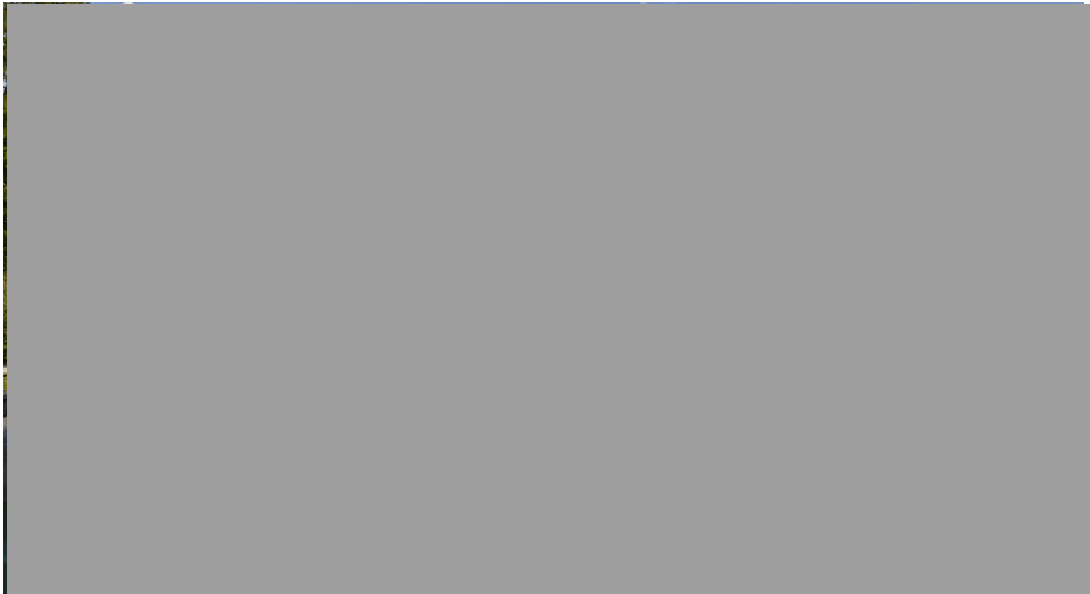


UNIVERSITÉ SORBONNE NOUVELLE

UFR Arts & Médias
Département de Médiation culturelle
Master Musées et nouveaux médias

Ruraliser le musée ?

Dynamiques de l'ancrage local des musées en zone rurale



Prise de vue du Musée Lalique depuis le cloître-jardin © Didier Boy de la Tour

GUINNEPAIN Armelle

Mémoire de M1 dirigé par François MAIRESSE

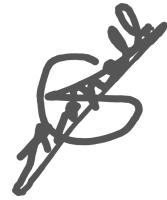
Soutenu à la session de juillet 2025

Déclaration sur l'honneur

Je, soussignée, Armelle Guinnepain, déclare avoir rédigé ce mémoire sans aides extérieures ni sources autres que celles qui sont citées. Toutes les utilisations de textes préexistants, publiés ou non, y compris en version électronique, sont signalées comme telles. Ce travail n'a été soumis à aucun autre jury d'examen sous une forme identique ou similaire, que ce soit en France ou à l'étranger, à l'université ou dans une autre institution, par moi-même ou par autrui.

Fait à Paris, le 13/06/2025

Signature de l'étudiant

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Armelle Guinnepain', written in a cursive style.

Résumé

Ce mémoire se fonde sur l'idée selon laquelle le musée en France (mais pas seulement) est une institution profondément urbaine. Partant de ce constat, nous cherchons à dessiner les contours d'une potentielle voie de ruralisation pour les musées présents dans des territoires ruraux. Notre démarche prend forme dans une enquête auprès de quatre musées situés dans différentes zones rurales en France. Il s'agit de déterminer par quels moyens ces quatre établissements s'ancrent localement dans leur territoire, en comprenant les dynamiques et intérêts croisés entre musées, collectivités territoriales, et populations. À partir des pratiques déjà existantes observées lors de l'enquête, nous tentons de présenter des pistes de travail pour les musées en zones rurales. Plus globalement, il s'agit d'explorer les potentialités qu'offrent les territoires ruraux aux musées. Nous défendons la thèse selon laquelle la ruralité est un terreau fertile qui pourrait permettre une forme de renouveau muséal, dans la continuité directe des travaux de la Nouvelle Muséologie et des expériences autour des écomusées.

Remerciements

Tout d'abord, je tiens à remercier mon directeur de mémoire, François Mairesse, pour son suivi rigoureux et l'ensemble de ses conseils.

Je remercie également l'ensemble des professionnels des musées, Mme Véronique Brumm Schaich, M Arnaud Pocris, M Barthélémy Loustalan et Mme Christine Di Nicolas Lallier. Toutes et tous m'ont accordé du temps et ont témoigné de l'enthousiasme vis-à-vis de mon travail.

Je tiens à exprimer ma gratitude aux enseignants qui m'ont encouragé tout au long de mon parcours scolaire et m'ont permis d'accéder aux études supérieures. En particulier Mme Messand et Mme Lagorce au collège Vincent Rotinat à Neuvy-Saint-Sépulcre, ainsi que Mme Plaskowski et M Bauer au lycée Pierre et Marie Curie à Châteauroux.

Je remercie chaleureusement mes amies, Romane Bansard, Claire Cancel et Fanny Carette, pour m'avoir prêté une oreille attentive chaque fois que j'en avais besoin, et m'avoir encouragé tout au long de la réalisation de ce mémoire. De même, remerciement à Ilyes Brahim pour ses conseils (sollicités ou non) et les après-midi de travail passés ensemble à la BnF, même si nous manquions parfois d'efficacité et de rigueur, transformant nos pauses de 15min en pauses d'1h voir plus.

Enfin, j'adresse mes remerciements sincères à ma famille, mes parents, mon frère et ma sœur. Pensée particulière pour ma mère, Christine Guinnepain, dont les entretiens téléphoniques hebdomadaires me permettaient régulièrement de faire le point avec moi-même. Je n'aurais jamais pu faire d'études sans leurs soutiens, merci à eux.

Sommaire

Déclaration sur l'honneur	1
Résumé	2
Remerciements	3
Sommaire	4
Introduction	6
Chapitre 1 : Délimiter la notion d'ancrage locale	9
A. Le territoire	9
1. Macrocéphalie urbaine : un déséquilibre français	9
2. Phénomène d'urbanisation	11
3. Différenciation des territoires, collaboration et compétition	13
B. Le territoire et le musée	15
1. L'effet Bilbao : espoirs et désillusions	15
2. Les grands projets français : l'exemple du Louvre-Lens	18
3. Le musée en territoire rural : l'exemple du musée du Jouet	20
C. Le territoire, le musée et la communauté	22
1. Dans les pas de l'écomuséologie	22
2. Tensions entre les populations	24
3. Trouver le point d'équilibre	26
Chapitre 2 : Musées en zones rurales, fonctionnement en conditions réelles	28
A. Définir les conditions réelles	28
1) Le choix du terrain	28
2) Les entretiens	29
3) La recherche documentaire	30
B. Observer le fonctionnement des musées	31
1) Situations géographiques	31
2) Établissements et Mode d'organisation	34
3) Rapport au tourisme	39
4) Rapport aux acteurs locaux	44
Chapitre 3 : La ruralité, terreau fertile pour le musée	50
A. Interactions musée - territoire - populations	50
1) Le territoire est dynamisé ?	50
2) La population est satisfaite ?	55
3) Le musée prospère ?	60
B. Penser la ruralisation du musée ?	65
1) Limites et nuances	65
2) Quelles ambitions pour les musées ruraux ?	67
Conclusion	70

Bibliographie et annexes	73
Bibliographie	73
Médiagraphie	80
Annexes	89
ANNEXE 1 - CARTE DES AIRES URBAINES FRANÇAISES	89
ANNEXE 2 - CARTE DE LA RÉPARTITION DE LA POPULATION PAR COMMUNE	90
ANNEXE 3 - PLAN DE REVITALISATION DE BILBAO	91
ANNEXE 4 - PHOTO DU MUSÉE DU JOUET	95
ANNEXE 5 - DIAGRAMME DE VENN - ANCRAGE LOCALE	96
ANNEXE 6 - GRILLE D'ENTRETIEN	97
ANNEXE 7 - RETRANSCRIPTION ENTRETIEN LALIQUE	98
ANNEXE 8 - RETRANSCRIPTION ENTRETIEN GERGOVIE	102
ANNEXE 9 - RETRANSCRIPTION ENTRETIEN MARQUÈZE	109
ANNEXE 10 - TABLEAU COMPARATIF DES COMMUNES	115
ANNEXE 11 - TYPOLOGIE DES RURALITÉS	116
ANNEXE 12 - PHOTO LALIQUE 1	117
ANNEXE 13 - PHOTO LALIQUE 2	118
ANNEXE 14 - PHOTO GERGOVIE	119
ANNEXE 15 - PHOTO MARQUÈZE 1	119
ANNEXE 16 - PHOTO MARQUÈZE 2	120
ANNEXE 17 - PHOTO FAÏENCE	121
ANNEXE 18 - TABLEAU COMPARATIF DES MUSÉES	122
ANNEXE 19 - TABLEAU COMPARATIF DES MODES D'ORGANISATION	123
ANNEXE 20 - CARTE ÉTUDIANTS INSCRITS DANS L'ENSEIGNEMENT SUPÉRIEUR 2019-2020	124

Introduction

Ce mémoire est intrinsèquement lié à l'expérience personnelle qu'ont forgé 18 ans de vie dans un petit village du sud de l'Indre, au beau milieu de cette vaste zone qui traverse le pays et qu'on a nommé « diagonale du vide. » Traiter le sujet rural dans le cadre d'une démarche scientifique est une façon de rendre hommage à ceux qui habitent et animent ces territoires malgré les difficultés quotidiennes.

Choisir une « ville considérable » dans chaque département pour accueillir un musée et rendre les biens nationalisés accessible à tous¹. Ce plan, rapporté par Dominique Poulot dans son ouvrage *Une histoire des musées de France : XVIIIe-XXe*, est développé dès 1790 par l'érudit Bréquigny dans le cadre de la Révolution. Il fixe sans conteste le point de départ théorique de ce mémoire, car il montre combien le musée public, en France, est conçu comme une institution urbaine, qui doit centraliser la culture dans le point névralgique du territoire qu'elle dessert. Ainsi, sa présence dans des territoires ruraux n'est pas anodine et soulève des questions quant à la capacité de cette institution urbaine, qui s'est en partie construite dans une ambition d'universalité², à s'adapter aux particularités du monde rural. D'autant que le musée est devenu plus qu'un marqueur de la ville, il s'est progressivement transformé en véritable outil d'urbanisation³, incarné récemment par des cas d'école tels que le Guggenheim de Bilbao ou le Louvre-Lens.

En parallèle, le courant de la Nouvelle Muséologie offre une réflexion radicalement différente sur la place et le rôle du musée dans la société, à travers le

¹ Poulot, D. (2008). L'invention d'une administration. Dans *Une histoire des musées de France : XVIIIe-XXe*. La Découverte. p. 57.

² Mairesse, F. (2022). *Dictionnaire de muséologie*. Armand Colin. pp. 419-422.

³ Caso Burbano, A. (2022). Twenty-five Years of the «Guggenheim Effect». Brief Approach to the Impact of Guggenheim Bilbao Museum on the Bilbao Art System: Veinticinco años del «efecto Guggenheim». Breve aproximación al impacto del museo Guggenheim Bilbao en el sistema del arte bilbaíno. *Espacio, Tiempo y Forma. Revista de La Facultad de Geografía e Historia / Serie 7, Historia Del Arte*, 10.

développement de l'écomusée⁴. Celui-ci est par essence adapté à tout type d'espace (social comme géographique) puisque émanant directement de la communauté qui souhaite l'utiliser. L'expérience écomuséale défend une transformation complète du fonctionnement du musée. Et si aujourd'hui, le musée traditionnel est toujours bien vivant, les écomusées eux aussi continuent de se développer, incarnant toujours la possibilité d'un modèle alternatif.

Le but de ce mémoire n'est pas d'entrer dans le conflit qui oppose le musée traditionnel à l'écomusée. Il s'agit d'investir une partie de l'héritage de la Nouvelle Muséologie pour réfléchir à une voie de ruralisation du musée. Comment peut-on mobiliser le musée dans les territoires ruraux, sans s'inscrire dans une logique d'urbanisation ? Non pas que les projets d'urbanisation posent problème en soi. Simplement, il doit exister une voie pour les musées qui leur permettent de déployer leurs missions le mieux possible sur le territoire rural, en embrassant et en tirant parti des particularités de ce dernier, et non en essayant de le transformer. Cette capacité à exploiter les spécificités du monde rural au service de ses fonctions, c'est ce que nous appelons ici la ruralisation du musée. Néanmoins, pour éviter de tomber dans un discours spéculatif et utopique sur ce que devrait être idéalement un musée ruralisé, nous devons construire notre réflexion à partir du fonctionnement réel présent des musées en zone rurale. C'est ce que nous interrogeons à travers la notion d'ancrage local : Par quels moyens et pratiques le musée s'intègre-t-il au fonctionnement quotidien de son territoire rural et de ses habitants, tant sur le plan du développement économique, que sur celui de l'animation culturelle ? Une question directrice qui devrait nous permettre de dessiner des dynamiques plurielles entre le musée et les autres acteurs du territoire, ceux-ci ayant des intérêts convergents et divergents.

Ce sujet nous semble pertinent dans le contexte actuel sur différents plans. D'abord, la culture est un secteur fragile, cela nous a été brutalement rappelé très

⁴ Brulon Soares, B. (2015). L'invention et la réinvention de la Nouvelle Muséologie. *ICOFOM Study Series*, 57-72. <https://doi.org/10.4000/iss.563>

récemment par des coupes budgétaires drastiques dans certaines collectivités territoriales, Pays de la Loire en tête⁵. De plus, les territoires ruraux eux-mêmes sont fragilisés, sur les plans démographique et économique, ainsi que sur les difficultés d'accès grandissantes aux services publics. Dans ce contexte, si les musées ruraux veulent survivre, ils ont intérêt à questionner leur modèle, la place qu'ils occupent dans leur territoire. La dernière raison qui motive ce mémoire, est qu'il nous paraît particulièrement important de produire et de défendre le discours scientifique, spécifiquement sur les sujets touchant aux territoires ruraux français. En effet, ces questions sont sujettes à énormément de récupération politique, suivant des rhétoriques simplificatrices. On citera pour seul exemple le concept de « France périphérique », issu d'un essai critiqué par un certain nombre de chercheurs, qui a pourtant envahi les discours politiques et médiatiques sans remise en cause⁶.

Pour traiter notre question correctement, nous consacrerons une première partie à délimiter la notion d'ancrage locale à travers une revue de littérature portant sur les liens entre territoire, musée et communauté. Puis dans un second temps, nous déploierons notre méthodologie d'enquête et présenterons les résultats obtenus suivant quatre grands thèmes : la situation géographique, le mode d'organisation du musée, le rapport au tourisme et le rapport aux acteurs locaux. Enfin, nous discuterons les résultats obtenus à l'aune des hypothèses que nous aurons dressé lors de notre revue de littérature, avant de conclure l'ensemble de ce mémoire.

⁵ Caron, F. (2025, 23 avril). *La culture fragilisée par des coupes budgétaires à de multiples niveaux*. France Musique.
<https://www.radiofrance.fr/francemusique/la-culture-fragilisee-par-des-coupes-budgetaires-a-de-multiples-niveaux-4771510>

⁶ Bergel, P. & Rivière, J. (2016). « Introduction. Éléments sur la genèse de *La France périphérique* », *ESO Travaux et Documents*, n° 41, p. 7-14.

Chapitre 1 : Délimiter la notion d'ancrage locale

A. Le territoire

1. Macrocéphalie urbaine : un déséquilibre français

« Paris n'est pas la France ! » Derrière cette expression, symptomatique de l'impression que tout en France est systématiquement ramené à la capitale, se cache une réalité géographique au nom barbare : la macrocéphalie urbaine⁷. Un terme qui désigne le cas où la plus grande agglomération d'un pays se développe de manière disproportionnée par rapport aux autres agglomérations, au point de déséquilibrer le tissu urbain. Avec Paris, la France présente un cas typique de macrocéphalie urbaine. En effet, l'agglomération parisienne est de loin bien plus étendue et peuplée que les autres agglomérations françaises⁸. De plus, elle concentre les fonctions politique et économique et dispose d'un rayonnement culturel considérable qui dépasse très largement les frontières. Paris domine de son influence le paysage urbain français et aucune autre unité urbaine ne peut espérer rivaliser. Ce n'est d'ailleurs pas surprenant étant donné que la macrocéphalie urbaine se retrouve principalement dans les pays centralisés, comme c'est le cas en France. En matière de culture, ce déséquilibre géographique est accentué par une économie dite « de star-system », comme Françoise Benhamou le détaille dans ses travaux.

« Le marché du patrimoine est un marché de « super stars ». Quelques musées, quelques monuments attirent une fraction disproportionnée des visiteurs, souvent par manque d'information sur les alternatives. À certaines époques de l'année, ces lieux patrimoniaux sont totalement congestionnés (Mont-Saint-Michel, par exemple). À l'inverse, d'autres sites et monuments souffrent d'un déficit de notoriété.⁹ »

⁷ Dumont, G. (2022). L'armature urbaine française : une exception en Europe. *Constructif*, 63(3), p.36.

⁸ Voir Annexe 1 une carte des principales aires urbaines françaises.

⁹ Benhamou, F., & Thesmar, D. (2011). *Valoriser le patrimoine culturel de la France*. Rapport du Conseil d'analyse économique. Paris : La Documentation française. p.76.

Tout comme Paris domine le tissu urbain, un petit nombre de musées domine de leur côté le champ muséal français. Ces musées dits « millionnaires » parce qu'ils passent la barre du million de visiteurs à l'année, sont d'ailleurs tous situés dans l'agglomération parisienne. Il s'agit du Musée du Louvre, du Musée d'Orsay, du Centre Pompidou, du Musée du Quai Branly et du Château de Versailles¹⁰. Dès lors, la décentralisation devient un enjeu, afin de rééquilibrer l'armature urbaine du pays, et d'offrir une meilleure répartition des infrastructures. S'il peut s'opérer à différents niveaux (politique, économique), dans notre cas, nous nous intéressons aux infrastructures culturelles, en particulier aux musées, nous nous concentrons donc sur les politiques de décentralisation culturelle.

La décentralisation culturelle, dans son ambition de diffusion de la culture au plus grand nombre et sur l'ensemble du territoire, fait écho aux objectifs de la médiation culturelle¹¹. Elle est également multiforme et sujette à différentes tendances. Ainsi, la démocratisation culturelle telle que pensée par André Malraux avec les Maisons de la Culture¹² est très différente de celle pensée par la Nouvelle Muséologie¹³ tant dans ses motivations que dans les modalités de son application et les dynamiques avec les populations. Il y a dans la démocratisation culturelle une forme de verticalité unilatérale qui peut paraître brutale, la culture devant descendre de l'État central vers les collectivités territoriales. Or, les réflexions autour de la Nouvelle Muséologie et des écomusées se fondent directement sur les territoires et leurs populations et se construisent à partir de cette base existante. En cela, l'approche des écomusées embrasse davantage la diversité culturelle et territoriale du pays, et s'adapte mieux aux différentes réalités.

De fait, si le processus est encore en cours, on observe déjà des conséquences réelles de la décentralisation au sens où les municipalités contribuent désormais plus

¹⁰ Ministère de la Culture. (2023). *Chiffres clés de la culture et de la communication 2023*. Département des études, de la prospective et des statistiques (DEPS). pp.190-191.

¹¹ Mairesse, F. (2022). *Dictionnaire de muséologie*. Armand Colin. p.367.

¹² Mairesse, F. (2022). *Dictionnaire de muséologie*. Armand Colin. p.54.

¹³ Mairesse, F. (2022). *Dictionnaire de muséologie*. Armand Colin. p.436.

à la culture que le ministère en termes de financement¹⁴. Une logique de meilleure répartition des institutions et équipements culturels ou l'État a donné des gages importants avec le transfert de musées parisiens comme l'ancien musée des Arts et Traditions Populaires à Paris devenue en 2013 Musée des Civilisations de l'Europe et de la Méditerranée à Marseille, ou encore la création de nouveaux musées en province plutôt qu'à Paris. Ces politiques sont accompagnées et alimentées par une logique de valorisation du patrimoine déjà existante en régions (politiques culturelles régionales, labels, musées régionaux etc). En matière de musée, les cas les plus emblématiques sont probablement le Louvre-Lens et le Centre Pompidou-Metz, où deux institutions parisiennes se sont déclinées en province. Néanmoins, cela ne s'inscrit pas uniquement dans la dynamique de décentralisation culturelle, mais aussi dans une logique de franchisation des musées que nous évoquerons plus précisément par la suite.

