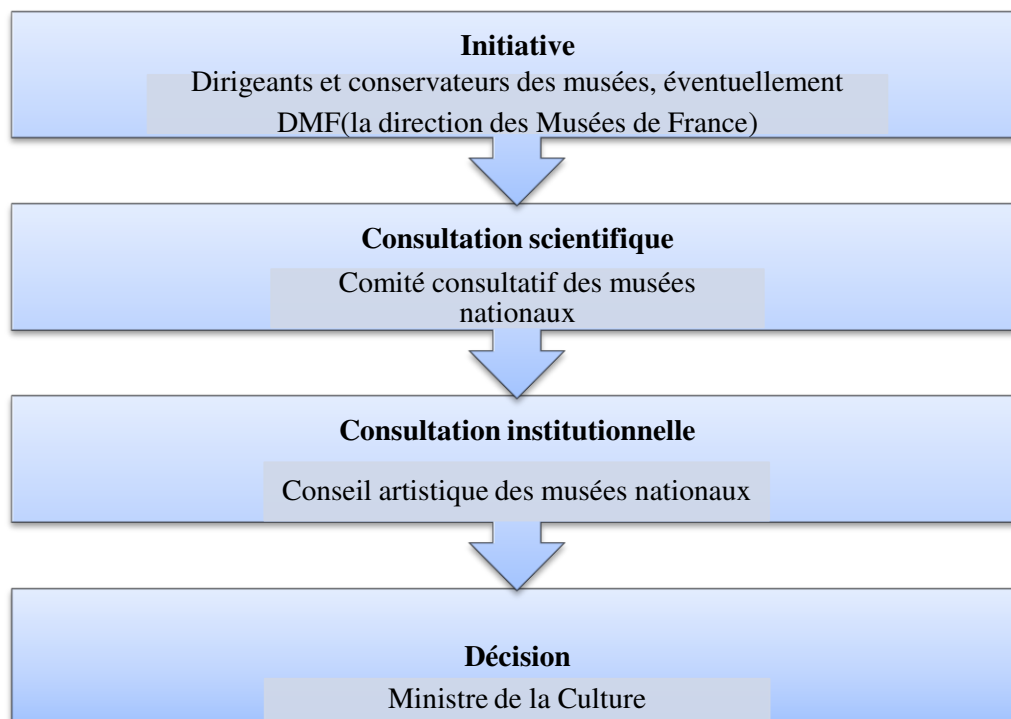


Figure 4. 2 : La procédure d'acquisition des musées nationaux avant 2004.

Source : Cour des comptes, 2011, *Les musées nationaux après une décennie de transformations 2000-2010*, Paris, La Documentation française, p. 99.

Cette voie principale était alimentée par quatre flux budgétaires distincts, dont le principal, symbole du système mutualiste, était l'affectation d'une partie des droits d'entrée aux acquisitions.

Comme le montre la figure 4. 2, cette procédure d'achat repose sur un double système consultatif entre la proposition et la décision. Il a soulevé de nombreuses critiques. Par exemple, les présidents des grands musées s'estimaient lésés par ce système qui les conduisait à financer plus que proportionnellement, eu égard à leurs recettes de billetterie, des acquisitions destinées à d'autres musées. La communauté muséale dans son ensemble, c'est-à-dire en pratique les conservateurs, s'inquiétait quant à elle de voir se réduire la proportion des recettes de billetterie affectée par la RMN aux acquisitions, et appelait à une augmentation des moyens consacrés à l'enrichissement des collections nationales dans un contexte où les prix du marché de l'art étaient en pleine ascension.

La réforme décidée en 2003 repose sur le choix de mettre fin au système mutualiste.

Les grands musées / établissements publics se sont vus confier la responsabilité de leur budget d'acquisition, avec un système d'affectation d'une partie de leurs recettes de billetterie.

Les musées SCN, quant à eux, voient toujours leurs acquisitions gérées par la RMN, mais il n'existe plus pour eux de lien mécanique entre recettes de billetterie et crédits d'acquisition.

La réforme de l'autonomie budgétaire a conféré aux grands musées leur autonomie scientifique. C'est ainsi qu'un décret datant de 2003 a supprimé le comité consultatif des musées nationaux et l'a remplacé par onze commissions d'acquisitions spécifiques à chaque établissement ou groupe de musées, présidées statutairement par les présidents des établissements.

Enfin, la responsabilité formelle de l'achat a été transférée aux présidents des musées, qui exercent cette mission « au nom de l'État », le ministre de la Culture restant compétent pour les acquisitions du musée de SCN.

Comme le montre la figure 4. 3, la procédure d'acquisition depuis 2004 permet aux présidents d'établissements de procéder à la seule consultation de leur commission des acquisitions pour les achats les plus modestes, celle du conseil artistique des musées nationaux étant conservée pour les achats les plus importants.

Le développement du mécénat présente l'un des traits caractéristiques de la décennie. Tous les grands musées se sont dotés de services spécialisés et ont recruté des personnels chargés de la recherche et de l'accompagnement des mécènes.

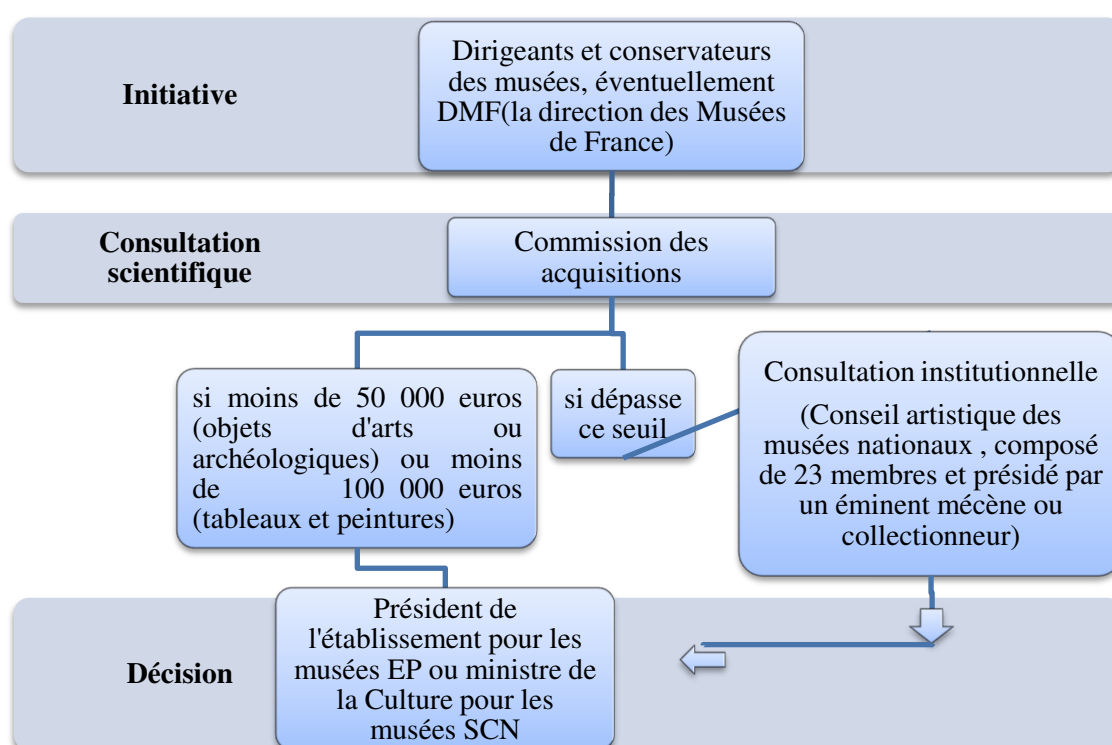


Figure 4. 3 : La procédure d'acquisition des musées nationaux depuis 2004

Source : Cour des comptes, 2011, *Les musées nationaux après une décennie de transformations 2000-2010*, Paris, La Documentation française, p. 102. (EP : l'établissement public ; SCN : Société en Nom Collectif)

Selon les documents élaborés par le ministère de la Culture, les années 2000 font du développement du mécénat un objectif prioritaire. Surtout, en 2003, la loi du 1^{er} août

2003 a favorisé l'essor remarquable du mécénat.¹⁸⁶ Les chiffres sont assez difficiles à trouver. Mais le Cour des Comptes pense que les ressources issues du mécénat et des diverses formes de parrainage sont en forte progression depuis 2003. Fabienne Grolière (2011), responsable du mécénat du ministère de la Culture et de la communication, le confirme :

C'est surtout le cas des grands établissements culturels ayant une stratégie de mécénat assez développée, avec des recettes en mécénat représentant 2 à 10 % des budgets de ces établissements et entre 20 et 50 % en moyenne, voire 50 à 100 % dans certains cas, des projets financés. Ces établissements sont notamment les musées du Louvre, d'Orsay, du Quai Branly, Rodin, le Centre des monuments nationaux, la Cité de la Musique, l'Opéra, la Bibliothèque nationale de France, le Centre Pompidou, etc.¹⁸⁷

Aujourd'hui, le Louvre est un établissement public administratif (E.P.A), statut qui lui confère une véritable autonomie de gestion. Il affiche un taux d'autofinancement de 53 % de son budget annuel provenant de ses ressources propres (billetterie, location d'espaces, mécénat, exportation d'expositions...)¹⁸⁸

Selon le journal de novembre 2012, presque un an après le vote au Conseil de Paris, des urnes à dons vont être installées dans les musées de la Ville de Paris pour inciter les visiteurs à participer à l'enrichissement des collections et à l'entretien des bâtiments par leurs dons. Il s'agit là d'« un palliatif à dix ans de gratuité totale qui connaît, dans ses petits musées, de plus en plus d'entorses [...], c'est le cas aux musées Zadkine, Bourdelle et à la Maison de Balzac, qui sont en réalité gratuits uniquement hors temps d'expositions ».¹⁸⁹

Cela mis à part, du point de vue de la gestion, de l'extension des espaces, de la multiplication des expositions, de l'ouverture des boutiques, etc., les musées parisiens traversent, depuis une dizaine d'années, une période florissante.

¹⁸⁶ Aux termes de la loi du 1^{er} août 2003, par exemple, pour toute action de mécénat en faveur du musée, les entreprises bénéficient d'une réduction fiscale de 60 % sur le montant dû de l'impôt sur les sociétés, dans la limite de 0,5 % du chiffre d'affaire. Les particuliers, quant à eux, ont droit de bénéficier d'une réduction fiscale de 66 %.

¹⁸⁷ Entretien avec Fabienne Grolière dans le 24/11/2011.

¹⁸⁸ Voir le site du musée Louvre : <http://www.louvre.fr/llv/mecenat/raisons.jsp>

¹⁸⁹ Voir le site : <http://www.louvrepour tous.fr/Les-musees-de-Paris-de-la-gratuite,706.html> consulté le 13/11/2012.

Comment expliquer ces changements ? Il est vrai que l'enjeu est de taille : quel est le statut des musées aujourd'hui ? S'agit-il d'établissements publics à but non lucratif, ou doivent-ils davantage être envisagés comme des entités inscrites dans l'économie productive ?

L'état de la recherche

Selon la définition de l'Icom (Le Conseil international des musées), « un musée est une institution permanente, sans but lucratif, au service de la société et de son développement, ouverte au public [et qui expose ses collections] à des fins d'études, d'éducation et de délectation ». Cette définition donne du musée une vision patrimoniale un peu figée, qui ne prend guère en compte les substantielles évolutions en cours, surtout dans les dernières années.

Philippe Régnier (2007) pense que « l'économie a pris ces dernières années une importance de plus en plus grande dans les choix politiques, stratégiques, sociaux de nos sociétés. Parmi les différents secteurs de la culture, le monde des musées en France a été jusqu'ici relativement épargné par ses diktats »¹⁹⁰.

L'économie des musées est véritablement devenu un sujet d'intérêt pour les chercheurs à partir des années 1990. On peut penser notamment à Pichette N. (1984) ; Beaulac M., Legaré B., Colbert F., Duhaime C. (1991) ; Tobelem J.M. (1992, 2005) ; Evrard Y. (1993) ; Bromwich J. (1994) ; Assassi I. (1999) ; Guerzoni G. et Troilo G. (2000), Régnier P. (2007) etc.¹⁹¹

¹⁹⁰ Philippe Régnier, « Les musées rattrapés par l'économie », *Le Journal des Arts*, n° 249, du 15 décembre 2006 au 4 janvier 2007.

¹⁹¹ Pichette N., « Pour un musée ouvert: le marketing », *Musées*, vol 7, n° 1 et 2, automne, 1984, p. 37. ;

Beaulac M., Legaré B., Colbert F., Duhaime C., 1991, *Le marketing en milieu muséal en France et à l'étranger*, Paris, La Documentation française.;

Tobelem J.M., 1992, « De l'approche marketing dans les musées », *Publics et Musées*, 2, décembre, p. 49-65. ;

Evrard Y., 1993, *Le management des entreprises artistiques et culturelles*, Paris, Economica. ;

Nous présenterons ici brièvement la réflexion des auteurs particulièrement représentatifs du débat. Parmi ceux-ci, René Teboul (1999) écrivait :

Il est clair que la fonction sociale des musées, et leur définition ont été modifiées en quelques années, un musée n'est plus seulement un lieu de recueillement qui élève l'âme et diffuse des valeurs purement esthétiques en permettant l'accroissement des connaissances [...] c'est aussi devenu un lieu beaucoup plus convivial et ouvert qu'auparavant, autour duquel s'agglutinent d'autres formes plus ou moins nouvelles de loisir qui ne sont pas forcément culturelles [...] Les musées, comme n'importe quelle structure de la vie sociale proposent tout un ensemble de services qui peuvent s'apprécier à travers une fonction de production. Cette fonction de production n'est cependant pas tout à fait similaire à celle qu'on pourrait trouver dans une entreprise, ou dans une autre forme sociale où les responsabilités d'investissement et de rentabilité sont clairement identifiées.¹⁹²

Dans le même esprit, Bernd Wolfgang Lindemann déclarait (2000) :

L'institution muséale, en tant que lieu de contemplation de l'art, en tant qu'îlot d'une recherche spécialisée touchant peu le public, semble être passée de mode. En revanche, le taux de fréquentation des musées a acquis une importance grandissante. Les musées sont désormais perçus comme un maillon dans la vaste chaîne de l'industrie des loisirs : ils ont pour concurrents directs les parcs d'attraction et les music-halls.¹⁹³

Jean-Michel Tobelem (2008) pense plus directement que « le poids des contraintes financières, la concurrence représentée par la création de nouveaux musées ou lieux d'exposition et la complexité croissante des institutions muséales conduisent à rechercher davantage d'autonomie et une plus grande souplesse de gestion »¹⁹⁴.

De plus, du point de vue de l'économie, Bruno S. Frey (2000) pense que la valeur productive des musées est attestée par les externalités positives qu'ils génèrent. On parle alors de « bénéfices non ciblés » (*non-user benefits*), parce qu'ils ne profitent pas

Assassi I, 1999, « Le marketing des organisations culturelles: pour une autre approche conceptuelle », *AIMAC proceeding*, Vol II, p. 639-651. ;

Guido Guerzoni et Gabriele Troilo, 2000, « Pour et contre le marketing », dans sous la direction de Jean Galard, *L'avenir des musées*, Paris, Réunion des Musées Nationaux, p. 135-151.

¹⁹² René Teboul et Luc Champarnaud, 1999, *Le public des musées*, Paris, L'Harmattan, p. 134.

¹⁹³ Bernd Wolfgang Lindemann, 2000, « Financement public, mécénat et sponsoring », Jean Galard (dir), *L'avenir des musées*, Paris, Réunion des Musées Nationaux, p. 125-134.

¹⁹⁴ Jean-Michel Tobelem, 2008, « Les musées à l'heure du marché », *Alternatives économiques*, 2008/4, n° 268, p. 58-62.

qu'à ceux qui consomment une activité culturelle définie, mais à une population plus large.

La valeur économique des musées ne va pourtant pas de soi. Traditionnellement, un musée est caractérisé par une collection publique ou privée inaliénable et ouverte au public (Catherine David, 1989). Dans le colloque organisé au musée du Louvre au mars 2000 sur le sujet « l'avenir des musées », Guido Guerzoni et Gabriele Troilo (2000) ont critiqué la façon dont « le monde muséal découvrait l'ancien marketing, lié au concept industriel du marché de masse », qui « suppose l'intervention d'innombrables individus, une valse de chiffres considérables, une croissance endogène, un chiffre d'affaires et des volumes imposants ». Ils dénoncent par là une vision anachronique, industrielle, de processus de croissance déjà archaïques, en raison du retard avec lequel les musées ont fait leurs idées du marketing d'il y a trente ans.

Même si la transformation du musée en un établissement « comme les autres » au sein de l'économie n'est pas avérée, il y a beaucoup de changements qui modifient doucement le paysage des musées parisiens.

Les musées sont confrontés aujourd'hui à des interrogations, voire des mutations majeures concernant leurs modes de gestion, leur statut, leur insertion territoriale, leur relation au public, leurs dispositifs de médiation et de valorisation.

La suite de ce chapitre vise à approfondir et à montrer plus rigoureusement cette idée. Nous nous proposons, à travers des méthodes quantitatives (séries statistiques concernant l'emploi), à la fois de confirmer et de préciser les perceptions plus qualitatives de ces auteurs concernant ces évolutions.

L'explication des données statistiques

L'analyse peut suivre deux directions : premièrement, de l'intérieur des musées eux-mêmes ; quels changements connaissent-ils durant cette période du point de vue de

leur fonctionnement économique ? C'est ce que nous avons discuté jusqu'à présent. Deuxièmement, de l'extérieur, par rapport à leur insertion et leurs relations avec les autres secteurs d'activité économiques. Dans la suite de ce chapitre, nous privilégierons la seconde approche, qui a été moins étudiée jusqu'ici.

En dépit des nombreux travaux existant sur les musées, décrire et interpréter leur évolution reste difficile, car ce sont des objets complexes et en constante évolution.

Si les musées participent à l'économie productive, comment définir et prendre en compte leurs relations avec les autres secteurs d'activités économiques ?

En France, ou à Paris, les sources relatives à chaque musée sont nombreuses et non harmonisées. Les statistiques disponibles pour tous les musées parisiens sont rares. Par ailleurs, les statistiques et plus généralement l'information concernant les dimensions économiques des musées sont difficiles à trouver. En effet, la majorité des musées parisiens sont gérés en régie directe et ne possèdent pas de comptabilité distincte de leur tutelle qui permette d'isoler leurs recettes et leurs dépenses. De plus, le personnel mis à disposition par la tutelle (État ou collectivité territoriale) n'est généralement pas pris en compte dans les rapports d'activités, quand ceux-ci existent. Afin d'identifier l'ensemble des musées parisiens, nous avons tout d'abord utilisé les statistiques du nombre d'emploi pour chacun de ces secteurs à l'échelle de la Ville de Paris.

Depuis une dizaine d'années, les relevés annuels des Assedic permettent d'avoir des statistiques assez complètes des effectifs des établissements industriels et autres suivant la nomenclature très détaillée de NAF (*La nomenclature d'activités française*) 2008. Afin de mieux comprendre l'évolution du statut des musées parisiens, on peut utiliser le « quotient de localisation » (par la suite, QL). D'après les données disponibles entre 1993 et 2008, on constate une forte augmentation du quotient de localisation des musées parisiens. Comme nous le montrerons, l'évolution de ce quotient est un indicateur important du changement de modèle de développement suivi par ces musées pendant cette période.

Origine des données

Cette étude est réalisée à partir des données fournies par les Assedic de Paris entre 1993 et 2008. Ces données concernent les secteurs d'activités suivant la nomenclature agrégée « NA ». Celle-ci est fondée sur la nouvelle nomenclature d'activité économique (NAF révision 2) qui s'est substituée au 1^{er} janvier 2008 à la NAF révisée datant de 2003.

Nous suivrons trois étapes successives

Tout d'abord, à l'aide des données concernant la période entre 1993 et 2008, on calcule le « quotient de localisation », qui permet de décrire les spécificités, la structure et l'évolution de l'emploi parisien. Quels changements connaissent les musées parisiens pendant cette période ? Qu'est-ce qui fait l'identité des musées parisiens ? Sont-ils des établissements culturels publics ? Ou sont-ils des centres productifs ?

Ensuite, à l'aide du QL des différents secteurs d'activités parisiens, nous pourrions établir les tendances de développement pour chaque secteur d'activité parisien. Quels secteurs d'activités ont vu leur QL augmenter pendant cette période, quels secteurs au contraire ont baissé ? Dans le même temps, nous verrons l'évolution du nombre d'emploi pour chacun de ces secteurs. Le secteur d'activité qui nous intéresse en premier lieu est le secteur « Gestion des musées », que l'on trouve tel quel dans la nomenclature NAF 2008. Or, ce secteur présente, sur Paris, une augmentation à la fois du QL et du nombre d'emplois pendant cette période. On pourra alors sélectionner les secteurs d'activité qui présentent les mêmes tendances que le secteur « Gestion des musées ». Nous verrons que le secteur des musées connaît une « double augmentation ». Quels secteurs d'activités présentent une évolution semblable ?¹⁹⁵

¹⁹⁵ Note : Sur l'intérêt de la méthode consistant à calculer le quotient de localisation et pour un exemple d'utilisation de cette méthode dans le cas des secteurs d'activité parisiens, voir Allen J. Scott, 2000, *The cultural economy of cities*, London, Sage Publications, p. 193.

Enfin, dans un troisième temps, on essaiera de déterminer, parmi les secteurs d'activités qui connaissent une « double augmentation », quelles sont les relations concrètes qui existent entre les secteurs d'activité sélectionnés et le secteur « Gestion des musées ». À l'aide du logiciel d'analyse statistique SPSS (Statistical Package for The Social Sciences), on calculera le coefficient de corrélation (ci-dessous R) entre la série des QL du secteur « Gestion des musées » entre 1993 et 2008, et la série des QL de chacun des autres secteurs d'activités sélectionnés sur la même période. Ainsi, les résultats du coefficient de corrélation nous permettront de voir précisément quelles relations les musées entretiennent avec les autres secteurs d'activité économiques.

Méthodologie

On utilisera tout d'abord l'indice de spécificité ou Quotient de localisation (QL). Ensuite, on utilisera le coefficient de corrélation (ci-dessous R) entre les séries de QL. Les détails des calculs et les explications seront donnés au fur et à mesure.

Structure et spécificités des secteurs d'activité parisiens

Quotient de localisation (QL) : Il s'agit d'un nombre qui compare la concentration de l'emploi local ou régional dans divers secteurs ou industries à la moyenne ou norme provinciale ou nationale.

Si le quotient de localisation est supérieur à 1, le groupe est sur-représenté dans l'unité spatiale et inversement s'il est inférieur à 1. Pour une valeur égale à 1, le quotient de localisation signifie que la concentration du groupe dans l'unité spatiale est la même que celle de l'ensemble de la région.

Le résultat indique le niveau de spécialisation de la région géographique sélectionnée dans le secteur sélectionné.

L'indice de spécificité se définit comme tel :

$$QL = \frac{e_i/e}{E_i/E}$$

Où e_i représente le nombre d'emplois dans la région géographique sélectionnée pour un secteur i donné.

Où e représente le nombre d'emplois dans la région géographique tous secteurs confondus.

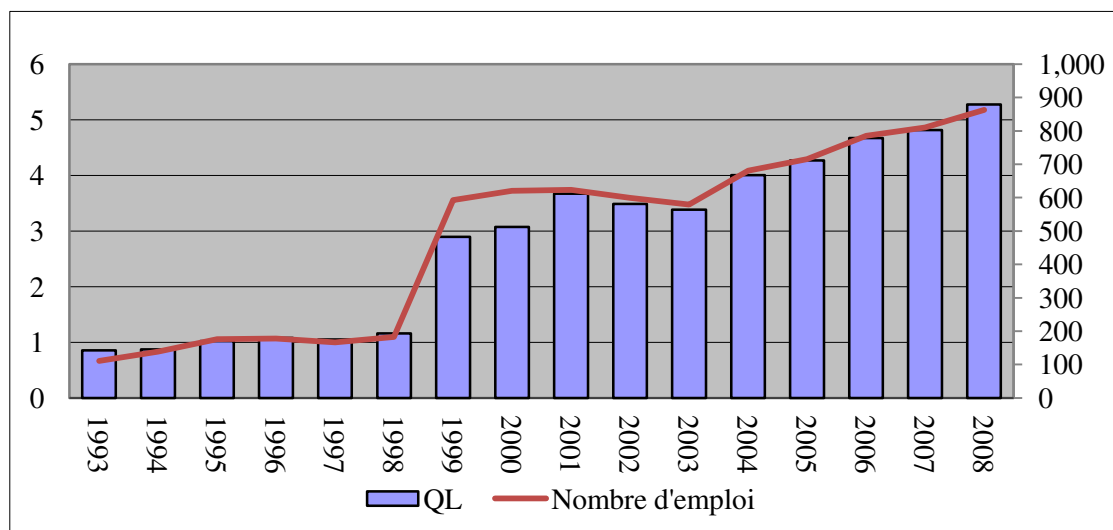
Où E_i représente le nombre d'emploi dans le secteur i , pour l'ensemble du pays.

Où E représente le nombre d'emploi tous secteurs confondus pour l'ensemble du pays (il s'agit en d'autres termes de l'emploi sur l'ensemble de la France pour la période concernée.)

Un QL élevé peut indiquer que l'économie locale est dépendante de l'emploi dans ce secteur, que le secteur exporte des biens ou des services et peut constituer une force ou un avantage concurrentiel local, ou que ce secteur local emploie un nombre supérieur de travailleurs par unité produite que la moyenne de la région pour ce secteur.

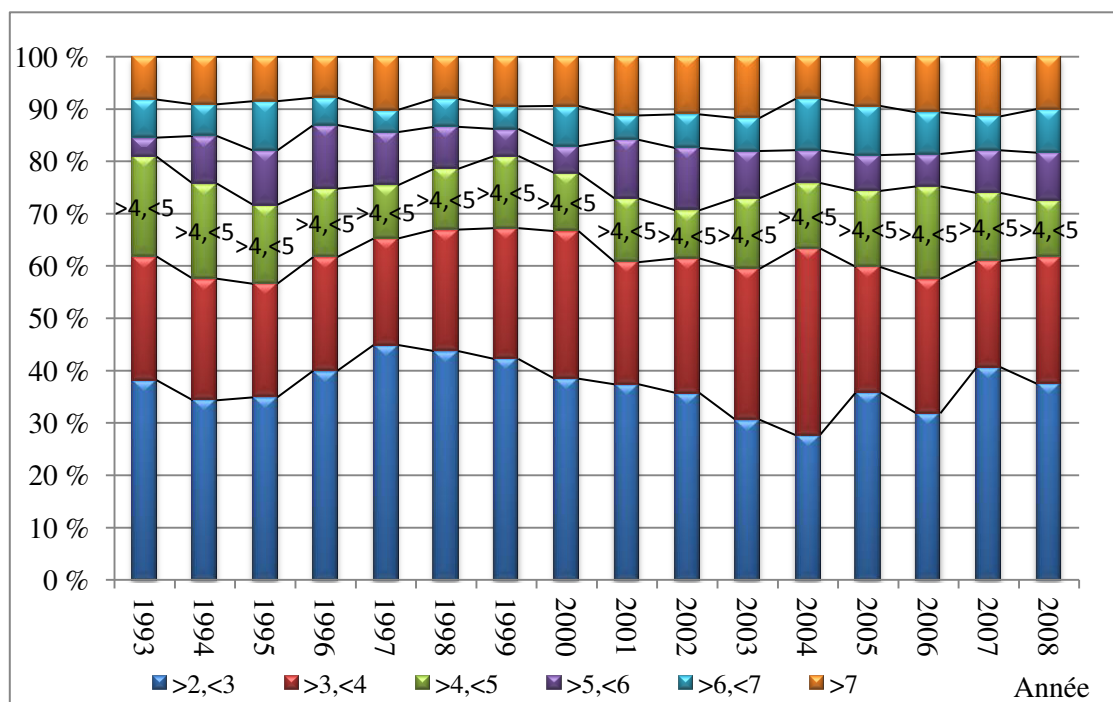
Il faut distinguer les secteurs d'activité très détaillés de la nomenclature NAF 2008 des secteurs agrégés, que nous appellerons ci-dessous « groupes », de la nomenclature A17. Un groupe correspond à une branche d'activité, agrégeant plusieurs secteurs. La connaissance des quotients de localisation pour divers secteurs dans une période peut aider à confirmer ou à identifier l'évolution du groupe auquel ils appartiennent.

Pour cibler les secteurs, il est important de combiner l'analyse des quotients de localisation à celle de la croissance ou du déclin de l'emploi dans chaque secteur, par le biais de méthodes telles que l'analyse de l'évolution.



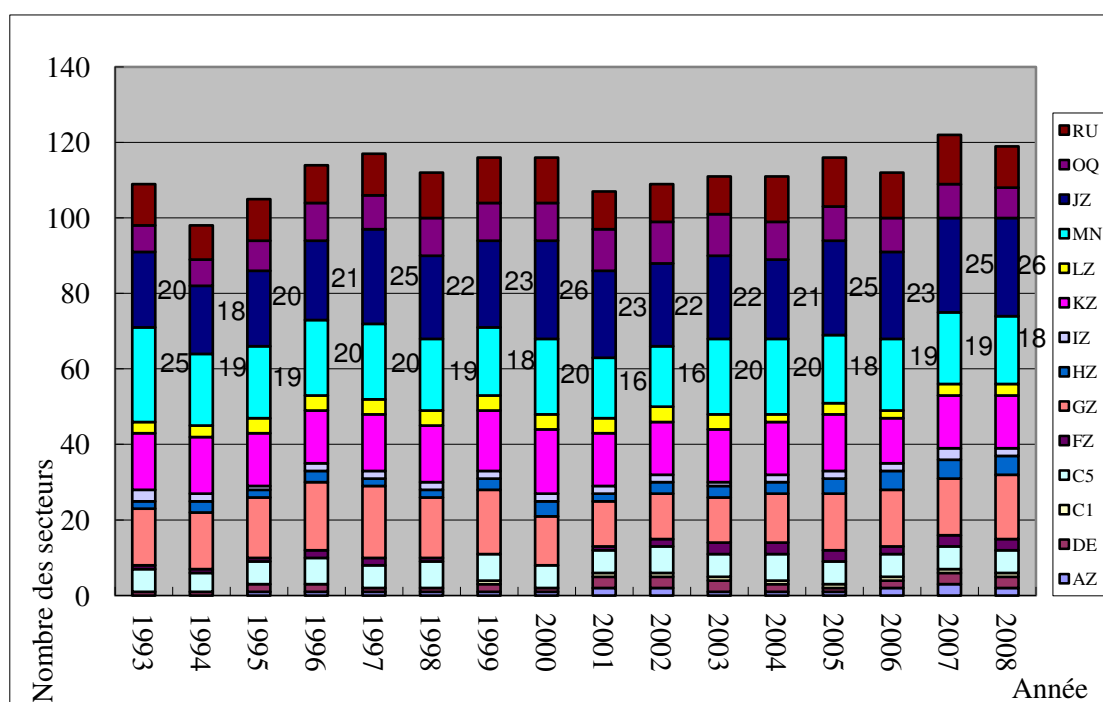
Graphique 4. 1 : Quotient de localisation et nombre d'emplois de « Gestion des musées » parisiens entre 1993 et 2008.

