

La médiation au Louvre, une rencontre réussie avec les publics ?

MARINA-PIA VITALI,
SOUS-DIRECTRICE DE LA MÉDIATION DANS LES SALLES,
MUSÉE DU LOUVRE

Le projet Grand Louvre, dans les années 1980, a totalement repensé le musée et a posé des principes sur la fréquentation du musée et les publics. De ce projet est né le service culturel de Jean Galard dont l'objectif était de répondre aux attentes du public d'amateurs, fréquentant régulièrement les musées et familier du vocabulaire de l'histoire de l'art. Une génération plus tard, le musée du Louvre est un lieu fréquenté par les amateurs et par des non-initiés. La connaissance que nous avons des publics au Louvre s'est approfondie, son étude nous donne une idée précise des typologies des visiteurs qui le fréquentent. La médiation culturelle fait maintenant partie des projets et de la programmation. C'est une petite révolution des mentalités dans laquelle s'engage un des grands musées mondialement connu et reconnu : répondre aux interrogations et aux besoins du plus grand nombre.

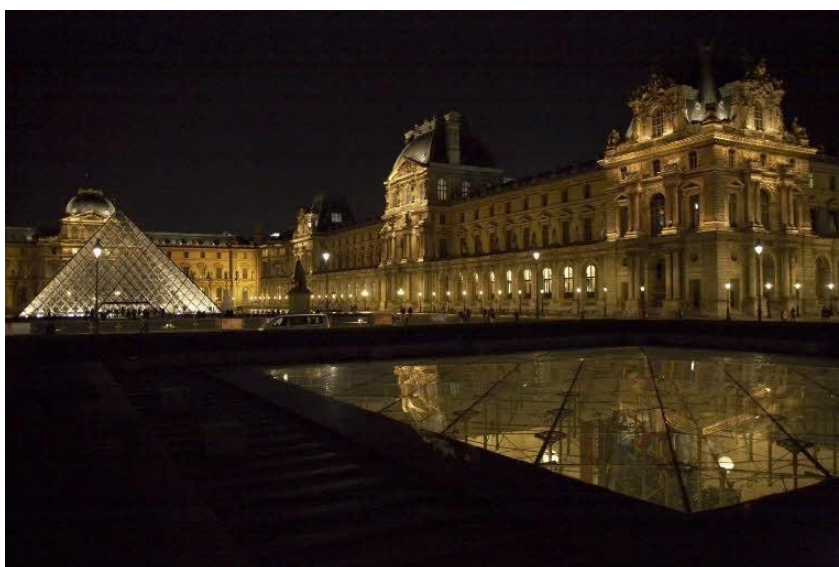


Fig. 1: Vue nocturne du Musée du Louvre, © 2007 Musée du Louvre / Angèle Dequier

Réorganiser les files d'attente, simplifier les circulations et améliorer l'accueil et les services en reconsidérant la destination des espaces sont les objectifs premiers du projet d'amélioration des espaces autour de la pyramide. Cela fait partie des questions de médiation, en particulier dans un musée fréquenté par dix millions de visiteurs et dont les infrastructures avaient été projetées pour moins de la moitié. C'est donc d'abord l'accueil et le confort de visite qui sont à repenser pour aider les premiers pas dans le monde du Louvre (**fig. 1**). Libéré de ses affaires personnelles, équipé de billet, plan, parcours ou audioguide, le touriste devient visiteur et s'engage, l'esprit libre dans le Louvre (**fig. 2**).



Fig. 2: Visiteur devant les *Sabines* de Jacques-Louis David,
© 2006 Musée du Louvre / Angèle Dequier

La découverte du musée du Louvre par les différents publics se déroule pendant trois heures en moyenne (**fig. 3**). Il est donc souhaitable d'avoir une attention toute particulière aux collections permanentes, fréquentées par plus de 70% des visiteurs. Grâce aux nombreuses études sur les publics et aux évaluations de nos actions, menées par le service Études et Recherches de la direction de la Recherche et des collections, le musée connaît bien les difficultés ainsi que les attentes des visiteurs. L'attente culturelle des primo-visiteurs et des fidèles du musée se porte sur les collections et le palais. Les difficultés sont d'ordre linguistique, autant pour les traductions que les niveaux de discours. Cependant, le cartel reste, même pour le non connaisseur, la porte d'entrée, la balise au plus près de l'œuvre.



Fig. 3: Spectatrice dans la salle de la collection de Carlos de Beistegui,
© 2012 Musée du Louvre / Florence Brochoire

La révision des supports de signalétique culturelle, présents physiquement dans l'espace du musée, est la première étape de la refonte du schéma de médiation. Un travail s'engage donc avec l'ensemble des départements du Louvre et le musée national Eugène Delacroix pour généraliser le multilinguisme, répondant aux besoins d'un public à 70% étranger ; pour proposer des informations culturelles hiérarchisées sur les œuvres, les collections et l'histoire du palais ; et pour construire un nouveau système de repérage spatial grâce à la reprise des outils d'orientation *in situ* et la création d'outils numériques performants. Cet engagement permettra une meilleure appropriation du palais par nos publics, une lisibilité accrue des collections et affirmera le souhait de faire de ce musée un lieu que l'on visite avec plaisir.

Le spectateur ancre sa visite sur le plus petit dénominateur commun : le cartel. C'est pourquoi nos efforts pour la ligne éditoriale et les recommandations d'écriture se focalisent d'abord sur la « carte d'identité » de l'œuvre. La création du musée du Louvre-Lens nous a permis de tester nos objectifs : rendre accessible l'histoire de l'art et de la création au plus grand nombre. Cela peut fonctionner si chacun en comprend l'utilité et les principes. De plus, un support dédié - dont l'implantation sera adaptée à chaque espace en respectant une même ligne éditoriale - trouvera sa place pour présenter le propos de chaque salle. Cette proposition a pour priorité de permettre au visiteur d'identifier et de comprendre les œuvres et le contenu d'une salle.

Cette première pierre fondatrice du schéma général de médiation du musée du Louvre doit être complétée par une réflexion sur la place de la médiation humaine dans les salles et sur les possibilités offertes par les supports numériques de nouvelle génération, concernant la personnalisation des visites et l'interactivité.

Ce chantier sera complété, à partir du milieu de l'année 2016, par la mise en place de supports de signalétique culturelle aux seuils des collections (entrées des parcours) et par la création d'espaces d'introduction ou d'interprétation quand cela est possible. Cela se fera en fonction de l'avancement des chantiers de collections menés par les conservations, en accompagnement du déploiement du nouveau plan guide et de la nouvelle numérotation des salles.