2. Phénomène d'urbanisation

Si la France est restée tardivement majoritairement rurale, elle vit depuis plusieurs décennies maintenant un important processus d'urbanisation. Celui-ci ne concerne pas seulement les grandes métropoles. En effet, la croissance des petites et moyennes agglomérations est également importante et doit être prise en compte, surtout si on souhaite appréhender la recomposition du territoire, et en particulier les dynamiques qui traversent les zones rurales. Ainsi, l'ouvrage *La France, une géographie urbaine* écrit sous la direction de Laurent Cailly et publié en 2010 offre de précieuses clés de compréhension sur l'organisation géographique et urbaine de la France. François Taulelle y constate que « plus de la moitié des habitants résident aujourd'hui dans des villes petites et moyennes, cette autre France urbaine, en dehors des métropoles¹⁵ » Il y a donc un enjeu spécifique autour de ces petites et moyennes

¹⁴ Ministère de la Culture. (2023). *Chiffres clés de la culture et de la communication 2023*. Département des études, de la prospective et des statistiques (DEPS). p.25.

¹⁵ Taulelle, F. (2010). La France des villes petites et moyennes. Dans L. Cailly (Dir.), *La France, une géographie urbaine*. Armand Colin. p.149.

agglomérations plus présentes en zones rurales, qui constituent un autre type d'habitat que celui des métropoles et grandes aires urbaines.

Ces petites et moyennes agglomérations se développent en maillage sur tout le territoire, et concentrent une partie de la population, toujours avec des inégalités persistantes en fonction des zones¹⁶, les littoraux sont particulièrement attractifs, tandis que des territoires plus ruraux ou montagnards voient leur population décroître. Ces territoires délaissés cherchent des stratégies pour inverser la tendance, qui conduit au vieillissement de leur population. On parle de stratégies de revitalisation, ou de redynamisation du territoire. Or les infrastructures culturelles, dont les musées, s'inscrivent pleinement dans ces plans de développement urbains. Cela s'observe sur le terrain, comme l'explique Maria Gravari-Barbas, « L'analyse des politiques urbaines en France permet de mettre en évidence une tendance exprimée au cours des dernières décennies : le lancement de grands équipements, surtout culturels, signés par des architectes de grande renommée et proposant une architecture qualifiée d'iconique¹⁷ » une description qui s'inscrit pleinement dans le mouvement initié à la suite de la création couronnée de succès du Guggenheim de Bilbao, que l'autrice a également étudié et que nous aurons l'occasion de traiter ultérieurement. Une tendance qui, bien qu'elle se soit déclinée dans des projets de grandes ampleurs, trouve également des déclinaisons plus modestes. C'est par exemple le cas des rénovations du musée d'art et d'archéologie de Guéret, dont les travaux qui ne cessent de s'allonger, doivent doter l'institution d'un nouveau bâtiment à l'architecture moderne plus audacieuse, qui tranche avec le reste de la ville¹⁸.

« Compte tenu de la qualité architecturale des centres-villes, l'enjeu du tourisme et du patrimoine est un autre axe de développement qui relève de l'attractivité et de la qualité de vie. [...] La thématique culturelle est aussi centrale : le choix des élus en matière d'équipement et de programmation culturels est contraint par la taille et les

¹⁶ Voir Annexe 2 une carte de la répartition de la population par commune.

¹⁷ Gravari-Barbas, M. (2010). Le tourisme, un formidable producteur d'espaces urbains. Dans L. Cailly (Dir.), *La France, une géographie urbaine*. Armand Colin. p.328.

¹⁸ Barlier, B. (2023, décembre 13). Pourquoi le musée de Guéret n'est pas près de rouvrir au public malgré les 6,6 millions d'euros engloutis. *La Montagne*.

finances des collectivités locales. Cependant, des stratégies dynamiques et volontaristes placent souvent la culture comme un élément fort de l'attractivité des villes petites et moyennes¹⁹. »

Ainsi, peu importe la taille ou le budget dont dispose une commune, lorsque les élus élaborent un projet de rénovation ou de création d'un musée, la tendance à suivre le modèle Bilbao en privilégiant un geste architectural fort, proportionnel aux ressources de la collectivité, reste extrêmement présente. Cela dénote d'une nouvelle variable dans la fonction de communication habituellement attribuée au musée, celle d'être un « musée-signe », c'est-à-dire d'un musée qui, plus que d'abriter des collections, peut incarner la commune et son image, comme un symbole de modernité et de créativité. Si l'expression « entre tradition et modernité » est devenue galvaudée, force est de constater que dans la pratique, la formule continue de séduire.

3. Différenciation des territoires, collaboration et compétition

Au-delà de la décentralisation, les territoires cherchent à garder ou à capter des habitants, pour le bien de leur développement. Le maître-mot dans cette démarche est l'attractivité. Il s'agit d'être un territoire attractif en soi, mais surtout par rapport aux autres, car les territoires sont mis en compétition les uns avec les autres, et dans cette logique le patrimoine devient une arme. Effectivement, le patrimoine est un excellent moyen de se forger une identité voir même une image de marque. Nous l'avons observé précédemment avec la notion de musée-signe. De plus, il présente le double avantage de s'inscrire aussi bien dans une économie résidentielle, que dans une économie productive notamment via le tourisme²⁰. C'est en théorie un excellent levier pour le développement économique d'une zone. Plus spécifiquement, les

¹⁹ Taulelle, F. (2010). La France des villes petites et moyennes. Dans L. Cailly (Dir.), *La France, une géographie urbaine*. Armand Colin. p.163.

²⁰ Esparre, S. (2006). Le rôle de la culture et des musées dans le développement et l'attractivité des territoires. Dans *Les Musées de France : acteurs et leviers de développement dans la recomposition des territoires*, colloque, 2 novembre 2004, Paris, musée national des arts asiatiques - Guimet. Ministère de la culture et de la communication. pp.17-18.

musées sont un équipement culturel structurant, c'est-à-dire à partir duquel peuvent se développer de nombreuses autres activités culturelles. Cela les rend d'autant plus stratégiques en termes d'investissements.

« Le patrimoine est une source de créativité et de développement local. Il est un élément constitutif de l'attractivité et de la différenciation des territoires (Godet, 2010). Le patrimoine doit être pensé dans son inscription dans un environnement ; il participe de l'attractivité d'un territoire avec les infrastructures éducatives, les autres éléments de l'offre culturelle, la qualité des transports, etc. Les exemples réussis de croissance par le patrimoine sont surtout des exemples de croissance avec le patrimoine, où la pensée et l'investissement patrimoniaux sont au service d'une politique globale qui allie préservation du passé et du patrimoine et créativité, innovation, dynamisme du cadre urbain, etc²¹. »

Ici, l'auteur relève l'importance d'inscrire la politique de développement culturelle dans une politique plus globale de développement local. En ce sens, on peut parler de « marketing territorial »²², pour désigner l'ensemble du processus de distinction des territoires dans le cadre de cette compétitivité entre les villes et les collectivités territoriales. Ce processus se traduit alors par une forte politique de développement économique et de différenciation des autres territoires. Une notion voisine du marketing territorial, est celle de « régionalisme entrepreneurial »²³. Des termes qui rappellent l'omniprésence de l'économie de marché, qui régit désormais aussi bien les territoires que la culture, pourtant longtemps épargnée. Néanmoins, malgré l'importance qu'a prise la compétition, la collaboration entre territoires reste une logique fondamentale. L'analogie entreprise/territoire a ses limites, car ces derniers ne sont pas des entités autonomes, mais au contraire, dépendent toujours en partie les uns des autres. Chaque territoire fait ainsi partie d'un millefeuille, allant du quartier jusqu'au pays, voire jusqu'au territoire de l'Union européenne, et incluant parfois des collectivités comme la communauté de communes. Nous n'avons listé ici

²¹ Benhamou, F., & Thesmar, D. (2011). *Valoriser le patrimoine culturel de la France*. Rapport du Conseil d'analyse économique. Paris : La Documentation française. p.84.

²² Halbert, L. (2010). Les villes françaises dans la nouvelle donne économique. Dans L. Cailly (Dir.), *La France, une géographie urbaine*. Armand Colin. p.316.

²³ Roigé, X. (n.d.). Les musées face à la crise économique ou les musées en crise ? Défis et stratégies dans le cas de l'Espagne. Dans M. de la C. et de la, *Nouvelles tendances de muséologie*. La Documentation française. p.84.

que les territoires ayant des frontières administratives et/ou une existence juridique, mais de nombreux territoires existent également en dehors de ce cadre (anciennes provinces ou régions comme la Touraine, territoires reliés par une langue ou une culture commune comme le Pays Basque...). Ce rappel géographique élémentaire paraît tout de même important, afin d'éviter de tomber dans des analyses simplistes qui se concentreraient uniquement sur la dimension compétitive, alors que la collaboration reste encore la norme des relations entre territoires, notamment entre voisins, en témoigne le principe même de communauté de communes et d'agglomération.

B. Le territoire et le musée

1. L'effet Bilbao : espoirs et désillusions

Le Guggenheim de Bilbao est l'exemple canonique d'un investissement culturel massif ayant permis de revitaliser et de remodeler l'image de tout un territoire. L'Effet Bilbao, c'est l'histoire d'une ville qui, au début des années 1990, subit de plein fouet la désindustrialisation. La ville présente un fort taux de chômage et de pauvreté, et qui plus est, se situe dans un territoire basque en pleine crise politique, et en proie aux actions terroristes du groupe ETA²⁴. Face à la gravité de la situation, une Association pour la Revitalisation de la Métropole de Bilbao, comprenant le gouvernement basque, le conseil de la Province de Biscay, le conseil de la ville, mais également la chambre du commerce de Bilbao, ainsi que les universités du pays Basque et de Deusto, est constituée en 1991²⁵. L'association travaille à la conception d'un plan stratégique de revitalisation de la ville, qui est

²⁴ Caso Burbano, A. (2022). Twenty-five Years of the «Guggenheim Effect». Brief Approach to the Impact of Guggenheim Bilbao Museum on the Bilbao Art System: Veinticinco años del «efecto Guggenheim». Breve aproximación al impacto del museo Guggenheim Bilbao en el sistema del arte bilbaíno. *Espacio, Tiempo y Forma. Revista de La Facultad de Geografía e Historia / Serie 7, Historia Del Arte*, 10. p.279.

²⁵ Caso Burbano, A. (2022). Twenty-five Years of the «Guggenheim Effect». Brief Approach to the Impact of Guggenheim Bilbao Museum on the Bilbao Art System: Veinticinco años del «efecto Guggenheim». Breve aproximación al impacto del museo Guggenheim Bilbao en el sistema del arte bilbaíno. *Espacio, Tiempo y Forma. Revista de La Facultad de Geografía e Historia / Serie 7, Historia Del Arte*, 10. p.280.

approuvé un an plus tard. Notons que la diversité des acteurs, l'inclusion des universités et de plusieurs instances économiques, en plus des collectivités territoriales concernées, indique une compréhension de la complexité d'une telle mission, et de la nécessité d'adopter une approche plurielle pour l'accomplir. Au sein de ce vaste plan, la « centralité culturelle » est établie comme l'un des six axes de travail définis pour répondre aux enjeux critiques ayant impacté la ville et son territoire²⁶. Au fil des quatre phases du plan de revitalisation, et des négociations parallèles avec la Fondation Guggenheim, le projet du Musée Guggenheim de Bilbao se dessine, jusqu'à être l'un des trois projets finaux retenus dans la phase quatre du plan. Il ouvre ses portes en octobre 1997 et est depuis largement considéré comme un succès.

Pour préciser ce que l'on entend par « succès », il est enrichissant de se pencher sur les nombreux travaux de la chercheuse Beatriz Plaza qui traite du musée. Dans l'un de ses articles,²⁷ Plaza établit quatre conditions permettant effectivement de considérer le Guggenheim Bilbao comme un réactivateur économique efficace. La première nécessite de devenir un pôle touristique, la seconde de diversifier l'économie de la ville, la troisième de bien intégrer les marchés des zones redéveloppées, et la quatrième que la ville gagne en productivité globale. Plaza démontre que Bilbao remplit ces quatre conditions en grande partie grâce à l'implantation du musée. Néanmoins, elle termine son article en réfutant l'idée que la revitalisation de Bilbao soit le seul fait du musée. Au contraire, elle rappelle combien le projet du Guggenheim Bilbao s'inscrit dans une réflexion bien plus globale. C'est en effet évident à la lecture des différents rapports du plan de revitalisation²⁸. La création du musée y figure comme une stratégie parmi tant d'autres, au sein d'un

²⁶ Bilbao Metrópoli-30. (1992). *Plan estratégico para la revitalización del Bilbao metropolitano. Fase I: Exploración del entorno e identificación de temas críticos*. Bilbao Metrópoli-30. Voir également Annexe 3 synthèse du plan de revitalisation

²⁷ PLAZA, B. (2008). On Some Challenges and Conditions for the Guggenheim Museum Bilbao to be an Effective Economic Re-activator. *International Journal of Urban and Regional Research*, 32(2), pp. 506–517.

²⁸ Voir Annexe 3 synthèse du plan de revitalisation.

projet de redynamisation de grande ampleur pensé sur six axes de travail, dont un seul concerne la culture. Résumer le succès de la revitalisation de Bilbao à l'implantation du musée Guggenheim est une déformation de la réalité.

Pourtant, le Guggenheim Bilbao est passé à la postérité comme la preuve qu'un musée peut ressusciter une ville, si tant est qu'il est l'œuvre d'un grand architecte. Un sentiment traduit dans les expressions « Effet Bilbao » ou « Effet Guggenheim ». La réussite de Bilbao a suscité énormément d'enthousiasme pour les projets d'infrastructures culturelles de grande envergure. S'en est suivi en Espagne une véritable vague d'investissements dans des projets du même type.

« La période de prospérité économique a donné lieu à une nouvelle génération de musées destinés à régénérer les villes, attirer le voyageur et procurer des bénéfices politiques tout en rehaussant leur image. Le développement de ces initiatives a été profitable puisque les infrastructures accusaient un retard certain. Toutefois, ces initiatives se sont effectuées sans prévision des réels besoins culturels et sans calcul des possibilités de financement ultérieur²⁹. »

Plus que d'un âge d'or du musée, il s'agissait en fait d'un phénomène que l'auteur n'hésite pas à qualifier de « bulle muséale » où de nombreux projets ont vu le jour sans planification préalable conséquente et sans réelle vision à long terme.

« En Espagne, l'illustration la plus flagrante de la crise a été la paralysie de nombreux projets ébauchés et même partiellement construits durant la période prolifique précédente. Les administrations ont investi des millions d'euros dans les grands musées qui, en plus de dépasser largement les budgets initiaux, sont restés à moitié construits ou encore qui n'hébergent aucun événement culturel³⁰. »

Cette déroute espagnole met l'accent sur deux nécessités au bon ancrage d'un musée : une planification complète et à long terme en ce qui concerne les financements, et la

²⁹ Roigé, X. (n.d.). Les musées face à la crise économique ou les musées en crise ? Défis et stratégies dans le cas de l'Espagne. Dans M. de la C. et de la, *Nouvelles tendances de muséologie*. La Documentation française. p.85.

³⁰ Roigé, X. (n.d.). Les musées face à la crise économique ou les musées en crise ? Défis et stratégies dans le cas de l'Espagne. Dans M. de la C. et de la, *Nouvelles tendances de muséologie*. La Documentation française. p.86.

prise en compte voir l'inclusion des populations globales dans le projet que ce soit par une participation active directe, des enquêtes d'opinion ou des consultations.

2. Les grands projets français : l'exemple du Louvre-Lens

Un point concernant le cas Bilbao que nous avons peu abordé, est la question de la franchisation de l'institution Guggenheim. Nous avons présenté plus tôt l'effet Bilbao et l'effet Guggenheim comme deux expressions synonymes interchangeables. Or, il y a une distinction à faire. En effet, si derrière « effet Bilbao » on met en avant l'histoire d'une ville transformée par la création d'un musée, derrière « effet Guggenheim » on raconte surtout comment la marque Guggenheim a sauvé une ville de ruine, et on sous-entend implicitement que ce qui a fonctionné en Espagne pourrait fonctionner ailleurs, car l'ingrédient clé n'est plus le territoire, mais la marque. Un même récit présenté sous deux points de vue. La réussite du Guggenheim Bilbao n'a pas seulement été profitable à la métropole, elle a également considérablement renforcé l'aura de la fondation et du nom Guggenheim. En témoignent les différents projets de musées Guggenheim, avortés ou aboutis, qui ont suivi à Rio de Janeiro, Taichung, Berlin, Helsinki et Abu Dhabi pour ne citer qu'eux³¹.

Cette logique de franchisation a été reprise par d'autres grands musées, notamment en France avec le Louvre-Lens et le Centre Pompidou-Metz. Concernant le cas du Louvre-Lens, il se situe au carrefour de plusieurs intérêts : franchisation du Louvre certes, mais aussi politique de décentralisation et de démocratisation culturelle, ainsi que revitalisation et modernisation de l'image de Lens et de son territoire³². En effet, Lens et ses environs ont énormément souffert de la fin de l'activité minière, perdant du même coup la source principale de leur économie et de leur identité³³. C'est toute une région qui doit alors se restructurer autour de nouvelles

³¹ Gerardo del Cerro Santamaría. (2019). The Fading Away of the Bilbao Effect: Bilbao, Denver, Helsinki, Abu Dhabi. *Athens Journal of Architecture*, 6(1). p.27.

³² Bodéré, A. (2010). Louvre-Lens : le Louvre autrement. *CeROArt*.

³³ Morel, M. (2015). Le musée comme outil de remédiation identitaire : Le cas du Louvre-Lens. *Midas (Évora)*, 4.

activités économiques et repenser son patrimoine. Inauguré en décembre 2012, le Louvre-Lens se place comme un outil clé pour permettre au territoire d'accroître son attractivité. Comme pour le Guggenheim de Bilbao, le musée a d'ailleurs bénéficié du savoir-faire d'un prestigieux cabinet d'architecture, le cabinet SANAA. Le projet architectural a été soigneusement pensé pour respecter le style typique du bassin minier et permettre au musée de s'y inscrire tout en le modernisant. De même, comme pour Bilbao, mesurer la réussite d'un tel projet est toujours complexe, car il est difficile d'isoler précisément les effets économiques (directs, indirects ou induits), dû spécifiquement à la présence du musée. Évaluer le changement d'image du territoire relève des mêmes difficultés. Néanmoins, Mathias Boquet souligne que l'attractivité touristique est un indicateur pertinent pour déterminer, dans une certaine mesure, la réussite ou l'échec d'un projet comme le Louvre-Lens.

« Dans le cadre de l'évaluation des impacts, les effets en termes d'attractivité touristique présentent l'intérêt d'être immédiatement perceptibles et assez facilement imputables à l'équipement. Même s'ils sont à leur apogée au cours de la première année d'ouverture, la mesure de ces effets touristiques permet aussi d'estimer le niveau de réussite du projet, que ce soit au regard de la dynamique qui se crée autour du musée, de la transformation de l'image du territoire pour les touristes comme pour les acteurs économiques, et surtout de l'hybridation entre le projet culturel et son territoire d'implantation³⁴. »

Dans cette perspective, son étude menée sur la première année d'ouverture conclut que le musée est certes attractif, en témoignent les chiffres de fréquentation, mais que la ville de Lens et ses acteurs économiques ne profitent pas suffisamment de ce rayonnement. En effet, le musée ne suffit pas à convaincre les touristes de s'attarder à Lens et donc de dépenser à Lens. Au contraire, ils continuent de privilégier Lille, plus loin mais plus séduisante. Autrement dit, on retrouve l'idée déjà

³⁴ Bosquet, M. (2014). L'impact touristique des nouveaux musées : analyse des relations entre l'environnement urbain et la spatialisation de l'impact à travers les exemples du Centre Pompidou-Metz et du Louvre-Lens. *BELGEO (Leuven)*, 1. p3.

formulée qu'un musée seul ne suffit pas pour redynamiser un territoire, il doit s'inscrire dans un plan beaucoup plus global, similaire à celui de Bilbao.

3. Le musée en territoire rural : l'exemple du musée du Jouet

Bien que les projets de grandes ampleurs nous renseignent énormément sur les enjeux et les logiques derrière leur conception et leur réalisation, et soient incontournables lorsque l'on parle de revitalisation territoriale par la culture, notamment du fait de leur grande influence, ils ne suffisent pas pour traiter le sujet qui nous intéresse ici. En effet, les ressources financières mobilisées et le prestige des acteurs engagés relèvent de l'exceptionnel. Toutes les collectivités territoriales n'ont pas les moyens de s'offrir un musée Guggenheim signé Frank Gehry ou un Louvre dessiné par le prestigieux cabinet Sanaa. Quand est-il des zones rurales dans ces projets de revitalisation ?