Lecture : Le nombre d'emploi de « Gestion des musées » connaît une augmentation de 111 à 863 entre 1993 et 2008, pendant la même période, le QL augmente aussi de 0,86 à 5,27. On constate une rupture entre 1998 et 1999 à la fois au niveau du QL et dans le nombre d'emploi.



Graphique 4. 2 : L'évolution de la structure des QL pour les secteurs parisiens avec un QL > 2 entre 1993 et 2008.

Lecture : On calcule tout d'abord le QL pour les 733 secteurs d'activités (NAF 2008) entre 1993 et 2008, afin de connaître la structure des QL supérieur à 2, nous avons classé le QL en six niveaux : entre 2 et 3, entre 3 et 4, entre 4 et 5, entre 5 et 6, entre 6 et 7, et QL supérieur à 7. On peut voir le nombre de QL est le plus élevé entre 2 et 3, il décroît ensuite entre 3 et 4, et ainsi de suite.



Graphique 4. 3 : L'évolution du nombre des secteurs (NAF 2008) avec un QL supérieur à 2 par groupe d'activité (nomenclature A17) sur Paris entre 1993 et 2008, en valeur absolue.

Note : AZ : Agriculture, sylviculture et pêche ; DE : Industries extractives, énergie, eau, gestion des déchets et dépollution ; C1 : Fabrication de denrées alimentaires, de boissons et de produits à base de tabac ; C5 : Fabrication d'autres produits industriels ; FZ : Construction ; GZ : Commerce ; réparation d'automobiles et de motocycles ; HZ : Transports et entreposage ; IZ : Hébergement et restauration ; JZ : Information et communication ; KZ : Activités financières et d'assurance ; LZ : Activités immobilières ; MN : Activités scientifiques et techniques ; services administratifs et de soutien ; OQ : Administration publique, enseignement, santé humaine et action sociale ; RU : Autres activités de services.

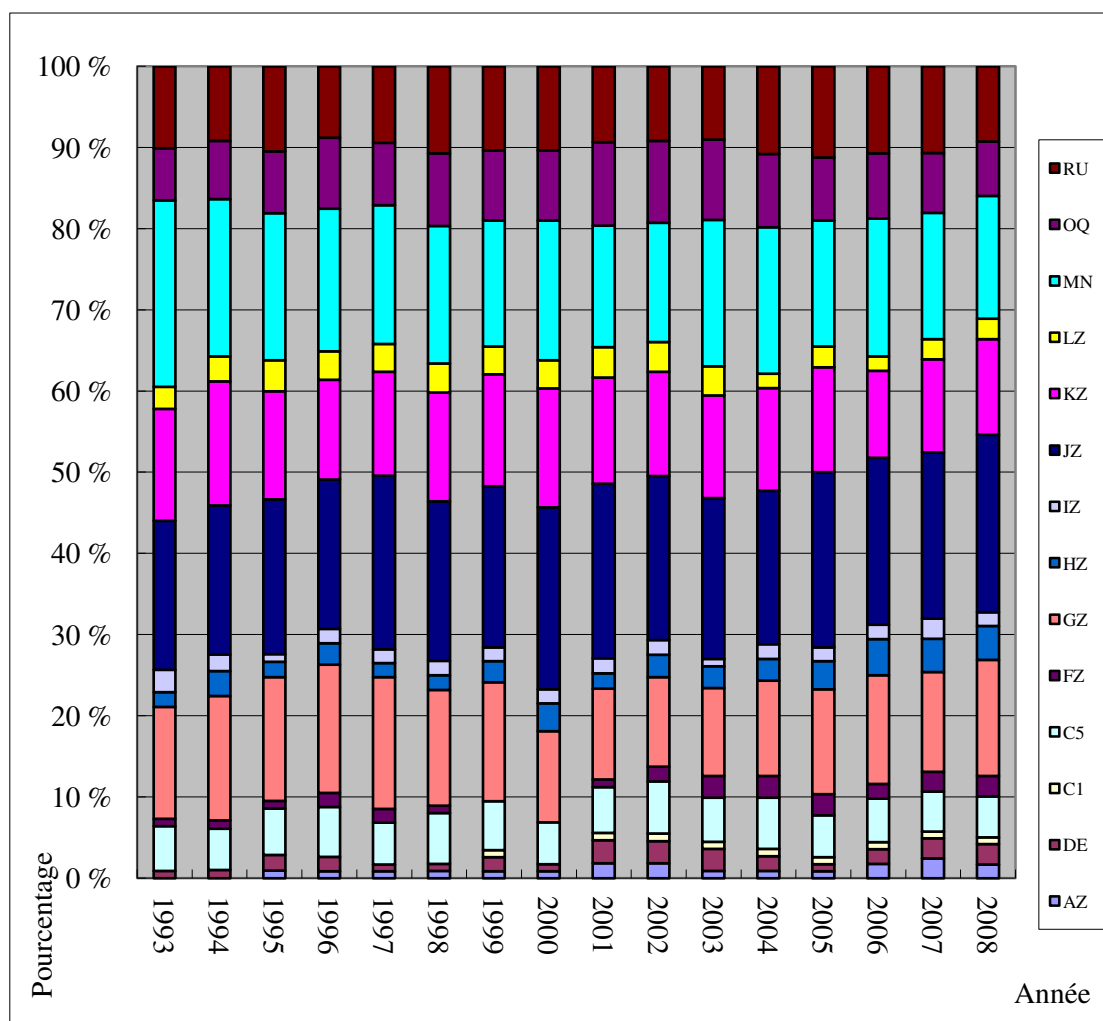
Lecture : On calcule tout d'abord le QL pour les 733 secteurs d'activités (NAF 2008) entre 1993 et 2008, on sélectionne les secteurs avec un QL supérieur à 2 par groupe d'activité (Nomenclature A 17). Finalement, le résultat nous permet de voir les groupes d'activités dominants. Par exemple, les groupes d'activités JZ, MN, KZ, GZ, etc., sont dominants avec les secteurs d'activités ayant un QL supérieurs à 2.

Les QL des différents secteurs d'activités parisiens sur cette période montrent la configuration de l'emploi parisien, et permettent une analyse plus approfondie. Comme on pouvait s'y attendre, Paris, en tant que centre économique et culturel français, a de nombreux secteurs avec un QL supérieur à 1 parmi les 733 secteurs de la nomenclature NAF 2008.

Suivant l'exemple de Scott (2000), nous avons d'abord sélectionné les secteurs ayant un QL supérieur à 2, afin de mieux faire ressortir les secteurs les plus spécifiques ou les plus importants de Paris. Ensuite, afin de connaître la structure des QL supérieur à 2, nous avons classé le QL des secteurs sélectionnés en six niveaux, à savoir : QL compris entre 2 et 3, entre 3 et 4, entre 4 et 5, entre 5 et 6, entre 6 et 7 et QL supérieur à 7. Comme on peut le voir sur le graphique 4. 2, le nombre de QL est le plus élevé entre 2 et 3, suivie par les QL entre 3 et 4. En même temps, la tendance est à un rééquilibrage entre les six niveaux dans cette période : par exemple, le nombre de QL entre 4 et 5 tend à diminuer ; par contre, le nombre de QL entre 5 et 6 augmente légèrement.

On peut voir sur le graphique 4. 3 que, entre 1993 et 2008, le nombre de secteurs d'emploi dont le QL est supérieur à 2 varie entre 99 et 123, avec un minimum de 99 en 1994, et un maximum de 123 en 2007.

Les 733 secteurs d'activités (NAF 2008) correspondent à 17 groupes d'activités (A17), à savoir : AZ (Agriculture, sylviculture et pêche) ; DE (Industries extractives, énergie, eau, gestion des déchets et dépollution) ; C1 (Fabrication de denrées alimentaires, de boissons et de produits à base de tabac) ; C2 (Cokéfaction et raffinage) ; C3 (Fabrication d'équipements électriques, électroniques, informatiques ; fabrication de machines) ; C4 (Fabrication de matériels de transport) ; C5 (Fabrication d'autres produits industriels) ; FZ (Construction) ; GZ (Commerce ; réparation d'automobiles et de motocycles) ; HZ (Transports et entreposage) ; IZ (Hébergement et restauration) ; JZ (Information et communication) ; KZ (Activités financières et d'assurance) ; LZ (Activités immobilières) ; MN (Activités scientifiques et techniques ; services administratifs et de soutien) ; OQ (Administration publique, enseignement, santé humaine et action sociale) ; RU (Autres activités de services).



Graphique 4. 4 : L'évolution du nombre des secteurs (NAF 2008) avec un QL supérieur à 2 par groupe d'activité (nomenclature A17) sur Paris entre 1993 et 2008, en pourcentage.

Quels sont les principaux résultats que nous pouvons tirer des graphiques 4. 1 à 4. 4 ?

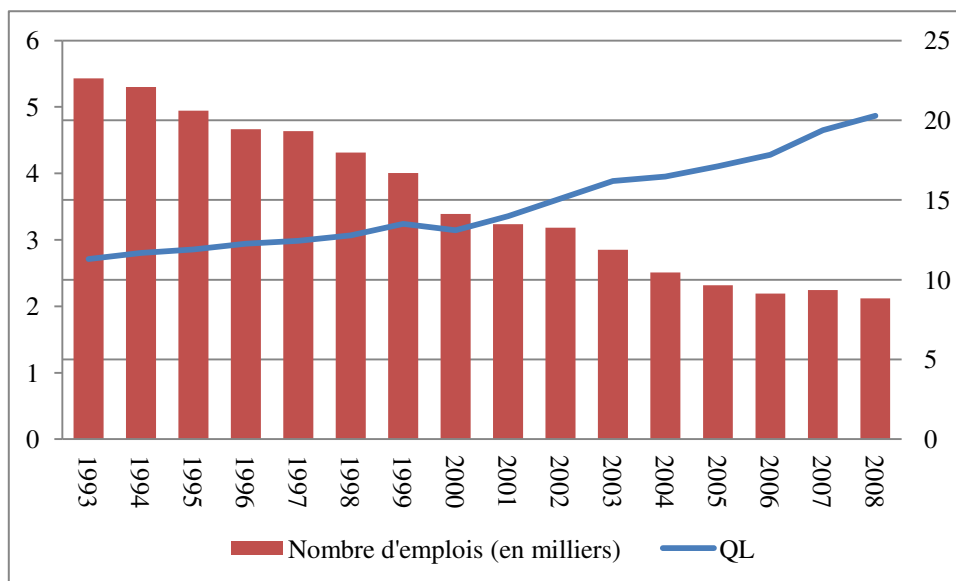
Si l'on regarde l'évolution de tous les secteurs d'emplois parisiens dans cette période (1993-2008) (cf. graphique 4. 3), on voit que les secteurs dominants se trouvent dans le tertiaire : communication (JZ), techniques et scientifiques (MN), financières et d'assurance (KZ), commerce (GZ), les activités de services (RU), etc. On voit aussi qu'il reste des secteurs minoritaires dans la manufacture : le nombre de secteurs dont le QL est supérieur à 2 est petit, mais pas nul. Par exemple, « fabrication d'articles en

fourrure » et « fabrication d'articles de joaillerie et bijouterie » (C5, C1) ont un QL assez haut. En revanche, les secteurs agricoles ont presque disparu à Paris.

Si l'on regarde en détail, le nombre de secteurs d'activités avec un QL supérieur à 2 dans le groupe « Information et communication » (JZ) a augmenté de 20, en 1993, à 26 en 2008 ; en revanche, le nombre de QL supérieur à 2 dans le groupe « Activités scientifiques et techniques ; services administratifs et de soutien » (MN) a baissé sur la même période de 25 à 18. Le groupe « Transports et entreposage » (HZ) connaît quant à lui une petite augmentation. Les autres groupes restent stables.

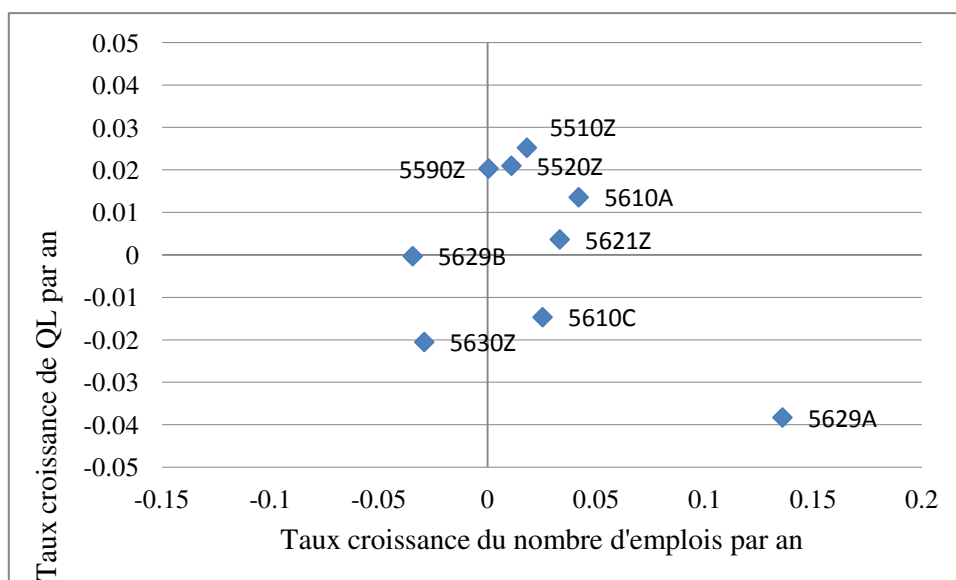
Questions de méthode : difficultés liées à l'usage du QL

Le quotient de localisation permet de découvrir quels sont les secteurs d'activités spécifiques à un lieu, relativement à d'autres lieux. Par contre, il ne permet pas de dire en soi si le nombre d'emplois de ce secteur a augmenté ou à diminuer en valeur absolue. La raison en est que le QL est le rapport de la proportion d'un secteur d'activité dans ce lieu sur la proportion du même secteur d'activité dans l'ensemble du pays. Par exemple, le QL d'un secteur d'activité donné dans un lieu donné peut augmenter sur un an, alors que, dans le même temps, le nombre d'emplois dans ce secteur et dans le même lieu a baissé. En effet, si le nombre d'emplois dans ce secteur d'activité a davantage baissé (proportionnellement) pour l'ensemble du pays, alors le QL augmentera.



Graphique 4. 5 : L'évolution de secteur « fabrication de vêtements de dessus » par QL et nombre d'emplois de 1993 à 2008

On peut prendre l'exemple du secteur « fabrication de vêtement de dessus » (cf. graphique 4. 5). Le nombre d'emplois dans ce secteur sur Paris baisse d'année en année, mais, dans le même temps, le nombre d'emplois dans ce secteur pour toute la France baisse encore plus vite. Proportionnellement, l'évolution du secteur est moins défavorable sur Paris : le QL augmente. Cependant, comme le nombre d'emplois est en baisse, on ne peut pas dire que le secteur connaisse une véritable croissance sur ce lieu



Graphique 4. 6 : La dispersion du groupe IZ en fonction du QL et de l'emploi, de 1993 à 2008

2008.

Les deux critères doivent être pris en compte au moment de faire la comparaison entre le secteur « gestion des musées » et les autres secteurs : il faut sélectionner des secteurs qui, comme le secteur « gestion des musées », connaissent une augmentation à la fois de leur QL et du nombre d'emplois (cf. graphique 4. 1). C'est la « double augmentation ». Dans l'exemple ci-dessus (cf. graphique 4. 6), on voit que, pour un groupe donné dans la nomenclature A17 (ici le groupe IZ : Hébergement et restauration), on trouve à la fois des secteurs d'activité comme 5629A, connaissant une forte croissance du taux d'emploi mais un taux de croissance du QL négatif (en d'autres termes, l'emploi a augmenté mais moins vite que sur l'ensemble du pays) ; et des secteurs comme 5629B, dont l'emploi recule mais le QL reste stable (en d'autres termes, la situation dans ce secteur n'est pas plus défavorable à Paris que dans le reste de la France). Aucun de ces secteurs ne connaît la « double augmentation » : pour notre comparaison, nous les écartons et ne conservons que les secteurs du quart supérieur droit du graphique (augmentation du QL et de l'emploi).

Dans la nomenclature NAF 2008, il y a 733 secteurs d'activités, mais un seul concerne directement le domaine des musées : il s'agit du secteur « Gestion des musées », codé 9102Z. Celui-ci connaît une double augmentation. Afin de pouvoir comparer, on a sélectionné tous les secteurs qui présentent la même tendance. Finalement, il y a 74 secteurs où on retrouve cette tendance.

Analyse des relations entre les musées et les autres secteurs d'activité

De nombreuses méthodes ont été développées afin d'analyser le développement d'un secteur d'activité. Quelle est la relation entre les secteurs sélectionnés et le secteur

« Gestion des musées » ? Comment la mesurer ? Il existe d'autres méthodes, mais ici, nous appliquons le coefficient de corrélation (ou coefficient de Pearson).

À l'aide du logiciel d'analyse statistique SPSS (Statistical Package for the Social Sciences), on calcule le coefficient de corrélation entre, d'une part, la série des QL du secteur « Gestion des musées » entre 1993 et 2008, et d'autre part, la série des QL de chacun des autres secteurs d'activités sélectionnés sur la même période.

Le coefficient de corrélation permet d'évaluer l'intensité et le sens de la relation linéaire entre deux séries de données provenant de deux variables. Le coefficient de corrélation indique le degré de relation linéaire entre les deux séries de données, et la valeur du coefficient de corrélation est toujours comprise entre -1 et +1. S'il n'y a pas de relation linéaire entre les deux séries de données, le coefficient de corrélation est très proche de 0, et on dira que les deux variables ne sont pas corrélées.

Cependant, il faut s'assurer que les résultats obtenus sont significatifs d'un point de vue statistique. Pour cela, SPSS associe une valeur Sig au coefficient de corrélation. Si Sig est **supérieur à 0,05**, le résultat n'est pas significatif et l'on considère que la corrélation observée entre les deux séries est due au hasard ; Si Sig est **inférieure à 0,05**, on peut conclure que la corrélation entre les deux séries existe bel et bien.

Pour connaître le coefficient de corrélation r liant ces deux séries, on applique la formule suivante :

$$r = \frac{n(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[n\sum X^2 - (\sum X)^2][n\sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Où X et Y sont les deux séries de QL.

Nous avons calculé le coefficient de corrélation r et la significativité (sig) entre le secteur « gestion des musées » et les autres secteurs sélectionnés.

Dans l'exemple ci-dessous, nous avons testé la corrélation entre le secteur d'activité de « Gestion des musées » et autres secteurs d'activités, la « fabrication des gaz industriels » et « fabrication d'articles de joaillerie et bijouterie ».

Le résultat du test de coefficient de corrélation ou Corrélation de Pearson (r) est ici de 0,606 (voir tableau 4. 4). N, signifie le nombre de participants (les secteurs d'activités). Dans ce cas-ci, il vaut 16. Quant à la valeur Sig.(bilatérale), dans ce cas-elle est de 0,013.

		Fabrication de gaz industriels	Fab.article de joaillerie et bijouterie	Gestion des musées
Fabrication de gaz industriels	Pearson Correlation	1 0.606(*)
	Sig. (bilatérale)	2 0.013
	N	16
Fab. article de joaillerie et bijouterie	Pearson Correlation	0.952(**)
	Sig. (bilatérale)	0.000
	N	16
Gestion des musées	Pearson Correlation	1
	Sig. (bilatérale)
	N	16

* Corrélation est significative au niveau de 0,05 (bilatérale).

** Corrélation est significative au niveau de 0,01 (bilatérale).

Tableau 4. 4 : L'exemple du coefficient de corrélation.

Le premier résultat r (Corrélation de Pearson) est de 0,606, il mesure le degré de liaison linéaire entre les variables dépendantes (Y), et indépendante (X) de notre échantillon. Le résultat est compris entre -1 et 1, 0 équivaut à une absence de lien, alors que 1 constitue un lien parfait entre X et Y. Un résultat positif (+) signifie que la relation entre X et Y est proportionnelle, quand X augmente (respectivement, diminue), Y augmente (respectivement, diminue) ; le résultat négatif (-) signifie que la relation entre X et Y est inversement proportionnelle, quand X augmente, Y diminue.

Le second résultat, c'est le test de signification de la pente (R), il est de 0,013. Dans la logique d'un test d'hypothèses, il y a toujours deux hypothèses statistiques. La

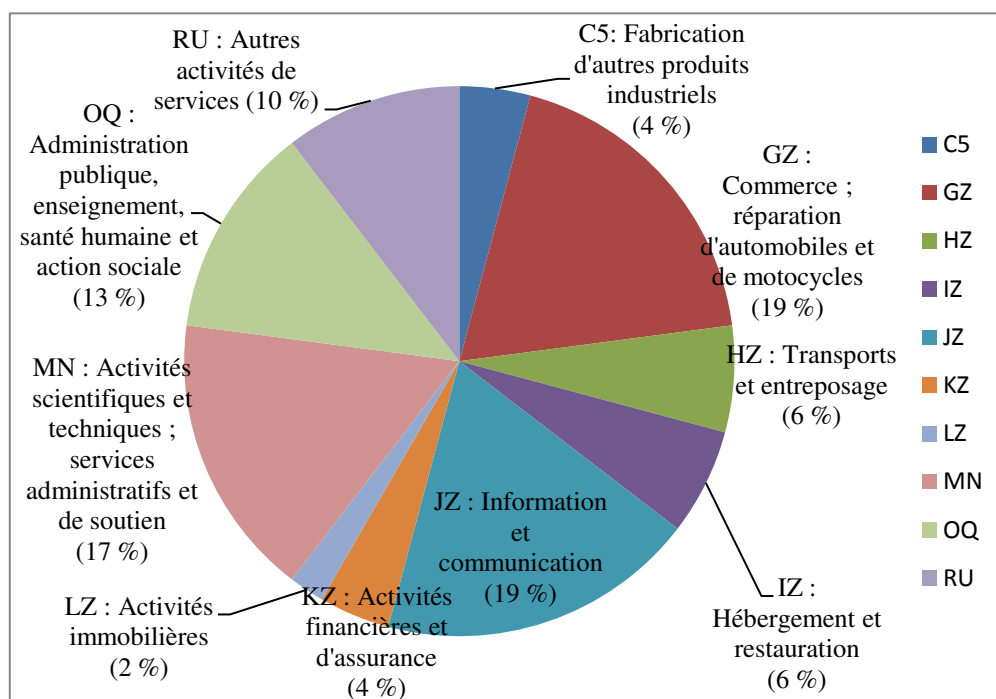
première est l'hypothèse nulle (absence de relation), qui postule que la relation entre X et Y est due au hasard, autrement dit qu'il n'y a pas de relation entre X et Y. La seconde hypothèse suggère que la relation entre X et Y ne peut être attribuée au hasard. En sciences humaines, le seuil de signification est de 0,05. Si la valeur de Sig est supérieure à 0,05, on accepte l'hypothèse nulle et on conclut que la corrélation observée entre X et Y est due au hasard ; si la valeur de Sig est inférieure à 0,05, il faut rejeter l'hypothèse nulle et conclure qu'une corrélation entre X et Y existe bel et bien au sein des variables. Dans le tableau 4. 4, la valeur de Sig il est 0,013, il est inférieur à 0,05 donc le résultat est significatif.

On calcule le coefficient de corrélation (ci-dessous R) entre la série des QL du secteur « Gestion des musées » entre 1993 et 2008, et la série des QL de chacun des autres secteurs d'activités sélectionnés sur la même période. On sélectionne les secteurs d'activités dont la valeur Sig est inférieure à 0,05 %. Le tableau 4. 5 (cf. les tableaux à la fin du chapitre) montre quels sont les secteurs d'activités dont le coefficient R indique des liens étroits avec le secteur « Gestion des musées ».

49 secteurs d'activités ont un Sig inférieur à 0,05 %, et peuvent donc être corrélés de manière significative au secteur « Gestion des musées ». Parmi ceux-ci, 48 secteurs ont un R positif (proche de + 1 : les secteurs sont corrélés et suivent une évolution parallèle) ; et il n'y a qu'une secteur qui connaît un R négatif (proche de - 1 : les secteurs sont corrélés mais suivent une évolution inverse).

Parmi les 48 secteurs d'activités dont le coefficient de corrélation est positif, ceux qui appartiennent au groupe GZ (soit, dans la nomenclature A 17, « Commerce ; réparation d'automobiles et de motocycles ») et JZ (« Information et communication ») sont les plus nombreux, représentant 19 % de l'ensemble des secteurs ; Viennent ensuite le groupe MN (« Activités scientifiques et techniques ; services administratifs et de soutien »), à 17 %, le groupe OQ (« Administration publique, enseignement, santé humaine et action sociale ») à 13 %, et le groupe RU (« Autres activités de services ») à 10 % (cf. graphique 4. 7).

Mais, les secteurs d'activités qui connaissent la valeur R la plus forte (la plus proche de + 1) sont, comme on le voit sur le tableau 4. 5 : « Restauration traditionnelle » (5610A) ; « Commerce de détail de maroquinerie et d'articles de voyage » (4772B) ; « Fabrication d'articles de joaillerie et bijouterie » (3212Z), « Commerce de détail de parfumerie et de produits de beauté en magasin spécialisé » (4775Z), etc. D'après Scott (2000), la plupart de ces secteurs présentent une caractéristique commune, celle d'appartenir à l'« économie culturelle ».



Graphique 4. 7 : La répartition des secteurs d'activités avec R positif et Sig est inférieure à 0,05 %, agrégés en groupes (nomenclature A 17), entre 1993 et 2008.

On peut cependant affiner un peu ces résultats en distinguant selon la période. Si l'on revient à présent au graphique 4. 1 (QL et nombre d'emplois de gestion des musées parisiens entre 1993 et 2008), on constate une rupture entre 1998 et 1999 à la fois au niveau du QL et dans le nombre d'emploi. Nous en ignorons les raisons précises, mais il est possible qu'il y ait un lien avec la gratuité des musées qui se préparait pour janvier 2000.

Quoi qu'il en soit, 1998-1999 apparaît comme un moment de basculement et on peut séparer nos séries statistiques à ce point. Les tableaux 4. 8 et 4. 9 montrent le coefficient de corrélation entre la série des QL du secteur « Gestion des musées » et la série des QL de chacun des autres secteurs d'activités sur les deux périodes, entre 1993 et 1998 et entre 1999 et 2008. Est-ce que les résultats concernant la corrélation entre les différents secteurs sont différents sur les deux périodes ?

26 secteurs d'activités ont un Sig inférieur à 0,05 %, et peuvent donc être corrélés de manière significative au secteur « Gestion des musées » (de manière soit positive, soit négatif. En l'occurrence, 25 sont positifs et 1 est négatif.) pour la période 1993-1998 (cf. tableau 4. 7). C'est le cas de 46 secteurs d'activités (dont 43 sont corrélés positivement et 3 négativement) dans la période 1999-2008. (cf. tableau 4. 8)

Les résultats sont présentés dans la graphique 4. 8 et le tableau 4. 6 : on voit en particulier que les groupes GZ et MN connaissent un changement remarquable. La part représentée par le groupe MN connaît une forte augmentation, de 4 % entre 1993 et 1998 à 21 % entre 1999 et 2008. Concrètement, cela signifie que dans ce groupe, il n'y a qu'un seul secteur répondant aux critères entre 1993-1998, à savoir 7021Z. Entre 1999-2008, en revanche, il y en a 9 : 7111E (Activités d'architecture), 7112A (Activité des géomètres), 7220Z (R&D en sciences humaines et sociales), 7022Z (Conseil pour les affaires et autres conseils de gestion), 8020Z (Activités liées aux systèmes de sécurité), 7711A (Location de courte durée de voitures et de véhicules automobiles légers), 7410Z (Activités spécialisées de design), 7010Z (Activités des sièges sociaux), 8129A (Désinfection désinsectisant dératisation).

