



Musée de la Monnaie à Tunis

plus thématique. En témoignent la salle de salaison du Musée archéologique de Nabeul ou la salle de Byrsa au Musée de Carthage, ou encore pour les musées d'arts et traditions populaires, la présentation thématique de Dar Ben Abdallah, très appréciée par le public et en cours de remodelage en vue de la bonne sauvegarde des pièces.

Evoquons rapidement d'autres musées, dont les stratégies sont différentes et méritent être considérées. Les visites au Musée de la Monnaie ou à la Cité des Sciences nous ont montré par exemple qu'un projet avait été défini dès le début de la création du musée, afin de planifier toutes les sections de l'institution. Dans le cas du Musée de la Monnaie, soulignons l'intérêt pour la contextualisation des pièces exposées qui va de la maquette du bâtiment aux loupes pour améliorer la vision des pièces, ou les panneaux interactifs qui permettent au visiteur de toucher la silhouette des monnaies. La Cité des Sciences présente aussi des ressources muséographiques interactives, et s'est appuyée sur une intéressante stratégie de diffusion et d'impact sur la population locale, grâce à la publicité graphique et au bus aménagé, contenant des informations sur la Cité et ses expositions, et

se déplaçant à travers les populations rurales. Pour terminer cette brève présentation, je citerai quelques institutions qui n'ont pas eu besoin de grands budgets pour valoriser leur collection et approcher leur public, tels le Musée National de la Médecine ou le Musée du Patrimoine Insulaire de l'île de Kerkennah.

Cette étude souhaite enfin donner des pistes parmi d'autres pour de nouvelles lignes de recherche sur la situation actuelle des musées tunisiens : une étude sur l'impact des médias, notamment Internet ou la télévision sur le public potentiel du musée ; la nouvelle interactivité visiteur-musée à partir des nouvelles technologies. Et je voudrais finir avec la ligne que j'ai décidé de suivre comme sujet pour mon mémoire de master : musées sans public et public sans musée.

Tanit LAGÜENS

1. De diego Estrella, *Travesías por la incertidumbre*, Editorial Seix Barral, Barcelona, 2005.

2. Ce texte débute par un clin d'œil à la personne qui m'a ouvert le monde infini des réflexions sur la question du musée. On était en quatrième année d'Histoire de l'Art et Estrella de Diego, notre enseignante, nous « donnait à lire » Douglas Crimp et Walter Benjamin. J'ai alors choisi de m'intéresser à l'interaction musée-public comme la seule manière de redonner la « vie » à l'« institution muséale ».

3. Comme exemple, deux articles d'Olfa

Belhassine sur les musées publiés au journal *La Presse* : « Modernité du patrimoine Gestion des musées - Peut mieux faire », consulté sur allAfrica le 24/08/2010 et « L'art moderne n'a-t-il pas droit à une mémoire ? » consulté sur le site de La Presse le 24/08/2010.

4. Facebook est un espace d'échange aussi pour la question des musées. On constate dans ce champ aussi une augmentation de la présence des acteurs culturels parmi lesquels on trouve par exemple le *Musée National du Bardo* de 1026 membres où le *Musée National Dar Ayed Ksar hellal* avec 280 membres. Le virtuel permet aussi traiter les

musées qui n'existent pas encore comme c'est le cas du groupe nommée *Musée National d'art moderne et contemporain à la Cité de la Culture* avec un nombre de 2215 membres à l'heure actuelle et des riches débats sur l'identité d'un musée d'art contemporain.

5. Boyer Myriam, *Voir pour comprendre et dire pour apprendre: les enjeux des nouvelles muséographies en Tunisie (1997-2002)*, Monographie de Muséologie, Ecole du Louvre, 2003.

6. Garsallah Soumaya, « Le rôle de l'espace dans le musée et l'exposition », *Muséologies*, Montréal, 2010.

ACTUALITÉS DE L'IRMC

BILAN DU GROUPE DE TRAVAIL MUSÉOGRAPHIE - IRMC-MUSÉE DU BARDO

La muséographie et les publics des musées au Maghreb

L'IRMC a constitué en 2009, en partenariat avec le Musée national du Bardo, un groupe de travail réunissant des intervenants du Maghreb, d'Europe et du Canada¹, afin d'approfondir la question de la réception des publics dans les projets et dans les pratiques muséographiques. Il en est ressorti quelques constats utiles pour cadrer les travaux en ce domaine, programmés par l'Institut en 2010 et 2011.