À Moirans-en-Montagne, petite commune du Jura, le Musée du Jouet est traité comme un facteur clé du développement territorial. En 2004 lors d'un colloque au Musée Guimet, Jean Burdeyron, à l'époque maire, président de communauté de commune et conseiller régional de Franche-Comté, et Thierry Haag, directeur du musée, s'accordent pour considérer le musée comme une réussite³⁵ et un moteur dans le développement non seulement de la commune, mais de toute une partie du département. À l'inverse du processus en entonnoir de Bilbao, qui partait d'un projet général de revitalisation et finit par donner naissance au musée, à Moirans-en-Montagne c'est un effet boule de neige qui s'est produit. Le développement du musée seul a progressivement fini par aboutir sur un projet de plus grande ampleur à l'échelle du sud du Jura. En effet, à la création de ce qui s'appelait

³⁵ Burdeyron, J. (2006). Les musées de France d'intérêt communautaire : exemples de cas concrets - Musées et communautés de commune l'exemple du musée du jouet et de la communauté de commune du Jura sud. Dans *Les Musées de France : acteurs et leviers de développement dans la recomposition des territoires*, colloque, 2 novembre 2004, Paris, musée national des arts asiatiques - Guimet. Ministère de la culture et de la communication. p.77.

avant La Maison du Jouet, en 1989, il s'agissait uniquement d'étendre l'influence du musée à la commune. Moirans-en-Montagne se sacre « Cité du jouet » et le quartier du musée est pensé comme « quartier de l'enfant », il inclut le musée mais aussi une médiathèque, une crèche, une école et un centre de loisir³⁶. Au fil des ans et des relations tissées avec les élus des différentes collectivités territoriales et les entreprises, artisans et associations locales, le musée gagne en importance, il devient Musée de France en 2002. Lors du colloque de 2004, Jean Burdeyron présente le projet de transférer la responsabilité du musée à la communauté de commune, et par la même occasion étendre l'aire d'influence de l'institution, dans le cadre du projet de développement territorial « Juras-Sud, pays de l'enfance » Un projet qui prend effectivement vie en 2009. Le musée continue de se développer, il double notamment de taille suite à d'importants travaux en 2012.

Dans des proportions bien différentes, le cas de ce Musée du Jouet reprend des logiques vues précédemment sur des projets de grande envergure. D'une part, l'institution est perçue et traitée comme une infrastructure importante certes, mais qui doit aller de concert avec d'autres équipements qui ensemble améliorent la qualité de vie des habitants. Ici en l'occurrence, il s'agit de l'ensemble des infrastructures du quartier de l'enfant. D'autre part, le musée ne se développe pas hors-sol, mais au contraire en lien direct avec les autres acteurs locaux, tout particulièrement les entreprises et artisans fabricants de jouets, qui fournissent une partie de la marchandise vendue dans la boutique du musée. L'idée n'étant pas d'entretenir la mémoire d'une histoire passée de la fabrication de jouets dans le Jura, mais de relayer et participer activement à son histoire présente. De plus, on relève que l'architecture reste encore une caractéristique notable, puisque dès la première ouverture en 1989, le bâtiment est conçu par Guy Bonnivard comme « un gros lego égaré sur une prairie du Haut-Jura³⁷ », un parti-pris fort renouvelé lors des travaux d'agrandissement de

³⁶ Musée du Jouet. (s.d.). *Histoire d'un lieu. Musée du Jouet*.
<https://www.musee-du-jouet.com/histoire-d-un-lieu.htm>

³⁷ Musée du Jouet. (s.d.). *Histoire d'un lieu. Musée du Jouet*.
<https://www.musee-du-jouet.com/histoire-d-un-lieu.htm>

2012. Ici encore, l'idée est de marquer profondément la commune et son image. Le Musée du Jouet de Moirans-en-Montagne est bel est bien un musée-signe dans sa façon de représenter la commune, en tranchant radicalement avec le reste du paysage, tant architectural que naturel³⁸.

C. Le territoire, le musée et la communauté

1. Dans les pas de l'écomuséologie

Nous évoquions précédemment, notamment via le phénomène de bulle muséale qu'a connu l'Espagne, la nécessité de prendre en compte les populations locales lors de la création d'un nouveau musée sur un territoire. Elles sont effectivement un point essentiel, puisque derrière un projet de développement local ou de revitalisation d'un territoire, il y a généralement la volonté de garder ou d'attirer de nouveaux habitants, et pas uniquement des touristes. De plus, la question des finances est souvent la bête noire d'une infrastructure culturelle. Or, une forte implication de la part d'un public de proximité peut être un excellent soutien financier pour un musée.

« Il est intéressant de constater que les musées qui sont dans les meilleures conditions pour résister à la crise sont les grands musées qui vivent du tourisme et les petits musées qui, malgré leur petite structure, profitent d'une forte base communautaire. Comme l'affirme Bergeron, les musées qui comportent une base sociale solide présentent de meilleures conditions pour survivre et s'adapter à des conditions économiques défavorables³⁹. »

Il semble donc nécessaire et bénéfique de considérer les attentes et les avis de ces populations locales dans le plan de développement d'un musée, voire même de les inclure directement dans les discussions. Or, la France dispose d'un solide terreau intellectuel et expérimental en matière de logiques participatives au musée, puisqu'elle a été le lieu majeur de la création et du développement des écomusées

³⁸ Voir Annexe 4 photo du musée du Jouet.

³⁹ Roigé, X. (n.d.). Les musées face à la crise économique ou les musées en crise ? Défis et stratégies dans le cas de l'Espagne. Dans M. de la C. et de la, *Nouvelles tendances de muséologie*. La Documentation française. p.88.

portées par la Nouvelle Muséologie dès les années 1970. Un héritage extrêmement riche qu'il convient de remobiliser. Parmi les figures importantes de l'écomuséologie, Hugues de Varine est un incontournable pour notre étude. Co-fondateur du tout premier écomusée au Creusot, il a rédigé de nombreux articles et ouvrages sur l'écomuséologie et les liens entre musées et communautés. Dans la vision de l'écomuséologie, le musée se voit attribuer le rôle d'outil au service du développement de la communauté qui l'utilise. « La fondation d'un écomusée permet à une communauté d'identifier, de conserver, d'interpréter et de gérer ses ressources patrimoniales tant naturelles que culturelles en vue d'un développement durable⁴⁰ » précise le *Dictionnaire de muséologie*. Autrement dit, le musée classique est une institution venue d'un pouvoir extérieur et/ou supérieur qui doit réussir à s'intégrer avec succès au territoire et à sa population ou périr, comme une greffe d'organe. L'écomusée, lui, émerge directement de la communauté, qui décide directement de sa forme et de ses fonctions. L'écomusée est participatif par essence, contrairement au musée.

Si cette vision peut paraître utopique au premier abord, elle se base en vérité sur une compréhension des populations et de leurs dynamiques. Hugues de Varine défend l'idée que les populations locales ont tous les prérequis nécessaires pour pouvoir s'impliquer dans la co-conception et la co-gestion d'un musée, si tant est qu'elles prennent conscience de leur pouvoir d'action (en soi / pour soi). En effet, il explique combien les populations savent déjà se mobiliser collectivement pour le bien commun de leur communauté, même quand elles n'ont pas conscience d'en être une. Il prend notamment l'exemple des écoles dans les villages, dont les menaces de fermeture aboutissent très souvent à des protestations et à des manifestations de la part des habitants⁴¹. Le critère de la conscientisation ne s'applique pas à la question de la communauté, mais bien à celle du pouvoir d'agir. Peu importe que les habitants du village se perçoivent comme communauté, tant qu'ils reconnaissent leurs capacités

⁴⁰ Mairesse, F. (2022). *Dictionnaire de muséologie*. Armand Colin. p.220.

⁴¹ de Varine, H. (2018). Émergence de la participation dans les musées. Dans A. Delarge (Dir.), *Le musée participatif : L'ambition des écomusées*. La Documentation française. p.50.

à s'organiser le processus participatif peut fonctionner⁴². Toutefois, il faut avoir conscience qu'au sein même de la communauté des habitants d'un territoire, on trouve des sous-catégories aux intérêts différents, voire contradictoires. Dans le cas des zones rurales françaises, on peut appliquer partiellement la typologie de Varine, avec d'un côté « les originaires » présents depuis plusieurs générations, de l'autre « les nouveaux » présents depuis une génération ou moins, et en dernier lieu « les temporaires », qui correspondent majoritairement aux propriétaires de résidences secondaires. Ces subdivisions complexifient beaucoup le système participatif, exposé au risque de guerres de chapelles incessantes, et contribuent à leur rendre peu désirable.

2. Tensions entre les populations

Si le système participatif met en lumière les tensions et les contradictions au sein des habitants d'un territoire, un musée qui exclut toute participation ne les fait pas disparaître pour autant. Les populations conservent leurs intérêts. Il s'agit d'observer et de comprendre ces dynamiques pour chercher à les résoudre, ou à composer avec. Nous avons évoqué à plusieurs reprises le fait que les territoires qui mettent en place des stratégies de revitalisation cherchent généralement à attirer de nouveaux habitants. Or, cette démarche porte déjà en elle de nombreux enjeux susceptibles de créer des tensions. En effet, comme vu précédemment, les populations ne sont pas homogènes, attirer de nouveaux habitants revient à renforcer le groupe des « nouveaux » ou des « temporaires » face aux « originaires ». De même, dans le cadre d'une redynamisation, les nouveaux habitants que le territoire convoite sont surtout ceux issus des couches supérieures, plus qualifiés et fort d'un plus grand pouvoir d'achat. Cela pose alors la question de la gentrification, c'est-à-dire le processus par lequel un territoire/quartier populaire est réaménagé dans l'optique d'accueillir une population au profil économique et social supérieur⁴³. Une

⁴² de Varine, H. (2017). *L'écomusée singulier et pluriel: Un témoignage sur cinquante ans de muséologie communautaire dans le monde*. Editions L'Harmattan.

⁴³ Clerval, A. (2013). *Paris sans le peuple. La gentrification de la capitale*. Paris, La Découverte.

infrastructure culturelle telle que le musée peut jouer un rôle clé dans le processus de gentrification. C'est d'ailleurs ce que décrit Corinne Baujard à propos du Louvre-Lens, où la ville a subi des hausses de prix d'habitations et où tout un pâté de corons, anciennes maisons ouvrières, situées en face du musée, ont été converti en hôtel quatre étoiles, forçant les locataires à déménager⁴⁴. De telles situations semblent sacrifier la mission de démocratisation culturelle au profit du *rebranding* du territoire.

En parallèle de l'attraction de nouveaux habitants, les projets de revitalisation cherchent également à dynamiser l'activité touristique du territoire. Là encore, le musée peut jouer un rôle d'appel d'air lorsqu'il constitue l'attraction principale. Il est alors chargé de faire venir les touristes dans le territoire qui, une fois sur place, iront en théorie visiter les environs et pourquoi pas y séjourner⁴⁵. À noter que dans la pratique, le musée ne suffit pas toujours à modifier les habitudes des touristes. De même, le développement du tourisme peut être un exercice complexe, car il nécessite de réussir à concilier public de proximité et public de passage. Séduire les uns sans déposséder les autres est un enjeu crucial. Toujours à propos du Louvre-lens, Corinne Baujard retranscrit le témoignage d'un ancien ouvrier des forges lors d'un entretien en 2013. Il y exprime très explicitement ce sentiment de dépossession, dans lequel la création de musées prend une place active.

« On a perdu 12 000 emplois industriels dans la région, 100 000 en 10 ans. Des musées à la place des usines, des cars de touristes à la place du transport des marchandises, ici personne ne croit à cette promesse de développement. Il y avait de la dentelle à Calais, on a créé un musée de la dentelle. On avait des mines, on a fermé la mine. On a ouvert le musée des Mines. On liquide la pêche, on a ouvert le musée de la Pêche. À la place des faïenceries, on a ouvert un musée de la Faïence, on a un beau musée du textile, on va embaucher des gens pour faire des figurants,

⁴⁴ Baujard, C. (2018). Le musée Louvre-Lens. Dans *Musées et management : Vers la mondialisation culturelle*. ISTE Editions. p.113.

⁴⁵ Bosquet, M. (2014). L'impact touristique des nouveaux musées : analyse des relations entre l'environnement urbain et la spatialisation de l'impact à travers les exemples du Centre Pompidou-Metz et du Louvre-Lens. *BELGEO (Leuven)*, 1. p.13.

les déguisant en mineurs, et leur faire distribuer des souvenirs aux touristes. Tout cela n'est pas très sérieux, un peu d'industrie cela ne peut pas faire de mal⁴⁶. »

Il ressort de ce témoignage un sentiment d'absurdité face à la création en chaîne de ces musées, devenus le cercueil des savoir-faire perdus et des industries mortes, à défaut d'en être l'ostensor. Un énième mais néanmoins utile rappel que le musée n'est pas une institution universelle, mais qu'au contraire elle relève encore de la culture légitime dont tout un pan de la population se voit exclu. Penser la création et le développement d'un musée sans prendre en compte les non-publics, c'est risquer le rejet d'une part importante de la population locale, et passer à côté de critiques dont le musée aurait pourtant besoin pour s'ancrer et prospérer durablement sur le territoire et auprès de ses habitants. De plus, ce témoignage tend à démontrer encore une fois que le musée, et la culture a fortiori, ne peuvent pas suffire à eux seuls à revitaliser un territoire ni à permettre à sa population de se le réapproprier. C'est par une vision d'ensemble, qui comprend les aspects pluriels du territoire, des populations et de leurs besoins respectifs, et par une planification adéquate et rigoureuse sur le long terme que le musée pourra porter tous ses fruits.

3. Trouver le point d'équilibre

L'ensemble de nos réflexions nous conduit à penser l'ancrage territorial comme un enjeu plus complexe qu'il n'y paraît en premier lieu. Il comprend d'abord trois composantes, à savoir le territoire, le musée et la population, qui sont elles-mêmes très hétérogènes et traversées par des tensions et des contradictions internes. À ces dynamiques internes, s'ajoutent les logiques externes qui relient ses trois éléments et qu'il faut parvenir à concilier afin d'aboutir au meilleur ancrage territorial possible. Une réflexion déjà menée par Xavier Roigé dans son analyse du phénomène de bulle muséale espagnole.

⁴⁶ Baujard, C. (2018). Le musée Louvre-Lens. Dans *Musées et management : Vers la mondialisation culturelle*. ISTE Editions. p.122.

« Bien que soumis à une forte pression qui exige la recherche de nouvelles ressources, les musées doivent participer activement au processus qui tente de combiner la valeur sociale et économique du patrimoine. La rencontre à nouveau avec la communauté ne devrait pas se restreindre à une déclaration de principe, mais plutôt se convertir en stratégie pour renforcer la place des musées⁴⁷. »

Bien que sa réflexion se place ici dans un cadre spécifique et strictement délimité, il nous semble, à la lumière de l'ensemble de notre recherche jusqu'ici, que nous pourrions généraliser sa thèse. En effet, l'enjeu pour ce travail est d'essayer de comprendre comment accorder au mieux territoire, musée et population. Il nous semble pour l'instant que le résultat le plus harmonieux est celui où *primo* le musée prospère sur le long terme tout en remplissant ses fonctions, *secundo* le territoire voit son image, son économie et sa démographie redynamisés, et enfin *tertio* la qualité de vie des populations est améliorée et la cohésion sociale renforcée. C'est du moins notre hypothèse de départ⁴⁸. Pour la valider, il s'agit de se concentrer sur des cas précis de musées ou écomusées situés dans diverses zones rurales. La réalisation d'entretiens auprès de membres du personnel de ces institutions est le point clé, celui qui nous permettra au mieux d'appréhender les rapports qu'entretient le musée avec la population et le territoire dans toutes leurs subtilités. Il faut néanmoins reconnaître que ce travail ne sera pas exhaustif. Il contiendra des limites, notamment en matière d'analyse de données économiques, la discipline nous étant moins familière. De plus, cette étude dépend presque autant de ceux qui accepteront de nous répondre que de nous-même. Et si l'exercice de l'entretien n'est pas une totale découverte, il n'est pas non plus à considérer comme un acquis. Dans cette perspective, il est d'autant plus important de réussir à mobiliser les travaux précédents sur ces mêmes thématiques, en particulier les études de cas qui peuvent venir nourrir tant l'analyse de fond que la méthodologie.

⁴⁷ Roigé, X. (n.d.). Les musées face à la crise économique ou les musées en crise ? Défis et stratégies dans le cas de l'Espagne. Dans M. de la C. et de la, *Nouvelles tendances de muséologie*. La Documentation française. p.93.

⁴⁸ Voir Annexe 5 diagramme de Venn

Chapitre 2 : Musées en zones rurales, fonctionnement en conditions réelles

A. Définir les conditions réelles

1) Le choix du terrain

Après de longues tentatives pour contacter les musées de La Creuse qui était l'objet initial de cette recherche, il a été décidé d'élargir le cadre géographique aux territoires ruraux français en général. Cette décision prise, une première vague de prise de contact avec divers musées de territoires ruraux a été menée via le réseau social LinkedIn, après avoir constaté que les prises de contact par courriel ou par formulaire restaient trop souvent sans réponse. Elle aboutit à un rapide rapprochement avec quatre établissements manifestement situés en zone rurale, qui constituent par conséquent notre terrain d'étude. Il s'agit du Musée Lalique à Wingen-sur-Moder (Bas-Rhin 67), du Musée archéologique de la bataille de Gergovie à La Roche Blanche (Puy-de-Dôme 63), de l'écomusée de Marquèze à Sabres (Landes 40) et du Musée de la Faïence à Moustiers-Sainte-Marie (Alpes-de-Haute-Provence 04).

Sans essayer de faire rentrer ces quatre institutions dans une typologie des musées qui serait inévitablement discutable et inutile dans le cadre de notre recherche, présentons simplement leur sujet et leurs collections. Le musée Lalique présente le travail de René Lalique, maître verrier et bijoutier, et de ses héritiers. C'est donc un établissement centré sur le savoir-faire et les productions artistiques de la maison Lalique, avec des collections composées principalement de bijoux, dessins, flacons de parfum, objets en cristal et en verre⁴⁹. Le musée archéologique de la bataille de Gergovie est consacré au site archéologique de la bataille de Gergovie, c'est un musée d'histoire et d'archéologie qui présente des collections centrées sur

⁴⁹ Musée Lalique. (s.d.). *Collections*. <https://www.musee-lalique.com/decouvrir/collections/>

des artefacts et des dispositifs de reconstitution, notamment multimédias⁵⁰. Notons toutefois qu'il travaille également sur d'autres sites archéologiques arvernes situés à quelques kilomètres⁵¹. L'écomusée de Marquèze conserve et expose le quartier de Marquèze tel qu'il se présentait au XIXe siècle, ainsi que les modes de vie des habitants de l'époque. Ces collections sont à la fois matérielles et immatérielles⁵². Enfin, le musée de la Faïence traite de la tradition faïencière de Moustiers-Sainte-Marie, et de son développement actuel via des collaborations régulières avec des ateliers de faïence. Ses collections se composent essentiellement de faïences⁵³.

Quatre établissements dans des contextes géographiques très différents, avec leurs particularités propres, que nous détaillerons dans la restitution des résultats. Par la suite, le travail d'enquête se divise en deux volets. Le premier concerne les entretiens menés auprès des acteurs des musées étudiés. Le second fait référence à l'ensemble des recherches documentaires menées sur ces mêmes musées. La principale contrainte concernant le terrain est qu'il n'était pas possible de se rendre dans chacun des musées, il fallait donc mettre en place une méthodologie fonctionnant à distance.

2) Les entretiens

Le mode d'entretien choisi est celui de l'entretien libre, il paraissait le plus approprié car déjà pratiqué dans le cadre de précédents travaux universitaires et donc moins intimidant, le but étant in fine d'obtenir des informations exploitables. L'élaboration d'une grille d'entretien a été nécessaire, l'idée n'est pas de poser l'ensemble des questions, mais de piocher en fonction du contexte de chaque musée

⁵⁰ Musée Archéologique de la Bataille de Gergovie. (s.d.). *L'exposition permanente*. <https://musee-gergovie.fr/presentation/exposition-permanente/>

⁵¹ Entretien en visioconférence avec Arnaud Pocris (Chef de service développement culturel, médiation et accueil des publics), 26 février 2025. Retranscription en Annexe 8.

⁵² Écomusée de Marquèze. (s.d.). *Histoire et projets de l'écomusée*. <https://www.marqueze.fr/l-ecomusee-de-marqueze-landes/histoire-et-projet-de-l-ecomusee-de-marqueze.html>

⁵³ Musée de la Faïence de Moustiers. (s.d.). *Le musée*. <https://musee-moustiers.fr/content/6-le-musee>

et interlocuteur⁵⁴. De même, à ces questions générales s'ajoutent systématiquement des questions plus spécifiques axées sur le musée concerné. Comme évoqué précédemment, le travail de terrain s'est effectué à distance, entretien compris. Ils ont été réalisés soit par téléphone soit par visioconférence, offrant à chaque fois entre 15 et 30 minutes de discussions. Une exception est faite pour le musée de la faïence, où les échanges ont eu lieu par courriel.

Il faut évoquer les limites de cette méthode de l'entretien libre. La première est d'ordre personnel. En effet, il était évident que la timidité rendait parfois l'exercice difficile, et conduisait à limiter les questions et prise de parole par peur de déranger l'interlocuteur. Malgré des efforts importants associés à la chance de n'avoir que des interlocuteurs avenant et intéressé par ce travail, cela reste une limite importante. À cela s'ajoutent les limites liées à l'entretien libre lui-même, à savoir le fait que les interlocuteurs ont des biais, comme la tendance à valoriser leur établissement, et qu'en trente minutes à distance, il est difficile d'établir un lien de confiance avec l'interlocuteur qui pourrait l'encourager à livrer davantage d'informations. Les échanges restent globalement très consensuels, même si enrichissants. Ces biais sont largement documentés⁵⁵, mais il reste difficile d'y échapper même en les anticipant.