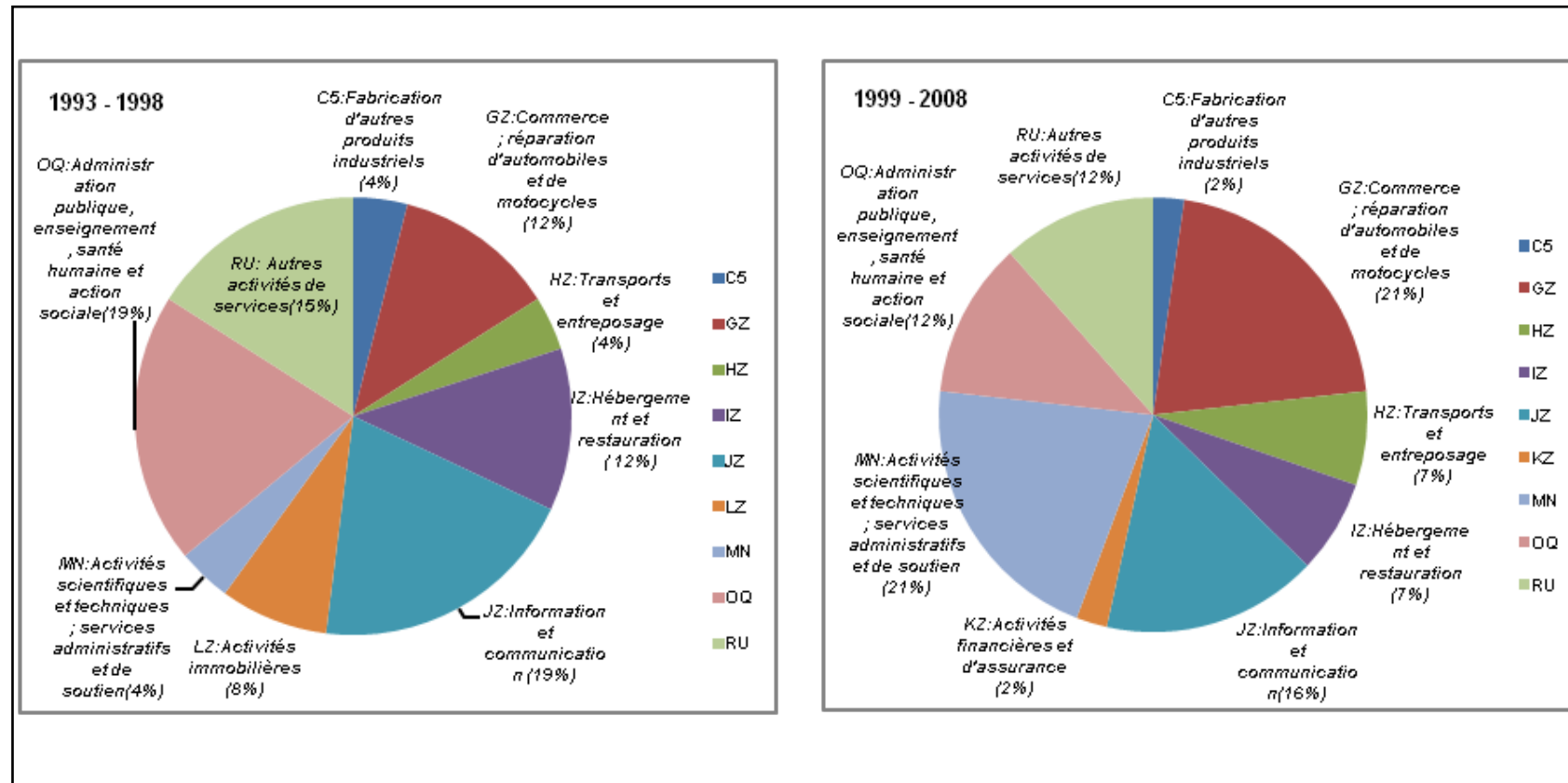
Le groupe GZ connaît une croissance similaire à celle du groupe MN : sa part passe de 12% entre 1993 et 1998 à 21% entre 1999 et 2008. Concrètement, on passe de **3** secteurs entre 1993 et 1998 : 4772B (Commerce de détail de maroquinerie et d'articles de voyage) ; 4711C (Supérettes) ; 4711E (Magasins multi-commerces) à **9** entre 1999 et 2008 : 4721Z (Commerce de détail de fruits et légumes en magasin spécialisé) ; 4778C (Autre commerce détail spécialisé divers) ; 4711C (Supérettes) ;

4775Z (Commerce de détail de parfumerie et de produits de beauté en magasin spécialisé) ; 4772B (Commerce de détail de maroquinerie et d'articles de voyage) ; 4741Z (Commerce de détail d'ordinateurs, d'unités périphériques et de logiciels en magasin spécialisé) ; 4711E (Magasins multi-commerces), 4771Z (Commerce de détail d'habillement en magasin spécialisé) ; 4724Z (Commerce de détail de pain, pâtisserie et confiserie en magasin spécialisé).

D'habitude, on pense que le secteur « Gestion des muées » est lié aux secteurs d'activités « Administration publique, enseignement, santé humaine et action sociale » (groupe OQ), c'est-à-dire les secteurs du service public. Mais le nombre de secteurs d'activité qui ont un Sig inférieur à 0,05 %, et peuvent donc être corrélés de manière significative et positive au secteur « Gestion des musées » reste stable, à 5 (cf. tableau 4. 6), pour les deux périodes. Cependant, la proportion a baissé de 19 % entre 1993 et 1998 à 12 % entre 1999 et 2008, parce que le nombre total de secteurs (avec sig inférieur à 0,05 % et R positif) a augmenté sur cette période. Donc, par rapport à l'ensemble de l'activité économique, on peut dire que les liens entre les musées et les secteurs d'activité du service public ont proportionnellement diminué. Par exemple, au sein de ce groupe (OQ), le secteur 8899A (Autre accueil ou accompagnement sans hébergement d'enfants et d'adolescents) a un R négatif (- 0.872) pour la période 1999-2008, alors que son R était positif (0.868) pour la période 1993-1998.

Cela confirme le changement que connaît le secteur d'activité « Gestion des musées » parisien après 1998. Le secteur « Gestion des musées » **a un coefficient de corrélation plus faible avec les secteurs d'activités public et plus fort avec les autres secteurs d'activités économiques.**

Graphique 4. 8 : La comparaison des secteurs d'activités avec R positif et Sig inférieure à 0,05 % entre 1993-1998 et 1999-2008



Code de A17	Nom du groupe (nomenclature A17)	Nombre	1993-1998	Nombre	1999-2008
			Proportion		Proportion
C5	Fabrication d'autres produits industriels	1	4 %	1	2 %
GZ	Commerce ; réparation d'automobiles et de motocycles	3	12 %	9	21 %
HZ	Transports et entreposage	1	4 %	3	7 %
IZ	Hébergement et restauration	3	12 %	3	7 %
JZ	Information et communication	5	19 %	7	16 %
LZ	Activités immobilières	2	8 %	1	2 %
MN	Activités scientifiques et techniques ; services administratifs et de soutien	1	4 %	9	21 %
OQ	Administration publique, enseignement, santé humaine et action sociale	5	19 %	5	12 %
RU	Autres activités de services	4	15 %	5	12 %

Tableau 4. 6 : La comparaison des secteurs d'activités avec R positif et Sig inférieure à 0,05 % entre 1993-1998 et 1999-2008.

Conclusion

Comme on l'a dit dans le troisième chapitre, les transformations sociales des musées parisiens dans les années 1960 ou 1970 rendent les rôles traditionnels du musée de plus en plus insoutenable, ils favorisent de nouveaux rôles sociaux. Du fait de cette tendance, on peut dire que les musées acquièrent une plus grande centralité. Et le musée fonctionne comme un instrument social, l'espace des musées devient un espace pour le grand public.

Au fur et à mesure que leur influence grandit, les musées tissent des liens de plus en plus intenses avec les autres secteurs économiques dans les dernières années.

Quel est le statut des musées parisiens aujourd'hui ? L'analyse statistique de 1993 à 2008 montre qu'ils sont en train de changer. Après 1998, l'évolution des musées parisiens devient très similaire à celle des secteurs de l'économie productive. En revanche, avec les secteurs publics sociaux, leur relation diminue. Un tel résultat tend à montrer, pour Paris, la place croissante de l'économie culturelle dans l'économie et, inversement, le modèle de plus en plus proche de l'économie productive pour les biens culturels (Scott, 2000).

Tableau 4. 5 : Coefficient de corrélation (R) et valeur de Sig entre la série des QL du secteur « Gestion des musées », et la série des QL de chacun des autres secteurs d'activités sélectionnés, entre 1993 et 2008.

Nombre	Code	NAF 2008	Corrélation de Pearson	Sig. (bilatérale)
1	9102Z	Gestion des musées	1	
2	5610A	Restauration traditionnelle	0.966	0
3	4772B	Commerce de détail de maroquinerie et d'articles de voyage	0.961	0
4	4771Z	Commerce de détail d'habillement en magasin spécialisé	0.953	0
5	3212Z	Fabrication d'articles de joaillerie et bijouterie	0.952	0
6	9492Z	Activités des organisations politiques	0.949	0
7	7010Z	Activités des sièges sociaux	0.942	0
8	5510Z	Hôtels et hébergement similaire	0.939	0
9	4711C	Supérettes	0.933	0
10	4711E	Magasins multi-commerces	0.905	0
11	8542Z	Enseignement supérieur	0.903	0
12	4778C	Autre commerce détail spécialisé divers	0.897	0
13	6391Z	Activités des agences de presse	0.897	0
14	5829C	Édition de logiciels applicatifs	0.886	0
15	4724Z	Commerce de détail de pain, pâtisserie et confiserie en magasin spécialisé	0.884	0
16	4637Z	Commerce gros de café, thé, cacao et épices	0.879	0
17	9499Z	Autres organisations fonctionnant par adhésion volontaire	0.879	0
18	5590Z	Autres hébergements	0.857	0
19	6201Z	Programmation informatique	0.838	0
20	9529Z	Réparation d'autres biens personnels et domestiques	0.836	0
21	9604Z	Entretien corporel	0.835	0
22	4775Z	Commerce de détail de parfumerie et de produits de beauté en magasin spécialisé	0.833	0
23	4950Z	Transports par conduites	0.811	0
24	8425Z	Services du feu et de secours	0.798	0
25	8559A	Formation continue d'adultes	0.781	0

26	6010Z	Édition et diffusion de programmes radio	0.756	0.001
27	8421Z	Affaires étrangères	0.75	0.001
28	5829A	Édition de logiciel système et de réseau	0.747	0.001
29	7711A	Location de courte durée de voitures et de véhicules automobiles légers	0.739	0.001
30	7490A	Activités des économistes de la construction	0.723	0.002
31	6411Z	Activités de banque centrale	0.722	0.002
32	8129A	Désinfection, désinsectisation, dératisation	0.704	0.002
33	5920Z	Enregistrement sonore édition musicale	0.692	0.003
34	8412Z	Administration publique (tutelle) de la santé, de la formation, de la culture et des services sociaux, autre que sécurité sociale	0.677	0.004
35	7022Z	Conseil pour les affaires et autres conseils de gestion	0.676	0.004
36	7410Z	Activités spécialisées de design	0.671	0.004
37	5813Z	Édition de journaux	0.669	0.005
38	6430Z	Fonds de placement et entités financières similaires	0.667	0.005
39	9101Z	Gestion des bibliothèques des archives	0.645	0.007
40	6832A	Administration d'immeubles et autres biens immobiliers	0.628	0.009
41	7111Z	Activités d'architecture	0.626	0.009
42	4920Z	Transports ferroviaires de fret	0.625	0.01
43	7912Z	Activités des voyagistes	0.613	0.012
44	8622B	Activités chirurgicales	0.612	0.012
45	6312Z	Portails Internet	0.609	0.012
46	2011Z	Fabrication de gaz industriels	0.606	0.013
47	5040Z	Transports fluviaux de fret	0.576	0.02
48	4721Z	Commerce de détail de fruits et légumes en magasin spécialisé	0.541	0.03
49	5913A	Distribution de films cinématographiques	0.535	0.033
50	8899A	Autre accueil ou accompagnement sans hébergement d'enfants et d'adolescents	-0.591	0.016

Tableau 4. 7 : Coefficient de corrélation (R) et valeur de Sig entre la série des QL du secteur « Gestion des musées », et la série des QL de chacun des autres secteurs d'activités sélectionnés, entre 1993 et 1998.

Nombre	Code	NAF 2008	Corrélation de Pearson	Sig. (bilatérale)
1	9102Z	Gestion des musées	1	0
2	5510Z	Hôtels et hébergement similaire	0.975	0.001
3	4772B	Commerce de détail de maroquinerie et d'articles de voyage	0.967	0.002
4	4711C	Supérettes	0.953	0.003
5	4711E	Magasins multi-commerces	0.952	0.003
6	5920Z	Enregistrement sonore édition musicale	0.946	0.004
7	8425Z	Services du feu et de secours	0.941	0.005
8	7021Z	Conseil en relation publique communiqué.	0.927	0.008
9	8559A	Formation continue d'adultes	0.919	0.01
10	8412Z	Administration publique (tutelle) de la santé, de la formation, de la culture et des services sociaux, autre que sécurité sociale	0.918	0.01
11	6202A	Conseil en système logiciel informatif	0.914	0.011
12	5621Z	Services des traiteurs	0.908	0.012
13	3212Z	Fabrication d'articles de joaillerie et bijouterie	0.907	0.013
14	5819Z	Autres activités d'édition	0.904	0.013
15	8542Z	Enseignement supérieur	0.902	0.014
16	5813Z	Édition de journaux	0.901	0.014
17	9003B	Autre création artistique	0.895	0.016
18	6832A	Administration d'immeubles et autres biens immobiliers	0.89	0.018
19	6810Z	Activités marchandes de biens immobiliers	0.879	0.021
20	8899A	Autre accueil ou accompagnement sans hébergement d'enfants et d'adolescents	0.868	0.025
21	5590Z	Autres hébergements	0.855	0.03
22	9492Z	Activités des organisations politiques	0.85	0.032
23	5010Z	Transport maritime côtier de	0.845	0.034

		passagers		
24	6010Z	Édition et diffusion de programmes radio	0.844	0.035
25	9529Z	Réparation d'autres biens personnels et domestiques	0.828	0.042
26	9101Z	Gestion des bibliothèques des archives	0.814	0.049
27	5911B	Production de films institutionnels et publicitaires	-0.996	0

Tableau 4. 8 : Coefficient de corrélation (R) et valeur de Sig entre la série des QL du secteur « Gestion des musées », et la série des QL de chacun des autres secteurs d'activités sélectionnés, entre 1999 et 2008.

Nombre	Code	NAF 2008	Corrélation de Pearson	Sig. (bilatérale)
1	9102Z	Gestion des musées	1	0
2	5510Z	Hôtels et hébergement similaire	0.965	0
3	4721Z	Commerce de détail de fruits et légumes en magasin spécialisé	0.946	0
4	4778C	Autre commerce détail spécialisé divers	0.946	0
5	5911B	Production de films institutionnels et publicitaires	0.945	0
6	6391Z	Activités des agences de presse	0.945	0
7	7111Z	Activités d'architecture	0.94	0
8	8542Z	Enseignement supérieur	0.938	0
9	8425Z	Services du feu et de secours	0.937	0
10	9492Z	Activités des organisations politiques	0.932	0
11	9499Z	Autres organisations fonctionnant par adhésion volontaire	0.932	0
12	3212Z	Fabrication d'articles de joaillerie et bijouterie	0.928	0
13	4711C	Supérettes	0.911	0
14	4775Z	Commerce de détail de parfumerie et de produits de beauté en magasin spécialisé	0.91	0
15	4772B	Commerce de détail de maroquinerie et d'articles de voyage	0.909	0
16	7112A	Activité des géomètres	0.908	0
17	6530Z	Caisses de retraite	0.904	0
18	5610A	Restauration traditionnelle	0.897	0
19	6201Z	Programmation informatique	0.893	0
20	8421Z	Affaires étrangères	0.871	0.001
21	9604Z	Entretien corporel	0.87	0.001
22	4950Z	Transports par conduites	0.867	0.001
23	4741Z	Commerce de détail d'ordinateurs, d'unités périphériques et de logiciels en magasin spécialisé	0.864	0.001
24	9529Z	Réparation d'autres biens	0.863	0.001

		personnels et domestiques		
25	5520Z	Hébergement touristique et autre hébergement de courte durée	0.86	0.001
26	8622B	Activités chirurgicales	0.84	0.002
27	4711E	Magasins multi commerces	0.826	0.003
28	6010Z	Édition et diffusion de programmes radio	0.814	0.004
29	7220Z	R&D en sciences humaines et sociales	0.811	0.004
30	7022Z	Conseil pour les affaires et autres conseils de gestion	0.803	0.005
31	8020Z	Activités liées aux systèmes de sécurité	0.802	0.005
32	4920Z	Transports ferroviaires de fret	0.798	0.006
33	7711A	Location de courte durée de voitures et de véhicules automobiles légers	0.789	0.007
34	7410Z	Activités spécialisées de design	0.787	0.007
35	4771Z	Commerce de détail d'habillement en magasin spécialisé	0.779	0.008
36	5829A	Édition de logiciel système et de réseau	0.747	0.013
37	8559A	Formation continue d'adultes	0.743	0.014
38	5911C	Production de films pour le cinéma	0.733	0.016
39	6312Z	Portails Internet	0.709	0.022
40	4724Z	Commerce de détail de pain, pâtisserie et confiserie en magasin spécialisé	0.703	0.023
41	7010Z	Activités des sièges sociaux	0.702	0.024
42	5590Z	Autres hébergements	0.677	0.032
43	8129A	Désinfection, désinsectisation, dératisation	0.676	0.032
44	9602B	Soins de beauté	0.669	0.034
45	8899A	Autre accueil ou accompagnement sans hébergement d'enfants et d'adolescents	-0.872	0.001
46	5621Z	Services des traiteurs	-0.91	0
47	9003B	Autre création artistique	-0.912	0

Chapitre V. « Muséalités » : esquisse d'une géographie de la production symbolique

Dans le quatrième chapitre, nous avons montré comment les musées étaient de plus en plus intégrés dans l'économie productive. L'analyse statistique a prouvé que l'évolution des musées parisiens était similaire à celle des secteurs de l'économie productive. Ce constat empirique soulève plusieurs questions : est-ce que ces changements du modèle économique des institutions muséales affectent les formes que prend la culture aujourd'hui et le rôle qu'elle joue dans nos sociétés ? Ou au contraire, est-ce que ce sont les transformations de la culture qui sont à l'origine d'interactions plus riches et plus nombreuses avec d'autres secteurs de l'économie, que l'on peut qualifier d'économie productive ?

Comment ces transformations affectent-elles ces institutions *a priori* fixes que sont les musées ? Comment contribuent-elles à transformer sur le long terme un paysage muséal supposé peu évolutif ? Comment l'environnement urbain, notamment dans ses dimensions changeantes (magasins, galeries, aménagement, urbains, transports) s'articule-t-il avec ces institutions plus stables, parfois massives, mais néanmoins insérées dans l'économie productive comme nous l'avons montré au chapitre précédent, que sont les musées ? Y a-t-il plusieurs modèles, plusieurs manières d'interagir ? Certaines de ces manières s'avèrent-elles plus réussies que d'autres ? Selon quels critères ? Les problématiques actuelles des musées se situent au croisement de ces nouveaux enjeux économiques et culturels, et sont traversées de tensions entre leur ancienne fonction (plutôt tournée vers le social) et leur nouvelle fonction (plutôt tournée vers l'économique). Le profil du musée aujourd'hui est vague, ce n'est pas une entreprise au but commercial, ni véritablement un établissement sans but lucratif. Comment comprendre ces phénomènes ? Nous avons resitué ces transformations dans le cadre du passage d'une société fordiste à une société post-fordiste. Certains des effets de ce changement de société sur l'économie et l'espace sont bien connus :

augmentation de la mobilité des marchandises, de la vitesse, ce qui n'est pas sans affecter la gestion des musées. Par ailleurs, les musées apparaissent de plus en plus concernés par des problématiques de stratégie de croissance, d'augmentation des publics, d'impact socio-économique, d'attractivité touristique, d'aménagement culturel du territoire et de développement local. Comment étudier au niveau géographique ces processus et leurs conséquences sur le paysage muséal ? Nous rappellerons dans un premier temps les grandes lignes de la théorie de la société post-industrielle et la manière dont elle s'applique à la culture, et surtout aux musées. Ensuite, nous proposerons une description des différents modèles que prend aujourd'hui la « muséalité » dans l'espace parisien, à travers l'analyse de données statistiques originales concernant 51 musées parisiens. Enfin, nous affinerons la description de l'insertion des musées dans l'économie culturelle et dans la géographie économique parisienne : avec quels secteurs en particulier les musées entretiennent-ils de véritables liens ? Dans quels quartiers ces secteurs se situent-ils ?

La culture et sa dimension productive

Traditionnellement, on considère que le secteur productif et le secteur culturel sont assez séparés (voir antithétiques, au niveau des valeurs, des personnes concernées, des objectifs...) À présent cependant, la culture (ce qui est reconnu comme culture, la haute culture, la culture telle qu'elle apparaît dans les musées notamment) est de plus en plus utilisée à des fins productives, soumise à des impératifs de rentabilité, utilisée pour développer de nouveaux concepts productifs, pour stimuler la créativité des publicistes, du secteur marketing, etc. En même temps, le secteur productif est de plus en plus reconnu comme créateur de culture (comme le montre le concept de culture industrielle, les expositions sur la bande-dessinée ou les mangas, etc.)

En effet, dans le contexte actuel, les activités culturelles prennent un rôle important pour le rayonnement et l'attractivité d'une ville. B. Debarbieux (1995)

explique ainsi qu'une production culturelle spécifique peut donc contribuer à la différenciation d'un lieu, vu et identifié de l'extérieur comme celui de telle ou telle production : Los Angeles est ainsi la capitale du cinéma, Paris est celle de la mode, New York de la comédie musicale, etc.¹⁹⁶ Du point de vue du développement urbain, ces productions culturelles, construites de manière dynamique, apparaissent comme le résultat d'une politique culturelle volontariste (Maria Gravari-Barbas et Philippe Violier, 2003). En d'autres termes : les activités culturelles apparaissent notamment comme le signe d'un potentiel de développement important pour les villes, à l'heure d'une tertiarisation croissante de leur économie (Scott, 2000 ; Boichot, 2011).

En réalité, le rôle important de la culture dans la production et l'économie de notre société n'est pas nouveau. Selon F. Choay (1992), dont la réflexion dépasse le cadre des musées, « les monuments et le patrimoine historiques sont d'abord œuvres dispensatrices de savoir et de plaisir, mais aussi produits culturels, fabriqués, emballés et diffusés en vue de leur consommation »¹⁹⁷. Il pense que la culture perd son caractère d'accomplissement personnel, elle devient entreprise et bientôt industrie, et que la culture et le patrimoine sont devenus un marché d'un nouveau type.

Du point de vue de l'aménagement urbain, comme le disent deux géographes de la culture, Andres Lauren et Grésillon Boris (2011), qui soulignent l'importance de la culture dans la ville contemporaine, « la culture a été un des piliers de la régénération urbaine et culturelle depuis ces trente dernières années, dès les années 1970 aux États-unis et les années 1980 en Europe, au travers du développement de vastes projets-vitrines et d'une économie de l'expérimentation »¹⁹⁸. Assurément, notre société a été profondément restructurée, notamment les rapports entre la ville et la société, et la culture dans ses différentes formes a joué un rôle important dans ce processus.

Depuis les années 1970, le contexte social et culturel a profondément changé ce qui se répercute sur les activités économiques, leurs modes de fonctionnement et leurs

¹⁹⁶ Debarbieux B., 1995, « Le lieu, le territoire et trois figures de rhétorique », *L'espace Géographique*, n° 2, p. 97-112.

¹⁹⁷ Choay F., 1992, *L'allégorie du patrimoine*, Paris, Seuil, p. 272.

¹⁹⁸ Andres Lauren et Grésillon Boris, 2011, « Les figures de la friche dans les villes culturelles et créatives Regards croisés européens », *L'Espace géographique*, 2011/1 Tome 40, p. 15-30.

localisations. Selon le sociologue américain Daniel Bell, on serait entré dans une société post-industrielle ce qui « signifie une économie davantage orientée vers les services que la production, une nouvelle répartition socioprofessionnelle, une primauté de la connaissance, ressource stratégique par excellence, la planification de la technologie et une complexité organisée »¹⁹⁹. Ce changement du système productif a bien sûr profondément affecté la géographie. Comment celle-ci permet-elle de comprendre la manière dont les éléments culturels s'intègrent à ce nouveau système ?

La culture dans la société post-industrielle

Quelles sont les spécificités de la société post-industrielle du point de vue de la production culturelle ? Comment les caractéristiques de la culture, notamment la singularité, l'authenticité et la diversité des œuvres culturelles, sont-elles valorisées par le nouveau système productif ? Nous nous proposons ici de rappeler brièvement comment les éléments culturels contribuent à la capacité productive dans la ville contemporaine.

Rappelons d'abord brièvement ce qu'est la société industrielle, surtout le système productif dominant souvent qualifié de « fordiste ». Le « fordisme » désigne une stratégie de développement des entreprises mise en valeur par le constructeur d'automobiles Henry Ford, associant une production de masse à des salaires élevés et permettant de créer et d'accroître la demande correspondante. Ce système provient de l'importance des quantités vendues et de l'augmentation de la productivité, elle-même engendrée par la parcellisation du travail, l'installation de lignes des chaînes, la normalisation et la simplification des composants, la mécanisation et la production de produits standardisés. Le fordisme repose donc sur le principe d'une chaîne continue, et il introduit l'idée d'une nécessaire standardisation des pièces et des produits. Il en

¹⁹⁹ Cité par Mérenne Schoumaker, Bernadette, 2002, *La localisation des industries, enjeux et dynamiques*, Rennes, Presses Universitaires de Rennes, p. 67.

résulte la possibilité de vendre en masse (cf. figure 5. 1). Le fordisme apparaît aujourd'hui dépassé, toute la question est de savoir ce qui l'a remplacé.

À cause de la crise des années 1970, avec les progrès techniques et les accélérations des innovations, et surtout en raison de l'accroissement de la concurrence et de la nécessité de s'adapter à une demande de plus en plus différenciée et diversifiée, le système fut fortement ébranlé.

Selon l'ouvrage de Piore et Sable (1984), qui traite de « la transition de la production de masse vers la flexibilité de la production, ou du fordisme vers le post-fordisme »²⁰⁰, le modèle de production de masse reposait sur les gains de productivité réalisés par des économies d'échelle dans un processus mécanisé, à la chaîne, de production d'un produit standardisé, dans les conditions de contrôle d'un vaste marché par une forme organisationnelle spécifique : la grande firme structurée selon les principes de l'intégration verticale et d'une division sociale et technique institutionnalisée du travail. Cependant, ce système de production de masse est apparu trop rigide et trop coûteux, « quand la demande est devenue imprévisible en quantité et en qualité, et les marchés se sont diversifiés mondialement et sont apparus difficiles à maîtriser, quand le rythme du changement technologique a rendu obsolète l'équipement de production monovalent »²⁰¹.

De ce fait, on a tenté de surmonter cette rigidité par un système de production flexible, mis en œuvre et théorisé sous deux formes différentes. D'abord, selon la formule de Piore et Sable, à partir de l'expérience des régions industrielles de l'Italie du Nord (ou troisième Italie (Scott, 2001)), la production s'adapte au changement incessant sans prétendre le contrôler à travers la spécialisation industrielle ou la production sur mesure ; ensuite, la gestion industrielle a introduit dans les années 1980 et 1990 une autre forme de flexibilité, dite dynamique ou production flexible de haut volume.

²⁰⁰ Cité par Manuel Castells, 1996, *The Rise of the Networks Society*, Oxford, Blackwell Publishers, traduit de l'anglais par Alain Touraine, 2001, *La Société En Réseaux*, Paris, Fayard, p. 210.

²⁰¹ Ibid, p. 211.

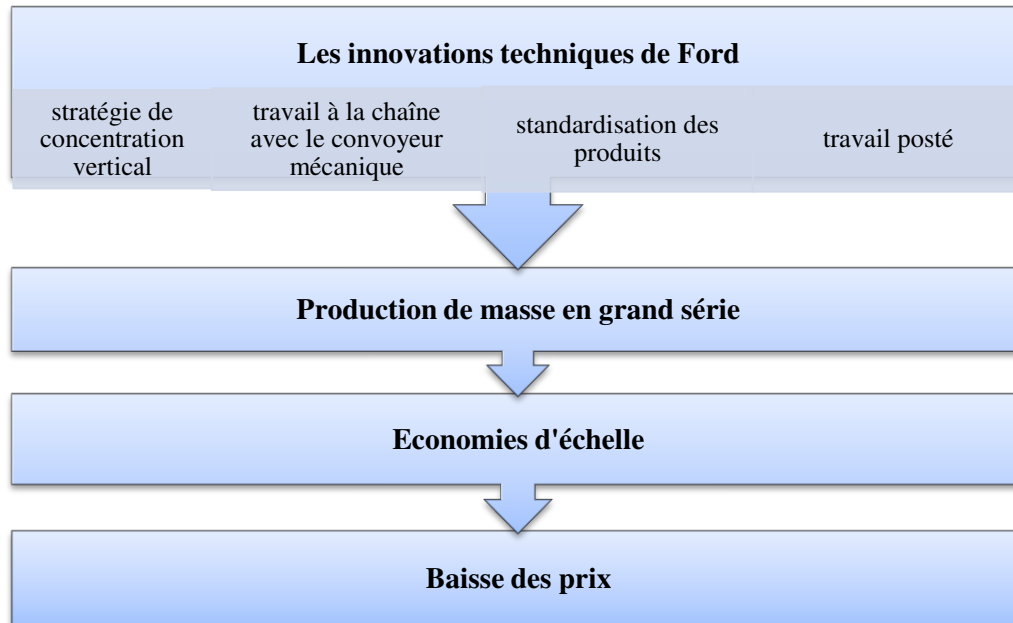


Figure 5. 1 : La logique de la production de masse et la standardisation de la production de Ford

À la suite de la crise des années 1970 et de la fin de la période d'accumulation fordiste, le capitalisme est entré dans une phase nouvelle appelée accumulation flexible ou post-industrielle (Amin, 1994). La théorie post-industrialiste (Cohen et Zysman, 1987) considère qu'une société peut être dite post-industrielle lorsque le passage aux activités de services vient occuper l'espace que laisse le déclin de l'industrie. C'est un fait manifeste que la plupart des emplois dans les économies avancées se trouvent dans les services et que ce secteur représente la plus large part du PNB. La « culture » basée sur la connaissance et l'innovation prend de plus en plus d'importance dans cette société post-industrielle.

Comment peut-on alors expliquer le nouveau rôle de la culture dans une telle société post-industrielle ?

D'abord, du point de vue de la dynamique de la production, la culture est un élément important. Dans la société industrielle, la production est organisée suivant le modèle « fordiste », fondé sur les grandes entreprises industrielles. De ce fait, elle peut offrir rapidement un grand nombre de produits et répondre aux besoins de la société. La capacité d'approvisionnement est le moteur de la dynamique pour la société industrielle.

Dans la société post-industrielle, le système productif est transféré de la production de masse vers la flexibilité de la production, la dynamique productive est changée aussi.

En effet, la transition de la production de masse vers la flexibilité de la production indique qu'il n'existe plus de produits à demande suffisamment croissante et stable pour qu'une stratégie d'économie d'échelle permette d'y asseoir la suprématie de la grande série. La demande est segmentée et instable, or, c'est elle qui décide de la production. Dans cette situation, les stratégies fondées sur un effet qualité (recherche de différenciation), l'emportent inévitablement sur celles fondées sur la recherche d'un effet quantité (économies d'échelle).²⁰² Nous pouvons comprendre que l'élément culturel joue un rôle important dans ce processus, parce que la flexibilité de la production est très exigeante en termes d'innovations et de connaissances, qu'en d'autres termes elle stimule les domaines plus intangibles de l'économie.²⁰³ Inversement, si la flexibilité stimule la production culturelle, celle-ci en retour est l'un des moteurs de la flexibilité : en effet, qui dit production culturelle dit production différenciée, et qui dit différenciation dit nécessité d'une plus grande souplesse de la production.