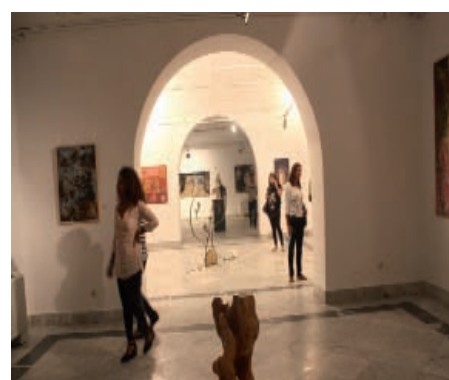
1. Les multiples « sens » à donner aux réflexions sur l'action muséographique

Les échanges sur l'expérience muséographique révèlent une forte dichotomie entre le nord et le sud, notamment entre Europe/Canada et Maghreb. Cette même dichotomie s'exprime entre les types de musées considérés : le Louvre, construit à l'origine pour le « peuple souverain », et qui accueille désormais 74 % d'étrangers autour de ses collections internationales ; les musées canadiens, de tradition plus contemporaine, et soucieux d'instaurer une médiation (basée sur

l'interactivité) avec leurs publics, qu'ils soient nationaux ou internationaux ; le Bardo, fondé à l'origine pour abriter les collections sélectionnées par des spécialistes européens, et qui se pose aujourd'hui la question de sa participation nationale (seulement 6 % de nationaux) ; les musées dits communautaires, censés répondre aux besoins de conservation du patrimoine détenu par les populations locales, dans un contexte marocain, par exemple, d'absence de projet muséographique national.

2. Différents traitements possibles de la question du public

En France et au Canada, la connaissance des publics est un « champ » dit de « médiation » très récent, caractérisé par la professionnalisation du contact avec le public (chaque musée détient un « service » du public). La question du public au Louvre, où tout est fait pour accompagner et pour « servir » le visiteur, y est une préoccupation primordiale incorporée dans sa muséographie.



Le musée y fonctionne comme un observatoire permanent des publics, et les études produites (de prospectives, d'audiences, d'évaluation et de réception, mesures de la satisfaction et du ressenti) en sont le « baromètre ». De plus, une forme éducative et culturelle est élaborée au sein même des musées des pays du Nord (cas du Canada), qui proposent aux visiteurs un mode d'emploi de leur visite avant l'accès même aux collections, à la scénographie dans un cadre d'animation.

En ce qui concerne le Maghreb, nous avons changé d'angles d'analyses. La question des publics n'y est pas prioritaire, et d'autres préoccupations émergent, notamment :

- La « fracture juridique », marquant l'inexistence de textes de fondations des musées ainsi que de statuts juridiques de leurs actions. Puis le manque de cahier de charges des compétences de leurs cadres. Les conservateurs n'y sont pas des acteurs culturels, ils n'ont pas de moyens institutionnels et n'ont pas reçu la formation adéquate en muséographie.

- L'insuffisant intéressement des populations, des institutions locales et des municipalités (« Les citoyens ne sont pas assez impliqués pour que l'institution vive »). Avoir un musée est une preuve d'existence locale, dans la mesure où en présentant ses activités et son patrimoine, la population contribue à produire une image de marque de sa région.



Musée du Bardo, salle arabe

- Une muséographie construite (notamment au Maroc) sur l'exposition des savoir-faire et de la technicité sans pour autant mettre en valeur leurs aspects sociologiques et ethnographiques. Dans ce contexte, le musée apparaît comme un lieu de sauvegarde des arts et d'un patrimoine qui est parfois encore vivant (« vous exposez des choses que j'ai moi-même chez moi »). Le musée n'est-il qu'un support pour encadrer et préserver les savoir-faire ? Se pose la question du sens de la mémoire que le public vient chercher dans ces lieux.

3. « Mesurer » la réaction des publics

Si le public maghrébin s'avère difficile à sonder et à questionner, les enquêtes françaises ont inversement démontré l'empressement à répondre et le souhait des publics questionnés à la sortie, de donner leur avis sur leur visite.

D'une part on peut penser que le public n'est pas en confiance. Il s'agit de le positionner sur un espace d'accueil et de réception. Ce rapport au temps dans l'accueil du public est renforcé par l'idée d'accompagner : accompagner quelqu'un, c'est

prendre du temps pour être avec lui. À ce propos, les outils de la scénographie (dont l'audio guide), ne remplacent pas la qualité de l'accompagnement, la passion pour le conférencier et la personnalisation de la relation établie avec le guide.

