

Inauguration de Plateforme 10



Mais à quoi sert un musée au XXI^e siècle?

Les trois musées de Plateforme 10 varient sur un même thème – le train – pour l'exposition inaugurale du site.

VANESSA CARDOSO

Après sept ans de chantier, en attendant plus de verdure et une entrée au site, le nouveau quartier des arts lausannois se présente au public dès ce week-end.

Florence Millioud Henriques

Une fois posée et presque sans exception... la question de l'utilité d'un musée déclenche un rire. Gêné. Interloqué. Dans le public, certains contradicteurs patentés répondront: «À rien.» Pas de problème! Il est des riens qui servent si bien la vivacité de l'esprit et le lâcher prise.

Mais parmi ses émissaires, Nicolas Galley, directeur du master sur le marché de l'art à l'Université de Zurich, l'avoue: son réflexe zygomatique marque un petit temps d'embarras. «La question est légitime. D'autant que paradoxalement, il n'y a jamais eu autant de monde dans les expositions, alors que le musée traditionnel est en crise, parce qu'en décalage. On parle d'une solution avec la gratuité, mais si elle attire plus de monde, ce sera toujours dans les mêmes cercles. D'autres tabous doivent tomber – notamment numériques dans une Suisse très en retard. Il faut que les musées assument: l'expérience ne se passe plus uniquement dans leur enceinte physique. Ils doivent aller chercher le monde.»

Se poser la question de leur attrait, pile au moment où les Vaudois découvrent leur nouveau quartier des arts, ne frise donc pas la mauvaise note, d'autant que cette colle... les principaux intéressés l'affrontent également. Et Nathalie Herschdorfer, nouvelle directrice de Photo Élysée, commence spontanément par dire ce que le musée ne doit pas être. «Élitiste. Autoritaire. Figé dans cette espèce de posture. Dans ce silence respectueux du chef-d'œuvre. On

a appris une histoire de l'art rigide écrite autour du génie masculin blanc et, si je ne suis pas pour déboulonner quoi que ce soit, il y a une urgence à reformuler le discours, à changer de lunettes et... c'est plutôt excitant. Le musée est ce temps d'arrêt qui permet d'avoir du recul sur l'agitation du monde mais qui doit aussi montrer qu'il en fait partie.»

Cette question est si brûlante qu'en août, le Conseil international des musées (ICOM) réunit ses membres à Prague pour voter sur une nouvelle mouture de la définition du musée. Exit l'idée d'acquisition, vive le divertissement, l'inclusivité, l'accessibilité, la diversité et la durabilité. On dirait bien qu'il y a de la révolution dans l'air, et la Suisse, pays à la densité muséale presque aussi imposante que celle de ses coffres-forts, sera de ce scrutin. Avec Céline Eidenbenz, membre du comité suisse et curatrice au Kunsthaus Aarau, qui y voit un effort de précision plutôt qu'une secousse. «Il faut qu'en cas de dérive ou de manipulation politique, un musée, peu importe le pays, puisse se défendre comme une institution permanente et à but non lucratif. C'est une sorte de base qui nous permet d'exister et d'être plus professionnels encore. D'ailleurs, il ne s'agit de loin pas de la première révision.»

Pressions populaires

L'existence des musées n'est plus un flux tranquille sur un piédestal largement subventionné pour un public qui le veut bien. Aujourd'hui, on leur reproche l'hérésie climatique des pièces traversant la planète pour des exposi-

«Le musée est le garant de notre physicalité et doit le revendiquer.»



Chantal Prod'Hom
Directrice du Mudac

tions qui drainent un public très voyageur. Parfois, on exige aussi qu'ils décrochent des pièces comme ce Balthus jugé «pédophile» au Metropolitan Museum de New York. Et si les artistes se mobilisent de plus en plus pour une participation rémunérée aux expositions, la pression populaire leur demande de renoncer au sponsoring des exploitants d'énergies fossiles, quand ce n'est pas l'intelligence artificielle qui menace de révolutionner le monde de l'art à coups de robots humanoïdes peintres ou de NFT, ces œuvres à l'existence uniquement numérique.

«Certes... les exigences et les défis lancés par la société sont nouveaux pour les musées, abonde Xavier Rey, directeur du Musée national d'art moderne de Paris, à son retour d'une visite à Plateforme 10. En plus, en tant qu'institutions publiques, nous avons le devoir d'évoluer avec elles afin de justifier le bien-fondé des investissements de la collectivité. Mais les crises, dont celle de l'information avec une forte accélération des fake news, ont aussi fait des musées l'un des derniers

refuges de la sécurité intellectuelle. Et les fortes affluences de l'ère post-Covid le démontrent: on vient au musée avec confiance en un certain savoir.»