3) La recherche documentaire

La recherche documentaire dans cette enquête à distance concerne essentiellement l'exploration et l'étude des sites internet. En premier lieu les sites des quatre musées étudiés, mais également beaucoup d'autres sites institutionnels se rapportant de près ou de loin aux musées (offices du tourisme des communes, agences de tourisme régionales, observatoires départementaux du tourisme, parcs naturels régionaux, associations partenaires, Ministère de la Culture...). Cette recherche documentaire permet de récolter des informations factuelles telles que les

⁵⁴ Voir Annexe 6 grille d'entretien.

⁵⁵ Mairesse, F., & Van Geert, F. (2021). *Écrire la muséologie*. Presses Sorbonne-Nouvelle. pp.96-98.

labels obtenus par les musées, leurs partenaires, leurs offres de médiations, leurs actualités. Mais plus intéressant encore, ces sites sont un moyen d'observer comment les institutions se présentent au grand public, ce qu'elles mettent en valeur, et donc la façon dont elles se pensent. On note aussi la documentation importante apportée par l'INSEE et l'Observatoire des Territoires.

B. Observer le fonctionnement des musées

1) Situations géographiques

Le terrain géographique de cette enquête étant la zone rurale, la première nécessité pour sélectionner des cas d'études était de choisir un outil permettant de qualifier ou non une zone de rurale. Le choix s'est porté sur la grille communale de densité à sept niveaux utilisée par l'Insee⁵⁶, plus fine que la grille précédente qui ne comportait que trois niveaux. Suivant cette grille, les communes dites rurales correspondent aux niveaux 5, 6 et 7, il nous fallait donc sélectionner des musées situés dans des communes catégorisées dans l'un de ces niveaux. Ainsi, le musée Lalique est situé directement dans la commune de Wingen-sur-Moder, qui compte 1 592 habitants⁵⁷ et correspond au niveau 5 de la grille, c'est-à-dire bourg rural. Le musée archéologique de la bataille de Gergovie, bien que situé directement sur le plateau, est rattaché à la commune de La Roche-Blanche, qui compte 3 423 habitants⁵⁸ et correspond également au niveau 5. L'écomusée de Marquèze, lui aussi isolé, est rattaché à la commune de Sabres qui compte 1 331 habitants⁵⁹ et correspond cette fois au niveau 6 de la grille, c'est-à-dire bourg rural à habitat dispersé. Enfin, le

⁵⁶ Beck, S., De Bellefon, M.-P., Forest, J., Gerardin, M., & Levy, D. (2023, 5 janvier). *La grille communale de densité à 7 niveaux* (Documents de travail n° 2022-18). INSEE.
<https://www.insee.fr/fr/statistiques/6686472>

⁵⁷ INSEE. (2024). *Recensement de la population : Populations de référence en vigueur à compter du 1er janvier 2025 – Arrondissements, cantons, communes – 67 - Bas-Rhin*. p.16.
<https://www.insee.fr/fr/statistiques/fichier/8290607/dep67.pdf>

⁵⁸ INSEE. (2024). *Recensement de la population : Populations de référence en vigueur à compter du 1er janvier 2025 – Arrondissements, cantons, communes – 63 - Puy-de-Dôme*. p.10.
<https://www.insee.fr/fr/statistiques/fichier/8290607/dep63.pdf>

⁵⁹ INSEE. (2024). *Recensement de la population : Populations de référence en vigueur à compter du 1er janvier 2025 – Arrondissements, cantons, communes – 40 - Landes*. p.9.
<https://www.insee.fr/fr/statistiques/fichier/8290607/dep40.pdf>

musée de la faïence est situé directement dans le bourg de Moustiers-Sainte-Marie, qui compte 698 habitants⁶⁰ et correspond au niveau 6 de la grille. Nous avons donc deux musées en zone rurale de niveau 5 et deux autres en zone rurale de niveau 6, mais aucun en zone rurale de niveau 7, le plus élevé. Cela peut s'expliquer par le fait que le niveau 7 correspond à des communes avec une très faible densité de population (moins de 50 habitants au kilomètre carré), donc des communes qui sont beaucoup moins susceptibles de disposer de services. De plus, les deux communes de niveau 6, Sabres et Moustiers-Sainte-Marie, sont classées Zone de revitalisation rurale (ZRR), un programme qui vise à aider le développement des territoires ruraux les plus exposés au déclin démographique et économique.⁶¹

Si la grille de densité est un outil pertinent pour déterminer le caractère rural du territoire de nos musées, en revanche elle présente des limites, notamment sur la question des aires d'attraction urbaine. En effet, la présence d'une commune rurale, aussi peu densément peuplée soit-il, sur l'aire d'attraction d'un centre urbain a des conséquences sur le développement de celle-ci (meilleurs accès aux services notamment). À l'inverse, se situer en dehors de toute aire d'influence renforce l'isolement des communes rurales et donc des musées qui s'y trouvent. D'après une étude de l'Insee paru en 2021 sur les aires d'attraction des villes selon le nombre d'habitants en 2017⁶², les communes du musée Lalique, de l'écomusée de Marquèze et du musée de la faïence sont toutes les trois des communes situées hors attraction des villes, donc particulièrement isolées sur le plan géographique. En revanche, le musée archéologique de la bataille de Gergovie est situé sur l'aire d'attraction de Clermont-Ferrand.

⁶⁰ INSEE. (2024). *Recensement de la population : Populations de référence en vigueur à compter du 1er janvier 2025 – Arrondissements, cantons, communes – 04 - Alpes-de-Haute-Provence*. p.5.
<https://www.insee.fr/fr/statistiques/fichier/8290607/dep04.pdf>

⁶¹ Observatoire des territoires. (s.d.). ZRR - Zone de revitalisation rurale.
<https://www.observatoire-des-territoires.gouv.fr/zrr-zone-de-revitalisation-rurale-0>

⁶² INSEE. (2023, 6 avril). *Les bassins de vie en 2022*.
<https://www.insee.fr/fr/statistiques/5039879?sommaire=5040030>

Il nous faut également mobiliser un troisième indicateur pour préciser encore davantage le contexte géographique de nos différents musées. Nous nous basons cette fois sur la synthèse de l'étude sur la diversité des ruralités intitulée « Typologies et trajectoires des territoires » et disponible sur l'observatoire des territoires⁶³. Cette étude permet de spécifier les caractéristiques socio-économiques des communes rurales. Cela nous permet également d'insister sur la pluralité des territoires ruraux, qui ont des dynamiques différentes. Ainsi, Wingen-sur-Moder s'inscrit dans la ruralité productive agricole. La Roche-Blanche fait partie de la ruralité résidentielle aisée. Sabres est une commune de la petite polarité mixte. Finalement, Moustiers-Sainte-Marie s'inscrit dans la ruralité touristique à dominante résidentielle.

De même, les quatre musées qui nous intéressent font tous partie de sites naturels protégés. Le musée Lalique, l'écomusée de Marquèze et le musée de la faïence de Moustiers-Sainte-Marie sont tous les trois situés sur un parc naturel régional, respectivement celui des Vosges du Nord, celui des Landes de Gascogne et celui du Verdon. Notons d'ailleurs, que l'écomusée de Marquèze a un lien particulièrement fort avec le parc naturel régional des Landes, puisque les deux ont été fondés pratiquement en même temps dans une logique commune, et que l'écomusée est un équipement pleinement intégré au parc⁶⁴. De même, le musée de la Faïence est également situé dans l'UNESCO Géoparc de Haute-Provence. Le musée archéologique de la bataille de Gergovie, lui, se situe directement sur le Plateau de Gergovie, qui est un site classé aux Monuments Historiques⁶⁵ et qui fait également parti d'un ensemble protégé au titre du réseau européen Natura 2000⁶⁶ pour la

⁶³ Acadie, & Talandier, M. (2023, février). *Typologies et trajectoires des territoires – Synthèse de l'étude sur la diversité des ruralités*. Observatoire des territoires – ANCT.

<https://www.observatoire-des-territoires.gouv.fr/kiosque/2023-synthese-ruralites-synthese-de-letude-sur-la-diversite-des-ruralites-typologies-et>

⁶⁴ Entretiens téléphoniques avec Barthélémy Loustalan

(Responsable de la communication), 19 mars 2025. Retranscription en Annexe 9.

⁶⁵ Musée Archéologique de la Bataille de Gergovie. (s.d.). *Le plateau de Gergovie*.

<https://musee-gergovie.fr/le-plateau-de-gergovie/#:~:text=Depuis%202018%2C%20le%20Plateau%20de,la%20valeur%20patrimoniale%20du%20plateau.>

⁶⁶ INPN. (2025, 16 janvier). *FR8301035 - Vallées et côteaux xérothermiques des Couzes et Limagnes*. p.3. <https://inpn.mnhn.fr/docs/natura2000/fsdpdf/FR8301035.pdf>

préservation de la biodiversité. Ces situations posent toutes des questions d'accessibilité géographique, car dans les quatre cas il est difficile d'accéder au musée sans véhicule personnel (à moins d'habiter directement sur la commune). En effet, le musée Lalique se situe à deux kilomètres de la gare la plus proche, une distance qui peut se faire relativement facilement à pied en centre-ville, mais beaucoup plus difficilement dans un petit village⁶⁷. Le musée de Gergovie est lui accessible uniquement en voiture, du fait de son isolement en haut du plateau. La ligne de bus la plus proche s'arrête à trois kilomètres⁶⁸. De même pour l'écomusée de Marquèze, aucun transport en commun ne dessert la commune de Sabres⁶⁹. Concernant le musée de la faïence à Moustiers-Sainte-Marie, la voiture est encore le moyen de transport le plus pratique, même si quelques lignes de bus régionales desservent la commune⁷⁰.

2) Établissements et Mode d'organisation

Maintenant que nous avons établi la situation géographique des quatre musées⁷¹, nous pouvons nous concentrer sur les établissements en eux-mêmes. Commençons par observer les architectures, puisque nous avons vu le rôle que cela peut jouer dans notre revue de littérature. Le musée Lalique est implanté sur le site d'une ancienne verrerie aux bâtiments anciens typiquement alsaciens. Il s'est également doté d'un bâtiment supplémentaire⁷². Cette fois, le musée s'est offert les services de la prestigieuse agence Wilmotte, une nouvelle preuve de l'importance grandissante accordée à l'architecture des musées, qui ne concerne pas que les établissements des grands centres urbains. L'agence a conçu ce nouveau bâtiment tout

⁶⁷ Entretien téléphonique avec Véronique Brumm Schaich (directrice du musée Lalique), 13 février 2025. Retranscription en Annexe 7.

⁶⁸ Entretien en visioconférence avec Arnaud Pocris (Chef de service développement culturel, médiation et accueil des publics), 26 février 2025. Retranscription en Annexe 8.

⁶⁹ Écomusée de Marquèze. (s.d.). *Comment venir ?*.

<https://www.marqueze.fr/informations-pratiques/comment-venir.html>

⁷⁰ Office de Tourisme de Moustiers-Sainte-Marie. (s.d.). *Accès – Comment se rendre à Moustiers-Sainte-Marie*. <https://www.moustiers.fr/fr/acces>

⁷¹ Voir Annexe 10 tableau comparatif des communes.

⁷² Voir Annexe 12 photo du musée Lalique 1.

en épuration. L'édifice est semi-enterré pour ne pas éclipser le site historique, et présente des matériaux brut (bétons et verres) ainsi qu'un toit végétalisé dans l'optique de se fondre dans le paysage⁷³.

Le musée archéologique de la bataille de Gergovie est un bâtiment moderne, semi-enterré, fait de pierre et de métal⁷⁴. Il a été conçu par l'architecte Jean-Paul Reuillard, qui présente son projet comme un moyen de « faire passer des sensations au visiteur⁷⁵ » en rapport avec l'histoire guerrière du site. Ainsi, la façade en pierre est une évocation directe des remparts, tandis que les armatures en métal sont une référence à la métallurgie gauloise. L'architecture constitue ici le premier outil du musée pour transmettre des informations et des sensations à ses visiteurs, mais aussi à toute personne qui verrait le bâtiment.

L'écomusée de Marquèze est un cas particulier, puisque la trentaine de bâtiments présents sur le site font pleinement partie des collections de l'écomusée. Les deux tiers ont été transférés depuis des villages environnants, les autres sont des reconstitutions⁷⁶. Le seul édifice qui déroge à cette règle est le pavillon de l'écomusée⁷⁷, situé à l'entrée et dédié à accueillir des expositions et des conférences. Il est conçu par Bruno Mader. Dans une volonté de fidélité au projet de l'écomusée, il s'est inspiré de l'architecture landaise et des pins des Landes, qui constituent d'ailleurs le matériau principal⁷⁸.

⁷³ Musée Lalique. (s.d.). *L'architecture*. <https://www.musee-lalique.com/decouvrir/le-lieu/larchitecture/> ; Voir Annexe 13 photo du musée Lalique 2.

⁷⁴ Voir Annexe 14 photo du musée archéologique de la bataille de Gergovie.

⁷⁵ Musée de Gergovie. (2020, 20 octobre). *Le projet architectural du Musée de Gergovie - Jean-Paul REUILLARD (architecte)* [Vidéo]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=-0e-7zP9H9A>

⁷⁶ Écomusée de Marquèze. (2024). *Dossier de presse 2024*. pp. 4-5. <https://www.calameo.com/read/0073117237029241cb693?page=3> ; Voir Annexe 15 photo de l'écomusée de Marquèze 1.

⁷⁷ Voir Annexe 16 photo de l'écomusée de Marquèze 2.

⁷⁸ AMC. (2015, 22 octobre). *Équerre d'argent 2008 - Nominé : Bruno Mader, Écomusée des Landes*. AMC Architecture. <https://www.amc-archi.com/photos/equerre-d-argent-2008-nomine-bruno-mader-ecomusee-des-landes-3048/vue-exterieure-ecomusee-d-1>

Enfin, le musée de la Faïence est implanté dans un bâtiment historique du village de Moustiers-Sainte-Marie, dont l'architecture est typiquement provençale⁷⁹. Rien d'étonnant dans la mesure où le village lui-même est réputé pour son charme authentique et sa beauté typique des villages de Provence.

Un second point à aborder pour mieux comprendre le fonctionnement global des établissements, est celui de leur planning d'ouverture. En effet, les quatre musées fonctionnent sur des modèles saisonniers. Le musée Lalique et le musée de la Faïence ont un planning d'ouverture très similaire, avec une fermeture annuelle en janvier. Ils fonctionnent également tous les deux avec deux saisons basses et deux saisons hautes. Les saisons basses s'étendent de février à mars pour les deux établissements, ainsi que d'octobre à novembre pour le musée Lalique⁸⁰, et début novembre seulement pour le musée de la faïence⁸¹. Les hautes saisons, elles, s'étendent d'avril à septembre pour le musée Lalique, d'avril à octobre pour le musée de la Faïence et sur tout le mois de décembre pour les deux institutions. Durant ces périodes, les plages d'ouverture des musées sont élargies.

Le musée archéologique de la bataille de Gergovie fonctionne légèrement différemment. Son planning se base principalement sur celui des vacances scolaires⁸². Hors vacances, l'établissement n'est ouvert aux individuels que trois jours par semaine, le mercredi et les week-ends, de 13h à 18h. En revanche, il peut accueillir des groupes les autres jours de la semaine⁸³. En période de vacances scolaires, il est ouvert aux individuels tous les jours, de 13h à 18h lors des petites vacances, et de 11h à 19h lors des grandes vacances d'été.

⁷⁹ Voir Annexe 17 photo du musée de la Faïence.

⁸⁰ Musée Lalique. (s.d.). *Horaires*. <https://www.musee-lalique.com/infos-pratiques/horaires/>

⁸¹ Musée de la Faïence de Moustiers. (s.d.). *Infos pratiques*.
<https://musee-moustiers.fr/content/9-infos-pratiques>

⁸² Musée Archéologique de la Bataille de Gergovie. (s.d.). *Préparer sa visite*.
<https://musee-gergovie.fr/preparer-sa-visite/#schedules>

⁸³ Entretien en visioconférence avec Arnaud Pocris (Chef de service développement culturel, médiation et accueil des publics), 26 février 2025. Retranscription en Annexe 8.

Enfin, l'écomusée de Marquèze n'est ouvert que d'avril à septembre, tous les jours de 19h30 à 18h10⁸⁴. Il est fermé le reste de l'année.

Il convient finalement de comprendre le mode d'organisation de ces établissements. Le musée Lalique et l'écomusée de Marquèze fonctionnent tous les deux sur le mode du syndicat mixte⁸⁵, un mode très utilisé dans le cadre de la coopération. Cela signifie que ces deux institutions sont des établissements publics, dont la gestion et le financement sont assurés par plusieurs collectivités ou groupements de collectivités territoriales de plusieurs natures. L'activité du syndicat mixte doit être d'intérêt général⁸⁶. Dans le cas du musée Lalique, le syndicat mixte regroupe la commune, la communauté de communes, la collectivité européenne d'Alsace qui est la spécificité Alsacienne mais qui correspond au département, et la région Grand Est⁸⁷. Concernant l'écomusée de Marquèze, rappelons qu'il est un équipement intégré au syndicat mixte du parc naturel régional des Landes de Gascogne. Ce syndicat comprend des représentants de la Région Nouvelle-Aquitaine, des départements de la Gironde et des Landes, des communes, des six communautés de communes (EPCI), de la Communauté d'Agglomération de Mont-de-Marsan, de Bordeaux Métropole et Pissos Ville porte⁸⁸. Le syndicat mixte est une forme qui facilite grandement la coopération entre collectivités territoriales. Le financement s'opère principalement par les contributions des différents membres, mais aussi par les subventions et les recettes propres de l'établissement⁸⁹.

⁸⁴ Écomusée de Marquèze. (s.d.). *Les horaires de l'écomusée*.

<https://www.marqueze.fr/les-horaires.html>

⁸⁵ Entretien téléphonique avec Véronique Brumm Schaich (directrice du musée Lalique), 13 février 2025. Retranscription en Annexe 7. ; Entretien téléphonique avec Barthélémy Loustalan (Responsable de la communication), 19 mars 2025. Retranscription en Annexe 9.

⁸⁶ Vie publique. (2022, 8 septembre). *Coopération locale : qu'est-ce qu'un syndicat mixte ?*
<https://www.vie-publique.fr/fiches/20121-cooperation-locale-quest-ce-quun-syndicat-mixte>

⁸⁷ Entretien téléphonique avec Véronique Brumm Schaich (directrice du musée Lalique), 13 février 2025. Retranscription en Annexe 7.

⁸⁸ Parc naturel régional des Landes de Gascogne. (s.d.). *Carte d'identité - Parc naturel régional des Landes de Gascogne*.

<https://www.parc-landes-de-gascogne.fr/Parc-Naturel-Regional-de-Gascogne/COMPRENDRE/Présentation/Carte-d-identite>

⁸⁹ Entretien téléphonique avec Véronique Brumm Schaich (directrice du musée Lalique), 13 février 2025. Retranscription en Annexe 7.

De son côté, le musée archéologique de la bataille de Gergovie a changé de mode d'organisation en janvier 2025. Alors que depuis janvier 2020, il fonctionnait sous le statut d'association intégrée, il vient de prendre le statut de groupement d'intérêt public (GIP) Gergovie et Sites Arvernes⁹⁰. Par association intégrée, on entend ici que l'association du musée était sous la tutelle de la communauté de commune Mond'Arverne Communauté, qui est la collectivité qui a soutenu et porté la création du musée en 2019⁹¹. Le GIP, lui, est une forme d'organisation qui permet une collaboration entre des partenaires publics et privés pour réaliser des missions d'intérêt commun. Comme pour le syndicat mixte, le financement se fait surtout par l'apport des membres, auquel peuvent s'ajouter des subventions et des recettes propres. En l'occurrence, le GIP Gergovie et Sites Arvernes réunit des représentants de la région Auvergne-Rhône-Alpes, du département du Puy-de-Dôme, de la communauté de commune Mond'Arverne Communauté, de Clermont Auvergne Métropole, de la commune de la Roche-Blanche, et enfin de l'agence régionale du tourisme Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme⁹². L'entretien nous a appris que ce changement d'organisation s'inscrit dans un projet plus global développé depuis deux ans par la Région Auvergne-Rhône-Alpes sur la civilisation gauloise. Ce projet inclut directement le musée archéologique de la bataille de Gergovie qui a dû opérer ce changement d'organisation en conséquence, pour se doter de davantage de ressources et de moyens⁹³.

Enfin, le musée de la faïence de Moustiers-Sainte-Marie est une société anonyme d'économie mixte à conseil d'administration. Il est également un établissement secondaire de la Société d'économie mixte Developp Tourist Moustiers

⁹⁰ Entretien en visioconférence avec Arnaud Pocris (Chef de service développement culturel, médiation et accueil des publics), 26 février 2025. Retranscription en Annexe 8.