D'autre part dans les questionnaires d'opinion, il a été remarqué que les Tunisiens de l'étranger répondaient plus facilement que leurs compatriotes nationaux. Ce comportement peut s'expliquer soit par une crainte des uns ou un manque d'habitude d'exprimer son opinion, soit par une plus grande distance des autres, et plus d'intérêt pour leur patrimoine, que ceux qui y sont immergés.

4. Comment créer de la réappropriation face aux choses vues ?

Comment abolir la distance avec le musée ? Comment se produit le fameux « choc esthétique » dont parlait Malraux et qui se déclencherait au vu même de l'œuvre d'art ? Il faut d'abord considérer qu'il existe plusieurs types de relations nouées au public :

- Lorsque le public est absent, comment le faire venir ? La question de la gratuité se pose. Elle peut être un outil d'une politique et non une fin en soi. Elle peut donner le gout d'aller voir autre chose, elle constitue une sorte d'amorce. De même les complexes muséaux (centres d'attractions) sont-ils le seul moyen pour capter et fidéliser des publics hétérogènes ?

- Lorsque l'on invente un musée, quel type de public cibler ? Les musées tunisiens, tournés vers le tourisme culturel, rencontrent des difficultés à drainer les visiteurs nationaux. De leur côté, les musées de sites, ont pour objectif de montrer une vision cohérente de l'objet dans son histoire, tels les écomusées dont « les publics sont les habitants ».

- Lorsque le public est là, comment valoriser à ses yeux les objets présentés ? Il s'agit pour le muséographe, d'anticiper et d'aller au-devant de ce que souhaite le visiteur. D'abord en créant une expérience émotive et interprétative. C'est la tâche des centres d'interprétation dans leur mission d'aider les visiteurs à comprendre, d'établir une médiation scénographique et théâtrale. A ce titre le muséographe est comparable à un metteur en scène.

- Notons en matière de réception des publics, l'importance de l'expérience canadienne basée sur la perception et l'appréhension multi sensorielle, ludique et émotive, qui laisse trace en mémoire. Elle s'appuie sur les jeux et sur l'interpellation interactive et multi médias : écrans tactiles, scénographie, stèles de parcours, dispositifs de

lumières et d'image. Telle est la philosophie des « sentiers d'interprétation » qui postule que les objets ne parlent pas seuls et que le regard naïf du visiteur peut les y aider.

5. Parler de la fréquentation des musées, c'est poser la question des origines et de l'héritage

Ils sont l'expression d'une identité collective et d'un passé que le visiteur viendra se réapproprier. Ainsi au moment du protectorat, le Bardo ne faisait pas l'objet d'un projet pour « montrer » au public. Ses collections étaient plutôt une sélection empirique et selon leur état de conservation, d'objets rassemblés par quelques spécialistes et gens cultivés, qui agissaient selon une image de la Tunisie vue de l'étranger. Par la suite, le tourisme naissant en retient surtout le « contenant », le Palais et son architecture. Ce musée a ainsi construit son identité nationale dans une imbrication avec les intérêts européens. C'est dans un tel héritage identitaire qu'il devra capter l'attention de son public. C'est à ce même titre qu'au Maroc, à la veille de l'indépendance, l'élite nationale a rejeté l'institution muséographique sous prétexte que l'archéologie et l'ethnologie renvoyaient à une histoire coloniale.

Un autre exemple de l'ancrage du patrimoine muséographique maghrébin dans la relation à l'Europe et à l'Amérique du nord a été donné par le cas du MAMA à Alger, qui illustre le dessein identitaire des artistes algériens et africains face au phénomène global de la mondialisation de la création artistique contemporaine. Construit d'abord pour et par les artistes plus que pour un public, il marque une revendication de modernité passant par la reconnaissance externe (européenne). Des identités mêlées ont aussi été évoquées au Québec face à la francophonie. D'un autre côté, les visiteurs étrangers voient le Louvre comme un palais et l'emblème de la France. C'est ainsi que toute visite de musée constitue une expérience sociale et une pratique de réflexion sur le soi, l'autre, et le nous identitaire.

Pierre-Noël DENIEUIL

1. Ont participé à ce groupe : Ali Amahan (Maroc), Myriam Bacha (IRMC), Habib Ben Younès (INP Tunis), Manon Blanchette (Montréal), Pierre-Noël Denieuil (IRMC), Jacqueline Eidelman (Ministère de la culture, Paris), Françoise Gaultier (Louvre, Paris), Tahar Ghalia (Bardo, Tunis), Soumaya Gharsallah-Hizem (Tunis), Emilie Goudal (IRMC), Charlotte Muss-Jelidi (IRMC), Elisabeth Neuville (Tunis), Anne-Marie Planel (IRMC), Selma Zaïane (Tunis).