Comment les processus de différenciation et de diversification qui caractérisent la société post-industrielle se manifestent-ils dans le domaine de la culture ? Dans la société post-industrielle, la transition de la dynamique de la production implique que la consommation est le moteur principal de la production. La consommation est liée au comportement individuel. Or, selon nous, la diversité des individus définit les multiples valeurs individuelles. En d'autres termes, la pluralité, la différenciation, l'originalité, qui semblent par ailleurs devenir de plus en plus universelles, sont les maîtres-mots.

Enfin, la « valeur symbolique » prend un rôle important dans la société post-industrielle, ce qui confère aux éléments culturels une place fondamentale. Nous définissons la notion de « valeur symbolique » en référence aux travaux de Jean Baudrillard (1972). Celui-ci affirmait déjà que la consommation est la dynamique ou le moteur principal de la production dans la société post-industrielle. D'ailleurs, la

²⁰² Jacques Lévy et Michel Lussault (dir), 2003, *Dictionnaire de la géographie*, Paris, Belin, p. 366.

²⁰³ Scott Lash et John Urry, 1994, *Economies of Signs and Space*, London, SAGE, p. 121.

consommation n'est jamais uniquement utilitaire, pour certains biens, la dimension sociale, ostentatoire, distinctive est essentielle. « La consommation non pas pour ce qu'elle se donne : une gratification individuelle généralisée, mais bien comme un destin social affectant certains groupes ou certaines classes plutôt que d'autres, ou par opposition à d'autres ». ²⁰⁴ C'est pourquoi, les marchandises de la société de consommation sont chargées de toutes les dimensions sociales. Dans cette perspective, la dimension fonctionnelle de la marchandise, comme ustensile, cède la place à la dimension sociale. Par exemple, un sac Louis Vuitton, est beaucoup plus un objet ostentatoire, luxueux, distinctif... qu'un objet fonctionnel. Il est porteur d'une fonction sociale plus qu'utilitaire. C'est pourquoi, du point de vue de la valeur, les relations sociales liées à la marchandise sont fondamentales.

La notion de valeur d'objet ou de marchandise traditionnelle, selon Marx, est composée de deux parties, la valeur d'usage et la valeur d'échange. J. Baudrillard y ajoute la valeur du signe (valeur symbolique). Selon lui, « c'est la valeur d'échange-signe qui est fondamentale, la valeur d'usage n'en étant souvent que la caution ». ²⁰⁵ Ici, par « valeur d'échange-signe », il ne faut nullement entendre l'un des termes de la pensée marxiste traditionnelle, mais une notion appartenant au domaine de la production des signes. En effet, principale différence entre Marx et J. Baudrillard, la valeur de l'objet ou de la marchandise tourne autour de cette distinction. Marx imaginait un rapport simple et transparent de l'homme avec les choses qu'il n'utiliserait qu'en fonction de ses besoins. Baudrillard prend à son compte la critique de la valeur d'échange mais il pense en même temps que « la valeur d'usage, l'utilité elle-même, tout comme l'équivalence abstraite des marchandises est un rapport social fétichisé ». ²⁰⁶ Le sac Louis Vuitton, par exemple, peut servir à ranger ses effets personnels (valeur d'usage), vaut l'équivalent d'une semaine de salaire (valeur d'échange), peut être offert en cadeau (valeur symbolique). Évidemment, pour le sac

²⁰⁴ Jean Baudrillard, 1972, *Pour une critique de l'économie politique du signe*, Paris, Gallimard, p. 11.

²⁰⁵ Ibid, p. 8.

²⁰⁶ Ibid, p. 11.

Louis Vuitton, actuellement, la valeur symbolique en tant que cadeau l'emporte sur la valeur d'usage et l'utilité réelle.

Pour résumer, Jean Baudrillard a approfondi notre compréhension de la marchandise dans la société post-industrielle, en montrant l'importance de la valeur symbolique. Celle-ci, à son tour, permet de comprendre pourquoi les éléments créatifs culturels sont devenus des composantes fondamentales de la production économique.

En particulier, la culture est souvent perçue comme une sorte de sphère privilégiée de la créativité, libre des contraintes physiques qui entravent l'innovation (Scott, 2010). Pour cette raison, les sites disposant d'un patrimoine historique ou culturel sont appelés à jouer un rôle important dans le développement économique de la ville. C'est par exemple le cas des grands bâtiments (La Tour Eiffel), des musées et de leurs collections, ou encore des sites et monuments historiques.

Le musée et sa dimension productive

Depuis longtemps, les recherches sur les musées se sont surtout concentrées sur le contenu des musées. De plus, si l'on regarde les disciplines qui ont étudié ce thème, autant la littérature est abondante en muséologie (Poulot Dominique, 2005), en sociologie (Pierre Bourdieu et Alain Darbel, 1969 ; Paul Rasse, 1999), en histoire (Poulot Dominique, 2005 ; Rebecca J. DeRoo, 2006), voire en architecture et en urbanisme (Michaela Giebelhausen, 2003 ; Nick Prior, 2000), autant elle est relativement limitée en géographie (Anne Hertzog, 2004) ou en économie.

Dans la plupart des cas, selon Hertzog (2004), l'espace n'est qu'une dimension parmi d'autres dans ces études. Ces différents travaux empruntent volontiers la méthode de l'histoire institutionnelle ou culturelle, ou de l'anthropologie, et se préoccupent notamment de questions d'identité régionale, ou de sociologie.

De leur côté, les géographes ont peu parlé des musées. Selon Hertzog (2004), « Les musées suscitent depuis longtemps l'intérêt des géographes préoccupés des

questions de tourisme et d'aménagement culturel et territoire »²⁰⁷, mais leurs interrogations ne se sont guère déployées au-delà.

Il semble qu'un des traits les plus marquants de l'évolution récente des travaux consacrés aux musées soit leur caractère pluridisciplinaire (Hertzog, 2004). En d'autres termes, les musées recouvrent des champs d'études si divers qu'il est difficile de ne pas opérer de croisements disciplinaires, riches en perspectives. Dans le cas des études géographiques, on peut distinguer deux types d'approches principales.

D'abord, les musées sont étudiés en tant qu'institutions intégrées aux politiques d'aménagement culturel et touristique des territoires. Ces travaux s'intéressent peu à l'étude des collections, leurs auteurs s'intéressent davantage à la production des identités culturelles.

Ils soulignent les transformations générales du contexte : l'augmentation du temps des loisirs et l'accroissement des mobilités accompagnent la commercialisation de la culture et la massification du tourisme. En même temps, ils montrent comment les musées jouent un rôle assez important dans la construction d'une image territoriale attrayante pour les activités et les visiteurs qui assureront le développement urbain dans un contexte post-industriel. Loudiyi (2005) explique ainsi que les éléments culturels contribuent à marquer l'espace social, à lui donner sens, à générer ou à conforter des pratiques collectives et par conséquent à « fabriquer des territoires ».²⁰⁸

Quant aux équipements muséaux, ils ont montré une capacité particulière pour s'adapter au discours politique et répondre aux stratégies d'aménagement urbain : de la démocratisation de la culture à la régénération urbaine, en passant par le renforcement du rayonnement économique et culturel de la ville (David Navarret, 2008). De ce fait, le musée prend une nouvelle dimension dans les projets urbains : il devient le moteur d'une opération urbaine, le symbole de la transformation d'une ville et l'assurance de réussite d'un projet de reconversion post-industrielle.

²⁰⁷ Hertzog Anne, «Quand les géographes visitent les musées, ils y voient des objets... de recherche», *L'Espace géographique*, 2004/4, p.363-368.

²⁰⁸ Salma Loudiyi, 2005, « Tourisme et patrimoine: dynamique de conflit et de cohésion. Cas de la chaise dieu », Maria Gravari Barbas (dir), *Habiter le patrimoine*, Rennes, Presses Universitaires de Rennes, p. 479-494.

Dans la seconde approche, les musées sont devenus un sujet de plus en plus marquant dans les sciences sociales pour les « questions d'espace ». Depuis les années 1970, le débat théorique sur l'espace urbain s'est beaucoup développé sous l'influence d'un nouveau courant néo-marxiste (Henri Lefebvre, 1974 ; Manuel Castells, 1975 ; David Harvey, 1990, etc.). Malgré la diversité d'opinion entre ces auteurs, il sont d'accord pour dire que l'espace n'est pas un concept géométrique et un milieu vide comme il est perçu traditionnellement, mais qu'il s'inscrit dans des rapports de production, et qu'il a un sens social. La notion traditionnelle d'un espace simple cède la place à l'idée d'une production de l'espace. Ainsi, Bonnemaïson (1981) montre que l'espace est structuré en trois niveaux : l'espace objectif des structures ; l'espace vécu qui traduit des pratiques ; l'espace culturel qui prolonge un univers chargé d'affectivité et de significations.²⁰⁹ Le modèle de Bonnemaïson nous permet de saisir les nouvelles dimensions sociales de l'espace dans notre société contemporaine. C'est dans un sens analogue que Paul Claval (2003) écrit « les lieux n'ont pas seulement une forme et une couleur, une rationalité fonctionnelle et économique [...] l'espace humanisé ne peut s'interpréter selon des critères purement fonctionnels »²¹⁰.

Ces quelques considérations sur les approches plus « pratiques » d'un côté, et sur l'attention accrue des géographes pour les questions d'importance culturelle de l'autre, fixent le cadre de notre recherche. Les théories contemporaines de l'espace ont permis d'une part de complexifier la notion d'espace et de multiplier les différentes formes d'espace. D'autre part, elles font ressortir la dimension culturelle inhérente à l'espace urbain. Elles ont ainsi contribué à rendre légitimes les musées comme objet d'étude en géographie urbaine.

Spécificités de la production des musées

²⁰⁹ Bonnemaïson J., 1981, « Voyage autour du territoire », *L'Espace Géographique*, 10/4, p. 249-262.

²¹⁰ Paul Claval, 2003, *Géographie culturelle*, Paris, Armand Colin, p. 28.

Dans le contexte post-industriel, un espace culturel comme le musée joue un rôle particulier dans la production sociale. Évidemment, le musée n'est pas une usine ou une entreprise, pour l'essentiel on peut dire qu'il ne produit aucun objet concret. Alors, quelle est la place du musée dans la production ? On peut prendre l'exemple des entreprises de luxe pour comprendre le rôle particulier du musée dans la production post-industrielle.

Depuis quelques années, de nombreuses marques de luxe investissent les musées pour exposer leur univers, leur histoire, leur création, leur ascension, etc. En octobre 2010, Louis Vuitton a fait une exposition « Voyage en capitale » au musée Carnavalet, ensuite, cette exposition a été remise en scène au musée National de Chine, à Pékin. Ce n'est qu'un exemple des rapports dans les dernières années entre le luxe et les lieux internationaux de la culture (musées, mais aussi galeries d'art, création d'évènements, etc.). Selon l'auteur d'un blog sur les grandes marques et la création de mode, qui résume bien le point de vue général dans ces domaines, « un produit de luxe on peut dire que c'est un objet + une aura »²¹¹. Les grandes entreprises de luxe doivent développer une image autour des valeurs de créativité, d'innovation, de contemporanéité, tout en s'appuyant en même temps sur leurs « fondamentaux », à savoir les produits que fabriquent ces marques, leur identité visuelle, la décoration des magasins, etc. Le musée, par sa valeur symbolique, peut jouer un rôle important, notamment autour d'évènements culturels spécifiques, dans la construction de cette « aura ».

Comme on a montré avant, dans la société post-industrielle, la marchandise n'est pas seulement utilitaire ou fonctionnelle. Selon Baudrillard, le plus souvent la valeur symbolique l'emporte sur la valeur d'usage et l'utilité réelle. Le produit, comme dans l'exemple du sac du Louis Vuitton, est un objet ostentatoire, luxueux, distinctif, plutôt qu'un objet fonctionnel. Une marchandise est fabriquée facilement par l'usine, sa dimension fonctionnelle est en général assez claire. Comment peut-on fabriquer l'« aura » d'un produit ? Dans la stratégie de Louis Vuitton, les espaces culturels

²¹¹ Voir le site :

<http://art4events.wordpress.com/2011/06/09/louis-vuitton-quand-la-marque-devient-une-oeuvre/>

comme les musées jouent un rôle important. On peut dire que, dans la société post-industrielle, ce sont des espaces productifs potentiels (cf. figure 5. 2).

		Un objet	+	Une aura
Modèle de production		Fordiste		Post-industriel
Valeur		Utilitaire		Symbolique
Espace		Usine/Entreprise		Espace culturel, musée ...

Figure 5. 2 : Nouvelle structure de la production dans la société post-industrielle

Dans beaucoup le cas, entre le musée et l'entreprise ce sont des symboles qui s'achètent et qui s'échangent. Selon Lindemann (2000), les sponsors sont particulièrement enclins à financer des événements dans les musées, à condition qu'ils touchent un large public. Dans la plupart des expositions, ce sont les objets eux-mêmes qui ont la vedette, ils ne peuvent pas servir de supports directs à des logos, mais le peuvent indirectement, à travers les affiches, catalogues, billets d'entrée²¹². En d'autres termes, le musée offre aussi, à sa manière, une sorte de produits. De plus, ces produits ont une qualité très importante dans le contexte de la société post-industrielle : la rareté. Les musées montrent des œuvres qui ne peuvent pas être vues ailleurs, des pièces uniques, des collections non reproductibles.

²¹² Bernd Wolfgang Lindemann, 2000, « Financement public, mécénat et sponsoring », Jean Galard (dir), *L'avenir des musées*, Paris, Réunion des Musées Nationaux, p. 125-134.

Ensuite, selon Bernadette Mérenne Schoumaker (2002), le plaisir est devenu une valeur tellement fondamentale qu'elle influence profondément le monde actuel. Or, le plaisir que proposent les musées a aussi sa spécificité. Roland Barthes (1980) pense que le plaisir esthétique que l'individu tire de la relation à l'œuvre est lié à la connaissance dont il dispose sur l'œuvre. Cela explique pourquoi la consommation artistique et le plaisir que l'on retire d'une expérience esthétique sont cumulatifs. Autrement dit, le plaisir esthétique, le rapport aux œuvres, ne doivent pas se penser sur le modèle d'une satisfaction immédiate face à une demande de consommation immédiate du public. La répétition, le temps consacré à la consommation, l'atmosphère que crée la multiplicité des œuvres sont des éléments potentiels de valorisation. Les musées, avec leurs nombreuses œuvres, ont une position incomparable pour valoriser ce type d'expérience esthétique et de plaisir²¹³.

Enfin, du point de vue de la diversité, la production des musées doit correspondre à l'idée que se font les décideurs de l'état de la demande. De fait, les musées sont de plus en plus sensibles aux souhaits du public, et cherchent à attirer l'attention jusque sur la scène internationale. Certes, l'exposition permanente de chaque musée ne change pas beaucoup, elle n'est pas très flexible vis-à-vis de la demande du public. Cependant, le nombre d'expositions temporaires dans de nombreux musées va croissant. En ce sens, les musées ont su trouver une réponse à la demande ou aux diverses demandes du public. Une exposition temporaire procure une satisfaction immédiatement perceptible pour les visiteurs et en même temps contribue à la réputation de l'institution.

En résumé, dans la société post-industrielle, la fonction du musée va bien au-delà de son rôle traditionnel, tel que nous l'avons présenté au chapitre 3. Dans le contexte de la transition de la dynamique de la production, la consommation est devenu le moteur principal de la production. Comme nous l'avons dit, la culture, le savoir, l'art jouent un rôle important dans cette nouvelle structure de production. Du point de vue spatial, cette nouvelle structure se traduit par une place croissante de la culture et de l'art dans

²¹³ Cité par Nathalie Moureau, 2010, *Le marché de l'art contemporain*, Paris, La Découverte, p. 38.

la ville. Les musées suivent aussi cette tendance générale du paysage culturel. Dans quelle mesure participent-ils à la transformation de ce nouvel espace productif ?

Recomposition spatiale des musées par rapport à leur production : un paysage muséal transformé

À Paris, sur le plan économique et productif, le paysage muséal est complexe. Des musées se trouvent soudain portés aux nues par l'opinion publique ou au contraire déclassés, pour ne plus occuper qu'une place marginale ou périphérique. Afin de comprendre les raisons de ces phénomènes, il faut mettre en lumière le processus de production des musées. De fait, étudier la répartition des activités muséales permet de mettre en évidence des dynamiques de recomposition urbaine intéressantes.

Si les musées parisiens participent d'une forme nouvelle de production, comment mesurer et prendre en compte les différents types de production de ces activités et leurs dynamiques ? Nous proposons de parler de « muséalité » pour désigner la contribution plus ou moins importante des musées à l'économie productive. La suite de ce chapitre vise à approfondir cette idée de « muséalité » et, autant que possible, à mieux la cerner et la mesurer à travers une approche cartographique et statistique.

Explication des données statistiques

Les chercheurs manquent de données détaillées et accessibles sur les musées dans le domaine économique. Il n'existe pas, par exemple, de base de données exhaustive pour l'ensemble de Paris.

Les sources relatives aux musées sont, pour le cas de Paris, dispersées et non harmonisées. Il s'agit essentiellement d'enquêtes faites par les établissements professionnels, de rapport du gouvernement, des rapports d'activité de chaque musée,

et des informations publiées dans divers livres. De ce fait, il est difficile d'obtenir une information complète et détaillée pour chaque musée, surtout pour les petits musées. Balayer l'ensemble des informations suppose de croiser des sources diverses et de relever musée par musée les informations déclarées dans leur site web, puis vérifier ces données avec l'information disponible sur place.

Facteurs observés	Classification des variables	
Dynamisme	Exposition temporaire	Nombre
	Activité commerciale	Librairie, cafétéria, location pour événements privés, nombre d'œuvres prêtées, recettes commerciales totales, etc.
	Communication	La Société des Amis, Fan Facebook, label musée de France, etc.
Lieu	Localisation (1, au cœur d'une ville ; 2, au centre d'une ville ; 3, à la périphérie)	Qualitative
	Taille de l'exposition	Quantitative
	Cadre d'architecture (Bâtiment connu ou pas)	
Attractivité au sens traditionnel (ci-après : « attractivité traditionnelle »)	Nombre total de visiteurs	Nombre
	Nombre œuvres exposées	Nombre
	Accueil	Journées d'ouverture, nocturnes, accès handicapé, plan de visite gratuit, fiche explicative, audio guide, effectif accueil et surveillance, tarif plein, nombre de journées gratuites, etc.

Tableau 5. 1 : Variables retenues pour qualifier la « muséalité » des musées.

Afin d'identifier l'ensemble de la « muséalité » de chaque musée, nous avons tout d'abord conçu une grille de lecture des sources en classant les musées selon trois dimensions synthétiques : le « dynamisme », le « lieu » et « l'attractivité » au sens traditionnel (ce sur quoi on évalue habituellement la qualité et le succès d'un musée, hors évènements et expositions temporaires) (cf. tableau 5. 1). Les musées sont également distingués selon leur type (musée d'art, d'histoire, etc), leur taille, et leur localisation dans la ville.

La nouvelle base de données ainsi élaborée à partir des différentes informations regroupe au final les 51 musées parisiens définis au chapitre précédent, à partir des données fournies par *Le Journal des arts* et complétées par nos soins, en particulier pour de nombreux musées qui n'y figuraient pas. Les informations ainsi collectées nous permettent de dégager différents types de « muséalité », qui permettent de mieux saisir la densification des activités économiques des musées parisiens et d'en montrer les enjeux, tout en mettant en perspective les reconfigurations spatiales à l'oeuvre.

Choix des variables

Plus précisément, pourquoi avons-nous choisi ces variables ? Quelles sont les dimensions à retenir pour la construction de la « muséalité » de chaque musée ?

D'abord, qu'appelons-nous l'« attractivité au sens traditionnel » ? Si un musée peut être considéré comme une unité économique, il est fondamental de définir son offre. Malgré la grande variété des types de musées (d'art, d'histoire, de sciences et technologie, etc.), les problématiques sont similaires : quel objet ou service peut-il offrir au public ? Cette fonction de production n'est cependant pas tout à fait similaire à celle qu'on pourrait trouver dans une entreprise ou dans une autre forme sociale où les responsabilités d'investissement et de rentabilité sont clairement identifiées. Pour autant, les services offerts par les musées peuvent être très bien définis (René Teboul, 1999). Du point de vue économique, René Teboul pense en effet qu'il faut prendre en compte un capital matériel et un capital humain. Le premier est représenté par

l'entretien du musée, l'acquisition et l'élargissement d'une collection, et aussi l'ensemble des biens immobiliers dont il dispose. Quant au second, il est représenté par l'accumulation du savoir très qualifié des conservateurs, qui vise à produire à leur échelle un bien qui mettra en valeur leurs compétences, leurs singularités. L'offre des musées est cependant différenciée, les différents musées n'ont pas les mêmes niveaux de ressources et ainsi ils n'ont pas le même type de fonction de production²¹⁴.

Ensuite, il est facile de comprendre que des éléments comme la rareté, l'unicité, la non reproductibilité, la singularité occupent une place particulière pour les musées sur le plan productif. En effet, si leur collection comporte des œuvres mondialement connues, celles-ci constituent la motivation majeure de la plupart des visites, si bien que les visiteurs ignorent souvent la composition du reste de la collection, alors même qu'elle comporte d'autres chef-d'œuvre. Dans ce contexte, l'offre du musée doit être structurée autour de ces œuvres principales. Le musée à l'origine n'est pas un espace reproductible. Selon H. Lefebvre (1974), il y a deux sortes d'espaces importants dans notre société contemporaine, soit l'œuvre, soit le produit. Si « le répétitif l'emporte sur l'unicité, le factice et le sophistiqué sur le spontané et le naturel »²¹⁵, alors le produit l'emporte sur l'œuvre ; dans le cas contraire, l'œuvre l'emporte sur le produit. Évidemment, l'espace du musée dans ce sens est une œuvre, c'est un espace particulier parmi les différentes sortes d'espace de la ville. C'est pourquoi Becker (1988) dit que « le musée est un lieu, qui consolide et diffuse la réputation d'une œuvre, et un lieu de légitimation de l'esthétique d'une œuvre d'art »²¹⁶. Le dynamisme du musée dépendra donc de sa capacité à suivre ces principes dans sa gestion et son organisation quotidiennes. Concrètement, la capacité à organiser des expositions temporaires, les différentes dimensions de l'activité commerciales et d'une communication soutenue permettent de servir d'indicateur pour cette dimension du « dynamisme ».

Enfin, qu'est-ce que l'indicateur du « lieu » s'efforce de saisir ? On peut s'appuyer sur Frey et Meier (2006), qui définissent cinq caractéristiques expliquant pourquoi un

²¹⁴ René Teboul et Luc Champarnaud, 1999, *Le public des musées*, L'Harmattan, Paris, p. 134.

²¹⁵ Henri Lefebvre, 1974, (2000, 4e édition), *La production de l'espace*, Anthropos, Paris, p. 91.

²¹⁶ Howard S. Becker, 1988, traduit de l'anglais par Jeanne Bouniort, *Les mondes de l'art*, Paris, Flammarion, p. 156.

petit nombre de musées attirent une part très importante des visites.²¹⁷ Parmi elles, le bâtiment des musées contribue pour une grande part à leur réputation, les musées connus ayant souvent un cadre architectural exceptionnel, avec des ajouts récents réalisés par des architectes mondialement connus. En outre, sur le plan économique, l’endroit où les musées se situent dans la ville est aussi un facteur important. On peut le montrer par leur relation avec les secteurs très corrélés.

Arrondissement	Nombre d’emploi de 2008	Superficie d’arrondissement (ha)	Densité (N/S)
1	4,244	183	23.19126
2	2,664	99	26.90909
3	1,327	117	11.34188
4	2,609	160	16.30625
5	2,851	254	11.22441
6	3,822	215	17.77674
7	2,633	409	6.437653
8	9,458	388	24.37629
9	3,508	218	16.09174
10	3,760	289	13.01038
11	3,111	367	8.476839
12	4,013	637	6.299843
13	2,414	715	3.376224
14	2,737	564	4.852837
15	4,021	848	4.741745
16	4,001	791	5.058154
17	3,782	567	6.670194
18	2,478	601	4.123128
19	1,517	679	2.234168
20	968	598	1.618729

Tableau 5. 2 : La répartition des emplois du secteur « Restauration traditionnelle » en 2008 à Paris.

Source : Assedic

Dans le chapitre 4, nous avons montré que les secteurs muséaux sont étroitement corrélés aux secteurs de l’« économie culturelle », par exemple, la « restauration

²¹⁷ Frey B. S. et S. Meier, 2006, « The Economics of Museums », V. A. Ginsburgh et D.Throsby (dir), *Handbook of the Economics of Art and Culture*, Amsterdam, North Holland, p. 1017-1047.

traditionnelle » (5610A) ; le « commerce de détail maroquinerie et article voyage » (4772B) ; la « fabrication article de joaillerie et bijouterie » (3212Z), le « commerce de détail parfumerie et produits de beauté » (4775Z), etc. Cependant, ces secteurs sont largement regroupés dans les arrondissements les plus centraux de Paris. L'analyse statistique de 1993 à 2008 que nous avons proposée dans le chapitre 4 montre que le secteur « Restauration traditionnelle » a le coefficient de corrélation le plus fort avec le secteur muséal « Gestion des musées ». Concrètement, on voit que l'emploi dans le secteur « Restauration traditionnelle » est, en 2008, concentré dans les arrondissements centraux de la ville, par exemple, les 8^{ème}, 6^{ème}, 1^{er}, 2^{ème}, 4^{ème} arrondissements (cf. tableau 5. 2). De ce fait, si on considère le musée comme un espace productif, il faut prendre en compte l'espace donné dans lequel s'insère le lieu du musée.

Description des données

Cette étude est réalisée à partir des données fournies principalement par *Le journal des art*, et plus précisément leur base de données de 2012 construite autour de trois groupes d'indicateurs regroupent au total plus de 60 variables. Cependant, cette base de données concerne seulement 30 des musées parisiens qui nous intéressent. Les informations pour les 21 musées restants sont complétées de diverses manières, par exemple, à partir de ce qui est déclaré sur les sites Internet des musées, ou via l'information disponible sur le terrain et à travers diverses publications. Enfin, j'ai choisi 22 variables (analysées à l'aide du logiciel Spss), regroupées en trois grands indicateurs, à savoir le « Dynamisme », le « Lieu », l'« Attractivité traditionnelle ». Il faut noter que, par manque de données ou d'informations, les musées fermés sont exclus de notre analyse, par exemple, le musée Picasso, Galliera, ou encore le musée de l'Assistance publique.

Objectif de l'étude

L'objectif de l'étude est de faire ressortir tout d'abord les caractéristiques muséales des établissements parisiens sur les trois dimensions : le dynamisme, le lieu, l'attractivité traditionnelle. Pour cela, nous synthétisons différentes variables jugées pertinentes en trois indicateurs numériques pour constituer la « muséalité » de chacun des 51 musées dans notre corpus de données. Enfin, nous proposons de classer et de regrouper en différents types généraux les 51 musées, afin de les situer sur le plan de l'économie productive.

Comme nous l'avons dit, nous avons sélectionné au final 22 variables au sein de la base de données, réparties en trois groupes. Le logiciel Spss permet convertir ces variables en une valeur numérique, après un certain nombre d'opérations mathématiques pour les synthétiser ensemble. Enfin, à l'issue de cette analyse et de ce processus de réduction, nous pouvons trouver le score qui correspond à chacun des indicateurs synthétiques, ou grands indicateurs, proposés (cf. figure 5. 3).

Différents types de « muséalité »

Trois grands indicateurs synthétisant plusieurs facteurs définissent le profil des musées observés sur le plan économie productive. Leur combinaison donne à voir des régularités qui permettent de définir des types de « muséalité », afin de rendre visible des formes de productivité différentes. À l'aide du logiciel statistique Spss, on traite les données pour chacun des trois grands indicateurs.

Par exemple, la dimension du « Dynamisme » regroupe dix variables, à savoir : Association des amis (variable X1) ; Nombre d'exposition temporaire (variable X2) ; Location événements privés (variable X3) ; Recettes commerciales totale (variable X4); Fan facebook (variable X5); Nombre oeuvres prêtées (variable X6); Bilan annuel (variable X7); Librairie (variable X8); Cafétéria (variable X9); Label de France (variable X10) (cf. tableau 5. 3). L'analyse en composantes principales une fois terminée, on calcule ensuite le poids de chaque musée et on trouve ainsi un score synthétique (cf. tableau 5. 4).

Figure 5. 3 : Les 3 étapes de l'analyse.

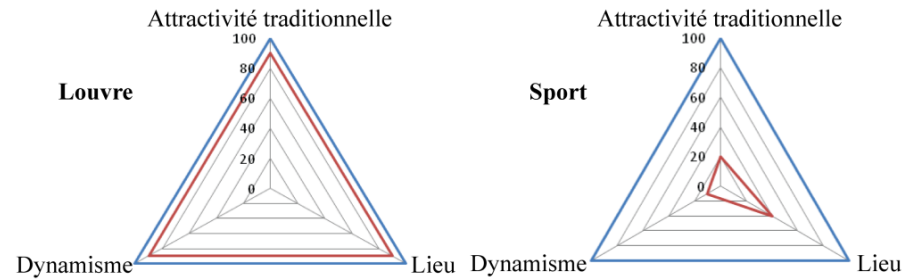
1, Construction d'une base de données à partir des différents variables réparties en trois grands indicateurs. (Dynamisme, Lieu, Attractivité traditionnelle)

2, Calcul du score synthétique de chaque musée pour les trois grands indicateurs.

Exemple:

	Dynamisme	Lieu	Attractivité traditionnelle
Louvre	90	90	90
Musée du Sport	20	10	15

Présentation graphique (Exemple du Louvre et du Sport):



3, Typologie des différents types de "Muséalité" des musées.

	Musée	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10
1	Musique	1	2	1	1256348	32517	17	1	1	1	1
2	Moyen âge	1	2	1	2050000	2437	102	1	1	0	1
3	Rodin	1	8	1	12202217	13409	377	1	1	1	1
4	Art métiers	1	4	1	n	3000	982	1	1	1	1
...
51	Petit Palais	1	4	1	783054	11973	271	0	1	1	1

Tableau 5. 3 : L'exemple des données du group de « Dynamisme ».