⁹¹ *Ibid.* Annexe 8

⁹² Musée Archéologique de la Bataille de Gergovie. (s.d.). *Qui sommes-nous – Musée Archéologique de la Bataille de Gergovie*. <https://musee-gergovie.fr/qui-sommes-nous-musee-gergovie/>

⁹³ Entretien en visioconférence avec Arnaud Pocris (Chef de service développement culturel, médiation et accueil des publics), 26 février 2025. Retranscription en Annexe 8.

Verdon (SEM DTMV)⁹⁴, dont le siège social est situé dans l'hôtel de ville de la commune. En plus du musée, la SEM DTMV⁹⁵ gère l'office de tourisme de la commune, ainsi qu'un établissement d'hébergement touristique et deux établissements de location d'articles de sport et de loisir, tous situés sur la commune de Moustiers-Sainte-Marie. Ce statut de société d'économie mixte vise à permettre une souplesse administrative plutôt propre au secteur privé, pour réaliser des missions d'intérêt général plutôt propre au secteur public⁹⁶. Ici, le financement se fait via le capital social, les éventuelles subventions et les recettes commerciales.

3) Rapport au tourisme

L'étude des modes d'organisation des musées soulève déjà la proximité avec le secteur du tourisme. En effet, deux de nos musées sont directement liés à ce secteur dans leur mode d'organisation : le musée archéologique de la bataille de Gergovie puisque l'un des membres du GIP est l'agence Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme, et le musée de la Faïence puisqu'il est un établissement secondaire d'une société de développement touristique de la commune de Moustiers-Sainte-Marie. Toutefois, les deux autres musées ne sont pas en reste. Globalement, la seule observation des sites internet de ces établissements nous permet de les situer dans le secteur touristique. Si le musée de la Faïence se contente d'un simple lien vers une page annexe en bas de la rubrique « informations pratiques⁹⁷ », les trois autres musées consacrent chacun une rubrique entière de leur site aux destinations touristiques environnantes et aux lieux d'hébergement⁹⁸.

⁹⁴ Annuaire des Entreprises – Direction interministérielle du numérique. (s.d.). *Établissement MUSEE DE LA FAÏENCE à MOUSTIERS-SAINT-MARIE*.

<https://annuaire-entreprises.data.gouv.fr/etablissement/44484076300049>

⁹⁵ Annuaire des Entreprises – Direction interministérielle du numérique. (s.d.). *S.E.M Développement Touristique Moustiers Verdon (S.E.M DTMV)*.

<https://annuaire-entreprises.data.gouv.fr/entreprise/444840763>

⁹⁶ Direction générale des collectivités locales. (s.d.). *Les sociétés d'économie mixte locales (SEML)*.

<https://www.collectivites-locales.gouv.fr/competences/les-societes-deconomie-mixte-locales-sem>

⁹⁷ Musée de la Faïence de Moustiers. (s.d.). *Infos pratiques – Musée de la Faïence de Moustiers*.

<https://musee-moustiers.fr/content/9-infos-pratiques>

⁹⁸ Musée Lalique. (s.d.). *Tourisme – Musée Lalique*. <https://www.musee-lalique.com/tourisme/> ; Musée Archéologique de la Bataille de Gergovie. (s.d.). *Séjourner en territoire Arverne*.

<https://musee-gergovie.fr/le-plateau-de-gergovie/sejourner-en-territoire-arverne/> ; Écomusée de

Le musée archéologique de la bataille de Gergovie et le musée Lalique s'inscrivent dans une volonté de développer le tourisme sur leur territoire. Ils sont des outils de ce développement. Ainsi, le musée Lalique, qui accueille environ 52 000 visiteurs par an, assume une ambition liée au tourisme, notamment sous l'impulsion des élus locaux qui voient dans le tourisme un moyen de développer le territoire⁹⁹. Le musée Lalique s'inscrit dans cette dynamique via un large panel de labels et surtout de partenariats. Dès son ouverture en 2011, le musée obtient la marque Tourisme et Handicap et la renouvelle en 2023 pour les handicaps auditifs, mentaux et moteurs¹⁰⁰. Dans la même démarche, en 2016, l'établissement obtient la marque Qualité Tourisme, également renouvelée en 2022¹⁰¹ (à noter que cette marque doit disparaître à compter du 31 décembre 2026 et être remplacée par la marque Destination d'excellence). Au niveau de ses partenariats, le musée est membre de la Route du feu, un circuit thématique franco-allemand regroupant dix sites patrimoniaux industriels autour du feu (verre, cristal, faïence, charbon, acier)¹⁰². Toujours dans une collaboration franco-allemande, le musée est également partenaire de l'association touristique Pays de Bade-Alsace-Palatinat, connu aussi sous le nom de Vis-à-Vis¹⁰³. À une échelle européenne, le musée Lalique est inclus dans l'offre Museums Pass Musées¹⁰⁴, un pass touristique pour musées, châteaux et jardins valable en France, en Allemagne et en Suisse. À l'échelle régionale, l'établissement collabore avec

Marquèze. (s.d.). *Autour de l'Écomusée de Marquèze*.

<https://www.marqueze.fr/autour-de-l-ecomusee-marqueze.html> Wikipédia+9Marquèze+9Marquèze+9

⁹⁹ Entretien téléphonique avec Véronique Brumm Schaich (directrice du musée Lalique), 13 février 2025. Retranscription en Annexe 7.

¹⁰⁰ Musée Lalique. (s.d.). *Tourisme et Handicap - Musée Lalique*.

<https://www.musee-lalique.com/tourisme/tourisme-et-handicap/>

¹⁰¹ Musée Lalique. (s.d.). *Qualité Tourisme™ – Musée Lalique*.

<https://www.musee-lalique.com/tourisme/qualite-tourisme/>

¹⁰² Musée Lalique. (s.d.). *Partenaires*. <https://www.musee-lalique.com/tourisme/partenaires/> ;

Eurodistrict SaarMoselle. (s.d.). *La Route du Feu SaarMoselle*.

<https://www.route-des-feuers.eu/index.php?id=218&L=4saarmoselle.org>

¹⁰³ Musée Lalique. (s.d.). *Partenaires*. <https://www.musee-lalique.com/tourisme/partenaires/> ;

Touristik-Gemeinschaft Baden-Elsass-Pfalz e.V. (s.d.). *Les membres - Alsace*.

<https://www.vis-a-vis-pamina.eu/fr/presentation/les-membres/alsace>

¹⁰⁴ Musée Lalique. (s.d.). *Partenaires*. <https://www.musee-lalique.com/tourisme/partenaires/> ;

Museums Pass. (s.d.). *Musée Lalique*. <https://www.museumspass.com/fr/musee/musee-lalique>

l'Association des Guides-Interprètes de la Région Alsace¹⁰⁵ (AGIRA), et fait partie des 60 sites touristiques compris dans le pass touristique PASS'ALSACE¹⁰⁶. Enfin, le musée entretient des liens directs avec d'autres musées et lieux patrimoniaux, au sein de l'association des sites touristiques d'Alsace¹⁰⁷. Interrogée sur cette question, la directrice du musée précise que ces échanges entre sites culturels et touristiques d'un même territoire sont fondamentaux, autant pour se renvoyer des visiteurs que pour s'entraider sur leurs pratiques¹⁰⁸.

De son côté, le musée archéologique de la bataille de Gergovie se pense comme « un site culturel sur un site touristique¹⁰⁹ ». En effet, le plateau accueille environ 400.000 visiteurs à l'année, une fréquentation importante dont le musée estime capter 10% (soit environ 40.000 visiteurs par an)¹¹⁰. Parmi ces visiteurs, l'établissement estime à 60% la proportion de touristes, contre 40% de locaux, un ratio jugé « classique » par le chef de service développement culturel et médiation¹¹¹. Tout comme le musée Lalique, le musée archéologique de la bataille de Gergovie développe des partenariats qui, bien que moins nombreux, alimentent cette fréquentation. Ainsi, l'établissement est inclus dans le Clermont Pass¹¹², un pass qui offre des réductions sur un ensemble de lieux culturels au sens large (base de loisirs, de sports, musées et sites patrimoniaux, mais aussi restaurants, producteurs locaux et artisans). Il est accessible à tous contre la somme de 5 euros. Il est également inclus dans le pass Terra Volcana¹¹³, un pass touristique développé par le département du Puy-de-Dôme. De plus, le succès touristique du plateau de Gergovie, et du musée par

¹⁰⁵ Musée Lalique. (s.d.). *Partenaires*. <https://www.musee-lalique.com/tourisme/partenaires/>

¹⁰⁶ Musée Lalique. (s.d.). *Partenaires*. <https://www.musee-lalique.com/tourisme/partenaires/> ; Pass Alsace. (s.d.). *Musée Lalique*. <https://www.pass-alsace.com/fr/64-musee-lalique>

¹⁰⁷ Entretien téléphonique avec Véronique Brumm Schaich (directrice du musée Lalique), 13 février 2025. Retranscription en Annexe 7.

¹⁰⁸ *Ibid.* Annexe 7.

¹⁰⁹ Entretien en visioconférence avec Arnaud Pocris (Chef de service développement culturel, médiation et accueil des publics), 26 février 2025. Retranscription en Annexe 8.

¹¹⁰ *Ibid.* Annexe 8.

¹¹¹ *Ibid.* Annexe 8.

¹¹² Musée Archéologique de la Bataille de Gergovie. (s.d.). *Séjourner en territoire arverne*. <https://musee-gergovie.fr/le-plateau-de-gergovie/sejourner-en-territoire-arverne/>

¹¹³ Terra Volcana. (s.d.) *Musée Archéologique de la Bataille de Gergovie*. <https://www.terravolcana.com/patrimoine-culturel/musee-archeologique-de-la-bataille-de-gergovie/>

effet ricochet, fait désormais partie d'une politique globale et ambitieuse de valorisation de la civilisation gauloise, et du patrimoine qui y est attachée. Par la même occasion, il s'agit d'apporter de nouvelles infrastructures au pied du site (parking, musée ou centre culturel) pour répondre au problème de surfréquentation du plateau. Un projet qui vise in fine à faire rayonner la région, et particulièrement le secteur de l'Auvergne¹¹⁴. On constate donc que le musée Lalique et le musée archéologique de la bataille de Gergovie, bien qu'utilisant des méthodes et outils parfois différents, nourrissent le même rapport au tourisme. Les deux établissements, sous la volonté des élus locaux et au sein de partenariats, travaillent activement au développement du tourisme dans leur territoire, et cela à plusieurs échelles.

On observe une tendance légèrement différente en ce qui concerne l'écomusée de Marquèze et le musée de la Faïence de Moustiers-Sainte-Marie. En effet, les deux établissements sont situés dans des départements où le tourisme est déjà très développé et pèse lourd dans l'économie locale. En témoigne une étude de l'INSEE sur la part de l'emploi touristique local selon le département en 2019.¹¹⁵ Le Bas-Rhin et le Puy-de-Dôme sont tous les deux en dessous de la moyenne nationale, avec respectivement 5,5 % et 5,6 %. À l'inverse, les Landes et les Alpes-de-Haute-Provence sont plus d'une fois et demie supérieure à la moyenne nationale avec respectivement 12,1% et 14,3%. L'écomusée de Marquèze et le musée de la Faïence exercent donc leurs activités dans un contexte où le tourisme constitue déjà un axe fondamental pour le développement du territoire.

Concernant l'écomusée de Marquèze, il en est d'ailleurs une force motrice, puisqu'il est un des plus gros équipements touristiques de son département¹¹⁶. D'après l'association Landes Attractivité, financée par le département, il est même le site avec

¹¹⁴ Entretien en visioconférence avec Arnaud Pocris (Chef de service développement culturel, médiation et accueil des publics), 26 février 2025. Retranscription en Annexe 8.

¹¹⁵ INSEE. (26 septembre 2024). *L'essentiel sur... le tourisme*.
<https://www.insee.fr/fr/statistiques/7653005>

¹¹⁶ Entretiens téléphoniques avec Barthélémy Loustalan (Responsable de la communication), 19 mars 2025. Retranscription en Annexe 9.

fréquentation mesurée (par opposition aux sites en accès libre), le plus fréquenté de 2023 avec 91 840 visiteurs¹¹⁷. Une force d'attraction dont l'écomusée a pleinement conscience. Il s'y adapte avec une programmation plus orientée vers les touristes sur les mois de juillet et août, qui correspondent au pic de fréquentation¹¹⁸. De plus, comme le musée Lalique, l'écomusée de Marquèze est labellisé Qualité Tourisme¹¹⁹. Néanmoins, si la participation de l'établissement au secteur du tourisme est indéniable, celui-ci tente de développer et de promouvoir un écotourisme. Une démarche portée plus largement par l'ensemble du Parc naturel régional des Landes de Gascogne, et la création de son Cercle des Imaginaterres pensé comme un réseau de promotions de l'écotourisme pour le territoire¹²⁰. Cette volonté de promouvoir un tourisme plus durable s'incarne donc dans des propositions concrètes.

Concernant le musée de la faïence de Moustiers-Sainte-Marie, comme expliqué précédemment, il est un établissement secondaire de la société de développement touristique de la commune. Ainsi, il s'inscrit d'ores et déjà dans l'attractivité touristique du village. Une attractivité qui s'explique déjà par les différentes marques de prestige obtenues par Moustiers-Sainte-Marie. En effet, le village est labellisé « Villages et cités de caractère¹²¹ » et « Ville et métiers d'art¹²² ». Il fait également partie de l'association « Plus beaux villages de France¹²³ », et a bénéficié à plusieurs reprises d'expositions médiatiques dans des émissions TV grand

¹¹⁷ Landes Attractivité. (2025). *Le tourisme dans les Landes : chiffres clés édition 2025 / saison 2024*. <https://cdt40.cache.ephoto.fr/link/3c9igq/zom1bsdeew5if40.pdf>

¹¹⁸ Entretiens téléphoniques avec Barthélémy Loustalan (Responsable de la communication), 19 mars 2025. Retranscription en Annexe 9.

¹¹⁹ Écomusée de Marquèze. (s.d.). *Nos partenaires*. <https://www.marqueze.fr/partenaires.html>

¹²⁰ Parc naturel régional des Landes de Gascogne. (s.d.). *Tourisme durable / Les missions du parc*. <https://www.parc-landes-de-gascogne.fr/Parc-Naturel-Regional-de-Gascogne/COMPRENDRE/Les-missions-du-Parc/Tourisme-durable> ; Parc naturel régional des Landes de Gascogne. (s.d.). *Le Cercle des Imaginaterres, pour qu'un autre tourisme s'invente ici*. <https://www.parc-landes-de-gascogne.fr/Parc-Naturel-Regional-de-Gascogne/COMPRENDRE/Ressources/Archives/Le-Cercle-des-Imaginaterres-pour-qu-un-autre-tourisme-s-invente-ici>

¹²¹ Villages de caractère 04. (s.d.). *Moustiers Sainte Marie*. <https://www.villagesdecaractere04.fr/verdon/moustiers-sainte-marie/>

¹²² Villes et Métiers d'Art. (s.d.). *Moustiers-Sainte-Marie*. <https://www.vma.asso.fr/ville/moustiers-sainte-marie/>

¹²³ Les plus beaux villages de France (s.d.). *Moustiers-Sainte-Marie*. <https://www.les-plus-beaux-villages-de-france.org/fr/nos-villages/moustiers-sainte-marie/>

public sur le patrimoine, tel que l'édition 2013 du Village préféré des Français, où la commune a obtenu la 10^e place sur 22¹²⁴, ou encore dans les émissions *Echappées Belles*¹²⁵ et *Des racines et des ailes*¹²⁶. Le village tout entier est un site touristique qui fait l'objet de visites guidées¹²⁷. Ainsi, le rapport d'activités de l'Office de Tourisme de Moustiers-Sainte-Marie indique que depuis la fin de la pandémie de Covid, ce sont chaque année 40 000 à 50 000 personnes qui passent la porte de l'office (à noter que ces chiffres sont inférieurs à la période pré-covid, avec un pic de 80 000 personnes en 2019)¹²⁸. Au vu de ces éléments, il n'est pas surprenant que la commune présente le tourisme comme le centre de son économie¹²⁹. À cette activité centrale s'ajoute également la tradition faïencière. Dans ce contexte, le musée est au carrefour de deux dimensions fondamentales de la vie économique du village. Il bénéficie directement dans l'attractivité de la commune et de ses environs, avec une fréquentation de 8 500 visiteurs en 2024¹³⁰.

4) Rapport aux acteurs locaux

Nous en arrivons finalement au point qui nous intéresse le plus, bien que les aspects précédents soient indispensables pour la bonne compréhension du terrain : les liens des musées avec le territoire local.

¹²⁴ Les plus beaux villages de France (s.d.). *Les Plus Beaux Villages de France et Le Village Préféré des Français : success stories à la campagne !*
<https://www.les-plus-beaux-villages-de-france.org/fr/actualites/les-plus-beaux-villages-de-france-et-le-village-prefere-des-francais-success-stories-a-la-campagne/#accordion-26966-body-26983>

¹²⁵ *Provence Gourmande* émission *Echappées Belles*. France 5. 21 septembre 2019.

¹²⁶ *Passion patrimoine : terroirs d'excellence dans les Alpes provençales* émission *Des Racines et Des Ailes*. France 3. 22 janvier 2025.

¹²⁷ Office de Tourisme de Moustiers-Sainte-Marie. (s.d.). *Visites guidées*.
<https://www.moustiers.fr/fr/visites-guidees>

¹²⁸ Office de Tourisme de Moustiers-Sainte-Marie. (2024). *Rapport activité 2024*.
<https://www.moustiers.fr/sites/moustiers.fr/files/page/70/rapportactivite2024-1.pdf>

¹²⁹ Office de Tourisme de Moustiers-Sainte-Marie. (s.d.). *Un village reconnu*.
<https://www.moustiers.fr/fr/village-reconnu>

¹³⁰ Échange par mail avec Christine di Nicolas Lallier (responsable du musée de la faïence), 14 mai 2025.

Dans le cas du musée Lalique, ceux-ci passent par deux axes. Le premier concerne l'ensemble des partenariats avec les acteurs professionnels locaux de la verrerie. En l'occurrence, le musée Lalique entretient des liens étroits avec la société Lalique qui est toujours en activité sur la commune de Wingen-sur-Moder, dans un renforcement mutuel de leurs activités¹³¹. À ce partenariat principal, s'ajoutent des collaborations plus ponctuelles avec d'autres artisans ou sociétés de verreries locales, comme la maison Baccarat¹³². De fait, le musée participe à soutenir et à valoriser un secteur économique important du territoire. Pour le reste, l'essentiel du travail d'ancrage local du musée se fait auprès des publics, via la programmation culturelle. Le musée met un point d'honneur à ce qu'elle soit riche et diversifiée, afin de pouvoir attirer les locaux dans toutes leurs variétés¹³³. Cela s'accompagne d'un travail de longue durée avec des associations locales comme "Tôt ou t'art", une association alsacienne qui veille à l'accompagnement des publics du champ social.¹³⁴ De même, le musée a développé une offre large en ce qui concerne l'accueil des scolaires. Celle-ci comprend des activités pédagogiques adaptées aux classes de maternelle jusqu'au lycée, avec une possibilité de séjour de deux jours incluant une visite au musée¹³⁵, en partenariat avec « Ethic étapes La vie en vert ». Enfin, deux événements annuels sont spécifiquement conçus pour s'adresser aux locaux. D'une part, l'événement « c'est ouvert » qui a lieu début février qui correspond au lancement de la saison. Et plus encore l'événement « Vive les vacances » qui a lieu le premier week-end des vacances scolaires d'été. Deux jours durant lesquels le musée propose des animations décalées, « Wingen-sur-Moder devient Wingen-sur-Mer, le parvis du musée se transforme en plage avec des parasols et des jeux, etc¹³⁶ ». Des événements qui poussent les visiteurs à passer beaucoup plus de temps dans le musée.

¹³¹ Entretien téléphonique avec Véronique Brumm Schaich (directrice du musée Lalique), 13 février 2025. Retranscription en Annexe 7.

¹³² *Ibid.* Annexe 7.

¹³³ *Ibid.* Annexe 7.

¹³⁴ *Ibid.* Annexe 7.

¹³⁵ Musée Lalique. (s.d.). *Scolaires*. <https://www.musee-lalique.com/scolaires/>

¹³⁶ Entretien téléphonique avec Véronique Brumm Schaich (directrice du musée Lalique), 13 février 2025. Retranscription en Annexe 7.