Concurrence nouvelle

Bernard Fibicher, directeur du Musée cantonal des beaux-arts, a fait un constat identique: «Après la pandémie, des visiteurs nous ont confié venir se rassurer dans nos collections patrimoniales. S'il n'est pas forcément là pour ça, mais plutôt pour poser des questions, un musée est l'antithèse du monde de la consommation, il donne du temps pour essayer de comprendre.» Ce qui ne l'empêche pas d'avoir de nouveaux concurrents avec les réseaux sociaux défiant le médium photo, quand ce ne sont pas ces mégashows sur Van Gogh, Vinci, Monet et autres qui entraînent les curieux dans leur tournis plus divertissant qu'instructif.

«Face à cette déferlante, le musée est le garant de notre physicalité, rappelle Chantal Prod'Hom, directrice du Mudac. C'est un lieu de réflexion, celle d'artistes et de curateurs qui ont d'autres choses à dire que les économistes ou les géants d'internet. Pour ma part, je n'ai pas envie que mon apprentissage me vienne uniquement de Google et reste convaincue de l'importance du musée, qui est à la fois dans l'analyse, la contestation critique comme dans le plaisir et la délectation.»

Lausanne, Plateforme 10
sa 18 (10h-1h) et di 19 (10h-20h)
Entrée libre
www.plateforme10.ch

Promotion culturelle

«Un musée qui n'évolue pas risque son subventionnement»

La promotion d'une institution culturelle fait partie du quotidien de Patrick Cotting, chargé d'enseignement à l'Université de Neuchâtel dans le cadre du master of arts en études muséales et à la tête de son entreprise de consulting. Dans un milieu encore feutré, il parle divertissement et interaction. «Le va-et-vient entre les salles, on regarde et on s'en va, c'est fini. Le visiteur veut participer, donner un avis, voir où il se situe par rapport aux autres. L'institution devient alors le phare d'une thématique. S'il en a entendu parler, il veut venir la découvrir, être du débat et le musée devient ainsi un facteur touristique et économique primordial pour une ville.»

Un musée peut donc rapporter?

Historiquement, ces institutions sont dans la description du passé et 90% d'entre elles le sont encore: ce qui fait qu'il y en a trop. Aujourd'hui, on parle d'inclusion, d'immersion et seuls celles qui changeront leur approche réussiront. Exemples à Zurich avec le Wow Museum et la Lichthalle, qui entraînent dans un spectacle d'illusions technologiques la tendance du moment! Mais je ne crois pas que ce type d'expériences

cannibalisent les musées plus traditionnels, par contre ceux-ci doivent s'adapter à cette envie du visiteur.

Sous peine de mourir...

Je dirais plutôt de susciter l'incompréhension des collectivités publiques, qui ne verraient plus pourquoi augmenter les subventions alors que d'autres trouvent seuls la voie du succès.



Patrick Cotting
Chargé d'enseignement à l'UNINE

En vitrine de son temps, donc en reflet d'une société qui veut découvrir, vivre une expérience, échanger, créer, réfléchir, un musée doit s'adapter. Et rallier tous les partenaires! À Bellinzona, nous travaillons sur une nouvelle scénographie pour la forteresse, l'étude n'est pas l'apanage des services culturels, elle inclut la promotion économique et touristique donnant au musée dans la collectivité une visibilité et une importance égales à celles du club de foot ou de hockey local.

FMH

Trois autres ouvertures attendues en 2022



Le Musée du futur a ouvert en février à Dubaï, dessiné par le bureau architecture Killa Design et habillé par les vers du poète Mohammed Bin Rashid Al Maktoum.

Il a coûté 136 millions de dollars après dix ans de chantier. KEYSTONE/APA/SONJA HARTER



Inauguré en janvier, The National Museum of Oslo, œuvre des Allemands Kleihues + Schwerk, est considéré comme un mammoth avec son toit de 2500 m², la possibilité d'exposer

5000 pièces issues des collections permanentes dans 80 salles et son prix de 670 millions de dollars. AFP/GORM KALLESTAD



Dédié aux trésors impériaux prêts par la Cité interdite à Pékin, le Palace Museum est le voisin du Hong Kong's M+ museum. Imaginé par l'architecte local Rocco Yim, on parle d'un coût

de 450 millions de dollars pour une surface de 7800 m². Il devrait ouvrir en juillet. AFP/PETER PARKS