Numéro	Musée	Dynamisme	Attractivité traditionnelle	Lieu
1	Musée de Montmartre	596.2	8605.0	663
2	Musée Jean Moulin	0.4	3783.7	672
3	Musée de la Vie romantique	461.6	23572.0	1064.4
4	Maison de Victor Hugo	195.5	36838.8	1065.6
5	Musée Jacquemart-André	249.0	103349.2	1070
6	L'Adresse Musée de la Poste	1059.0	23695.3	681
7	Musée d'Art et d'histoire du judaïsme	888.1	31680.9	1197.0
8	Musée Bourdelle	3.1	14449.4	795.7
9	Cité de la Musique-Musée de la musique	5661.6	51949.8	788
10	Musée national du Moyen-Âge	429.3	67190.2	1202.5
11	Musée Rodin	2351.1	154541.7	1086.7
12	Musée des Arts et métiers	564.0	47161.3	1240
13	Cité de l'architecture & du patrimoine	490.2	49906.1	1240
14	Petit Palais, musée des Beaux-Arts de la Ville de Paris	2096.3	118182.9	1386
15	Musée d'art moderne de la Ville de Paris	4533.7	127943.5	1098.7
16	Musée des arts asiatiques-Guimet	1264.0	61630.3	1080.5
17	Musée de l'Armée	1483.0	302770.9	1446.5
18	Musée Carnavalet-Histoire de Paris	1419.3	233986.4	1280
19	Musée du quai Branly	3760.9	306363.5	1420
20	Les Arts décoratifs	220.2	114921.0	1293.3
21	Musée d'Orsay	2257.4	661282.7	1320.5
22	Centre Pompidou-MNAM	42276.0	904443.0	1515
23	Musée du Louvre	101243.1	1873948.5	1986.1
24	Musée national Jean-Jacques Henner	355.8	2805.0	784
25	Muséum d'histoire naturelle	2379.7	455815.8	1360
26	Musée des Monnaies et médailles	178.7	400.6	1181
27	Les Catacombes	1934.4	65988.0	781
28	Musée de La Franc-Maçonnerie	287.8	3454.0	944

29	Le Grande Palais	14212.2	386535.2	1435
30	Musée Cernuschi	181.8	11284.7	1069.6
31	Musée Gustave Moreau	932.4	8840.7	1061
32	Musée d'Ennery	2.8	1	781
33	Musée national du Sport	100.2	2581.7	667
34	Musée Eugène Delacroix	557.3	14183.2	1067.9
35	Maison de Balzac	51.0	10951.3	782.3
36	Galliera	5.6	1	904.5
37	Musée de La Publicité	14.5	1	1181
38	Crypte archéologique du parvis de Notre-Dame	1	38648.7	1318
39	Musée Zadkine	27.5	5531.9	1061.7
40	Musée Hébert	2.0	736.1	1066.4
41	Musée Picasso	720.1	395.1	1201
42	Cité des sciences et de l'industrie	386.0	557717.0	1880
43	Centre National de l'histoire de l'immigration	835.3	13594.7	1180
44	Pinacothèque de paris	340.0	144997.4	1110
45	Musée de la Légion d'honneur et des ordres de chevalerie	21.8	17282.5	1190
46	Musée de l'Orangerie	211.7	146479.5	1202.4
47	Musée Cognacq-Jay	34.9	13561.8	947.5
48	Musée de l'Assistance publique	5.6	2735.4	1098.2
49	Musée Nissim-de-Camondo	156.4	11337.0	1068
50	le Palais de la découverte	1268.9	146410.2	1550
51	Musée de la Marine de Paris	951.4	43882.7	1065

Tableau 5. 4 : Le score synthétique de chaque musée pour les 3 grands indicateurs.

Le tableau 5. 4 nous permet de regrouper les musées au sein de chacune des dimensions étudiées. Du point de vue du « dynamisme », trois musées obtiennent un score qui dépasse 10 000, à savoir le « musée du Louvre », le « centre Pompidou » et « le grande Palais ». Viennent ensuite la « cité de la musique », le « musée d'art moderne de la Ville de Paris » et le « musée du quai Branly ». Comme le montre la carte de la figure 5. 4, les musées les plus dynamiques se situent plutôt à côté de la Seine, sauf la « cité de la musique », dans le 19^{ème} arrondissement. Du point de vue du type de musée, les musées d'art l'emportent.

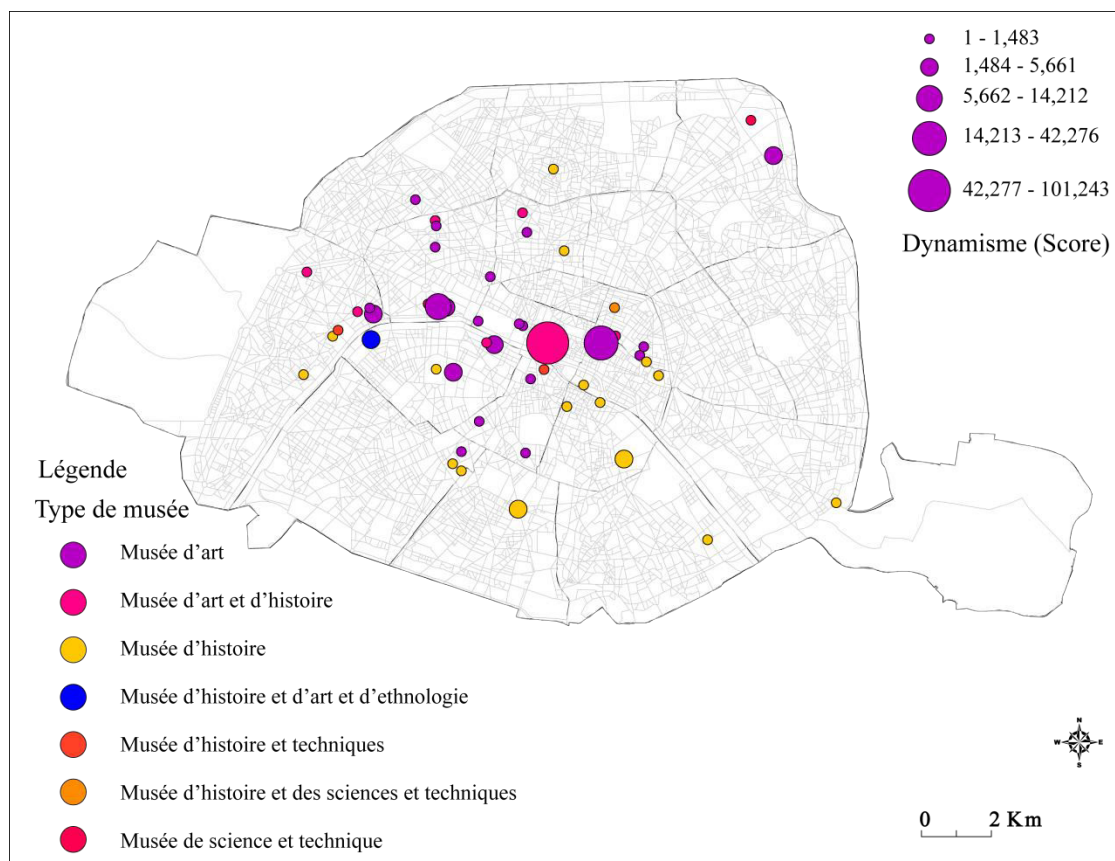


Figure 5. 4 : La localisation des musées par type et par score de « dynamisme ».

Selon l'indicateur « attractivité traditionnelle », le musée du Louvre occupe une place tout à fait éminente avec un score de 1 873 948,5. Viennent ensuite le centre Pompidou, le musée d'Orsay, la cité des sciences et de l'industrie, etc. On peut remarque que la Pinacothèque de Paris occupe la treizième place, devant le musée d'art moderne de la Ville de Paris et le Petit Palais. Si l'on regarde par rapport au type de musées (cf. figure 5. 5), les musées d'art sont toujours ceux qui attirent le plus de monde. Si on regarde à la fois le score pour les indicateurs « dynamisme » et « attractivité traditionnelle », les scores parmi les musées sont très variés (cf. tableau 5. 4). Globalement, les grands musées sont plus dynamiques et plus attractifs que les petits, les musées nationaux obtiennent un score plus élevé que les musées de la Ville de Paris et, en général, les musées d'art ou d'art et d'histoire plus que les autres types de musée.

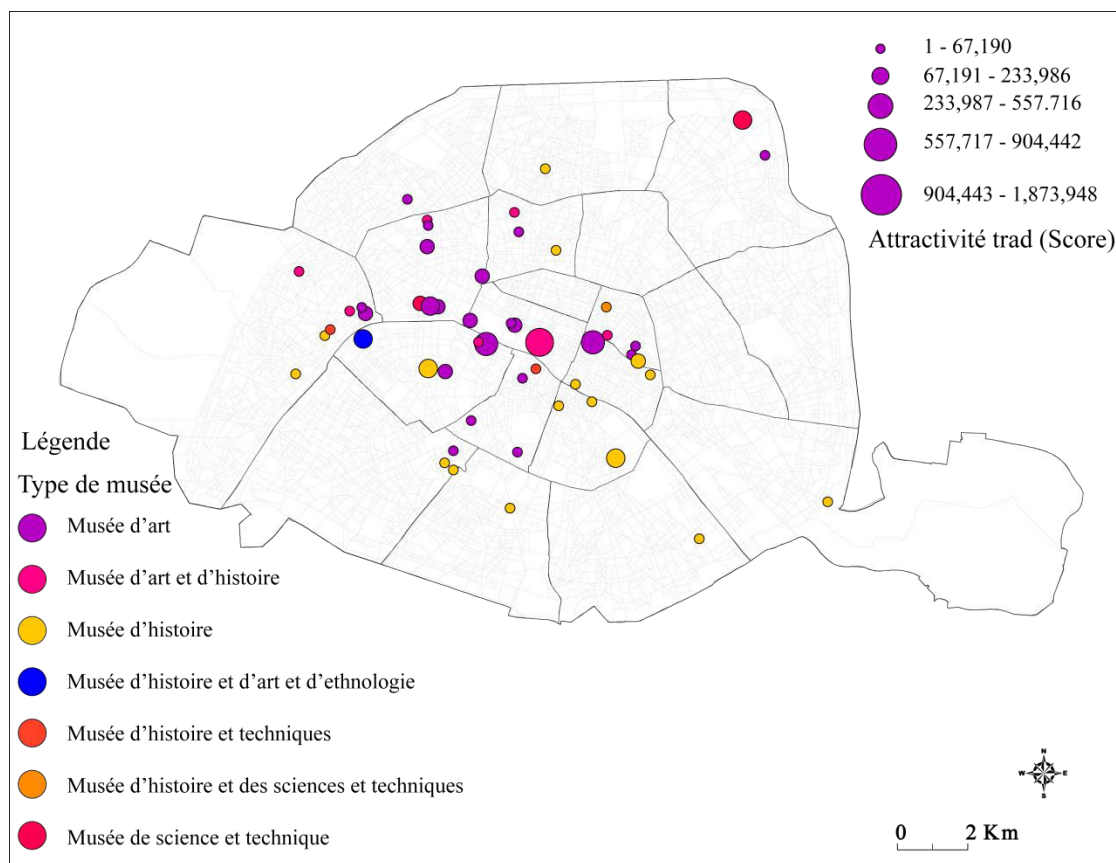


Figure 5. 5 : La localisation des musées par type et par score de l'« attractivité traditionnelle ».

L'indicateur « lieu » présente quant à lui des informations concernant le site muséal, à la fois l'intérieur du musée et le site extérieur. Il nous permet de saisir un autre paysage, différent de celui que dessinent les indicateurs « dynamisme » et « attractivité traditionnelle ». Les écarts parmi les musées ne sont pas très larges. Le musée du Louvre obtient la première place avec un score de 1 986,2, et le musée de Montmartre la dernière, avec un score de 663. En effet, la spécificité de ces établissements fait que les musées se situent souvent dans un site très particulier dans la ville. Il s'agit souvent d'un bâtiment connu ou d'un endroit historique ou central dans la ville. C'est surtout le cas des musées les plus connus, qui se distinguent par le site, le bâtiment et le lieu. De ce fait, pour cet indicateur, le clivage se fait surtout sentir entre les grands musées et les petits musées, ou entre les musées du centre-ville et ceux situés plus à la périphérie. (cf. figure 5. 6)

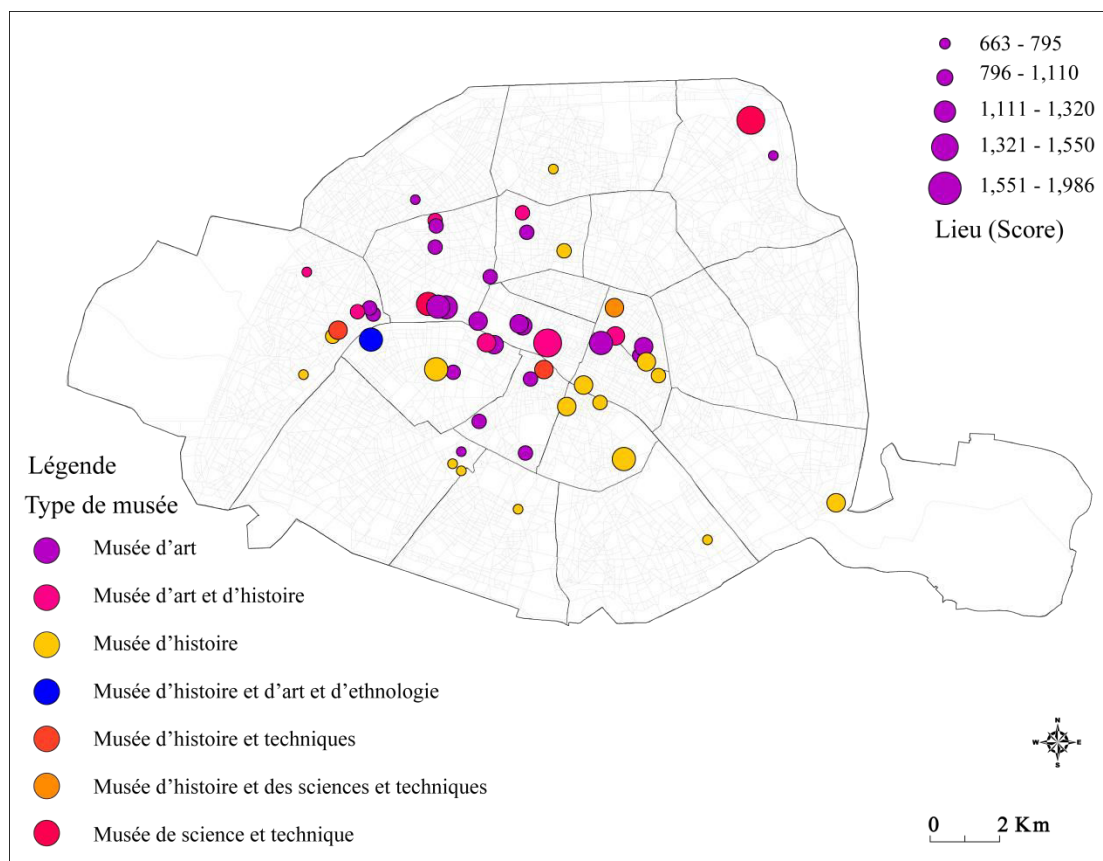


Figure 5. 6 : La localisation des musées par type et par score du « lieu ».

Les trois grands indicateurs ne nous permettent pas seulement de comprendre la manière dont sont répartis les musées à Paris. Leur combinaison donne aussi à voir des régularités qui permettent de définir des profils de musée et de dresser une typologie économique, selon les différentes formes de « Muséalité » (cf. figure 5. 7 et figure 5. 8).

La première forme de muséalité peut être qualifiée d' « extraordinaire ». Elle est principalement caractérisée par des scores très élevés dans les trois domaines (dynamisme, attractivité traditionnelle, lieu). Cette catégorie regroupe en fait deux musées, le musée du Louvre et le centre Pompidou. Dans notre analyse, les autres musées ne peuvent pas soutenir la comparaison avec ces deux là, surtout avec le musée du Louvre.

Un autre type de muséalité, que l'on peut qualifier de « mature », caractérise des musées dont l'influence est moins forte que celle des deux musées « extraordinaires », mais qui obtiennent des scores assez développés dans les trois domaines. Ce type de

muséalité est illustré par exemple par le musée du quai Branly, le Grand Palais ou encore le Muséum national d'histoire naturelle.

Un troisième type de muséalité peut être qualifié de « spécifique ». Il se caractérise par une tendance de développement positive. Même s'il a un ou deux domaines parmi les trois qui est moins développé (où le score est moins élevé), ils connaissent cependant une croissance nette de leurs activités commerciale et de leur visibilité pour le public. Ce sont des musées très dynamiques dans leur domaine ou dans leur style. Ce type de muséalité est bien représenté par des musées comme la Pinacothèque de Paris, la Cité de l'architecture & du patrimoine, ou le Musée des arts asiatiques-Guimet.

Enfin, un dernier type de muséalité est défini par son caractère limité ou en tout cas encore « potentiel ». Ce sont des musées beaucoup moins bien classés dans chacun des trois indicateurs. Ils n'ont pas de véritable dynamique d'exploitation de leur activité commerciale, et en même temps ils sont peu attractifs pour les visiteurs. Du point de vue spatial, ils se répartissent essentiellement dans des quartiers isolés, à l'écart des quartiers touristiques et commerciaux, ou des anciens quartiers royaux et historiques. Ce type des musée regroupe plutôt les petits musées, par exemple le musée national du Sport dans le treizième arrondissement, la maison de Balzac dans le seizième arrondissement, ou le musée de la franc-maçonnerie dans le neuvième arrondissement, etc.

En résumé, l'analyse typologique nous permet de saisir ce que l'on a appelé la « muséalité » dans ses différentes dimensions et de construire une typologie des musées du point de vue de la géographie économique. Même si l'on ne peut pas réduire la muséalité à un seul chiffre, nous pouvons ainsi avoir une vision globale des musées parisiens dans l'économie productive. Les différents types de « muséalité » caractérisent en effet les capacités de production inégales des différents établissements.

Figure 5. 7 : La proposition de typologie des différentes « Muséalités »

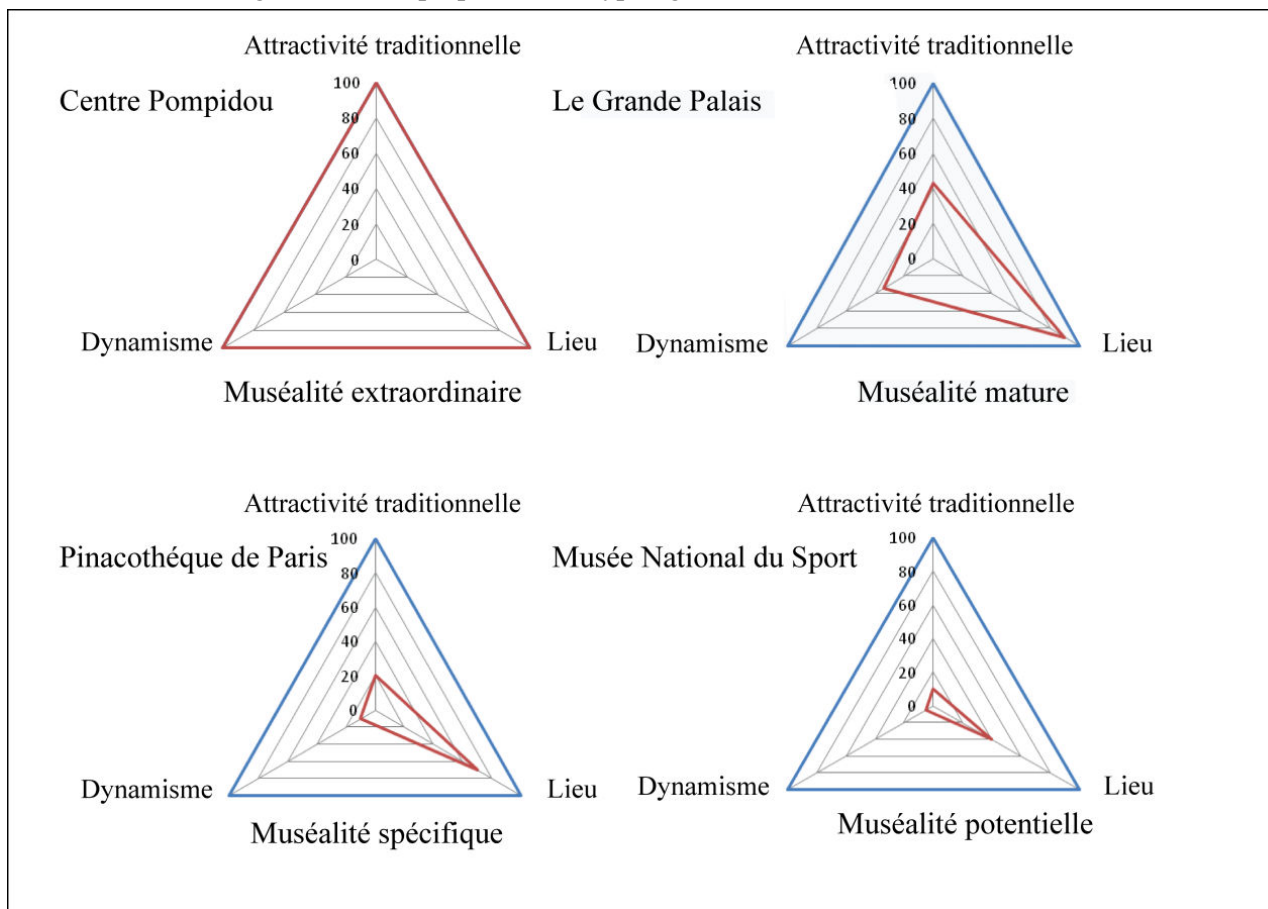
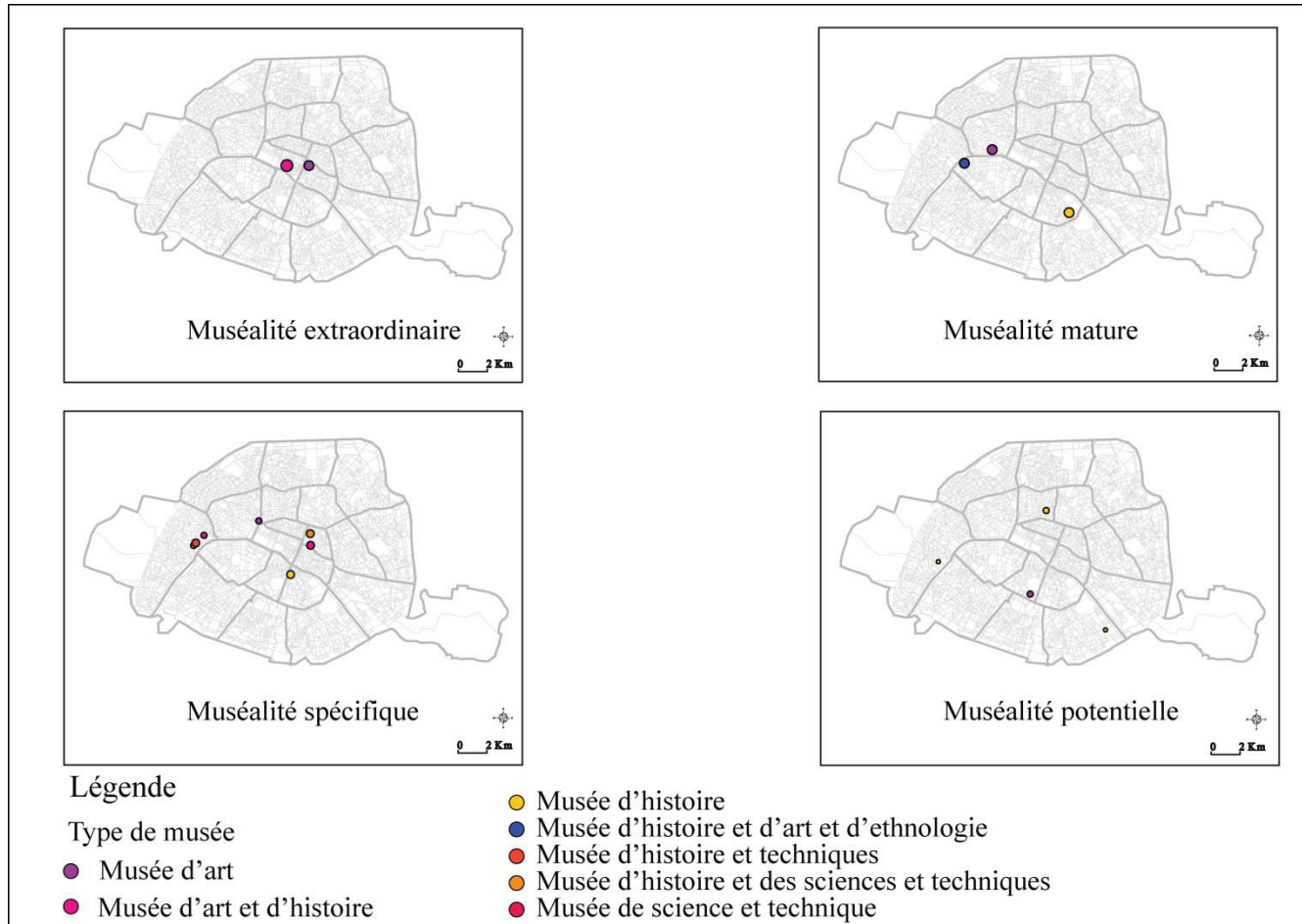


Figure 5. 8 : Les exemples de localisation de musées selon les différents types de « Muséalité ».



L'agglomération des secteurs de la consommation symbolique

L'analyse typologique des « muséalités » nous permet de discerner les nouveaux profils et de dresser un nouveau paysage des musées parisiens, en lien avec l'économie productive. Peut-on alors préciser la place que les musées occupent dans l'« industrie culturelle », ou dans l'« économie culturelle » ?

D'après Scott (2000), l'économie culturelle recouvre plusieurs domaines. Il en distingue essentiellement trois : le premier concerne les secteurs de la manufacture traditionnelle, engagés dans la transformation des matières physiques jusqu'au produit final. Par exemple, il s'agit de la confection de vêtements, de meubles ou de bijoux. Le deuxième domaine concerne des services du type transaction personnelle, ou encore la production et la transmission de l'information. Les services touristiques, la publicité entrent dans cette catégorie. Le troisième domaine représente une forme hybride, telle que l'enregistrement de la musique, l'édition ou la production de films.²¹⁸ Peut-on dire que les musées entretiennent des relations équivalentes avec ces trois secteurs de l'économie culturelle ?

Même si l'on ne suit pas à la lettre la définition des trois secteurs que propose Scott, il est incontestable qu'il y a des lignes de clivage au sein de l'économie productive des biens culturels (ou de l'industrie culturelle). On ne peut pas simplement dire que les secteurs muséaux appartiennent à l'économie culturelle, sans distinguer plus finement.

En s'inspirant de la définition de Scott, on peut compter, au sein de la nomenclature NAF 2008 (La nomenclature d'activités française), quatorze secteurs qui correspondent, dans l'industrie culturelle, à la fabrication (au sens large) : la « fabrication de vêtements en cuir », la « fabrication d'articles de voyage et de

²¹⁸ Allen J. Scott, 2000, *The cultural economy of cities*, London, Sage, p. 3.

maroquinerie », l'« édition de livres », l'« édition de revues et périodiques », l'« édition d'enregistrement », la « fabrication de parfums et de produits pour la toilette », la « fabrication de meubles meublants », la « bijouterie joaillerie orfèvrerie », la « production de films pour la télévision », la « production de films pour le cinéma », la « post-production film et programmes de télévision », l'« industrie des fourrures ».

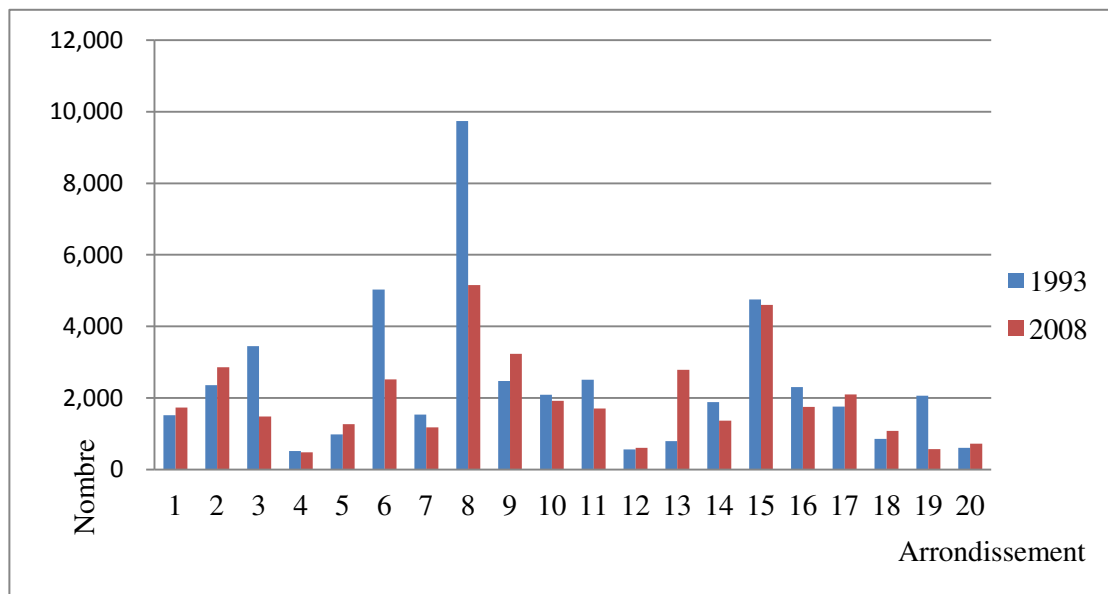
Pour ces quatorze secteurs, les statistiques montrent qu'il y avait 47 833 emplois au total en 1993, mais ce chiffre baisse à 39 177 en 2008. Du point de vue spatial, en 1993, le 8^{ème} arrondissement comprend le plus grand nombre d'emplois, avec 9 738 emplois à ce moment-là, suivi par le 6^{ème} arrondissement, le 15^{ème}, etc. L'écart parmi les arrondissements est aussi très large (cf. graphique 5. 1). Par rapport à 1993, le paysage a beaucoup changé en 2008 : d'abord, les chiffres de l'emploi ont diminué dans la plupart des arrondissements, sauf dans les 13^{ème}, 9^{ème}, 2^{ème} et 1^{er} arrondissement, où il y a une petite augmentation. Pour ce qui est de la répartition spatiale, le paysage du 2008 est plus équilibré que celui de 1993 (cf. figure 5. 9, 1 point représente 100 emplois), le 8^{ème} arrondissement est même descendu au niveau du 15^{ème} arrondissement. De ce fait, on peut dire que ces secteurs ne suivent pas la même tendance, la même logique de développement que celui des musées parisiens. En effet, l'emploi des musées a constamment augmenté pendant cette période.