Le musée archéologique de la bataille de Gergovie pense son rapport au territoire local d'abord à partir du plateau, qu'il aime à penser comme une sorte de jardin ou de parc urbain en dehors de la ville, ouvert et accessible à tous comme lieu du quotidien (jogging, balade, sortie familiale simple)¹³⁷. La programmation culturelle annuelle, comprenant les expositions temporaires du musée et les animations, est alors un moyen d'attirer les visiteurs du plateau dans le musée, et de leur donner envie de revenir. Le tout dans une diversité de tons (activité sportive, médiations centrées sur l'archéologie, ou encore exploration de la dimension naturelle du site)¹³⁸. De plus, rappelons que le dispositif Clermont Pass évoqué précédemment est accessible pour les habitants du territoire. De même le Pass Région à destination des jeunes de la région Auvergne-Rhône-Alpes, offre un accès gratuit et illimité aux musées et expositions, parmi lesquels le musée archéologique de la bataille de Gergovie¹³⁹. Mais le musée travaille également son ancrage territorial en sortant des limites du bâtiment et du plateau. En effet, l'établissement développe un certain nombre d'actions hors-les-murs, notamment sur deux autres sites archéologiques, ceux de Corent et Gondole¹⁴⁰. Deux sites que le musée parvient à relier à son site principal via un système de visites guidées par bus, intitulé l'Archéobus. Une visite que le musée décrit lui-même comme exigeante, puisqu'elle dure environ 4h durant lesquelles les visiteurs découvrent les trois sites, mais qui rencontre un succès auprès du public¹⁴¹. Cet intérêt pour le hors-les-murs fait partie de l'identité de l'institution depuis son ouverture en 2019, et même avant à l'époque du précédent musée alors appelé la Maison de Gergovie¹⁴². Ainsi, l'Archéobus est une reprise d'une initiative développée par ce précédent musée, il y a une quinzaine d'années. Toujours dans la perspective de penser l'action du musée en dehors de ses propres murs, le musée archéologique de la bataille de Gergovie entretient une étroite collaboration avec le

¹³⁷ Entretien en visioconférence avec Arnaud Pocris (Chef de service développement culturel, médiation et accueil des publics), 26 février 2025. Retranscription en Annexe 8.

¹³⁸ *Ibid.* Annexe 8.

¹³⁹ Région Auvergne-Rhône-Alpes. (s.d.). *Pass' Région*. <https://www.auvergnerhonealpes.fr/passregion>

¹⁴⁰ Entretien en visioconférence avec Arnaud Pocris (Chef de service développement culturel, médiation et accueil des publics), 26 février 2025. Retranscription en Annexe 8.

¹⁴¹ *Ibid.* Annexe 8.

¹⁴² *Ibid.* Annexe 8.

musée départemental de la céramique de Lezoux, situé à plus d'une trentaine de kilomètres. Les deux établissements ont mis en place un système d'ateliers croisés, où chacun intervient au sein de l'établissement de l'autre pour proposer ses ateliers et mettre en regard les collections¹⁴³. Plus généralement, le musée collabore aussi ponctuellement avec différents musées de la métropole de Clermont-Ferrand¹⁴⁴. Enfin, l'institution s'investit beaucoup dans le milieu scolaire avec une enseignante relaie qui, à hauteur de quelques heures par semaine, participe à l'élaboration de projets pédagogiques et de partenariats avec des établissements scolaires du territoire¹⁴⁵. Ces mêmes établissements, de la métropole clermontoise ou de la communauté de commune, sont également invités à tester gratuitement les activités de médiation culturelle développées par le musée, qui ajuste son travail en fonction des retours de ses établissements et des classes qui participent aux tests¹⁴⁶.

Dans cette question du rapport au territoire local, l'écomusée de Marquèze est un cas à part, précisément parce qu'il est un écomusée. Comme rappelé dans la première partie de ce mémoire, l'écomusée est une émanation directe d'une communauté locale. En théorie, il inclut par essence la participation des différents membres de cette dernière. L'écomusée de Marquèze, un des plus anciens de France, reste fidèle à ce principe d'inclusion des acteurs locaux. Par conséquent, on observe des collaborations de longues dates avec des associations et des artistes. De cette manière, les bergers landais sur leurs échasses sont devenus emblématiques de l'écomusée¹⁴⁷. En parallèle, l'institution prend également soin de renouveler ses collaborations pour proposer de la diversité aux publics, et offrir de la visibilité à un plus grand nombre d'artistes. C'est notamment le cas en ce qui concerne les interventions autour de la musique Gascogne¹⁴⁸. Un autre pan important de l'écomuséologie est le rapport au vivant et à l'environnement, comme composante

¹⁴³ *Ibid.* Annexe 8.

¹⁴⁴ *Ibid.* Annexe 8.

¹⁴⁵ *Ibid.* Annexe 8.

¹⁴⁶ *Ibid.* Annexe 8.

¹⁴⁷ Entretiens téléphonique avec Barthélémy Loustalan (Responsable de la communication), 19 mars 2025. Retranscription en Annexe 9.

¹⁴⁸ *Ibid.* Annexe 9.

centrale du rapport plus large au territoire. Dans le cas de l'écomusée de Marquèze, cela s'incarne par l'inclusion de l'établissement dans le Parc Naturel Régional des Landes de Gascogne, en tant qu'équipement de celui-ci¹⁴⁹. L'écomusée s'inscrit dans l'action globale du parc sur le territoire. Cela lui permet entre autres un contact privilégié avec les établissements scolaires, qui fréquentent énormément l'écomusée¹⁵⁰. De plus, la dimension en plein air de l'institution en fait avant tout un lieu de sortie vivant, plus qu'un lieu figé et intimidant comme peut l'être le musée plus traditionnel. Un aspect qui plaît beaucoup au public familial, qui constitue le public principal de l'écomusée de Marquèze¹⁵¹. Enfin, comme dans les cas de Lalique et de Gergovie, la programmation culturelle est un moyen de s'adresser plus spécifiquement aux publics locaux. Ici, l'écomusée revendique des événements culturels hors-saison ciblés sur les publics locaux, avec notamment l'événement de lancement de saison à Pâques qui attire très majoritairement des publics résidents directement aux alentours du site¹⁵².

Le rapport du musée de la faïence de Moustiers-Sainte-Marie au territoire local est essentiellement un rapport à la commune. En effet, le musée participe activement à l'animation du village tout au long de l'année. Il participe aux événements saisonniers tels que le marché de Noël annuel qui s'étend sur un mois entier et dans le cadre duquel le musée propose une exposition-vente des productions et des artistes et artisans locaux¹⁵³. Le musée a également pris part aux célébrations des 50 ans du Lac de Sainte-Croix en 2024, avec une programmation conçue spécialement pour l'occasion et gratuite¹⁵⁴. De même, sans rapport avec la faïencerie,

¹⁴⁹ *Ibid.* Annexe 9.

¹⁵⁰ *Ibid.* Annexe 9.

¹⁵¹ *Ibid.* Annexe 9.

¹⁵² *Ibid.* Annexe 9.

¹⁵³ Musée de la Faïence de Moustiers. (2024, 4 novembre). *L'art dans tous les sens*. https://musee-moustiers.fr/blog/actualites/71_l-art-dans-tous-les-sens?page_type=post

¹⁵⁴ Musée de la Faïence de Moustiers. (2024, 31 août). *Moustiers-Sainte-Marie fête les 50 ans du Lac de Sainte-Croix*. https://musee-moustiers.fr/blog/actualites/70_moustiers-sainte-marie-fete-les-50-ans-du-lac-de-sainte-croix?page_type=post

le musée rythme la vie de la commune en proposant des nocturnes littéraires organisées en collaboration avec la bibliothèque¹⁵⁵. Évidemment, les expositions temporaires du musée participent également à enrichir la programmation culturelle du village. En parallèle de cette mission d'animation, le musée effectue un important travail de soutien de l'artisanat. Il collabore de très près avec de nombreux artistes et artisans locaux, tout particulièrement avec les huit ateliers de faïence toujours en activité à Moustiers-Sainte-Marie¹⁵⁶. Un soutien qui prend forme par l'organisation régulière d'expositions-ventes¹⁵⁷, par des animations dans le cadre des journées européennes des métiers d'art¹⁵⁸, et par l'organisation d'un marché potier annuel¹⁵⁹, alliant à l'occasion sa mission d'animation du village à celle de promotion de l'artisanat faïencier.

¹⁵⁵ Musée de la Faïence de Moustiers. (2025, 3 mars). *Nocturne littéraire René Fregni*. https://musee-moustiers.fr/blog/actualites/74_nocturne-litteraire-rene-fregni?page_type=post ; Musée de la Faïence de Moustiers. (2025, 3 mars). *Nocturne littéraire Gilles Vincent*. https://musee-moustiers.fr/blog/actualites/75_nocturne-litteraire-avec-gilles-vincent?page_type=post

¹⁵⁶ Musée de la Faïence de Moustiers. (2020, 5 octobre). *Les ateliers de Faïence de Moustiers-Sainte-Marie*. https://musee-moustiers.fr/blog/actualites/36_les-ateliers-de-faience-de-moustiers-sainte-marie?page_type=post

¹⁵⁷ Office de Tourisme de Moustiers-Sainte-Marie. (s.d.). *Expositions*. <https://www.moustiers.fr/fr/expositions>

¹⁵⁸ Musée de la Faïence de Moustiers. (2024, 16 février). *Journées européennes des métiers d'art 6-7 avril 2024*. https://musee-moustiers.fr/blog/actualites/57_journees-europeennes-des-metiers-d-art-6-7-avril-2024?page_type=post

¹⁵⁹ Office de Tourisme de Moustiers-Sainte-Marie. (s.d.). *Marché potier*. <https://www.moustiers.fr/fr/evenements/marche-potier>

Chapitre 3 : La ruralité, terreau fertile pour le musée

A. Interactions musée - territoire - populations

En première partie de ce mémoire, nous avons émis l'hypothèse selon laquelle les ingrédients pour un ancrage local solide sont *primo*, le musée qui prospère sur le long terme tout en remplissant ses fonctions, *secundo* le territoire qui voit son image, son économie et sa démographie redynamisés, et enfin *tertio* la qualité de vie des populations qui est améliorée et la cohésion sociale qui est renforcée. Nous pouvons maintenant confronter les données récoltées à cette hypothèse en suivant ses trois axes de réflexion.

1) Le territoire est dynamisé ?

i) Redéfinir le territoire d'action

La première des réflexions consiste à souligner combien les musées en zone rurale déploient leurs missions sur un territoire potentiellement beaucoup plus vaste qu'un musée urbain. Nous avons défini précédemment les situations géographiques des musées¹⁶⁰ de manière factuelle, il s'agit maintenant de dessiner leur territoire d'action. Si le musée de la Faïence de Moustiers-Sainte-Marie limite clairement son action à la commune seule, en témoigne son site internet qui ne met en avant aucun établissement ou lieux extérieurs au village, ce n'est pas le cas des trois autres institutions étudiées. En ce qui concerne le musée Lalique, au vu de son appartenance à plusieurs réseaux régionaux, il se place comme un musée alsacien. En cela, il joue sur le terrain de la collectivité européenne d'Alsace, déployant également une action avec des partenaires d'outre-Rhin, dans la continuité de cette identité alsacienne. De par son sujet, il se place plus secondairement sur la carte de la zone transfrontalière de l'industrie du feu, incarnée entre autres par la Route du Feu. Le musée

¹⁶⁰ Voir Annexe 10 Tableau comparatif des communes.

archéologique de la bataille de Gergovie lui, se conçoit comme composante du territoire Arverne qui recouvre le Puy-de-Dôme, une grande partie du Cantal et une plus petite portion de l'Allier et de la Haute-Loire, ce qui correspond grossièrement aux frontières de l'Auvergne. Étant sur l'air d'influence de Clermont-Ferrand, il cherche également à en capter les publics. L'écomusée de Marquèze se situe d'abord très concrètement dans le territoire couvert par le Parc naturel régional des Landes de Gascogne dont il est un équipement, ainsi que dans la région culturelle de la Gascogne.

Face à ces territoires beaucoup plus vastes à couvrir, on constate que pour remplir au mieux leurs missions de préservation, de recherche et de communication¹⁶¹, les musées développent des logiques collaboratives et s'inscrivent dans un ou plusieurs réseaux. En premier lieu, cela permet une entraide, une mutualisation des bonnes pratiques et des savoir-faire, ce qui n'est pas négligeable pour des institutions qui sont plus ou moins isolées géographiquement. Mais les réseaux permettent aussi d'orienter les visiteurs en priorité vers les autres institutions membres. Ils participent à construire une offre culturelle variée avec des musées mieux organisés et plus efficaces dans leurs pratiques, qui participent donc directement à dynamiser le territoire, notamment en favorisant le développement du tourisme.

ii) Développement du tourisme

Le tourisme est un secteur d'activité qui présente un double avantage. D'une part, c'est une activité économique qui alimente des emplois très divers (transports, restauration, hébergement, équipement culturel, équipements sportifs). D'autre part, c'est une activité qui renforce directement et activement l'image d'un territoire, en mettant en avant les paysages et le patrimoine au sens large (gastronomie, histoire, industrie, savoir-faire...). Les collectivités territoriales ont donc un véritable intérêt à

¹⁶¹ Van Mensch, P. (2020). Les fonctions muséales. Dans *Vers une méthodologie de la muséologie*. Editions L'Harmattan. p.254.

favoriser le développement du tourisme, y compris en mobilisant les institutions muséales publiques au service de cette ambition. C'est une tendance que l'on a observée et détaillée précédemment dans nos quatre cas d'études, qui avait tous un rapport important au tourisme. En particulier le musée Lalique et le musée archéologique de la bataille de Gergovie où la volonté des élus est pleinement assumée.

Toutefois, cet investissement dans le tourisme présente des limites. D'abord, une fréquentation trop importante d'un lieu entraîne mécaniquement plus de risque de dégradation, or dans le cas de l'institution muséale dont la préservation est un des piliers, cela pose un problème existentiel. D'autant plus lorsque le musée est lui-même situé dans un espace protégé comme c'est le cas de nos quatre musées (parcs naturels régionaux, zone Natura 2000 et UNESCO Géoparc). D'ailleurs, c'est une problématique à laquelle le musée archéologique de la bataille de Gergovie est déjà confronté, alors même que les collectivités territoriales souhaitent développer davantage son attractivité touristique. Et si le problème de la surfréquentation est a priori pris en compte dans les réflexions en cours, notamment via la création de nouveau parking, et d'un second musée qui permettraient d'absorber une partie de l'affluence¹⁶², reste à voir si ces solutions seront mises en place lors de la concrétisation, et quelle sera leur efficacité réelle.

Du reste, le secteur du tourisme présente un fonctionnement saisonnier, ce que l'on constate très concrètement à la lecture du planning annuel d'ouverture des quatre musées étudiés. Ce fonctionnement peut être contraignant pour créer un bassin d'emploi stable, l'écomusée de Marquèze avoue lui-même qu'une part importante de ses équipes sont des saisonniers¹⁶³. Néanmoins, si le secteur touristique est critiquable, notamment sur les questions d'écologie et de préservation de

¹⁶² Entretien en visioconférence avec Arnaud Pocris (Chef de service développement culturel, médiation et accueil des publics), 26 février 2025. Retranscription en Annexe 8.

¹⁶³ Entretiens téléphoniques avec Barthélémy Loustalan (Responsable de la communication), 19 mars 2025. Retranscription en Annexe 9.

l'environnement, il est possible de travailler à développer et à promouvoir de nouvelles pratiques, dans l'idée d'un tourisme plus responsable. D'ailleurs, le parc naturel régional des Landes de Gascogne a pris la mesure de cette nécessité de transformer le secteur du tourisme, et se donne les moyens d'encourager ce renouvellement, tant auprès des publics, avec le développement d'outils permettant de faciliter l'organisation de vacances plus responsables¹⁶⁴, que des autres acteurs professionnels via une conférence annuelle¹⁶⁵. Une démarche qui apparaît comme de bonne foi, et qui ne laisse pas suspecter de greenwashing, surtout au vu de la nature des lieux et de leurs histoires, tant pour le parc que pour l'écomusée.

iii) Soutien à d'autres secteurs

De plus, en parallèle de cette participation au développement du tourisme, le musée peut constituer un véritable soutien à un secteur d'activité, notamment dans le cas des musées de savoir-faire. Ainsi, nous l'avons noté précédemment, le musée Lalique soutient activement l'artisanat de la verrerie en Alsace, de même que le musée de la faïence soutient celui de la faïencerie, principalement sur la commune de Moustiers-Sainte-Marie, et ses environs dans une moindre mesure. Un soutien qui a du sens. Si l'on prend le cas du musée Lalique, son soutien aux artisans du verre est à inscrire dans le contexte de l'économie du Grand Est où l'artisanat représente une part plus importante de l'économie dans les zones peu denses (comme c'est le cas de Wingen-sur-Moder), que dans les gros pôles urbains¹⁶⁶. Il y a un intérêt concret à valoriser ce secteur auprès des populations locales, pour susciter des vocations et encourager la demande de produits artisanaux locaux. Dans le cas du musée de la Faïence, le soutien aux artisans faïenciers de la commune est un moyen d'empêcher le village de ne reposer que sur le tourisme, et de développer un deuxième secteur

¹⁶⁴ Éco-destination Landes de Gascogne. (n.d.). *Mes envies – Escapades éco-positives*.
<https://www.escapades-ecopositives-landes-de-gascogne.fr/mes-envies-escapades-eco-positives/>

¹⁶⁵ Parc naturel régional des Landes de Gascognes. (s.d.). *Forum du Tourisme Durable*.
<https://www.parc-landes-de-gascogne.fr/Parc-Naturel-Regional-de-Gascogne/COMPRENDRE/Les-missions-du-Parc/Tourisme-durable/Forum-du-Tourisme-Durable>

¹⁶⁶ Challand, C., Kuhn, C., & Villaume, S. (2017, décembre 12). *L'artisanat dans le Grand Est : un emploi sur huit et près d'un établissement sur trois* (INSEE Analyses Grand Est, No 63). INSEE.
<https://www.insee.fr/fr/statistiques/3291325>

d'activité, ne serait-ce que pour combler le creux saisonnier. Un soutien réciproque, puisque c'est grâce à la collaboration d'artisans faïenciers que le musée peut organiser ses expositions-ventes, voire même certaines de ses expositions temporaires.

Néanmoins, ces mécaniques de solidarité entre le musée et les acteurs économiques de son territoire ne se limitent pas aux musées de savoir-faire. En effet, on peut arguer que l'écomusée de Marquèze, en iconisant localement la figure du berger gascons sur ses échasses, contribue à valoriser et à soutenir ce corps de métiers. De même, on pourrait imaginer le musée archéologique de la bataille de Gergovie développant un programme de valorisation des métiers de l'archéologie, notamment dans le cadre du partenariat déjà existant avec l'INRAP de Clermont-Ferrand¹⁶⁷. Plus globalement, les boutiques de musées peuvent être un lieu de promotion des productions locales de toute nature (consommables ou non-consommables). Le musée a le pouvoir de valoriser des corps de métiers très divers, liés de près ou de loin à son fonctionnement ou à ses collections. Développer ces initiatives permet de nouer davantage de lien avec les acteurs économiques locaux, donc indirectement les populations qui vivent de ces activités.

Enfin, on peut pousser cette idée encore plus loin en soutenant que l'architecture même du musée peut participer à valoriser le territoire. D'une part, parce qu'elle peut s'inscrire dans un style architectural traditionnel, comme c'est le cas au musée Lalique¹⁶⁸, au musée de la Faïence¹⁶⁹ ou encore à l'écomusée de Marquèze via les bâtiments conservés¹⁷⁰. Et d'autre part, s'il y a une solide tendance à opter pour des architectures contemporaines spectaculaires comme on a pu le voir dans le premier chapitre de ce mémoire, le contemporain peut aussi être plus sobre et servir d'autres ambitions que celle de créer un musée-signe. Dans le cas de notre enquête, on observe des architectures contemporaines qui cherchent surtout à

¹⁶⁷ Entretien en visioconférence avec Arnaud Pocris (Chef de service développement culturel, médiation et accueil des publics), 26 février 2025. Retranscription en Annexe 8.

¹⁶⁸ Voir Annexe 12 photo du musée Lalique 1.

¹⁶⁹ Voir Annexe 17 photo du musée Lalique 1.

¹⁷⁰ Voir Annexe 15 photo de l'écomusée de Marquèze 1.

s'intégrer au paysage en le modernisant. Ainsi, le nouveau bâtiment du musée Lalique présente un toit végétalisé qui lui permet de se fondre visuellement avec la forêt à proximité¹⁷¹. L'architecture du musée de Gergovie constitue un écho direct à l'histoire du site, tout en restant discret¹⁷². Et le pavillon de l'écomusée de Marquèze reprend le modèle de la bergerie landaise traditionnelle dans une forme moderne, et utilise le pin des Landes comme composante principale¹⁷³.

2) La population est satisfaite ?

i) Le musée comme service public

Comme nous avons pris soin de redéfinir ce que nous entendions par « le territoire du musée », commençons par rappeler que dans le cadre d'une réflexion sur l'ancrage local, la population qui nous intéresse est celle composée par les habitants du territoire d'action du musée, qu'ils fassent partie des publics des musées étudiés ou non. Ici, cette population locale a besoin du musée comme service public de l'enseignement et de la culture. Ainsi, les musées étudiés nourrissent une offre culturelle variée pour le public, qui s'inscrit dans l'offre plus large proposée par l'ensemble des établissements culturels situés sur le territoire. Dans cette perspective, les logiques de collaboration entre établissements culturels, les réseaux et les associations évoqués plus hauts comme des moyens de renforcer les musées et de favoriser le tourisme, sont également bénéfiques pour les populations.

De même concernant les marques et labels obtenus par les musées. Un musée qui accueille mieux ses visiteurs grâce à des démarches faites dans le cadre de l'obtention du label tourisme qualité, in fine, c'est un musée qui accueille mieux tous les visiteurs. Si le but principal des logiques de réseautage et d'obtention de marques ou labels est bien de renforcer l'attractivité du territoire pour les touristes, cela ruisselle aussi sur les locaux. C'est d'ailleurs ce qui a été redit dans tous les

¹⁷¹ Voir Annexe 13 photo du musée Lalique 2.

