

CONFÉRENCE POUR LES 25 ANS DU CIMA

CIMA

Pourquoi des musées ?

C'est samedi dernier que l'association des amis du CIMA avait organisé une conférence intitulée « La place du musée dans la société ». Et comme l'a souligné Séverine Gueissaz : faire la fête à l'occasion de ce 25^e anniversaire, c'est bien, mais il faut aussi offrir la possibilité aux gens de s'instruire et surtout de comprendre à quoi sert un musée.

La conférence débute avec M. David Vuillaume, qui a une formation en histoire de l'art à l'université de Lausanne ; il est secrétaire général de l'AMS, l'association des musées suisses, fondée en 1966 ; avec plus de 700 institutions, l'AMS représente toute la diversité du paysage muséal suisse. C'est aussi l'AMS, qui a initié en 1996, en collaboration avec l'Office fédéral de la culture et Suisse Tourisme, le Passeport Musées Suisses.

M. Vuillaume est également secrétaire général de l'ICOM, qui est le conseil international des musées, où 170 pays sont représentés. En Suisse, l'ICOM compte 1500 membres, ce qui en fait l'un des comités nationaux les plus importants.

Dans sa présentation, intitulée « Le musée au service de la société », M. Vuillaume, nous a donné la définition des musées selon l'ICOM : les musées sont des institutions permanentes, sans but lucratif, au service de la société et de son développement, ouvertes au public, ils acquièrent, conservent, diffusent et exposent, à des fins d'étude, d'éducation et de plaisir, les témoignages matériels et immatériels des peuples et de leurs environnements.

Il nous a également expliqué, que le musée est un diffuseur patrimonial, éthique, patriotique, politique et social, et que les musées sont des endroits ouverts à tout le monde. L'ICOM donne également aux directeurs et directrices, des conseils, afin de faire évoluer leur musée, et que pour instaurer un rapport de confiance, il faudrait offrir de l'authenticité, de la rareté et de l'accessibilité. Il a également démontré que pour faire un bon musée, celui-ci doit s'articuler autour de trois axes, qui sont les mesures financières, afin que le musée tourne, la contribution à la mission (enrichissement de la collection), et la contribution au développement (inscription du musée dans le réseau local). Le but est de trouver un équilibre entre ces trois objectifs.



M. David Vuillaume.



M. Francesco Panese.

« Sémiphores »

Le deuxième orateur de la conférence, a été M. Francesco Panese, sociologue et anthropologue, professeur associé d'études sociales des sciences et de la médecine à l'université de Lausanne, et depuis 1999, directeur de la fondation Claude Verdan.

Sa présentation s'intitule « Science et savoirs au musée. La fabrique du sens ». Il nous a expliqué que dans les collections et dans les expositions, l'ontologie variable des objets est liée à leur capacité à signifier de manière spécifique ou, pour parler comme K. Pomian, à devenir des sémiphores (objet qui signifie quelque chose d'autre que lui-même, quelque chose de plus que sa fonction utilitaire initiale).

La transformation d'un objet en sémiphore est étroitement liée aux relations qu'il entretient avec d'autres. Ces relations sont spatiales et épistémiques. Elles constituent des « régimes muséologiques » spécifiques. Ces régimes sous-tendent des assemblages signifiants qui suivent des intentions spécifiques. Ces intentions sont toujours contextuelles.

Il nous a montré à l'aide de photographies qu'un musée doit faire « parler » des objets, et que selon la manière de présenter le même objet, mais de façon différente, le visiteur peut le comprendre et le voir de différentes manières.

Et comme conclusion, il a posé la question : que doit-on faire dans un musée ? Tout d'abord, respecter le visiteur, car lui aussi agit, comme l'élève ou le savant. Il observe, il sélectionne, il compare, il interprète. Il lie ce qu'il voit à bien d'autres choses qu'il a vues sur d'autres scènes, en d'autres sortes de lieux. Il compose son propre poème avec les éléments du poème en face de lui. Ils sont à la fois ainsi des spectateurs distants et des interprètes actifs du spectacle qui leur est proposé.

Musée et marketing

Et comme troisième orateur, nous avons entendu M. François H. Courvoisier, professeur HES, doyen de l'institut du marketing horloger, docteur ès sciences économiques de l'université de Neuchâtel, qui lui a intitulé son intervention « Le musée

comme instrument de communication d'une entreprise », à l'exemple des entreprises horlogères.

Cette étude posait notamment les questions : la conservation du patrimoine et la promotion des ventes peuvent-elles faire bon ménage ? Quel rôle les musées jouent-ils dans la stratégie de communication des entreprises horlogères ?

Pour cette étude, il a mené dix entretiens auprès de conservateurs de musées horlogers ; il a analysé les revues académiques, la presse quotidienne et spécialisée horlogère, les publications des entreprises. Plus de vingt-cinq entreprises ont été recensées, ainsi que leurs musées, toujours plus nombreux. Les conservateurs voient un triple rôle des musées d'entreprises horlogères : conservation et mise en valeur du patrimoine, légitimation de la marque dans l'histoire, promotion de la marque et de la région. Tous sont d'accord sur la coexistence « plus ou moins harmonieuse » entre histoire et marketing, et les différences perçues portent surtout sur les publics-cibles et la scénographie.

Cette recherche doit être complétée par des interviews de détaillants et de clients finaux, ainsi que d'offices du tourisme (concept de route de l'horlogerie, parcours urbains en villes du Locle et de La Chaux-de-Fonds), projet de maison de la Montre. Il faut permettre aux visiteurs de se plonger dans l'univers horloger (artisans, pièces historiques, films, magasins, etc.) sans pour autant perturber la marche des entreprises (sécurité, confidentialité).

Pour terminer, M. Courvoisier nous a montré des photos de musées horlogers ; ce sont pour la plupart des musées privés.

Avant que ne soit close cette conférence, chacun a pu poser ses questions aux orateurs présents.

Le seul bémol de cet après-midi a été la maigre affluence. C'est dommage, au vu de la qualité des trois orateurs et de leur présentation.

C'est aussi regrettable pour l'association des amis du CIMA se démène afin que cette année anniversaire soit et reste une année d'exception.

Cachemaille Cédric



M. François H. Courvoisier.

Photos : Claudine Glauser