De plus, le paysage muséal de Paris est déséquilibré, les musées dans les quartiers du centre et de l'ouest de Paris se sont bien développés entre 1993 et 2008, alors que les chiffres et la répartition des emplois des secteurs précédemment mentionnés suivent la tendance inverse.

Ce qui caractérise ces secteurs, nous l'avons dit, c'est qu'ils produisent quelque chose de concret, vêtements, livres, parfums, films, meubles, bijoux, etc.

Si l'on repense à Jean Baudrillard (1972), il n'est pas étonnant que les secteurs muséaux ne soient pas liés aux secteurs de la fabrication de l'industrie culturelle. Cet auteur considère que la consommation est la dynamique ou le moteur principal de la production dans la société post-industrielle. Les marchandises de la société de consommation sont chargées de toutes les dimensions sociales. La dimension

fonctionnelle de la marchandise cède la place à la dimension sociale. Et la valeur du signe (valeur symbolique) dans la société post-industrielle l'emporte sur la valeur d'usage et l'utilité réelle. De ce fait, la production de la valeur symbolique doit être différente de la production de la valeur d'usage. Dans ce cas, quelle est la relation entre les secteurs muséaux et les secteurs caractéristiques de la production ou la consommation de la valeur symbolique ?

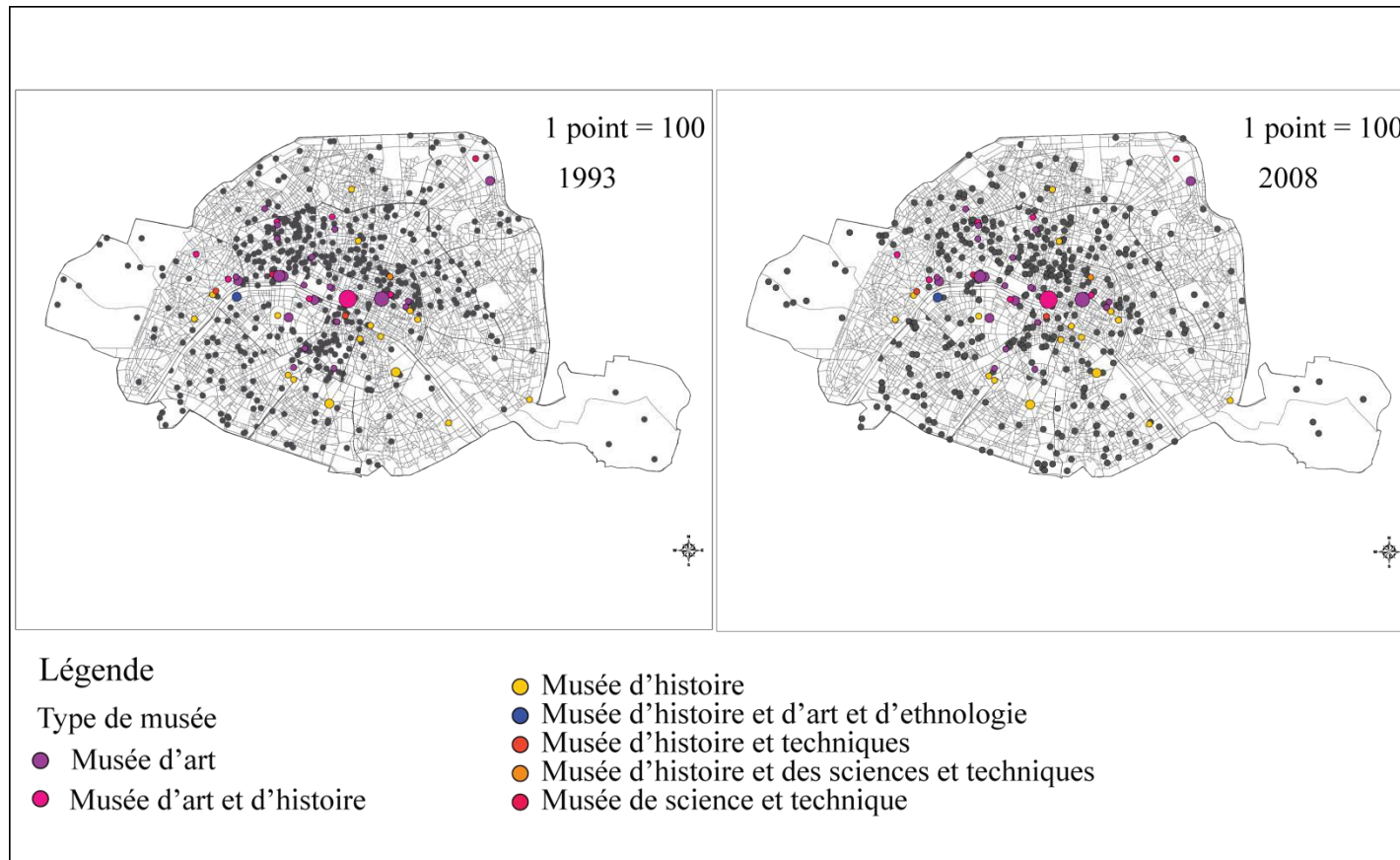


Graphique 5. 1 : L'évolution du nombre d'emplois dans les secteurs de la fabrication de l'industrie culturelle entre 1993 et 2008.

Source : Assedic

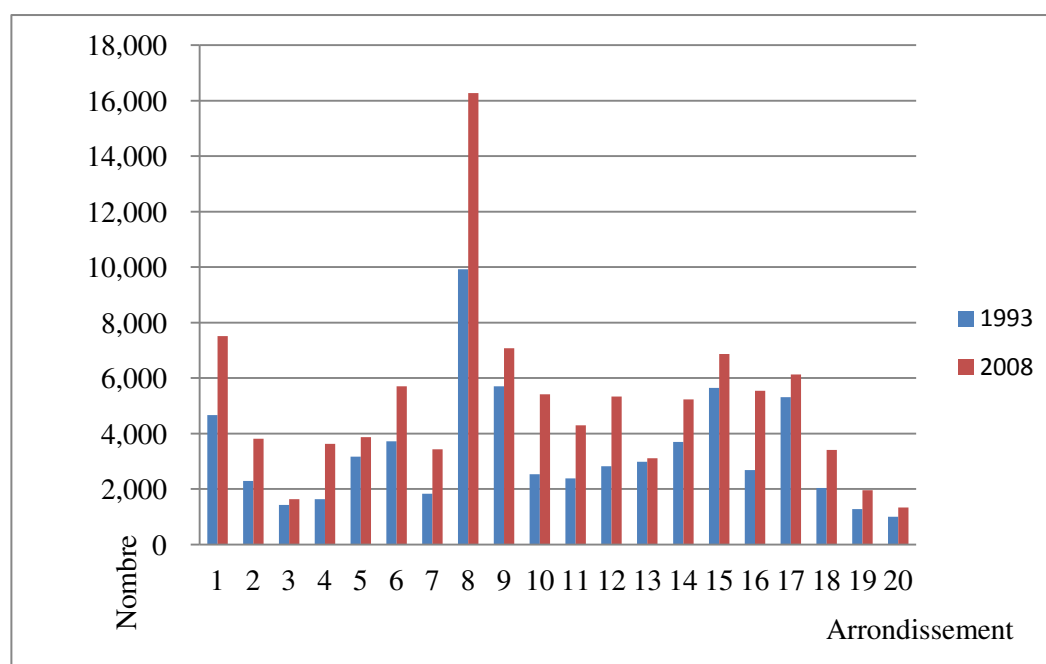
Figure 5. 9 : La comparaison du nombre d'emplois dans les secteurs de la fabrication de l'industrie culturelle et de l'évolution des musées entre 1993 et 2008 (un point = 100 emplois).

Source : Assedic



En effet, si les secteurs touristiques appartiennent à l'industrie culturelle au sein de l'économie productive, ils se caractérisent plus par l'activité de production et de consommation symbolique, que par une activité de fabrication. Urry et Lash (1994) ont bien montré cette dimension symbolique de la consommation touristique, où la transaction échange de l'argent contre l'accès à un lieu qui possède ce qu'ils appellent un « capital visuel », caractérisé par « une prolifération de signes et d'images »²¹⁹.

Ainsi, on peut prendre les secteurs touristiques au sein de la nomenclature NAF 2008, à savoir : l' « hôtels et hébergement similaire », l' « autres hébergements », la « restauration traditionnelle », l' « activités des voyagistes ». On compare le nombre d'emplois dans ces secteurs entre 1993 et 2008.



Graphique 5. 2 : L'évolution de l'emploi dans les secteurs touristiques entre 1993 et 2008.
Source : Assedic

Le graphique 5. 2 nous montre qu'il y a eu, en 2008, 16 269 emplois touristiques à Paris, soit 6 000 personnes de plus qu'en 1993. Du point de vue spatial, le 8^{ème} arrondissement connaît la croissance la plus forte, suivi des 10^{ème}, 16^{ème}, 1^{er}, 4^{ème} et 6^{ème}

²¹⁹ Scott Lash et John Urry, 1994, *Economies of Signs and Space*, London, Sage, p. 271.

arrondissements. Les petits arrondissements et les arrondissements plus loin du centre-ville ont gagné moins nombre d'emplois touristique : par exemple, le 3^{ème}, le 5^{ème} et le 13^{ème}, le 18^{ème}, le 9^{ème}, ou le 20^{ème} arrondissement.

Il est clair que le développement des secteurs touristiques suit une tendance qui correspond à celle des musées parisiens. Et les zones qui connaissent la croissance la plus forte dans l'emploi touristique correspondent à celles où les musées sont les plus concentrés (cf. figure 5. 10).

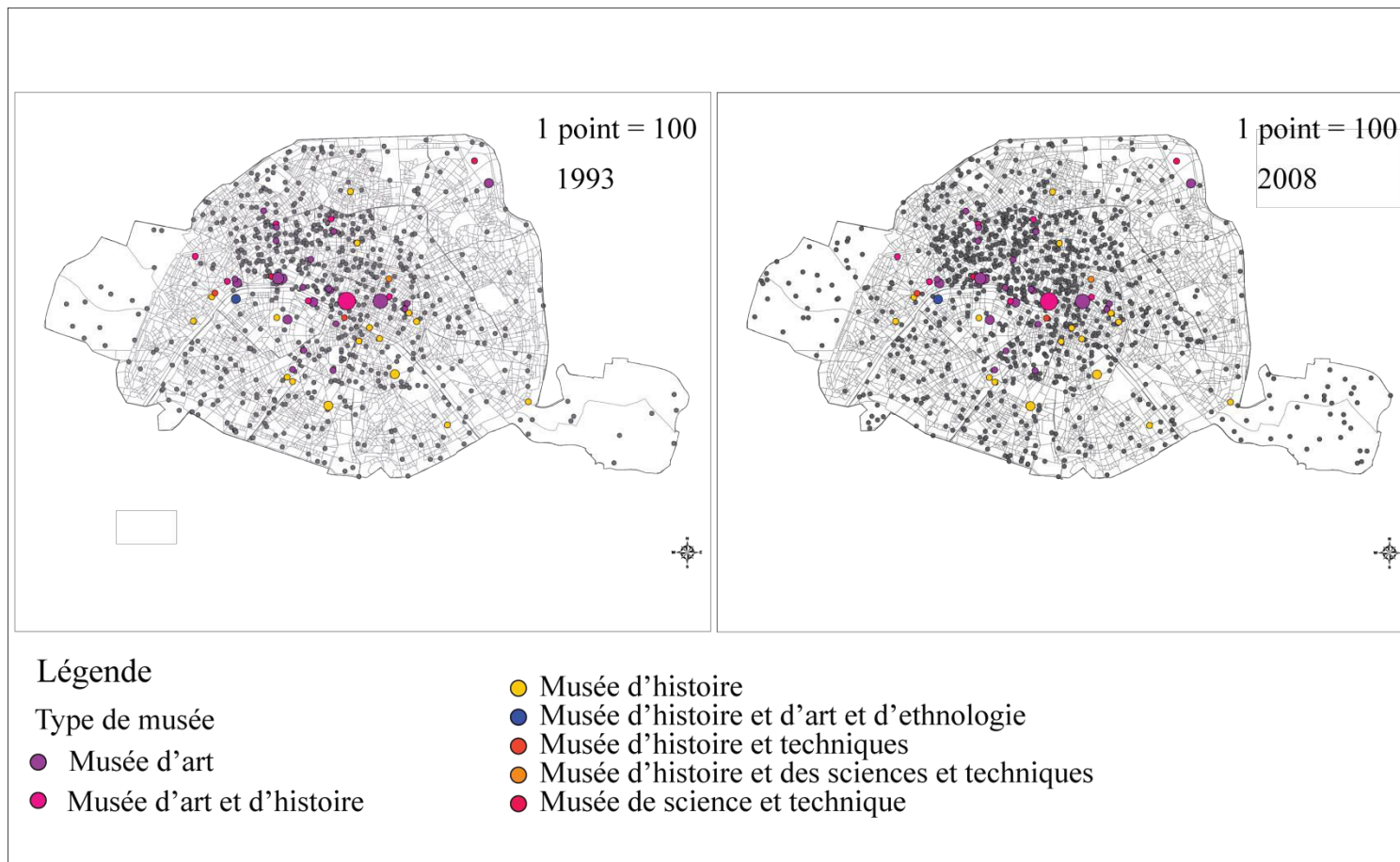
On retrouve les mêmes tendances et les mêmes répartitions dans le domaine de la consommation symbolique, que dans les secteurs touristiques. La consommation symbolique se répartit essentiellement dans les secteurs suivantes de la nomenclature NAF 2008 : le « commerce de détail habillement en magasin spécialisé », le « commerce de détail maroquinerie et article voyage », le « commerce de détail parfumerie et produits de beauté », le « commerce de détail d'articles d'horlogerie et de bijouterie », et enfin « autre commerce détail spécialisé divers »²²⁰. Le point commun de ces secteurs, c'est leur visibilité symbolique. En effet, les magasins spécialisés d'habillement se distinguent en vendant des marques connues. De même, les magasins d'horlogerie et de bijoux vendent des produits de luxe. C'est encore plus clair pour les galeries d'art, qui exposent des objets à la valeur symbolique, tels que tableaux, sculptures, etc.

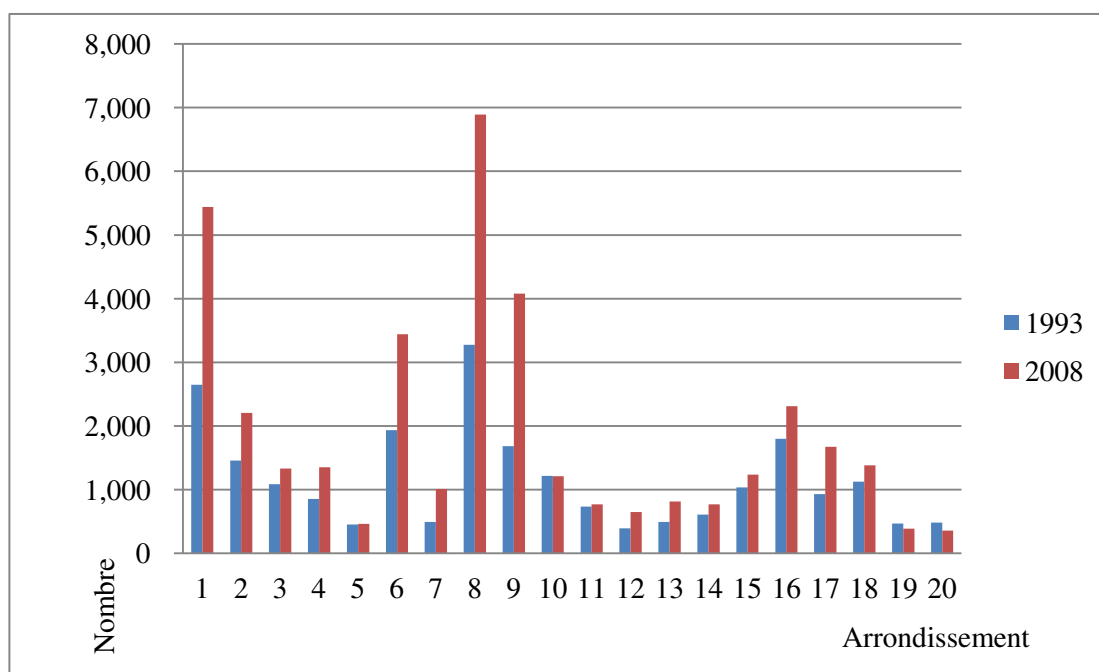
²²⁰ D'après la définitions de l'Insee, il s'agit principalement des activités des galeries d'art commerciales, du commerce de détail de souvenirs, d'objets artisanaux et d'articles religieux, du commerce de détail de timbres-poste et de pièces de monnaie, de la vente au détail d'objets d'art, etc. Source : Insee : la définition et méthodes.

http://www.insee.fr/fr/methodes/default.asp?page=nomenclatures/naf2008/n5_47.78c.htm

Figure 5. 10 : La comparaison du nombre d'emplois dans les secteurs touristiques et de l'évolution des musées entre 1993 et 2008

Source : Assedic





Graphique 5. 3 : L'évolution de l'emploi dans les secteurs de la consommation symbolique entre 1993 et 2008.

Source : Assedic

En 1993, il y avait 23 152 emplois dans ces secteurs, mais le chiffre augmente rapidement et atteint 37 763 en 2008 (cf. graphique 5. 3). Cela représente une croissance de 63 % par rapport à 1993. Les zones qui connaissent la croissance la plus rapide correspondent à celles qui ont l'activité muséale la plus forte. Par exemple, le 8^{ème}, le 1^{er}, le 9^{ème} et le 6^{ème} arrondissements qui comptent beaucoup de musées, surtout les musées d'art ou d'art et d'histoire. Par contre, les arrondissements qui ont une activité muséale moindre sont aussi les moins développés dans ce domaine (cf. figure 5. 11).

Il est manifeste que les musées parisiens connaissent un développement parallèle à celui de la consommation symbolique. Les zones où se concentre le plus l'activité de consommation symbolique sont aussi les zones où les musées sont très développés. C'est notamment le cas pour les musées d'art ou les musées concernés par l'art qui apparaissent ainsi plus dynamiques et plus attirants. Comme le musée de la Pinacothèque de Paris l'explique sur son site Internet, il a choisi de se situer place de la

Madeleine parce que « l'histoire de l'art se mêle au prestige de la place de la Madeleine, autour de laquelle s'expriment les tendances internationales de la mode et de la gastronomie, symboles d'un certain art de vivre à la française »²²¹.

Pourquoi les secteurs d'activités de la consommation symbolique et les musées entretiennent-ils des liens intenses sur le plan spatial ? Comme nous l'avons montré avant, dans le contexte de la société post-industrielle, la consommation est liée au comportement individuel, et cet individualisme définit des valeurs personnelles et diverses. La consommation symbolique exprime les goûts et les valeurs individuelles. Pour les musées, surtout les musées d'art ou d'art et d'histoire, la consommation du plaisir esthétique est corrélée au capital humain des individus, il mêle l'émotion immédiatement ressentie et le plaisir associé à la connaissance dont on dispose sur l'œuvre (Roland Barthes, 1980)²²².

De ce fait, les secteurs de la consommation symbolique et les activités muséales s'inscrivent dans la logique du même modèle de développement.

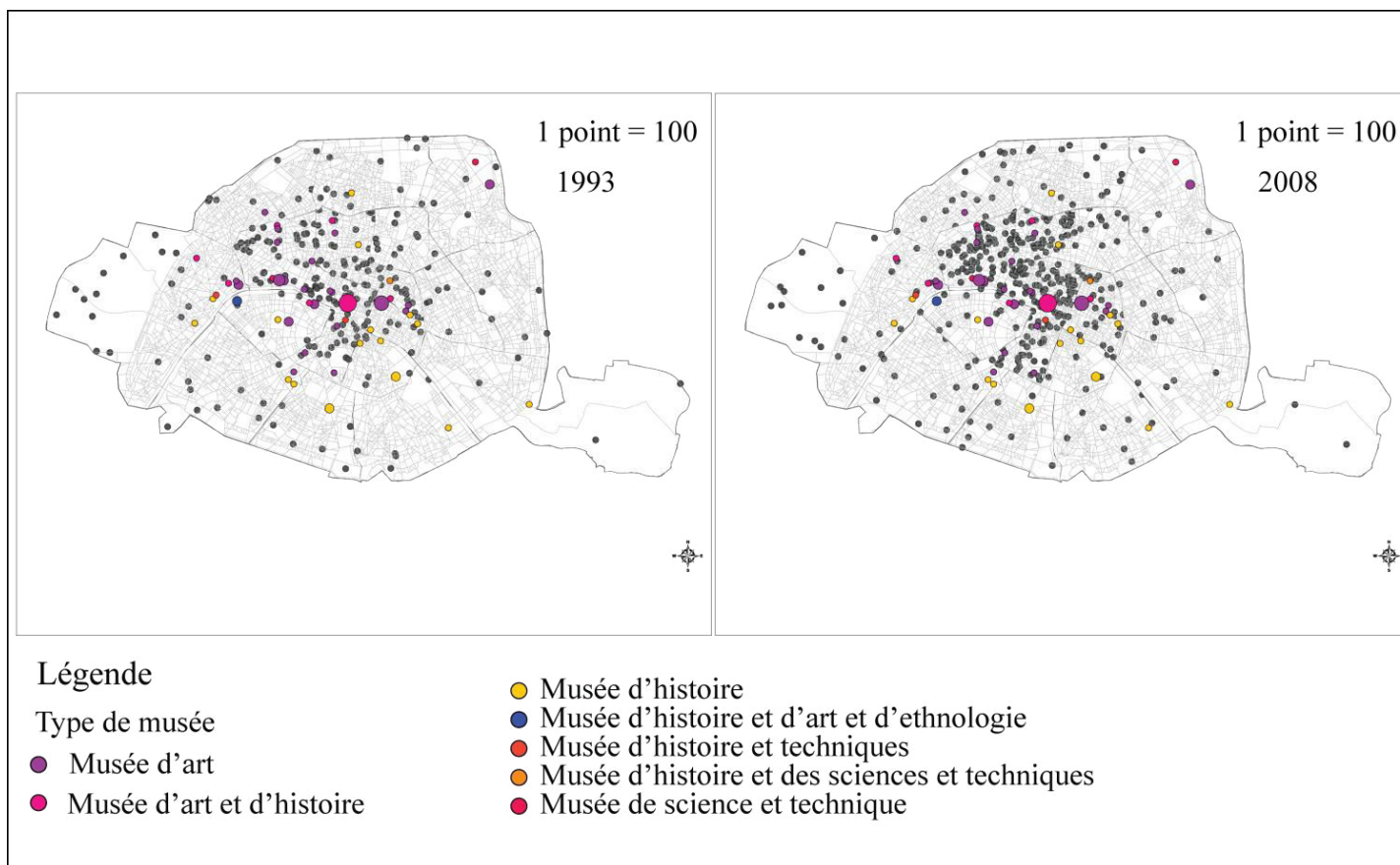
En résumé, l'analyse des différents secteurs de l'économie culturelle nous permet de séparer les secteurs de la fabrication de l'industrie culturelle et les secteurs du tourisme et de la consommation symbolique. La concentration spatiale de certains secteurs d'activité montre bien l'existence d'agglomération de l'industrie culturelle symbolique dans certains espaces. Notre étude souligne tout d'abord que les musées parisiens participent pleinement à la production économique, et surtout qu'au sein de celle-ci ils sont liés à la consommation symbolique. Ces activités de consommation symbolique sont concentrées au centre et à l'ouest de Paris, dans une logique d'agglomération spatiale.

²²¹ Voir le site Internet du musée Pinacothèque de Paris : <http://www.pinacothèque.com/fr/accueil/professionnels/evenementiel.html> . Consulté le 23/07/2011.

²²² Cité par Nathalie Moureau, 2010, *Le marché de l'art contemporain*, Paris, La Découverte, p. 38.

Figure 5. 11 : La comparaison de l'emploi dans les secteurs de la consommation symbolique et de l'évolution des musées entre 1993 et 2008

Source : Assedic



En conclusion

Le quatrième chapitre a prouvé que l'évolution des musées parisiens est très similaire à celle des secteurs de l'économie productive. Le statut du musée est en train de changer, le musée n'est pas un établissement culturel non lucratif, il se manifeste de plus en plus comme une unité économique dans le cadre de l'économie productive.

Dans la société post-industrielle, le musée prend un nouveau rôle spécifique dans la production. À ce titre, il faut rechercher le modèle qu'il suit en termes économiques et spatiaux.

À travers l'analyse des différents types de musées sur le plan de la géographie économique, nous avons proposé une typologie des différentes formes de « Muséalité ». Celles-ci présentent des écarts importants en termes de capacités de production. Pour finir, nous sommes revenus à la question de l'« industrie culturelle » ou de l'« économie culturelle ». Nous avons montré que les activités muséales sont caractérisées par leurs affinités avec les autres formes de consommation symbolique, et forment une même agglomération spatiale avec les secteurs de la consommation symbolique.

Conclusion générale

L'espace dynamique des musées

Pour critiquer la politique de la Ville de Paris, voire de la France, en matière de culture, d'économie, de logement etc., on compare souvent Paris à un musée. Certains parlent d'une ville « muséifiée »²²³. Or, ce que cette critique sous-entend, manifestement, c'est qu'un musée est une institution morte, figée dans son rapport à une culture passée. Pourtant, si l'on regarde de près la géographie des musées parisiens comme nous l'avons fait dans cette thèse, on voit bien que cette image n'est pas juste. Certes, Paris présente un paysage culturel tout à fait exceptionnel, dans lequel les musées occupent une place importante. Mais ce paysage n'a cessé de se transformer au cours de l'histoire, et se transforme encore actuellement. Quant aux musées eux-mêmes, loin de l'image qu'on leur associe d'une institution figée dont le fonctionnement va à l'encontre de la logique économique, nous avons montré qu'ils participent à l'économie productive, plus précisément à la production symbolique, et qu'ils ne cessent de s'adapter à l'évolution de la situation, dans leurs statuts, leur réponse à la demande du public ou leurs liens avec d'autres institutions. Leur influence sur l'espace urbain va croissant, et il n'est pas une cause d'inertie, bien au contraire.

Cette étude commence par une recherche sur les mouvements historiques des musées parisiens. Ce travail de géographie historique nous permet de cerner dans son ensemble le paysage des musées parisiens et de retracer son évolution.

La naissance des musées modernes français est redevable de leur origine révolutionnaire. Leur construction repose sur la confiscation des biens du clergé, sur la nationalisation des anciennes collections royales et sur les conquêtes militaires. Nous avons étudié l'évolution des musées parisiens sous trois angles : l'étatisation, la muséification et la démocratisation. Nous défendons l'idée selon laquelle, à la fin du

²²³ Françoise Cachin, « Paris muséifiée », *le Débat*, 1994/3.

XIX^e siècle, le concept du musée est accepté par la société, qu'il a pénétré l'esprit du public.

Dans le deuxième chapitre, nous avons montré que Paris au XIX^e siècle s'inscrivait dans le cadre d'un urbanisme tourné vers l'embellissement de la ville et la recherche du prestige sur la scène internationale. Ces principes favorisent l'implantation d'espaces qui touchent à ce qui est « à la mode », au nouveau, à la modernité. Espaces nouveaux, les musées, surtout les musées d'art, ont ainsi pu émerger à Paris en même temps que les grands magasins et les hôtels de luxe, dans la seconde moitié du XIX^e siècle, les uns et les autres s'inscrivant dans un même cadre de développement urbain.

Le troisième chapitre retrace les évolutions des musées parisiens au cours du XX^e siècle, surtout les transformations sociales qui eurent lieu dans les années 1960 ou 1970. Rendant les rôles traditionnels du musée de plus en plus insoutenables, ces évolutions favorisent l'émergence de nouveaux rôles sociaux. De ce fait, on peut dire que les musées acquièrent une plus grande centralité.

En raison de la dimension interdisciplinaire qui caractérise notre objet d'étude, notre recherche s'éloigne un peu du champ traditionnel de la muséologie, par exemple, des questions liées aux expositions ou aux collections. Nous avons essayé de montrer les nouveaux rôles des musées parisiens sur le plan de l'économie productive et de la géographie économique.

Depuis les années 1970, la société occidentale connaît une mutation et passe de la société industrielle à post-industrielle, les sphères de l'économique et du culturel (au sens large) s'interpénètrent de plus en plus. Dans ce contexte, les musées parisiens ont cherché à jouer un nouveau rôle social. Nous défendons l'idée que les changements intervenus dans le domaine des musées au cours de la dernière décennie ont contribué à leur redéfinition économique. Or, peu de travaux se sont attachés à décrire précisément la spécialisation des activités culturelles dans les espaces métropolitains. Nous proposons dans les deux derniers chapitres d'explorer les évolutions qu'ont connues les

musées dans la dernière décennie. Pour cela, nous avons surtout mis en avant deux aspects.

Le premier aspect concerne les aspects concrets de la géographie économique des musées. À Paris, sur le plan économique et productif, le paysage muséal est complexe. Tout d'abord, le musée est souvent considéré comme une institution permanente, sans but lucratif, et au service de la société, ouverte au public. Dans ce cadre, la finalité du musée n'est pas de générer du profit, il remplit des missions au service de la société, ce qui n'interdit cependant ni un statut privé, ni des activités commerciales. De ce fait, discuter leur dimension économique semble parfois être un sujet un peu « tabou ». Pourtant, les faits montrent que les musées n'ont jamais cessé d'évoluer. Depuis quelques années, surtout, les problématiques des musées se situent au croisement de nouveaux enjeux économiques et culturels, et sont traversées de tensions entre leur ancienne fonction (plutôt tournée vers le social) et leur nouvelle fonction (plutôt tournée vers l'économique).