¹⁷² Voir Annexe 14 photo du musée archéologique de la bataille de Gergovie.

¹⁷³ Voir Annexe 16 photo de l'écomusée de Marquèze 2

entretiens. Les interlocuteurs ont tous évoqué ce principe de non-exclusion des publics, même lorsqu'une action est menée pour un public précis, elle reste idéalement accessible à tous les autres.

De plus, parmi les actions conçues pour des publics précis, certaines concernent justement les publics locaux. Cela s'incarne notamment par le travail effectué auprès des établissements scolaires locaux plus ou moins proches. Le musée, lorsqu'il collabore avec le milieu scolaire, est pleinement dans son rôle de service public. Et précisément, le musée archéologique de la bataille de Gergovie et l'écomusée de Marquèze rappelle combien cette fréquentation des musées par les scolaires est très importante, et constitue le cœur de leur activité en semaine. En cela, les musées en zone rurale sont une richesse, d'autant plus quand, en parallèle, des classes sont régulièrement menacées de fermeture faute d'effectif, suscitant des vagues de protestations par les habitants des communes concernées. C'est d'ailleurs un point rappelé par Hugues de Varine¹⁷⁴

ii) Construire un rapport de familiarité

Face à la désertification, les musées peuvent pleinement participer à l'animation des communes où ils sont implantés, d'autant plus facilement dans les cas de musées situés directement dans les bourgs de village. C'est ce que montre très bien le musée de la Faïence à Moustiers-Sainte-Marie en participant aux événements populaires comme le marché de Noël annuel ou l'anniversaire du lac de sainte-croix. Le musée s'inscrit ainsi dans le quotidien de la vie de la commune, se rapproche de ses habitants et des populations locales.

Une démarche que les musées peuvent pousser plus loin en étant à l'initiative d'événements pour animer la commune. C'est par exemple ce que décrit Véronique Brumm Schaich à propos de son événement annuel « Vive les vacances » qui s'étend

¹⁷⁴ de Varine, H. (2018). Émergence de la participation dans les musées. Dans A. Delarge (Dir.), *Le musée participatif : L'ambition des écomusées*. La Documentation française. p.50.

sur un week-end entier et emploie un ton plus décalé¹⁷⁵. Le musée y transforme Wingen-sur-Moder en Wingen-sur-Mer, dans un esprit assez proche de ce qu'on peut trouver dans des fêtes populaires de villages. En ce sens, les comités des fêtes peuvent constituer des partenaires intéressants pour les musées. En effet, ils sont implantés parfois depuis très longtemps et disposent d'une véritable expérience en matière d'organisation d'événements, d'animations, de communications, ils ont leur propre réseau de contacts et de partenaires. Les fêtes de village sont un pan culturel important de la vie rurale¹⁷⁶, dont les musées pourraient s'inspirer dans la conception de leur programmation. De plus, un comité des fêtes fonctionne généralement grâce au bénévolat des habitants de la commune. Collaborer avec un comité des fêtes est donc une manière d'inclure les habitants du territoire et de développer une action participative avec des gens déjà formés et investis dans l'animation du territoire, en encourageant peu de risques d'échecs.

Ces actions d'animations peuvent paraître plus difficiles à mener pour des musées plus excentrés et plus éloignés des bourgs de communes comme le sont le musée archéologique de la bataille de Gergovie et l'écomusée de Marquèze. Pourtant, l'écomusée de Marquèze réussit tout de même à organiser à l'occasion du début de sa saison, un week-end d'ouverture qui attire principalement des habitants proches de l'écomusée, devenant un véritable rendez-vous annuel¹⁷⁷. Dans une démarche différente, le musée archéologique de la bataille de Gergovie parvient à échapper à son isolement géographique par le biais du plateau. En effet, ce dernier s'est développé dans l'idée d'être un lieu du quotidien, une sorte de « jardin urbain¹⁷⁸ », pour reprendre les mots d'Arnaud Pocris, accessible aux habitants du territoire. Les musées ont les moyens de développer des actions et des stratégies qui mettent les

¹⁷⁵ Entretien téléphonique avec Véronique Brumm Schaich (directrice du musée Lalique), 13 février 2025. Retranscription en Annexe 7.

¹⁷⁶ Godreau, M. (2015). Ces activités économiques transcendées en fêtes. *Pour*, 226(2), 67-73. <https://doi-org.ezproxy.univ-paris3.fr/10.3917/pour.226.0067>.

¹⁷⁷ Entretiens téléphoniques avec Barthélémy Loustalan (Responsable de la communication), 19 mars 2025. Retranscription en Annexe 9.

¹⁷⁸ Entretien en visioconférence avec Arnaud Pocris (Chef de service développement culturel, médiation et accueil des publics), 26 février 2025. Retranscription en Annexe 8.

populations locales au centre. En s'inscrivant dans leur quotidien, ils se rendent plus accessibles, et tissent des liens d'attachements. Des liens qui peuvent s'avérer extrêmement précieux pour les musées en temps de crise, car les communautés locales savent très bien se mobiliser pour défendre les équipements de leur territoire quand ceux-ci sont menacés.

iii) Légitimation et dépossession

Nous l'avons expliqué précédemment, le soutien accordé par le musée à des secteurs d'activités locaux, répond également à un intérêt général des populations qui est de voir leur culture au sens large représentée, et même légitimée. C'est un point qui semble tout à fait fondamental. Le musée a un pouvoir de légitimation des pratiques et des cultures. Ainsi, consacrer un musée à René Lalique, c'est renforcer le prestige et la légitimité de son travail, son héritage, et par extension de la verrerie et de la joaillerie alsacienne. Idem pour le musée de la Faïence de Moustiers-Sainte-Marie. Le musée est un laboratoire de création de symboles locaux, d'objets/sujets de fiertés partagées autour desquels les populations se rassemblent, se soudent et (re)trouvent une identité commune.

Néanmoins, dans le cadre de la revue de littérature, nous avons pris connaissance des réticences exprimées par certains habitants dans le cadre de la création de divers musées dans le nord, ainsi que des conséquences sur les populations locales, notamment via la gentrification¹⁷⁹. C'est un sentiment de dépossession, tant de leurs maisons, que de leur patrimoine ouvrier, qu'une partie de la population a exprimé. Une crainte de dépossession qui est à mettre en perspective avec la façon dont les cultures locales/régionales ont été historiquement fragilisées au profit de la construction d'une identité nationale au XIXe siècle¹⁸⁰, et qu'encore aujourd'hui des pans entiers de ses cultures sont en voie d'extinction (langues,

¹⁷⁹ Baujard, C. (2018). Le musée Louvre-Lens. Dans *Musées et management : Vers la mondialisation culturelle*. ISTE Editions. p.113.

¹⁸⁰ Cabanel, P. (2008). *Culture nationale et cultures régionales en France*. Casa de Velázquez.
<https://books-openedition-org.ezproxy.univ-paris3.fr/cvz/15323>

pratiques, représentations). Or, le patrimoine et les musées ont joué un rôle actif dans la construction du roman national. Le musée archéologique de Gergovie se situe, volontairement ou non, dans cet héritage. En effet, des recherches archéologiques de grandes ampleurs pour retrouver les sites des batailles de *La Guerre des Gaules* (principalement Gergovie et Alésia) sont initiées sous Napoléon III dans le but de construire le récit national à travers des moments et des figures clé¹⁸¹. Encore récemment, en 2003, un rapport public qualifiait le site archéologique de Gergovie de « symbole des mythes fondateurs de la nation¹⁸² », dont le musée archéologique de la bataille de Gergovie est par conséquent la voix. Et si depuis plusieurs décennies maintenant, des politiques de revalorisation des cultures locales sont mises en place (enseignements des langues régionales...), l'opposition entre culture nationale et cultures régionales a laissé des traces.

Justement, l'institution muséale a les capacités de contribuer à réparer les identités locales blessées, en permettant à la population de se réapproprier son histoire et sa culture, et de participer à les documenter, à les représenter et à les transmettre. C'est d'ailleurs une ambition de l'écomuséologie, être un outil au service de la communauté. En ce sens, l'écomusée de Marquèze incarne un espace de préservation et de valorisation de la culture de la Grande Landes. Le projet lors de la fondation est précisément de « reconstituer le cadre de vie de ses habitants au XIXème siècle¹⁸³. » Depuis, l'écomusée contribue à documenter et à représenter cette société locale du quartier de Marquèze. Il y a donc dans l'écomuséologie une véritable expertise sur la question des cultures locales et de leurs préservations, dans laquelle les musées plus classiques peuvent également venir puiser.

¹⁸¹ Dumoulin, F., & Deberge, Y. (2022). Gergovie et les sites arvernes. La gestion patrimoniale d'un ensemble à l'histoire complexe. *Archéopages*, (Hors-série 6).

<https://doi.org/10.4000/archeopages.14439>

¹⁸² Rémond, R. (2003, 1er novembre). *La répartition entre l'État et les collectivités territoriales des monuments historiques classés*. p.21.

<https://www.vie-publique.fr/rapport/26600-la-repartition-entre-letat-et-les-collectivites-territoriales-des-mon>

¹⁸³ Écomusée de Marquèze. (s.d.). *Histoire et projets de l'écomusée*.

<https://www.marqueze.fr/l-ecomusee-de-marqueze-landes/histoire-et-projet-de-l-ecomusee-de-marqueze.html>

3) Le musée prospère ?

i) Préservation

En premier lieu, puisque que nous allons aborder la question de la capacité des musées à remplir leurs missions et à prospérer, il semble intéressant de souligner que la notion d'intérêt général est utilisée pour caractériser les activités dans les différents modes d'organisation des quatre musées étudiés¹⁸⁴ (syndicat mixte, association intégrée, groupement d'intérêt public et société d'économie mixte). Le travail muséal (et écomuséal) est défini comme un travail devant servir l'intérêt général. Une définition qui appuie notre hypothèse visant à corréler la réussite d'un musée à son influence positive sur le territoire et sa population. Maintenant, si nous revenons plus scolairement aux missions du musée, rappelons que le modèle PRC, un des deux modèles dominants¹⁸⁵ établit trois fonctions : la préservation, la recherche et la communication. Notons, que la fonction de communication prend de plus en plus d'importance, ce que nous prenons en compte dans cette analyse.

Concernant la préservation, nos quatre musées disposent assez classiquement de collections, qu'ils conservent. Mais plus intéressant, le milieu rural est l'occasion pour le musée de repenser cette mission de préservation au-delà des collections, en l'appliquant également à son environnement. Cela paraît indispensable tant le rapport à la nature est omniprésent en zone rurale. C'est d'ailleurs visible dans notre sélection de musées. Les deux seuls critères étaient le territoire rural et la possibilité d'avoir un échange avec l'établissement, pourtant on se rend compte qu'un troisième point commun s'est dessiné : les quatre musées sont situés au sein d'une aire protégée. Et ça n'a rien d'étonnant quand on sait que ces aires protégées couvrent au total 33% du

¹⁸⁴ Voir Annexe 19 tableau comparatif des modes d'organisation

¹⁸⁵ Van Mensch, P. (2020). Les fonctions muséales. Dans *Vers une méthodologie de la muséologie*. Editions L'Harmattan. p.254.

territoire national.¹⁸⁶ Les musées doivent prendre en compte ce caractère d'aire protégée précisément parce qu'ils ont une expertise sur les questions de préservation.

Les zones rurales peuvent être un terrain d'expérimentation extrêmement fécond pour penser sa mission de préservation. C'est d'une certaine manière la démarche de l'écomusée de Marquèze. Déjà car dès sa fondation il est extrêmement proche du parc naturel régional des Landes de Gascogne. Et depuis parce qu'il s'est constitué comme équipement du parc, avec lequel il partage certaines ressources, notamment des médiateurs. Encore une fois, l'écomuséologie permet plus facilement d'explorer ces dynamiques, d'où la nécessité pour les musées de se servir de cet héritage théorique et pratique.

ii) Recherche

Assez classiquement, la fonction de recherche dans nos musées étudiées s'incarnent principalement par la conception du discours scientifique derrière chaque exposition temporaire. Les quatre musées en organisent au moins une par an. La directrice du musée Lalique, Véronique Brumm-Scheirer insiste beaucoup sur le caractère scientifique de ce travail, et l'importance d'offrir du fond de qualité pour mieux intéresser les visiteurs¹⁸⁷. Néanmoins, dans le cas des musées en zone rurale, il semble que la portée de la recherche ne se limite pas à la production de savoirs, mais joue un rôle important, d'une part dans l'incarnation du discours scientifique dans des territoires désertés par les établissements d'enseignement supérieur, et d'autre part dans le processus de légitimation des cultures locales que nous évoquions précédemment.

La fonction de recherche des musées en zone rurale a un poids tout particulier, puisqu'elle se déploie dans des territoires ou les institutions de la recherche,

¹⁸⁶ Ministère de la Transition écologique et de la Cohésion des territoires. (2019, 27 septembre.). *Aires protégées en France*. Mis à jour le 12 décembre 2023.

<https://www.ecologie.gouv.fr/politiques-publiques/aires-protegees-france>

¹⁸⁷ Entretien téléphonique avec Véronique Brumm Schaich (directrice du musée Lalique), 13 février 2025. Retranscription en Annexe 7.

c'est-à-dire grossièrement les universités, sont pratiquement absentes. Malgré l'existence d'antennes dans des villes moyennes, les établissements d'enseignement supérieur restent concentrés dans les grandes aires urbaines¹⁸⁸. Or, nous le voyons avec trois de nos musées, certains territoires sont situés hors de toute aire d'attraction urbaine, renforçant leur isolement. Nous ne cherchons ici ni à expliquer ni à critiquer la répartition des universités sur le territoire national, ce n'est pas notre sujet. Nous souhaitons simplement montrer qu'une qualité manifeste du musée, c'est sa capacité à occuper ces territoires ruraux qui sont inaccessibles aux établissements d'enseignement supérieur. L'université ne peut pas exister dans un village, le musée si. Il a donc une responsabilité particulière à développer ses recherches et à produire du discours scientifique là où aucune autre institution ne peut le faire à sa place. Alors que la fonction de recherche a tendance à perdre de son importance, le territoire rural pourrait être le lieu de sa réaffirmation.

De plus, documenter un territoire, ses habitants, leurs savoir-faire, leurs coutumes, leur langue, leur gastronomie, cela contribue à renforcer l'ensemble de la culture locale. Ce savoir produit peut devenir un savoir commun. En ce sens, les associations d'histoire locale sont des acteurs importants. Composées d'amateurs d'histoires parmi les populations locales, elles étudient des fonds d'archives pour documenter plus précisément l'histoire de leurs communes et leurs patrimoines¹⁸⁹. Leur travail intervient là où la communauté scientifique laisse un vide. Le musée archéologique de la bataille de Gergovie est pourtant le seul à les présenter comme des interlocuteurs pertinents pour le musée. Le musée n'a pas besoin de s'isoler de son environnement proche pour produire son savoir. Au contraire, il peut développer des logiques collaboratives avec les associations du territoire et tout autre acteur susceptible de disposer d'une expertise. Dans la recherche aussi il est pertinent d'amener du participatif pour lutter contre le sentiment de dépossession. Encore une fois, il est pertinent de se plonger dans l'écomuséologie pour y trouver des

¹⁸⁸ Voir Annexe 20 Carte des étudiants inscrits dans l'enseignement supérieur 2019-2020

¹⁸⁹ de L'Estoile, B. (2001). Le goût du passé. *Terrain*, (37). <https://doi.org/10.4000/terrain.1344>

méthodologies de recherche qui incluent et respectent les populations locales, notamment lors des collectes. Ainsi, les collectes effectuées en Aubrac¹⁹⁰, une zone extrêmement rurale, par George Henri Rivière, sont une ressource qui doit être fondamentale pour les musées couvrant également des territoires ruraux. L'inclusion des populations locales dans la recherche ne doit pas concerner que les écomusées et les musées de sociétés, elle a sa place et sa pertinence dans chaque établissement. Faire dialoguer l'histoire antique du territoire arverne et celle de ceux qui l'habitent aujourd'hui, mobiliser la mémoire vivante autour de l'artisanat du verre chez Lalique, ou de la faïence à Moustiers-Sainte-Marie, cela donnerait une nouvelle dimension au discours du musée, et cela permet aux populations de se réapproprier leurs histoires et leurs cultures.

iii) Communication

En matière de communication, les musées étudiés utilisent tous le médium de l'exposition (permanente et temporaire). Ils bénéficient globalement tous d'offres de médiation solides et très variées, n'ayant rien à envier à leurs homologues urbains. En revanche, il nous semble possible d'exploiter encore davantage les spécificités des territoires ruraux. Si, comme on l'a évoqué plus tôt, les réseaux permettent de renforcer la présence globale des musées et sites patrimoniaux sur le territoire en constituant un maillage, les établissements doivent aussi individuellement occuper l'espace au-delà des murs de leurs bâtiments.

Dans le contexte d'un territoire rural, il apparaît nécessaire de réussir à penser le hors-les-murs, la mobilité et le plein air dans les actions déployées. C'est ce que réussit très bien le musée archéologique de la bataille de Gergovie. D'une part via son partenariat avec le musée de la Céramique de Lezoux où les deux établissements organisent des ateliers croisés, étendant leur champ d'intervention à plus de 30km de

¹⁹⁰ Segalen, M. (2010). L'enquête de la RCP Aubrac (1963-1966). In J.-F. Simon, B. Paillard, & L. Le Gall (éds.), *En France rurale* (1-). Presses universitaires de Rennes.
<https://doi-org.ezproxy.univ-paris3.fr/10.4000/books.pur.102770>

leurs murs. Mais plus encore, c'est le dispositif de l'Archéobus qui retient notre attention. On pourrait le rapprocher du musée mobile développé par le Centre Pompidou et Art Explora pour rendre accessible l'art contemporain à un public qui en est éloigné, d'abord géographiquement¹⁹¹. Toutefois, il y a une différence fondamentale entre l'intervention très verticale d'une grande institution, qui s'invite occasionnellement dans des villages pour y apporter la culture, et celle de l'Archéobus. En effet, ce dernier est le fruit d'une initiative locale, proposant un format régulier sur une saison donnée, où le musée archéologique de la bataille de Gergovie déplacent les publics sur des sites connexes à celui du plateau, sur une durée de visite inhabituellement longue (4h). Il s'agit d'un véritable travail de fond sur le territoire, qui permet d'avoir des effets plus durables qu'une intervention exceptionnelle. En revanche, le format mobile du MuMo, consistant à transporter des collections de commune en commune semble tout à fait pertinent si repris sur des territoires plus restreints (la communauté de commune ou le département) par un ou plusieurs musées de ce même territoire. La mobilité est déjà une composante du monde rural. Les services à domiciles ou bien itinérant font partie du quotidien, et donc d'un référentiel commun que les institutions culturelles peuvent mobiliser à leur tour pour alimenter leurs actions et renforcer leur présence.

Dans une même perspective, les espaces naturels situés à proximité des musées (jardins, forêts domaniales, parcs, lacs...) sont des atouts indéniables. En témoigne le succès du plateau de Gergovie, de l'écomusée de Marquèze ou encore du lac de sainte-croix proche de Moustiers-Sainte-Marie. Les activités en plein air attirent les publics pour des motifs variés comme une pratique sportive, une envie de se ressourcer, une sortie familiale. Les musées situés au sein ou à proximité de ce type d'espaces ont intérêt à les investir. Il s'agit une fois encore de penser la mobilité, le hors-les-murs, pour construire une programmation qui puisse sortir du bâtiment

¹⁹¹ Centre Pompidou. (2022, 17 juin). *Le MuMo, ce camion-musée qui fait voyager l'art sur les routes de France*.
<https://www.centrepompidou.fr/fr/pompidou-plus/magazine/article/le-mumo-ce-camion-musee-qui-fait-voyager-lart-sur-les-routes-de-france>

pour s'installer en plein air. La ruralité étant un espace de nature, le musée en zone rural doit inclure cette dimension dans ses actions.

B. Penser la ruralisation du musée ?

1) Limites et nuances

Avant de pousser plus loin notre réflexion et de tirer des conclusions, notons quelques nuances à nos analyses élaborées plus tôt. En premier lieu, tout au long de ce mémoire, il nous tenait à cœur de traiter la question de l'ancrage local dans sa pluralité, en prenant en compte plusieurs angles et points de vue. Une exigence peut-être trop ambitieuse, par conséquent nos analyses manquent sans doute de profondeur par endroits.

Néanmoins, si la notion d'ancrage local nous a permis de fonder notre recherche sur des faits concrets, l'ambition première reste de questionner une potentielle voie de ruralisation pour les musées. Cette question directrice témoigne d'une volonté de ne pas tomber dans un discours misérabiliste ou simplificateur vis à vis des territoires ruraux. Les campagnes françaises sont parfois exagérément décrites comme des zones en plein naufrage, aux villages vides et morts. Or ce n'est pas le cas, comme nous l'avons développé plus haut à travers l'usage de la typologie des ruralités, les territoires ruraux sont multiples, et ne font pas tous face aux mêmes bouleversements à la même échelle. Cette absence d'homogénéité, c'est également ce que rappelle le sociologue Benoît Coquard en introduction de son ouvrage *Ceux qui restent*, en usant d'une comparaison parlante avec les banlieues.