Afin de mieux comprendre l'évolution du statut des musées parisiens, nous avons utilisé les statistiques du nombre d'emploi par secteurs, selon le découpage le plus fin proposé par l'Insee, à l'échelle de la Ville de Paris. Or, l'analyse statistique menée pour la période allant de 1993 à 2008 montre que les musées tissent des liens de plus en plus intenses avec les autres secteurs économiques. Ce résultat nous permet d'affirmer que les musées parisiens sont bien insérés dans l'économie culturelle et dans la géographie économique parisienne. Plus précisément, avec quels secteurs en particulier les musées entretiennent-ils de véritables liens ? Dans quels quartiers ces secteurs se situent-ils ? L'analyse des différents types de musées sur le plan de la géographie économique présente des écarts importants d'une institution à l'autre en termes de capacités de production. Enfin, nous avons développé l'idée, statistiques et cartes à l'appui, que les activités muséales sont caractérisées par leurs affinités avec les autres formes de consommation symbolique, et forment une agglomération spatiale avec les secteurs de la consommation symbolique.

Le second aspect de cette réflexion est d'ordre plus théorique, en réponse aux questions initiales. Dans le sillage de la théorie d'Henri Lefebvre, nous avons montré que le musée actuel joue un rôle important dans la production de l'espace économique. Et, dans le sillage de la théorie de Jean Baudrillard sur la valeur symbolique, nous avons lié la production des musées parisiens à la production de la valeur symbolique.

En définitive, cette thèse aura été l'occasion d'étudier, à travers les musées de la ville de Paris, un problème de géographie économique et culturel de vaste portée. Pour un étudiant chinois, venir en France faire une thèse de géographie sur un sujet qui porte sur la France elle-même, comme nous l'avons fait grâce à une opportunité offerte par l'école doctorale de géographie de Paris, reste aujourd'hui une démarche très rare et qui ne fut pas sans difficulté. Mais elle paraît pleinement justifiée par l'intérêt nouveau pour ces questions en Chine. En effet, même s'il faudrait faire la part des spécificités du cas français et prolonger notre recherche à travers des comparaisons internationales, il ne fait aucun doute que Paris est une des métropoles les plus avancées, sur le plan de l'économie culturelle, au monde. À ce titre, elle peut servir d'exemple ou de sujet de réflexion aux grandes villes chinoises qui se lancent, avec des décennies de retard sur l'Europe, dans le tourisme culturel, la valorisation du patrimoine, et l'urbanisme dans le cadre d'une société post-industrielle. C'est le cas bien sûr de Shanghai, où j'ai moi-même fait mes études avant la thèse. Signe de cette évolution : trois ans après le début de cette thèse, dans le douzième plan quinquennal chinois (2011-2015), un chapitre était consacré, pour la première fois, à « l'industrie culturelle », marquant le début d'une série de nouveaux chantiers. Les grands musées chinois, comme le Musée de Shanghai, seront-ils amenés à jouer un rôle comparable à celui des musées parisiens dans le cas français ?

Sources et références bibliographiques

BIBLIOGRAPHIE :

Adolphe Joanne, *Paris illustré en 1870, guide de l'étranger et du Parisien*, 3^e édition. Paris, Librairie Hachette et Cie.

Allen J. Scott, 2000, *The cultural economy of cities*, London, Sage

Andres Lauren et Grésillon Boris, 2011, « Les figures de la friche dans les villes culturelles et créatives Regards croisés européens », *L'Espace géographique*, 2011/1 Tome 40, p. 15-30.

André Gob, 2010, *Le musée, une institution dépassée ?* Paris, Armand colin.

André Gob et Noémie Drouguet, 2010, *La muséologie, histoire, développements, enjeux actuels*, Paris, Armand Colin.

André Gob et Noémie Drouguet, 2003, *La muséologie*, Paris, Armand Colin.

André Rauch, 2007, « Les guides, une manière d'être dans la ville touristique : visiter Florence avec le Baedeker, le guide Autrement et le Routard », Philippe Duhamel et Rémy Knafou (dir), *Mondes urbains du tourisme*, Paris, Belin, p. 30-42.

Assassi I, 1999, « Le marketing des organisations culturelles: pour une autre approche conceptuelle », *AIMAC proceeding*, Vol II, p. 639-651.

Baedeker, Karl (1801-1859) Quatorzième édition, 1900, *Paris et ses environs, manuel du voyageur par K. Baedeker*, Paris, Paul Ollendorff.

Balle C., Poulot D., 2004, *Musées en Europe, une mutation inachevée*, Paris, La Documentation française.

Beulac M., Legaré B., Colbert F., Duhaime C., 1991, *Le marketing en milieu muséal en France et à l'étranger*, Paris, La Documentation française

Bernard Marchand, 1993, *Paris, histoire d'une ville (XIX^e-XX^e siècle)*, Paris, Seuil.

Bernd Wolfgang Lindemann, 2000, « Financement public, mécénat et sponsoring », Jean Galard (dir), *L'avenir des musées*, Paris, Réunion des Musées Nationaux, p. 125-134.

Bonnemaison J., 1981, « Voyage autour du territoire », *L'Espace Géographique*, 10/4, p. 249-262.

Bouge J.B., 1806, *La boussole, ou le Guide des étrangers dans Paris Et ses faubourgs, avec un plan topographique, et orné du portrait de l'empereur*, Bruxelles, Publié par J.B. de Bouge, p. 43 et p. 54.

Brigitte Prost, 2004, « Marge et dynamique territoriale », *Géocarrefour*, vol.79/2, p. 175-182.

Catherine Ballé et Dominique Poulot, 2004, *Musées en Europe une mutation inachevée*, Paris, La Documentation française.

Catherine Ballé, 2003, « Musées, changement et organisation », *Culture & Musées*, n° 2, p. 17-33.

Chantal Georgel(dir), 1994, *La jeunesse des musées, les musées de France au XIX^e siècle*, Paris, musée d'Orsay, Édition de la réunion des musées nationaux.

Chantal Georgel, « Le Musée en représentation », Stéphane Michaud, Jean-Yves Mollier et Nicole Savy (dir), 1992, *Usages de l'image au XIX^e siècle*, Paris, Créaphis, p. 143 - 152.

Choay F., 1992, *L'allégorie du patrimoine*, Paris, Seuil.

David Harvey, 2003, *Paris, Capital of Modernity*, London, Routledge.

David Harvey., 1994(1985), *The Urbanization of Capital*, Oxford: Basil Blackwell.

David Alibert, Régis Bigot et Georges Hatchuel, *Fréquentation et image des musées au début 2005*, collection des rapports, Paris, Crédoc, Juin 2005, n° 240, p. 57.

David Navarrete, 2008, « Nouveaux musées dans la région parisienne », *Téoros*, Automne, p. 71-77.

Debarbieux B.,1995, « Le lieu, le territoire et trois figure de rhétorique », *L'espace Géographique*, n° 2, p. 97-112.

Dervieux Véronique, 2008, *L'architecture des musées au XX^e siècle*, Paris, Centre national de documentation pédagogique.

Dominique David, « Un service des publics pour les musées d'une ville », ministère de la Culture et de la communication Direction des musées de France (dir), 2001, *Musée et service des publics*, Journées d'étude 14 et 15 octobre 1999, Paris, École du Louvre, p. 118.

Dominique Poulot, *Question sociale. Le Sublime ou le travailleur comme il est en 1870, et ce qu'il peut être*, Paris, 1870, rééd. Paris, Maspero, 1980, p. 139. Sur l'auteur voir la préface d'A. Cottureau, p. 43-63.

Dominique Poulot, 1985, « L'invention de la bonne volonté culturelle : l'image du musée au XIX^e siècle », *Le Mouvement social*, n° 131, p. 35-64.

Dominique Poulot, 2005, *Musée et muséologie*, Paris, La Découverte.

Dominique Poulot, 2001, *Patrimoine et musées, L'institution de la culture*, Paris, Hachette.

Dominique Poulot, 2005, *Une Histoire des musées de France XVIII^e-XX^e siècles*, Paris, Éditions la découverte.

Emmanuel De Waresquiel (dir), 2001, *Dictionnaire des Politiques culturelles de la France depuis 1959*, Paris, Larousse, p. 552-555.

Evrard Y., 1993, *Le management des entreprises artistiques et culturelles*, Paris, Economica.

Françoise Cachin, « Paris muséifiée », *le Débat*, 1994/3.

Français Caron, 1995, « L'embellie parisienne à la Belle Époque : l'invention d'un modèle de consommation », *Revue d'histoire*, no. 47, p. 42-57.

Frédéric Moret, 1992, « Images de Paris dans les guides touristiques en 1900 », *Le mouvement social*, n° 160, juillet septembre, p.79-98.

Frey B. S. et S. Meier, 2006, « The Economics of Museums », V. A. Ginsburgh et D.Throsby (dir), *Handbook of the Economics of Art and Culture*, Amsterdam, North Holland, p. 1017-1047.

Gérard Monnier, 1995, *L'art et ses institutions en France de la Révolution à nos jours*, Paris, Gallimard.

Guido Guerzoni et Gabriele Troilo, 2000, « Pour et contre le marketing », dans sous la direction de Jean Galard, *L'avenir des musées*, Paris, Réunion des Musées Nationaux, p. 135-151.

Gustave Ollendorff et Paul Dupré, 1885, *Traité de l'administration des beaux-arts. Historique, législation, jurisprudence, écoles, musées, expositions, monuments, manufactures, théâtres*, Paris, P. Dupont.

Henri Lefebvre, 1974, (2000, 4e édition), *La production de l'espace*, Anthropos, Paris,.

Hertzog Anne, «Quand les géographes visitent les musées, ils y voient des objets... de recherche», *L'Espace géographique*, 2004/4, p.363-368.

Howard S. Becker, 1988, traduit de l'anglais par Jeanne Bouniort, *Les mondes de l'art*, Paris, Flammarion.

Jacques Lévy et Michel Lussault (dir), 2003, *Dictionnaire de la géographie*, Paris, Belin.

Jean Baudrillard, 1972, *Pour une critique de l'économie politique du signe*, Paris, Gallimard.

J.B. Bouge, 1806, *La boussole, ou le Guide des étrangers dans Paris et ses faubourgs, avec un plan topographique, et orné du portrait de l'empereur*, Bruxelles : Publié par J.B. de Bouge.

Jean Clair, 1989, « De la modernité conçue comme une religion », dans *L'art contemporain et le musée*, 1989, Cahiers du Musée national d'art moderne, Centre Georges Pompidou, p. 14-18.

Jean Davallon, 1992, « Le musée est-il vraiment un média ? », *Publics et Musées*, n° 2, p. 99-123.

Jean Galard, 1993, *Visiteurs du Louvre*, Paris, Éditions de la RMN.

Jean-Michel Tobelem, 2010, *Le nouvel âge des musées*, Paris, Armand Colin (2^e édition).

Jean-Michel Tobelem, 1992, « De l'approche marketing dans les musées », *Publics et Musées*, 2, décembre, p. 49-65.

Jean-Michel Tobelem, 2008, « Les musées à l'heure du marché », *Alternatives économiques*, 2008/4, n° 268, p. 58-62.

Joanne Paul (1847-1922), 1900, *Paris et ses environs-1900*, Paris, Hachette et cie.

Laurent Fleury, 2006, *Le TNP de Vilar, une expérience de démocratisation de la culture*, Rennes, Presses Universitaires de Rennes.

Laurent Fleury, 2005, *Le cas beaubourg*, Paris, Armand colin.

Léon Pressouyre (dir), 2007, *Le musée des monuments français*, Paris, Cité de l'architecture et du patrimoine.

Luis Monréal, 2001, « Les musées du XXI^e siècle », *Les nouvelles de l'ICOM*, vol/54, n° 3, p. 12-14.

Manuel Castells, 1996, *The Rise of the Networks Society*, Oxford, Blackwell Publishers, traduit de l'anglais par Alain Touraine, 2001, *La Société En Réseaux*, Paris, Fayard.

Marie-Claude Chaudonneret, 2007, *Les artistes étrangers à Paris, de la fin de Moyen Âge aux années 1920*, Berlin, Bruxelles, Frankfurt am Main, New York, Oxford, Wien, Peter Lang, p. 9.

Maria Gravari-Barbas et Philippe Violier (dir), 2003, *Lieux de culture/culture des lieux, Production culturelle locale et émergence des lieux : dynamiques, acteurs, enjeux*, Rennes, Presses Universitaires de Rennes.

Maurice Halbwachs, 1909, *Les Expropriations et le prix des terrains à Paris (1860-1900)*. Paris, Cornély & Cie, p. 80.

Mérenne Schoumaker, Bernadette, 2002, *La localisation des industries, enjeux et dynamiques*, Rennes, Presses Universitaires de Rennes.

Michaela Giebelhausen, "Museum Architecture: A brief History", Sharon Macdonald (dir), 2006, *À companion to Museum Studies*, Blackwell Publishing, p. 223-244.

Mollard Claude, 1976, *L'enjeu du Centre Georges Pompidou*, Paris, Union générale d'éditions.

M. Daumas et J.Payen (dir.), 1976, *Évolution de la géographie industrielle de Paris et sa proche banlieue au XIX^{ème} siècle*. vol. 3. Paris, Conservatoire national des arts et métiers : École des hautes études en sciences sociales.

- Nathalie Moureau, 2010, *Le marché de l'art contemporain*, Paris, La Découverte.
- Paul Claval, 2003, *Géographie culturelle*, Paris, Armand Colin.
- Paul Joanne, 1900, *Paris et ses environs -1900*, Paris, Hachette et C^{ie}, p. 250 et p. 257.
- Paul Rasse, 1999, *Les musées à la lumière de l'espace public*, Paris, L'Harmattan.
- Penguilly L'Haridon, 1867, « Le musée d'Artillerie », Paris Guide, première partie : « Science et Art », Paris, p. 478-519.
- Philippe Régnier, « Les musées rattrapés par l'économie », *Le Journal des Arts*, n° 249, du 15 décembre 2006 au 4 janvier 2007.
- Philippe Poirrier, 2004, « Musées et politiques culturelles en France », *La lettre de l'ocim*, p. 13-18.
- Piano, Renzo, 1987, *Du plateau Beaubourg au Centre Georges Pompidou*, Paris, Éditions du Centre Pompidou.
- Pichette N., « Pour un musée ouvert: le marketing », *Musées*, vol 7, n° 1 et 2, automne, 1984, p. 37-30.
- Pierre Bourdieu et Alain Darbel, 1969, *L'amour de l'art, les musées d'art européens et leur public*, Paris, Éditions de minuit.
- Pierre Gaudibert, 1989, « Modernité, Art moderne, Musée d'art moderne dans L'art contemporain et le Musée », *Cahiers du Musée national d'art moderne*. Centre Georges Pompidou, p. 10-13.
- Pierre George et Fernand Verger (dir), 2009, *Dictionnaire de la géographie*, Paris, PUF, 3^e édition.
- Pierre Lavedan, 1993, *Histoire de l'urbanisation à Paris*, Paris Hachette.
- Plessis Alain, 1979, *De la fête impériale au mur des fédérés, 1852-1871*, Paris, Seuil.
- Pomian Krzysztof, 1996, « Nation et patrimoine », Daniel Fabre (dir), *L'Europe entre culture et nation*, Paris, Éditions de la maison des sciences de l'homme, p. 91-98.
- Quitterie Ladonne, 1994, « Les "sculptures comparées" du palais du Trocadéro (1879) », Chantal Georgel (dir), *La jeunesse des musées, les musées de France au*

XIX^e siècle, Paris, RMN, p. 100-105.

René Teboul et Luc Champarnaud, 1999. *Le public des musées*, Paris, L'Harmattan.

Roland Schaer, 1993, *L'invention des musées*, Paris, Gallimard.

Roland Schaer, 1994, « Des encyclopédies superposées », Chantal Georgel (dir), *La jeunesse des musées*, Paris, RMN, p. 38-39.

Salma Loudiyi, 2005, « Tourisme et patrimoine: dynamique de conflit et de cohésion. Cas de la chaise dieu », Maria Gravari Barbas (dir), *Habiter le patrimoine*, Rennes, Presses Universitaires de Rennes, p. 479-494.

Serge Jaumain, « Une grande capitale moderne, Bruxelles dans les guides touristiques de la seconde moitié du XX^e siècle », Philippe Duhamel et Rémy knafou (dir), *Mondes urbains du tourisme*, Paris, Belin, 2007, p. 308-322.

Seloua Luste Boulbina, 2007, *Grands Travaux à Paris, 1981-1995*, Paris, La Dispute.

Seloua Luste Boulbina, 2007, *Grands Travaux à Paris, 1981 - 1995*, Paris, La Dispute.

Scott Lash et John Urry, 1994, *Economies of Signs and Space*, London, SAGE.

Thierry Sanjuan avec Antoine Brès, Jean-François Cuenot et Ning Yuemin, 2011, « Shanghai : les recompositions périurbaines d'une métropole émergente », Jean-Louis Chaléard(dir), *Les Métropoles des Suds vues de leurs périphéries*, Paris, coll. Grafigéo, n° 34, p. 53-63.

Thierry Sanjuan (dir), 2003, *Les grands hôtels en Asie : Modernité, dynamiques urbaines et sociabilité*, Paris, Publications de la Sorbonne.

Vincent Lepot, 1991, « La perception urbaine : un exemple. Le Centre national d'Art et de la Culture Georges-Pompidou et le quartier Beaubourg à Paris », Jacqueline Beaujeu-Garnier et Bernard Dézert (dir), *La grande ville : enjeu du XXI^e siècle*, Paris, Puf, p. 379-391.

Walter Benjamin, 1939, *Paris, capitale du XIX^e siècle*, 2003, Paris, Éd. Alia.

Rapports et Journaux :

Ministère de la Culture et de la Communication, *Rapport Museostat 2009, fréquentation des musées de France*.

Cour des comptes, 2011, *Les musées nationaux après une décennie de transformations 2000-2010*, Paris, La documentation Française.

IAU, *Aménagement et développement touristique, contribution au schéma régional de développement du tourisme et des loisirs en Île-de-France 2010-2020*, avril 2010, p. 60.

Les Nouvelles de l'ICOM, n° 3, 2001.

RMN, *Rapport d'activité 2004*, p. 5.

Pinacothèque de Paris, *Dossier Presse*, 26 janvier-29 mai 2011, p. 4.

INA - Vidéo en ligne du journal de FR3 du 8.10.1991 : *halles aux vins Bercy, découverte de 3 pirogues*.

« Beaubourg est devenu la locomotive du quartier » dans *Le Parisien*, consulté le 16/02/2002.

« Palmarès des musées 2012 », *Le Journal des Arts*, n° 372, du 22 juin au 5 juillet 2012, p. 15-26.

« Visitor Figures 2012 », *The Art Newspaper*, section 2, n° 245, avril 2013.

Statistiques :

« Les effectifs des établissements industriels et autres » suivant la nomenclature très détaillée de NAF (La *nomenclature d'activités française*), 2008, les Assedic de Paris entre 1993 et 2008.

Les données fournies principalement par *Le journal des art*, et plus précisément leur base de données de 2012 construite autour de trois groupes d'indicateurs regroupent au total plus de 60 variables.

Site l'Internet :

Le site de l'Icom :

<http://icom.museum/who-we-are/the-vision/museum-definition.html>

Le site d'Insee : <http://www.insee.fr/fr/>

Voir le site du ministre de la Culture et de la Communication :

<http://www.culturecommunication.gouv.fr/index.php/Disciplines-et-secteurs/Musees/Organismes/Musees-de-France>

Voir le site de la fondation de Le Corbusier :

http://www.fondationlecorbusier.fr/corbuweb/morpheus.aspx?sysId=13&IrisObjectId=6064&sysLanguage=fr-fr&itemPos=129&itemSort=fr-fr_sort_string1%20&itemCount=217&sysParentName=&sysParentId=65

« Paris s'affirme plus que jamais comme un bastion de résistance dans le paysage morose du tourisme », *Lemonde*, 2012/08/24.

Voir le site :

http://www.lemonde.fr/economie/article/2012/08/24/dans-le-paysage-morose-du-tourisme-paris-fait-de-la-resistance_1750955_3234.html

Voir le site du Palais de la découverte :

<http://www.palais-decouverte.fr/index.php?id=mecenat>

Voir le site du musée Louvre : <http://www.louvre.fr/llv/mecenat/raisons.jsp>

L'explication et détails sur les nomenclatures :

Nomenclature d'activité économique :

La Nomenclature d'Activités Française (NAF) constitue la nomenclature nationale statistique d'activités. La nouvelle version de cette nomenclature : la NAF révision 2 (NAF rév. 2, 2008) est entrée en vigueur le 1^{er} janvier 2008. Elle a remplacé la précédente version : la NAF révision 1 qui datait de 2003. Elle comporte 733 positions élémentaires (ou sous-classes).

La codification de la NAF s'effectue désormais sur cinq positions : quatre chiffres et une lettre. C'est sous cette forme qu'apparaît le code APE (Activité Principale Exercée) attribué par l'INSEE aux entreprises et aux établissements.

Cette nomenclature est organisée en plusieurs niveaux hiérarchiques, notamment : les divisions au nombre de 88 qui sont constituées à partir des deux premières positions du code APE.

Cinq niveaux d'agrégation sont utilisés sur ce site. Ils sont dénommés « A xx » où xx représente le nombre de postes du niveau : A 129, A 88 (divisions), A 38, A 17, A 4 (grands secteurs).

A 17 : niveau français intermédiaire entre les niveaux A 10 et A 38. Par rapport au niveau des sections (A 21), il détaille l'industrie manufacturière en cinq postes et, inversement, regroupe certaines activités de services.

Le secteur d'activité « Gestion des musées » :

En effet, le secteur de « Gestion des musées », que l'on trouve tel quel dans la nomenclature NAF 2008, ne présente pas tous les effectifs qui travaillent dans les musées. Par exemple, selon le rapport « Les musées nationaux après une décennie de transformations (2000-2010) » de la Cour des comptes, « la communauté des musées nationaux regroupe environ 7 460 personnes en 2009 ». Néanmoins, selon les données de la nomenclature, 2 205 personnes travaillaient dans le secteur « Gestion des musées » en 2009 en France, et 889 personnes à Paris. Maintenant, le nombre de la personne de « Gestion des musées » n'est pas égal aux tels des effectifs du musée.

Le secteur de « Gestion des musées » concerne presque toutes les types des musées, mais il ne comprend pas les activités des galeries d'art commerciales, la restauration d'œuvre d'art et d'objets de collection des musées, les activités des bibliothèques et archives, etc.

Source : <http://www.comptable-en-ligne.fr/expertise-comptable/secteurs-d-activites.php?NACE=9102Z>

Tables des illustrations

Figures :

1. Figure 1.1. La distribution des musées parisiens à la fin du XVIII ^e siècle.	25
2. Figure 1.2. Les acteurs de la création des musées à la fin du XIX ^e siècle.	35
3. Figure 2.1. Les relations des musées entre « arrondissement » et « date de création ».	46
4. Figure 2.2. Les relations des musées entre leur typologie et leur date de création.	47
5. Figure 2.3. Les relations des musées entre leur typologie et leur localisation « en arrondissement ».	48
6. Figure 2.4. La distribution et la typologie des musées parisiens en 1913.	49
7. Figure 2.5. L'extension urbaine et la répartition des musées en 1913.	53
8. Figure 2.6. Dissymétrie est-ouest et nord-sud dans la répartition des musées.	55
9. Figure 2.7. L'évolution de la répartition d'établissements industriels importants dans la seconde moitié du XIX ^e siècle.	59
10. Figure 2.8. La distribution des symboles de la modernité dans la seconde moitié du XIX ^e siècle.	64
11. Figure 2.9. Une comparaison de la structure entre les deux périodes.	72
12. Figure 3.1. La répartition des musées dans la première moitié du XX ^e siècle.	92
13. Figure 3.2. La localisation des musées parisiens entre 1960 et 2000.	96
14. Figure 3.3. La répartition des musées parisiens entre 1960 et 2000.	97
15. Figure 3.4. Musée à croissance illimitée, sans lieu. Le Corbusier.	113
16. Figure 3.5. Projet de Le Corbusier « musée sans les murs » de 1930 et exposition au Centre Pompidou.	115
17. Figure 4.1. Les changements des musées parisiens entre 2000 et 2010.	126
18. Figure 4.2. La procédure d'acquisition des musées nationaux avant 2004.	132
19. Figure 4.3. La procédure d'acquisition des musées nationaux depuis 2004.	134
20. Figure 5.1. La logique de la production de masse et la standardisation de la production de Ford.	170
21. Figure 5.2. Nouvelle structure de la production dans la société post-industrielle.	177
22. Figure 5.3. Les 3 étapes de l'analyse.	186
23. Figure 5.4. La localisation des musées par type et par score de « dynamisme ».	189
24. Figure 5.5. La localisation des musées par type et par score de l'« attractivité traditionnelle ».	190
25. Figure 5.6. La localisation des musées par type et par score du « lieu ».	191
26. Figure 5.7. La proposition de typologie des différentes « Muséalités ».	193
27. Figure 5.8. Les exemples de localisation de musées selon les différents types de « Muséalité ».	194

28. Figure 5.9. La comparaison du nombre d'emplois dans les secteurs de la fabrication de l'industrie culturelle et de l'évolution des musées entre 1993 et 2008.	198
29. Figure 5.10. La comparaison du nombre d'emplois dans les secteurs touristiques et de l'évolution des musées entre 1993 et 2008.	201
30. Figure 5.11. La comparaison de l'emploi dans les secteurs de la consommation symbolique et de l'évolution des musées entre 1993 et 2008.	204

Tableaux :

1. Tableau 2.1. Les musées parisiens au XIX ^e siècle.	45
2. Tableau 2.2. Les musées au début du XIX ^e siècle.	51
3. Tableau 2.3. La répartition de l'hôtel de luxe à la seconde moitié du XIX ^e siècle.	62
4. Tableau 3.1 Les musées parisiens créés dans la première moitié du XX ^e siècle.	93
5. Tableau 3.2. Les musées parisiens créés durant la deuxième moitié du XX ^e siècle.	95
6. Tableau 4.1. La fréquentation des musées nationaux par groupes géographiques.	122
7. Tableau 4. 2. Les changements du paysage muséal parisiens entre 2000 et 2010.	124
8. Tableau 4.3. Nouveaux projets muséaux mis en place pendant la décennie 2000-2010.	125
9. Tableau 4.4. L'exemple du coefficient de corrélation.	151
10. Tableau 4.5. Coefficient de corrélation (R) et valeur de Sig entre la série des QL du secteur « Gestion des musées », et la série des QL de chacun des autres secteurs d'activités sélectionnés, entre 1993 et 2008.	159
11. Tableau 4.6. La comparaison des secteurs d'activités avec R positif et Sig inférieure à 0,05 % entre 1993-1998 et 1999-2008.	157
12. Tableau 4.7. Coefficient de corrélation (R) et valeur de Sig entre la série des QL du secteur « Gestion des musées », et la série des QL de chacun des autres secteurs d'activités sélectionnés, entre 1993 et 1998.	161
13. Tableau 4.8. Coefficient de corrélation (R) et valeur de Sig entre la série des QL du secteur « Gestion des musées », et la série des QL de chacun des autres secteurs d'activités sélectionnés, entre 1999 et 2008.	163
14. Tableau 5.1. Variables retenues pour qualifier la « muséalité » des musées.	180
15. Tableau 5.2. La répartition des emplois du secteur « Restauration traditionnelle » en 2008 à Paris.	183
16. Tableau 5.3. L'exemple des données du group de « Dynamisme ».	187
17. Tableau 5.4. Le score synthétique de chaque musée pour les 3 grands indicateurs.	187

Graphiques :

1. Graphique 2.1. L'évolution démographique de Paris en XIX ^e siècle.	56
2. Graphique 3.1. L'année de création des musées parisiens de 1792 au 2007.	88

3. Graphique 3. 2. La fréquentation du musée du Louvre de 1961 à 1990.	106
4. Graphique 4.1. Quotient de localisation et nombre d'emplois de « Gestion des musées » parisiens entre 1993 et 2008.	143
5. Graphique 4.2. L'évolution de la structure des QL pour les secteurs parisiens avec un $QL > 2$ entre 1993 et 2008.	143
6. Graphique 4.3. L'évolution du nombre des secteurs (NAF 2008) avec un QL supérieur à 2 par groupe d'activité (nomenclature A17) sur Paris entre 1993 et 2008, en valeur absolue.	144
7. Graphique 4.4. L'évolution du nombre des secteurs (NAF 2008) avec un QL supérieur à 2 par groupe d'activité (nomenclature A17) sur Paris entre 1993 et 2008, en pourcentage.	146
8. Graphique 4.5. L'évolution de secteur « fabrication de vêtements de dessus » par QL et nombre d'emplois de 1993 à 2008.	148
9. Graphique 4.6. La dispersion du groupe IZ en fonction du QL et de l'emploi, de 1993 à 2008.	148
10. Graphique 4.7. La répartition des secteurs d'activités avec R positif et Sig est inférieure à 0,05 %, agrégés en groupes (nomenclature A 17), entre 1993 et 2008.	153
11. Graphique 4.8. La comparaison des secteurs d'activités avec R positif et Sig inférieure à 0,05 % entre 1993-1998 et 1999-2008.	156
12. Graphique 5.1. L'évolution du nombre d'emplois dans les secteurs de la fabrication de l'industrie culturelle entre 1993 et 2008.	197
13. Graphique 5.2. L'évolution de l'emploi dans les secteurs touristiques entre 1993 et 2008.	199
14. Graphique 5.3. L'évolution de l'emploi dans les secteurs de la consommation symbolique entre 1993 et 2008.	202

Photos :

1. Photo 2.1. Une soirée au Louvre chez le comte de Nieuwerkerke en 1855.	78
2. Photo 3.1. Le musée d'Ethnographie du Trocadéro en 1890	91
3. Photo 3.2. Le musée permanent des Colonies en 1931	91
4. Photo 3.3. Le projet de la Pyramide du Louvre	105
5. Photo 3.4. Le mode d'exposition classique d'œuvres à contempler au Louvre	110
6. Photo 3.5. Les supports divers pour l'exposition	110
7. Photo 3.6. L'exposition de chaises au musée des Arts Décoratifs de Paris	112
8. Photo 3.7. L'exposition « science et fiction » à la Cité des sciences et de l'industrie	112

Un paysage culturel dynamique :

Géographie historique et économique des musées parisiens

HUANG Hui

Résumé :

Paris présente un paysage culturel exceptionnel, dans lequel les musées occupent une place importante. Notre thèse montre que ce paysage n'a cessé de se transformer au cours de l'histoire, et se transforme encore actuellement. Quant aux musées eux-mêmes, ils sont bien différents de l'image qu'on leur associe d'une institution figée dont le fonctionnement va à l'encontre de la logique économique. Nous avons mis en évidence leur participation à l'économie productive, plus précisément à la production symbolique, et leur adaptation constante à l'évolution de la situation, dans leurs statuts, leur réponse à la demande du public ou leurs liens avec d'autres institutions. Enfin, nous soulignons que les activités muséales sont caractérisées par leurs affinités avec les autres formes de consommation symbolique, et forment une même agglomération spatiale avec les secteurs de la consommation symbolique.

Mots clés :

Paris ; Musée ; Société post-industrielle ; Géographie de l'économie culturelle ; Industrie culturelle ; Économie productive ; Valeur symbolique.

Doctoral thesis title :

A dynamic cultural landscape: historical and economic geography of the museums of Paris

Abstract :

Paris has an exceptional cultural landscape, in which museums play an important role. This PhD thesis insists that this landscape has never ceased to change and is still changing. As for the museums themselves, far from being institutions opposed to change and to a modern economy, we have shown that they participate in the productive economy, specifically in the symbolic production, and that they manage to adapt to the public demand, to adjust their statutes, to rethink their links with other institutions and so on. Finally, we claim that museum activities are characterized by their similarities with other forms of symbolic consumption, and their spatial proximity with the areas of symbolic consumption.

Key words :

Paris; Museum; Post-industrial society; Cultural industry; Cultural economic geography; Productive economy; Symbolic value.

Les annexes :

1. Nombre de visiteurs du Musée du Louvre entre 1962 et 1992

Année	Nombre/payantes	Année	Nombre/payantes	Année	Nombre/payantes
1962	801,698	1972	1,504,644	1982	1,247,361
1963	980,150	1973	1,517,763	1983	1,309,807
1964	1,012,136	1974	1,532,632	1984	1,900,619
1965	1,135,012	1975	1,449,880	1985	2,054,855
1966	1,182,878	1976	1,456,763	1986	1,729,686
1967	1,188,964	1977	1,596,720	1987	1,790,211
1968	878,643	1978	1,881,039	1988	1,774,597
1969	1,083,506	1979	1,687,635	1989	2,540,205
1970	1,206,873	1980	1,593,380	1990	3,541,538
1971	1,264,622	1981	1,632,237	1991	3,246,209
				1992	3,389,991

Source: Jean Galard, 1993, *Visiteurs du Louvre*, Paris, Éditions de la RMN, p.187-191.

2. Quotient de localisation et nombre d'emploi de « Gestion des musées » parisiens entre 1993 et 2008

Année	QL	Nombre d'emploi
1993	0,86	111
1994	0,88	139
1995	1,02	176
1996	1,08	178
1997	1,05	166
1998	1,16	183
1999	2,90	593
2000	3,07	620
2001	3,67	623
2002	3,49	599
2003	3,39	579
2004	4,00	681
2005	4,27	715
2006	4,67	785
2007	4,81	810
2008	5,27	863

Source : Assedic

3. Méthode et sources du cinquième chapitre

3.1. Sources et matériaux

Cette étude est réalisée à partir des données fournies principalement par *Le journal*

des arts, et plus précisément leur base de données de 2012 construite autour de trois groupes d'indicateurs regroupant au total plus de 60 variables. Cependant, cette base de données concerne seulement 30 des musées parisiens qui nous intéressent. Les informations pour les 21 musées restants ont été complétées de diverses manières, par exemple, à partir de ce qui est déclaré sur les sites Internet des musées, ou via l'information disponible sur le terrain et à travers diverses publications (les rapports des musées, « Chiffres clés 2012, statistiques de la culture », « Fréquentation des sites culturels parisiens en 2011 », etc.). Enfin, j'ai choisi 22 variables analysées à l'aide du logiciel Spss, regroupées en trois grands indicateurs, à savoir le « Dynamisme », l'« Attractivité traditionnelle », le « Lieu ». Pour le détail, voir les tableaux 3 à 7.

3.2. Objectif et étapes

L'objectif de l'étude est de faire ressortir tout d'abord les caractéristiques muséales des établissements parisiens concernant ces trois dimensions : le dynamisme, le lieu, l'attractivité traditionnelle.

Ensuite, nous avons synthétisé différentes variables jugées pertinentes en trois indicateurs numériques pour constituer la « muséalité » de chacun des 51 musées dans notre corpus de données. Nous explicitons ces choix ci-dessous

Enfin, nous avons classé et regroupé en différents types généraux les 51 musées.

L'analyse typologique des « muséalités » nous a ainsi permis de discerner les nouveaux profils et de dresser un nouveau paysage des musées parisiens, en lien avec l'économie productive.

3.3. Étapes concrètes

On peut donc dégager plus précisément trois étapes du raisonnement :

- 3.1.1. Construction d'une base de données à partir des différentes variables réparties en trois grands indicateurs. (Dynamisme, Attractivité traditionnelle, Lieu)
- 3.1.2. Calcul du score synthétique de chaque musée pour les grands indicateurs.
- 3.1.3. Établissement d'une typologie des différents types de « Muséalité » des musées (cf. figure 5.3 dans la thèse).

La suite du texte précise les aspects techniques du calcul.

3.4. Calcul des indicateurs « dynamisme » et « attractivité traditionnelle »

Afin de constituer les scores des indicateurs synthétiques utilisés dans le chapitre 5 (à savoir, le « dynamisme », l'« attractivité traditionnelle » d'un musée), nous avons utilisé une méthode de barycentre (ou moyenne pondérée) : il s'agit d'affecter un coefficient à chaque variable afin de traduire l'importance qu'elle a relativement aux autres variables.

Pour cela, il faut d'abord déterminer l'importance relative des différentes variables dans la spécificité du profil de chaque musée.

On prend ici l'exemple de l'indicateur « Dynamisme ». Celui-ci regroupe dix

variables, à savoir : Association des amis (variable X_1) ; Nombre d'exposition temporaire (variable X_2) ; Location événements privés (variable X_3) ; Recettes commerciales totale (variable X_4) ; Fan facebook (variable X_5) ; Nombre oeuvres prêtées (variable X_6) ; Bilan annuel (variable X_7) ; Librairie (variable X_8) ; Cafétéria (variable X_9) ; Label de France (variable X_{10}) (cf. tableau 5 et 6).

Il y a deux grandes phases dans le calcul du score de chaque musée : tout d'abord, déterminer le poids que l'on va affecter à chacune des variables, ensuite faire la somme des dix variables pondérées par un facteur qui traduit ce poids relatif. La première phase recourt à une méthode statistique très fréquente, l'Analyse en Composantes principales (ACP), qui demande l'usage de logiciels informatiques (Spss dans notre cas). La seconde phase se fait avec des opérations simples sur Excel.

3.4.1. L'ACP : principales étapes.

L'objectif de l'ACP est de transformer des variables liées entre elles (dites « corrélées » en statistique) en nouvelles variables décorrélées les unes des autres. Dans notre cas, il s'agit donc de transformer les dix variables retenues pour le groupe « dynamisme » en quelques « composantes principales », ou axes principaux¹. L'ACP permet de savoir pour chaque variable de départ (nombres d'expositions etc.) l'importance qu'elle joue dans les « composantes principales », et donc son poids relatif.

La première étape consiste à voir si les variables sont corrélées entre elles d'un point de vue statistique, ou si leur distribution est due au hasard. Pour cela, il faut vérifier deux tests : La mesure de kaiser-Meyer-Olkin et le test de Bartlett.

Tout d'abord, il faut s'assurer que les variables utilisées sont pertinentes, suffisamment corrélées entre elles et qu'elles ne comporteront aucun cas de singularité où une variable serait entièrement définie par une ou plusieurs autres variables combinées avant de procéder à l'ACP elle-même. C'est ce que sert à vérifier la mesure de Kaiser-Meyer-Olkin (KMO).

Un KMO élevé indique qu'il existe une solution factorielle statistiquement acceptable qui représente les relations entre les variables. Selon Spss, KMO propose les critères suivant : une valeur de KMO de moins de 0,5 est inacceptable ; de 0,5 reste faible ; de 0,6 est médiocre ; de 0,7 est moyenne ; e 0,8 est bonne ; de 0,9 est très bonne.

Le test de sphéricité de Bartlett, quant à lui, vérifie l'hypothèse nulle selon laquelle toutes les corrélations seraient égales à zéro. Il faut pouvoir rejeter l'hypothèse nulle pour que le test soit significatif (la probabilité d'obtenir la valeur du test doit être plus petite que 0,5).

Dans notre cas, la valeur de KMO est 0,694, proche de 0,7, notre analyse en composantes principales est acceptable.² Et le test de Bartlett (sig) est de 0,00, ce qui signifie que l'analyse est possible.

¹ Nous nous sommes inspirés pour l'explication de l'ACP de http://fr.wikipedia.org/wiki/Analyse_en_composantes_principales

² Cité de Norusis, M. J. 1993, Spss professional statistics. SPSS, Chicago.

Ensuite, on cherche la valeur propre pour les différentes composantes que nous voulons extraire par Spss.

Tableau 1 : Répartition des valeurs propres et des pourcentages de variance associés à chacune des composantes principales.

Composante	valeurs propres		
	Total	% of Variance	Cumulative %
1	3,235	32,350	32,350
2	1,719	17,187	49,537
3	1,326	13,262	62,799
4	1,128	11,284	74,083
5	0,798	7,983	82,066
6	0,579	5,786	87,852
7	0,474	4,736	92,587
8	0,363	3,627	96,214
9	0,344	3,438	99,652
10	0,035	0,348	100,000

À travers l'ACP, on peut trouver les nouvelles variables composites fabriquées à partir des variables d'origine. Le tableau 1 présente ces valeurs propres à partir des variables de l'indicateur « Dynamisme ». On constate que la valeur propre de la première composante est de 3,235 qui correspond à 32,3 % de la variance totale. En d'autres termes, la première variable fabriquée 32,3 % de l'information totale. Comme on le voit sur le tableau 1, les quatre premières variables décorréées ainsi fabriquées expliquent ensemble 74 % de l'information. L'objectif de l'ACP étant de réduire le nombre des variables, on écarte les variables fabriquées qui portent moins de 10 % de l'information.

Ensuite, le calcul du score de chaque musée peut se baser sur les quatre composantes principales ou variables fabriquées.

L'étape suivante consiste à déterminer pour chacune des quatre composantes principales ainsi construites quel est le poids relatif des dix variables de départ, afin de pouvoir pondérer la valeur de ces dix variables. Spss construit pour cela une matrice (cf. « Component matrix », tableau 2), où les valeurs oscillent entre 1 et -1. Une valeur négative indique une corrélation inverse. Une valeur proche de zéro indique que la variable d'origine joue un rôle négligeable dans cette composante, alors qu'une valeur absolue proche de 1 indique un rôle important. Par exemple, comme on peut le lire sur le tableau 2, pour la composante F1, le nombre d'expositions temporaires, de Fan Facebook, et les recettes commerciales sont les variables les plus importantes, alors que le Label musée de France et le nombre d'œuvres prêtées jouent un rôle faible. Au contraire, pour la composante F4, le Label et le nombre d'œuvres prêtées sont les seules dimensions importantes.

Tableau 2 : Composant Matrix(a)

	Composante			
	F1	F2	F3	F4
Association des amis	0,583	0,511	0,268	-0,006
Nombre Expos temp.	0,748	-0,280	0,007	-0,052
Location événements privées	0,563	0,527	0,267	-0,001
Fan Facebook	0,703	-0,635	0,142	-0,053
Bilan annuel	0,342	0,316	0,648	-0,032
Librairie	0,512	0,197	-0,689	0,026
Cafeteria	0,672	0,235	-0,467	0,006
Label musée de France	-0,125	-0,363	0,171	0,743
Recettes commerciales totales	0,785	-0,538	0,102	-0,025
Nombre œuvres prêtées	0,248	0,286	-0,096	0,754

Extraction Method: Principal Component Analysis. Component matrix(a)
a 4 components extracted.

Nous avons donc, au terme de l'ACP, déterminé le poids de chacune des dix variables de départ au sein de quatre composantes qui représentent ensemble la majeure partie de l'information portées par nos données (74 %).

3.4.2. Calcul du score de chaque musée : somme des variables pondérées

Il s'agit ici de construire un score en multipliant la valeur de chacune des variables par son « poids » dans l'information totale. La valeur de la variable est donc pondérée par son poids dans une composante donnée, mais aussi par le poids de cette composante par rapport à l'ensemble de l'information.

On a alors la formule suivante :

Soit x_1 la valeur de la variable 1 (association des amis) etc.

Soit y_{11} le poids de la variable 1 pour la composante 1, y_{12} le poids de la variable 1 pour la composante 2, ... , y_{21} le poids de la variable 2 pour la composante 1, y_{22} le poids de la composante 2, etc. (Cf. tableau 3. Dans ce cas, $y_{11}=0,583$, $y_{12}=0,511$, $y_{21}=0,748$ etc.)

Soit z_1 la valeur propre de la composante 1 (i.e. : la part qu'elle représente dans l'information totale, en l'occurrence 3,235), z_2 la valeur propre de la composante 2, etc. (cf. tableau 1).

On appelle X_1 la valeur pondérée de la variable 1 (association des amis), X_2 la valeur pondérée de la variable 2 (Nombre d'expositions temporaires) etc.

On a alors $X_1=x_1*(y_{11}+y_{12}+y_{13}+y_{14})$

Soit S_1 le score du musée 1, S_2 le score du musée 2 etc..

$$S_1 = X_1 + X_2 + \dots + X_{10}$$

3.5. Calcul de l'indicateur synthétique « Lieu »

L'indicateur « Lieu » est plus simple, puisqu'il n'inclut que deux variables : la localisation et la taille de surface d'exposition. Nous avons donné une valeur numérique pour indiquer la localisation en fonction des trois types de zone déterminées dans le chapitre 3 : 100 indique une localisation au cœur de la ville, 40 une localisation en périphérie, et entre les deux on a donné un score de 60 (cf. tableau 7).

L'indicateur est alors simplement la somme du score pour les deux variables.

Les sources utilisées dans le cinquième chapitre

Tableau 3 : Les indicateurs d' « Attractivité traditionnelle » 1

Musée	1 Nombre journée d'ouverture au public	2 Nombre de nocturnes	3 Accès handicapé	4 Fiche explicative	5 Audio guide	6 Effectif d'accueil et surveillance
Musée de Montmartre	336	0	non	oui	oui	5
Musée des Plans Reliefs	349	1	non	oui	oui	n
Musée de la chasse et de la nature	306	2	oui	oui	non	5
Musée Jean Moulin Mémorial Leclerc et de la libération de Paris	300	1	oui	non	oui	9
Musée de la Vie romantique - Hôtel Scheffer-Renan	304	4	non	oui	oui	30
Maison de Victor Hugo	303	2	oui	oui	oui	20
Musée Jacquemart-André	365	49	non	oui	oui	18
L'Adresse Musée de la Poste	304	46	non	non	oui	17.5
Musée d'Art et d'Histoire du Judaïsme	309	35	oui	oui	oui	19.8
Musée Bourdelle	303	1	oui	oui	oui	31
Cité de la Musique - Musée de la musique	310	54	oui	oui	oui	20
Musée national du Moyen-Âge	310	26	non	oui	oui	41.5
Musée Rodin	310	0	oui	oui	oui	53
Musée des arts et métiers	311	54	oui	oui	oui	25

Cité de l'architecture & du patrimoine	308	52	oui	oui	oui	36.6
Petit Palais, musée des Beaux-Arts de la ville de Paris	303	50	oui	oui	oui	86
Musée d'art moderne de la Ville de Paris	296	32	oui	oui	oui	88
Musée des arts asiatiques - Guimet	310	1	oui	oui	oui	113
Musée de l'Armée	353	26	oui	oui	oui	83
Musée Carnavalet - Histoire de Paris	304	1	oui	oui	oui	119
Musée du quai Branly	323	160	oui	oui	oui	145
Les Arts Décoratifs	310	51	oui	oui	oui	140
Musée d'Orsay	304	71	oui	oui	oui	320
Centre Pompidou - MNAM	312	312	oui	oui	oui	127.7
Musée du Louvre	310	103	oui	oui	oui	1332
Musée national Jean-Jacques Henner	306	0	non	oui	non	n
Muséum d'Histoire Naturelle	310	2	oui	oui	oui	n
Musée des Monnaies et Médailles	310	0	non	oui	non	n
Les Catacombes	303	0	non	oui	oui	n
Musée de La Franc-Maçonnerie	249	1	oui	oui	oui	n

le grande palais	300		oui	oui	oui	n
Musée Cernuschi	303	0	oui	oui	oui	n
Musée Gustave Moreau	304	0	non	oui	non	n
Musée d'Ennery	310	0	oui	oui	oui	n
Musée National du Sport	0	0	oui	oui	oui	n
Musée Eugène Delacroix	310	0	non	oui	oui	n
Maison de Balzac	303	0	non	oui	oui	n
Galliera	0	0	non	non	non	n
Musée de La Publicité	310	51	oui	non	non	n
Crypte archéologique du parvis de Notre-Dame	290	0	non	oui	oui	n
Musée Zadkine	303	0	oui	oui	non	n
Musée Hébert	0	0	non	oui	oui	n
Musée Picasso	0	0	oui	oui	oui	n
Cité des Sciences et de l'industrie	300	0	oui	oui	oui	n
Centre National de l'histoire de l'immigration	310	0	oui	oui	oui	n
Pinacothèque de paris	365	102	oui	oui	non	n
Musée de la Légion d'Honneur et des Ordres de Chevalerie	303	0	oui	oui	oui	n
Musée de l'Orangerie	310	3	oui	oui	oui	n
Musée Cognacq-Jay	303	0	non	oui	oui	n
Musée de l'Assistance	0	0	non	oui	non	n

publique						
Musée nissim-de-camondo	249	0	oui	oui	oui	n
le Palais de la Découverte	300	1	oui	oui	oui	n
Musée de la Marine de Paris	310	1	oui	oui	oui	n

(Note : n signifie que l'information n'est pas disponible)

Tableau 4 : Les indicateurs d' « Attractivité traditionnelle » 2

Musée	7 Nombre Journées gratuites	8 Nombre Oeuvres exposées	9 Tarif plein	10 Nombre total de visiteurs
Musée de Montmartre	0	1000	8	40219
Musée des Plans Reliefs	2	28	9	76514
Musée de la chasse et de la nature	14	1913	6	50003
Musée Jean Moulin Mémorial Leclerc et de la libération de Paris	300	300	4	17824
Musée de la Vie romantique - Hôtel Scheffer-Renan	304	330	0	111944
Maison de Victor Hugo	303	250	0	175150
Musée Jacquemart-André	0	1030	11	491000
L'Adresse Musée de la Poste	3	625	5	112279
Musée d'Art et d'Histoire du Judaïsme	2	510	6.8	150379
Musée Bourdelle	303	300	0	68559
Cité de la Musique - Musée de la musique	3	1000	8	246418
Musée national du Moyen-Âge	15	2075	8.5	318068
Musée Rodin	12	880	6	734712
Musée des arts et métiers	56	3000	6.5	222004
Cité de l'architecture & du patrimoine	13	357	8	237200

Petit Palais, musée des Beaux-Arts de la ville de Paris	303	1213	0	561353
Musée d'art moderne de la Ville de Paris	1	414	9	608462
Musée des arts asiatiques - Guimet	52	4000	7.5	290000
Musée de l'Armée	4	8500	9	1433850
Musée Carnavalet - Histoire de Paris	304	7000	0	1107719
Musée du quai Branly	19	8n5	8.5	1457028
Les Arts Décoratifs	0	8150	9	540160
Musée d'Orsay	11	2500	8	3144449
Centre Pompidou - MNAM	12	1636	12	4302247
Musée du Louvre	12	35000	10	8887653
Musée national Jean-Jacques Henner	52	n	5	13428
Muséum d'Histoire Naturelle	2	3000	7	2166666
Musée des Monnaies et Médailles	52	2450	3	0
Les Catacombes	0	n	8	314086
Musée de La Franc-Maçonnerie	0	n	6	16500
le grande palais	2	n	10	1839423
Musée Cernuschi	303	n	0	53772
Musée Gustave Moreau	52	5000	5	38092
Musée d'Ennery	104	n	0	0
Musée National du Sport	0	350	3	12000
Musée Eugène Delacroix	54	n	5	67572
Maison de Balzac	303	n	0	52186
Galliera	0	n	n	0
Musée de La Publicité	0	n	9.5	0
Crypte archéologique du parvis de Notre-Dame	0	n	5	183988

Musée Zadkine	303	n	0	26398
Musée Hébert	54	n	5	3500
Musée Picasso	52	2315	n	0
Cité des Sciences et de l'industrie	1	n	8	2654000
Centre National de l'histoire de l'immigration	52	n	6	64771
Pinacothèque de paris	0	n	10	690000
Musée de la Légion d'Honneur et des Ordres de Chevalerie	303	10000	0	74200
Musée de l'Orangerie	1	n	7.5	697108
Musée Cognacq-Jay	303	n	0	64608
Musée de l'Assistance publique	0	n	4	13016
Musée nissim-de-camondo	0	n	7.5	54012
le Palais de la Découverte	1	18170	8	682036
Musée de la Marine de Paris	1	n	7	208898

Tableau 5 : Les indicateurs du « Dynamisme » 1

Musée	1 Association des amis	2 Nombre Expos temp.	3 Location événements privées	4 Recettes commerciales totales	5 Fan Facebook
Musée de Montmartre	oui	1	oui	n	3421
Musée des Plans Reliefs	non	0	non	n	750
Musée de la chasse et de la nature	oui	3	oui	258638	2174
Musée Jean Moulin Mémorial Leclerc et de la libération de Paris	non	1	non	7711	0
Musée de la Vie romantique - Hôtel Scheffer-Renan	oui	2	oui	152100	2645
Maison de Victor Hugo	non	5	non	156648	1100
Musée Jacquemart-André	non	2	oui	7000000	1419
L'Adresse Musée de la Poste	oui	6	oui	652000	5976
Musée d'Art et d'Histoire du Judaïsme	non	5	oui	n	5040
Musée Bourdelle	oui	2	non	n	0
Cité de la Musique - Musée de la musique	oui	2	oui	1256348	32517
Musée national du Moyen-Âge	oui	2	oui	2050000	2437
Musée Rodin	oui	8	oui	12202217	13409
Musée des arts et métiers	oui	4	oui	n	3000
Cité de l'architecture & du patrimoine	non	11	oui	n	2800
Petit Palais, musée des Beaux-Arts de la ville de Paris	oui	4	oui	783054	11973
Musée d'art moderne de la Ville de Paris	oui	6	non	2001869	26015
Musée des arts asiatiques - Guimet	oui	5	oui	2408766	7250
Musée de l'Armée	oui	4	oui	8108542	2850
Musée Carnavalet - Histoire de Paris	oui	9	oui	2263476	7915
Musée du quai Branly	oui	25	oui	11700000	20753

Les Arts Décoratifs	oui	10	oui	4809400	58
Musée d'Orsay	oui	6	oui	26372970	11171
Centre Pompidou - MNAM	oui	19	oui	34440144	242000
Musée du Louvre	oui	20	oui	93983609	581315
Musée national Jean-Jacques Henner	oui	1	oui	n	2040
Muséum d'Histoire Naturelle	oui	14	oui	10800000	13660
Musée des Monnaies et Médailles	non	1	non	n	76688
Les Catacombes	oui	0	non	n	11112
Musée de La Franc-Maçonnerie	oui	4	non	n	1649
le Grande Palais	oui	40	oui	n	81626
Musée Cernuschi	oui	4	oui	n	1039
Musée Gustave Moreau	oui	0	oui	n	5353
Musée d'Ennery	oui	0	non	n	14
Musée National du Sport	oui	0	oui	n	572
Musée Eugène Delacroix	oui	1	oui	n	32019
Maison de Balzac	oui	2	non	n	290
Galliera	oui	0	non	n	30
Musée de La Publicité	oui	3	oui	n	78
Crypte archéologique du parvis de Notre-Dame	oui	2	non	n	0
Musée Zadkine	oui	0	non	n	156
Musée Hébert	oui	0	non	n	9
Musée Picasso	oui	0	oui	n	4133
Cité des sciences et de l'industrie	oui	8	oui	15797600	221
Centre National de l'histoire de l'immigration	oui	2	oui	n	4794
Pinacothèque de paris	oui	7	oui	n	1946

Musée de la Légion d'Honneur et des Ordres de Chevalerie	oui	2	non	n	122
Musée de l'Orangerie	oui	2	oui	n	1212
Musée Cognacq-Jay	oui	1	non	n	198
Musée de l'Assistance publique	oui	0	non	n	30
Musée Nissim-de-Camondo	oui	2	oui	n	894
le Palais de la Découverte	oui	7	oui	3950000	7283
Musée de la Marine de Paris	oui	2	oui	n	5461

Tableau 6 : Les indicateurs du « Dynamisme » 2

Musée	6 Nombre oeuvres prêtées	7 Bilan annuel	8 Librairie	9 Cafeteria	10 Label musée de France
Musée de Montmartre	n	oui	oui	non	oui
Musée des Plans Reliefs	1	non	oui	oui	non
Musée de la chasse et de la nature	83	oui	oui	non	oui
Musée Jean Moulin Mémorial Leclerc et de la libération de Paris	2	oui	non	non	oui
Musée de la Vie romantique - Hôtel Scheffer-Renan	9	oui	non	non	oui
Maison de Victor Hugo	83	non	oui	non	oui
Musée Jacquemart-André	30	oui	oui	oui	oui
L'Adresse Musée de la Poste	426	oui	non	non	oui
Musée d'Art et d'Histoire du Judaïsme	240	oui	oui	non	oui
Musée Bourdelle	63	non	non	non	oui
Cité de la Musique-Musée de la musique	17	oui	oui	oui	oui
Musée national du Moyen-Âge	102	oui	oui	non	oui
Musée Rodin	377	oui	oui	oui	oui
Musée des arts et métiers	982	oui	oui	oui	oui

Cité de l'architecture & du patrimoine	30	oui	oui	oui	oui
Petit Palais, musée des Beaux-Arts de la ville de Paris	271	non	oui	oui	oui
Musée d'art moderne de la Ville de Paris	107	oui	oui	oui	oui
Musée des arts asiatiques-Guimet	2n	oui	oui	oui	oui
Musée de l'Armée	23810	oui	oui	oui	oui
Musée Carnavalet - Histoire de Paris	969	oui	oui	non	oui
Musée du quai Branly	3514	oui	oui	oui	oui
Les Arts Décoratifs	5035	oui	oui	oui	oui
Musée d'Orsay	7527	oui	oui	oui	oui
Centre Pompidou - MNAM	3641	oui	oui	oui	oui
Musée du Louvre	1357	oui	oui	oui	oui
Musée national Jean-Jacques Henner	n	oui	non	non	oui
Muséum d'Histoire Naturelle	n	oui	oui	oui	oui
Musée des Monnaies et Médailles	n	non	non	non	oui
Les Catacombes	n	non	non	non	non
Musée de La Franc-Maçonnerie	n	non	oui	non	oui
le Grande Palais	n	oui	oui	oui	non
Musée Cernuschi	n	non	non	non	oui
Musée Gustave Moreau	n	oui	oui	non	oui
Musée d'Ennery	n	non	non	non	oui
Musée National du Sport	n	oui	non	non	oui
Musée Eugène Delacroix	n	non	oui	non	oui
Maison de Balzac	n	non	non	non	oui
Galliera	n	non	oui	non	oui
Musée de La Publicité	n	non	oui	oui	oui

Crypte archéologique du parvis de Notre-Dame	n	non	non	non	non
Musée Zadkine	n	non	oui	non	oui
Musée Hébert	n	oui	oui	non	oui
Musée Picasso	n	oui	oui	non	oui
Cité des sciences et de l'industrie	n	oui	oui	oui	non
Centre National de l'histoire de l'immigration	n	oui	oui	non	oui
Pinacothèque de paris	n	oui	oui	oui	non
Musée de la Légion d'Honneur et des Ordres de Chevalerie	n	oui	oui	non	non
Musée de l'Orangerie	n	non	oui	non	oui
Musée Cognacq-Jay	n	non	non	non	oui
Musée de l'Assistance publique	n	non	non	non	oui
Musée Nissim-de-Camondo	n	non	non	non	oui
le Palais de la Découverte	n	oui	oui	oui	non
Musée de la Marine de Paris	n	oui	oui	non	oui

Tableau 7 : Les indicateurs du « Lieu »

Musée	1 Localisation	2 Taille de l'exposition	Musée	1 Localisation	2 Taille de l'exposition
Musée de Montmartre	60	300	Musée des Monnaies et médailles	100	100
Musée Jean Moulin	60	1200	Les Catacombes	60	100
Musée de la Vie romantique	100	443	Musée de La Franc-Maçonnerie	100	400
Maison de Victor Hugo	100	560	Le Grande Palais	100	13500
Musée Jacquemart-André	100	1000	Musée Cernuschi	100	955
L'Adresse Musée de la Poste	60	2100	Musée Gustave Moreau	100	100
Musée d'Art et d'histoire du judaïsme	100	1695	Musée d'Ennery	60	100
Musée Bourdelle	60	1570	Musée national du Sport	60	700
Cité de la Musique-Musée de la musique	40	2800	Musée Eugène Delacroix	100	794
Musée national du Moyen-Âge	100	2253	Maison de Balzac	60	225
Musée Rodin	100	2667	Galliera	60	450
Musée des Arts et métiers	100	6000	Musée de La Publicité	100	100
Cité de l'architecture & du patrimoine	60	22000	Crypte archéologique du parvis de Notre-Dame	100	1800
Petit Palais, musée des Beaux-Arts de la Ville de Paris	100	8600	Musée Zadkine	100	170
Musée d'art moderne de la Ville de Paris	60	7871	Musée Hébert	100	640
Musée des arts asiatiques-Guimet	60	6050	Musée Picasso	100	2100
Musée de l'Armée	100	14646	Cité des sciences et de l'industrie	40	100000
Musée Carnavalet-Histoire de Paris	100	10000	Centre National de l'histoire de l'immigration	60	16000
Musée du quai Branly	100	12000	Pinacothèque de paris	100	5000
Les Arts décoratifs	100	11328	Musée de la Légion d'honneur et des ordres de chevalerie	100	1000

Musée d'Orsay	100	14046	Musée de l'Orangerie	100	2238
Centre Pompidou-MNAM	100	21500	Musée Cognacq-Jay	100	750
Musée du Louvre	100	68625	Musée de l'Assistance publique	100	3820
Musée national Jean-Jacques Henner	60	400	Musée Nissim-de-Camondo	100	800
Muséum d'histoire naturelle	100	6000	le Palais de la découverte	100	25000
Musée de la Marine de Paris	60	4500			