« Il existe d'un côté des milieux ruraux dits attractifs, qui se repeuplent et parviennent à attirer de nouveaux habitants, et, de l'autre, des milieux ruraux qui se dépeuplent et s'appauvrissent, qui sont ceux dont nous allons parler et que l'on appelle "campagnes en déclin". Ne pas admettre cette division minimale, ce serait un

peu comme réunir en une même catégorie Neuilly-sur-Seine et Aubervilliers au motif que ce sont deux villes de banlieue parisienne.¹⁹² »

Dans ce contexte, le but de ce mémoire, et de l'interrogation « Ruraliser le musée ? » est de nous permettre de dessiner et d'insister sur toutes les potentialités qu'offrent les territoires ruraux et leurs acteurs. Ainsi, le ton peut paraître idéaliste par instant. C'est une limite évidente dans notre travail. Il est donc important de rappeler que cette démarche ne cherche pas à occulter les difficultés réelles auxquelles font face les territoires ruraux et par extension les musées. Les musées ruraux sont effectivement soumis à des contraintes matérielles qui impactent leurs capacités d'actions et leurs choix, d'autant plus au vu du contexte récent de coupe budgétaire drastique dans certaines régions. Cette réalité doit évidemment être prise en compte, mais ne peut pas non plus être prétexte à tomber dans une analyse fataliste. C'est ce point d'équilibre, entre fatalisme et idéalisme, que nous avons tenté de trouver à l'aide de notre méthodologie de recherche.

De même, nous avons beaucoup insisté sur la question du sentiment de dépossession et de la nécessité de documenter et représenter les cultures locales. Cette réflexion doit également être nuancée. En effet, soulignons que la question des cultures régionales et rurales est régulièrement mobilisée par l'extrême-droite. Le régionalisme et le patrimoine rural ont été utilisés par le régime de Vichy pour défendre et imposer sa vision de la « Vraie France »¹⁹³. Plus récemment, cette récupération du sujet rural par l'extrême-droite réapparaît dans une rhétorique visant à opposer les populations des territoires ruraux, qui représenteraient la France authentique et traditionnelle, à celles des banlieues. À ce sujet, nous évoquions brièvement en introduction les débats autour du concept de France périphérique, qui a

¹⁹² Coquard, B. (2022). Introduction. Dans *Ceux qui restent : Faire sa vie dans les campagnes en déclin*. La Découverte. p.8.

<https://shs-cairn-info.ezproxy.univ-paris3.fr/ceux-qui-restent--9782348075735-page-7?lang=fr>

¹⁹³ Campbell, E. (2023). *Visions traditionalistes du patrimoine sous Vichy*. Presses universitaires de Strasbourg. p. 421.

été très médiatisé à la suite du livre éponyme de Christophe Guilluy¹⁹⁴. Ce dernier est précisément accusé par divers sociologues et géographes travaillant sur les questions liés à la ruralité, d'être simplificateur et d'alimenter, involontairement ou non, la vision essentialiste de l'extrême-droite¹⁹⁵. Nous regrettons que de tels discours, fruits de récupération politique, éclipsent les travaux de recherches et les discours scientifiques sur les territoires ruraux et leurs identités. Lorsque nous évoquons la nécessité de représenter et légitimer les cultures locales rurales, il ne s'agit pas de mettre en scène une vision passéiste et figée tirée d'une image d'Épinal, mais de mettre en valeur ces cultures dans leurs dynamiques actuelles et leurs transformations, en prenant en compte les volontés des populations.

Un autre point critiquable de notre analyse est l'utilisation du modèle PRC comme référence pour définir les fonctions du musée. En effet, ce modèle tend à être de moins en moins représentatif, du fait des évolutions que connaît le musée. On entend principalement par là l'externalisation de la mission de préservation, et la place de plus en plus importante accordée à celle de la communication, liée à l'accroissement du rôle social du musée. Malheureusement, ces évolutions n'étant pas l'objet de ce mémoire, nous avons fait le choix, pour gagner du temps, d'utiliser le modèle PRC, le jugeant suffisamment pertinent pour notre analyse.

2) Quelles ambitions pour les musées ruraux ?

Au vu des l'ensemble de ces réflexions, limites et nuances incluses, voyons à présent les enseignements que nous en tirons. Une première idée qui apparaît majeure, c'est que le musée peut effectivement participer au développement d'un territoire. Toutefois, cela s'opère uniquement s'il est une composante d'une politique

¹⁹⁴ Guilluy Christophe, 2014, *La France périphérique. Comment on a sacrifié les classes populaires*, Paris, Flammarion.

¹⁹⁵ Coquard, B., Mathieu, N., & Guyon, R. (2020). « *Il n'y a pas un ensemble cohérent qui pourrait s'appeler France périphérique et les jeunes ruraux ne constituent pas un groupe homogène* ». <https://doi.org/10.3406/diver.2020.4918> ; Gintrac, C., & Mekdjian, S. (2014). Le peuple et la « France périphérique » : la géographie au service d'une version culturaliste et essentialisée des classes populaires. *Espaces et sociétés*, 156-157(1), 233-239. <https://doi.org/10.3917/esp.156.0233> ; Girard, V., & Giraud, C. (2020). 20. La France périphérique existe-t-elle ? Dans *50 questions de sociologie* (p. 205-214). Presses Universitaires de France. <https://doi.org/10.3917/puf.pauga.2020.01.0205>

ou d'un plan global qui inclut une variété d'autres acteurs culturels et secteurs d'activité (transports, accès à l'emploi, éducations, services de santé...). Cette hypothèse, émise dès la revue de littérature, à partir entre autres de l'Effet Bilbao, est à nouveau confirmée par notre enquête. En effet, nous y avons constaté que les musées étudiés étaient des composantes de la valorisation du territoire, notamment via une politique générale de développement du tourisme. Cet intérêt manifeste pour le tourisme confirme également les logiques de marketing territorial que nous évoquions dans la revue de littérature. De même, la classification de deux territoires étudiés comme ZRR atteste d'une politique globale de revitalisation.

Toutefois, notre ambition pour les musées en zone rurale, est qu'ils agissent au-delà des attentes des plans de revitalisation élaborés par leurs collectivités territoriales. Les musées ont intérêt à ne pas concentrer leurs efforts sur le développement du tourisme, mais au contraire à déployer un panel d'actions pour remplir leurs fonctions, en adéquation avec le territoire. Nous avons développé plusieurs pistes en ce sens tout au long du mémoire. Ainsi, il nous semble pertinent de construire davantage de collaborations avec des acteurs du monde rural. On pense notamment aux associations d'histoires locales, aux entreprises et aux artisans, ou encore aux comités des fêtes. De plus, nous encourageons les musées à s'emparer du hors-les-murs, en développant des actions mobiles dans d'autres communes que la leur, et en investissant les espaces verts à leur disposition (parcs, jardins, forêt). En outre, nous avons souligné la spécificité du musée comme seule institution de recherche capable d'exercer sa fonction en zone rurale, y compris dans des petits villages. Une capacité qui devrait encourager les musées ruraux à réaffirmer leur fonction de recherche et à la développer davantage, en adéquation avec leur responsabilité à documenter les cultures locales et régionales.

Un programme ambitieux, qui peut paraître idéaliste. Heureusement, les musées ne partent pas de rien. Au contraire, au fil d'années de travail, ils ont déjà mis en place des actions variées, qu'ils s'agissent de collaborations, d'événements,

d'offres de médiations, etc. D'ailleurs, concernant les tensions entre logiques de compétition et logiques de collaboration, que nous avions suspectées, l'enquête a révélée que les musées mettent surtout en avant les pratiques collaboratives. La compétition n'était jamais explicitée. Ainsi, notre enquête ne permet ni d'infirmer ni de confirmer l'existence de logiques compétitives entre les musées en zones rurales. En revanche, elle démontre que si ces logiques existent, elles ne sont pas pensées ouvertement par les musées. La situation est relativement similaire concernant les tensions suspectées entre touristes et locaux, quoique cette fois les musées tendent carrément à les réfuter. Ils défendent l'idée d'un principe de non-exclusion des publics, qui bannit l'idée qu'un public puisse, volontairement ou involontairement, être privilégié à un autre. Une vision qu'on peut qualifier d'idéaliste, mais qui n'est pas propre aux établissements des zones rurales. On connaît les angles morts des musées sur les pratiques des publics et des non-publics depuis Bourdieu. Cette vision se retrouve aussi sur la question du lien avec les populations locales. Les musées comptent sur la qualité de leur programmation et leurs événements pour attirer du public local. Il est rarement question de dispositif participatif, ni de dispositifs pour comprendre leur public. En témoignent les difficultés exprimées à mettre en place des enquêtes de publics qui soient exploitables, souvent faute de temps et de ressources malheureusement. En ce sens, on a véritablement besoin de remobiliser l'héritage de la Nouvelle Muséologie. Les travaux de cette dernière et des écomusées constituent un puits d'enseignement en matière de méthode de travail, et de construction du lien avec les communautés locales. In fine, il ne s'agit pas tant d'inventer de nouvelles pratiques, que d'appliquer des pratiques déjà existantes à d'autres lieux et d'autres acteurs. En ce sens, le diagramme de Venn élaboré à l'issue de la revue de littérature, s'est révélé être un moyen d'insister sur les interactions entre territoire, musée et population, sur leurs intérêts croisés qui dessinent des dynamiques propres à ce contexte rural. C'est, il nous semble, le point central de ce mémoire : montrer que les différents enjeux liés à ce triptyque d'acteurs ne sont pas nécessairement des contraintes étouffantes. Bien au contraire, elles peuvent créer les conditions d'un renouveau muséal.

Conclusion

Nous avons ouvert ce mémoire en rappelant les origines fondamentalement urbaines du musée, actant par la même occasion que sa présence dans des territoires ruraux n'allait pas de soi. De ce constat, est née la volonté de réfléchir à une voie de ruralisation pour le musée, ou comment celui-ci pourrait tirer parti du territoire rural sans essayer de le changer, mais au contraire en s'y adaptant pleinement. Dans cette perspective, notre réflexion s'est construite autour de la notion d'ancrage local, c'est-à-dire autour des moyens concrets mis en place par les musées ruraux pour déployer leurs actions dans leur territoire, tout en participant au développement économique et à l'animation culturelle de ce dernier.

En réfléchissant au fonctionnement quotidien des musées ruraux, nos recherches, notre enquête et l'analyse qui en a suivi nous ont permis de voir le monde rural comme un terrain extrêmement fertile pour le musée. D'une part, nous l'avons souligné, les musées en zones rurales déploient déjà tout un panel de pratiques variées. Ils s'inscrivent dans divers réseaux, obtiennent des marques et des labels, travaillent avec les établissements scolaires, élaborent des offres de médiations riches et variées, conçoivent des expositions, organisent des événements, etc. Leur action peut pleinement participer à un processus de revitalisation du territoire, notamment lorsqu'ils sont intégrés à un plan plus vaste de développement du tourisme, lui-même pouvant être composante d'un plan encore plus global de revitalisation du territoire. En cela, on retrouve le rôle d'urbanisation du musée, mais cette fois adapté et appliqué au territoire rural. Et d'autre part, et c'est le point le plus stimulant, il nous semble qu'il reste énormément de potentialités à explorer pour renouveler les pratiques muséales et renforcer les liens mutuels avec le territoire et les populations. Des nouvelles logiques collaboratives pourraient être mises en place, notamment avec les comités des fêtes ou les associations d'histoire locale. De même, des actions hors-les-murs, mobiles, ou dans des espaces verts pourraient être davantage investies.

Il nous est aussi apparu que les musées étaient parmi les seules institutions capables d'incarner et de porter la recherche dans des zones rurales telles que les villages. En ce sens, on a régulièrement rappelé la pertinence de la Nouvelle Muséologie sur un certain nombre de problématiques, comme la prise en compte de la préservation de la biodiversité, les méthodes de collectes, ou la nécessité d'inclure et de valoriser les populations locales dans le projet muséal.

L'exercice du mémoire étant une première pour nous, ce travail comprend des limites. Les quatre établissements étudiés, malgré leurs différences notamment en matière d'emplacement géographique, ne suffisent pas à constituer un échantillon représentatif. Certes, produire une analyse exhaustive des processus d'ancrage des musées en zones rurales n'a jamais été l'ambition de ce mémoire. Il s'agissait plutôt de dessiner des grandes tendances et de réfléchir à de nouvelles voies possibles. Néanmoins, il est certain que d'autres musées avec leurs particularités propres permettraient de soulever de nouveaux axes de réflexions qui n'apparaissent pas ici, et d'en nuancer d'autres. De même, si notre réflexion s'intéresse aux interactions du musée avec les collectivités territoriales et les populations, notre enquête nous a surtout donné le point de vue des musées. Plus de temps, de rigueur et d'organisation auraient pu nous permettre de contacter aussi des élus locaux et de consulter les populations des territoires concernés. Cela aurait considérablement étoffé notre enquête, mettant encore plus en lumière les intérêts croisés de ces trois catégories d'acteurs, et la portée de nos résultats aurait été tout autre.

Finalement, ce mémoire a récemment pris un écho particulier suite aux annonces du Ministère de la Culture, le 13 mai dernier, sur la mise en avant et la « modernisation des musées en zones rurales¹⁹⁶ » dans le cadre du Plan culture et ruralité. Le Ministère a communiqué sur la création d'un guide intitulé « Itinéraires

¹⁹⁶ Ministère de la Culture. (2025, 23 mai). *Des mesures pour moderniser les musées en zone rurale*. <https://www.culture.gouv.fr/fr/actualites/des-mesures-pour-moderniser-les-musees-en-zone-rurale>

en territoire rural », qui répertorie les musées de France en zone rurale¹⁹⁷. À ce jour, il est uniquement disponible sur téléphone, mais une version imprimée est prévue pour septembre 2025. Si le musée archéologique de la bataille de Gergovie n'est pas inclus dans ce guide, les trois autres musées étudiés dans ce mémoire le sont. Ces annonces et ce Plan culture et ruralité témoignent d'une volonté politique de mettre en avant et d'encourager le développement des territoires ruraux, y compris via le secteur de la culture et des musées, dont il sera intéressant d'observer et de mesurer les résultats à l'avenir. Plus largement, les politiques culturelles dans les territoires, leurs objectifs, moyens et résultats, pourraient tout à fait faire l'objet d'un travail de recherches. De même, on pourrait poursuivre la réflexion sur la potentielle voie de ruralisation du musée, réfléchir à de nouvelles pratiques et logiques de développement qui prennent en compte les spécificités de ce type de territoire, et poser la question des attentes des populations vis-à-vis des musées. Ainsi, nous espérons encourager d'autres à s'intéresser à des établissements extérieurs aux grands centres urbains, et à déployer cette réflexion d'ancrage local sur d'autres types de territoires (banlieue ou territoires ultramarins par exemple).

¹⁹⁷ Ministère de la Culture. (2025, 13 mai). *Les musées ruraux à l'honneur à travers un guide national*. <https://www.culture.gouv.fr/actualites/les-musees-ruraux-a-l-honneur-a-travers-un-guide-national>

Bibliographie et annexes

Bibliographie

Ouvrages

Aguilar Rojas, M., Andrade B., P., Bertin, M., Brulon Soares, B., Graff, J., Guiragossian, O., Mairesse, F., Mellado G., L., Menezes de Carvalho, L., Robbins, N., Rocío Galindo Monteagudo, S., Van Geert, F., & Weiser, M. E. (2020). *The future of tradition in museology*. ICOFOM Study Series.

Ambrose, T., & Paine, C. (2018). *Museum basics : the international handbook (4th edition)*. Routledge.

Anderson, G. (2012). *Reinventing the museum: The evolving conversation on the paradigm shift* (2e éd.). Altamira Press.

Baujard, C. (2018). *Musées et management : Vers la mondialisation culturelle*. ISTE Editions.

Benhamou, F., & Thesmar, D. (2011). *Valoriser le patrimoine culturel de la France*. Rapport du Conseil d'analyse économique. Paris : La Documentation française.

Benhamou, F. (2019). *Économie du patrimoine culturel*. La Découverte.

Cabanel, P. (2008). Culture nationale et cultures régionales en France. Dans *L'histoire culturelle en France et en Espagne* (p. 329-353). Casa de Velázquez.
<https://books-openedition-org.ezproxy.univ-paris3.fr/cvz/15323>

Cailly, L. (2010). *La France, une géographie urbaine*. Armand Colin.

Campbell, E. (2023). *Visions traditionalistes du patrimoine sous Vichy*. Presses universitaires de Strasbourg.

Chavanne, B. (2023). *Diriger un musée : Collections, publics et territoires* (3e éd.). Territorial éditions.

Claval, P. (2012). *Géographie culturelle : une nouvelle approche des sociétés et des milieux*. Armand Colin.

Clerval, A. (2013). *Paris sans le peuple. La gentrification de la capitale*. Paris, La Découverte.

Coquard, B. (2022). Introduction. Dans *Ceux qui restent : Faire sa vie dans les campagnes en déclin*. La Découverte.

Crooke, E. (2007). *Museums and Community: Ideas, Issues and Challenges*. Routledge.

Cwi, D., & Lyall, K. (1977). *A Model to Assess the Local Economic Impact of Arts Institutions: The Baltimore Case Study*. Baltimore : Center for Metropolitan Planning and Research, The Johns Hopkins University.

Delarge, A. (2018). *Le musée participatif : L'ambition des écomusées*. La Documentation française.

Direction des musées de France, Département des publics, de l'action éducative et de la diffusion culturelle. (1992). *Musées et économie : Actes des troisièmes rencontres nationales des musées, Musée national des arts asiatiques Guimet, 13 et 14 juin 1991*. Direction des musées de France.

Direction des musées de France. (2003). *Musées et intercommunalité : Colloque, 2 avril 2002, Paris, musée national des arts asiatiques - Guimet*.

Direction des musées de France. (2007). *La collaboration entre les musées de France et les fédérations d'éducation populaire : Séminaire du 21 mars 2006, Musée national de la Renaissance, Château d'Écouen*.

Eidelman, J. (Dir.). (2017). *Inventer des musées pour demain : Rapport de la mission Musées XXI^e siècle*. La Documentation française.

Falk, J. H. (2016). *The museum experience revisited*. Routledge.

Girard, V., & Giraud, C. (2020). 20. La France périphérique existe-t-elle ? Dans *50 questions de sociologie* (p. 205-214). Presses Universitaires de France.
<https://doi.org/10.3917/puf.pauga.2020.01.0205>

Gob, A., & Drouguet, N. (2014). *La muséologie* (4^e éd.). Armand Colin.

- Gravari-Barbas, M., & Renard-Delautre, C. (2015). *Starchitecture(s) - Figures d'architectes et espace urbain*. L'Harmattan.
- Gray, C. (2015). *The Politics of Museums*. Palgrave Macmillan.
- Grefe, X. (1984). *Territoires en France Les enjeux économiques de la décentralisation*. Economica.
<https://doi-org.ezproxy.univ-paris3.fr/10.3917/econo.greff.1984.01>.
- Guilluy Christophe, 2014, *La France périphérique. Comment on a sacrifié les classes populaires*, Paris, Flammarion.
- Ineum Consulting. (2009). *La culture, enjeu économique ou symbolique pour le développement des territoires ?* Étude pour le Forum d'Avignon. Miméo.
- Madan, R. (2011). *Sustainable museums: Strategies for the 21st century*. MuseumsEtc.
- Mairesse, F. (2004). *Missions et évaluation des musées : Une enquête à Bruxelles et en Wallonie*. L'Harmattan.
- Mairesse, F., & Van Geert, F. (2021). *Écrire la muséologie*. Presses Sorbonne-Nouvelle.
- Mairesse, F. (2022). *Dictionnaire de muséologie*. Armand Colin.
- Ministère de la Culture et de la Communication. (2006). *Les Musées de France : Acteurs et leviers de développement dans la recomposition des territoires : Colloque, 2 novembre 2004, Paris, musée national des arts asiatiques - Guimet*. Ministère de la Culture et de la Communication.
- Ministère de la Culture et de la Communication. (2016). *Nouvelles tendances de muséologie*. La Documentation française.
- Ministère de la Culture. (2023). *Chiffres clés de la culture et de la communication 2023*. Département des études, de la prospective et des statistiques (DEPS).

Musée de la civilisation. (1999). *Musées et politique : Actes du quatrième colloque de l'Association internationale des musées d'histoire*. Musée de la civilisation.

O'Neill, M. (2020). *Connecting museums*. Routledge, Taylor & Francis Group.

Poulot, D. (2008). L'invention d'une administration. Dans *Une histoire des musées de France : XVIIIe-XXe*. La Découverte.

Quentin, C. (1994). *Musées et tourisme : Clefs pour un partenariat à l'usage des professionnels de musées*. Direction des musées de France.

Recours, A. (2000). *Rapport d'information sur les musées*. Assemblée nationale.

Rolland, A.-S., Murauskaya, H. (2009). *De nouveaux modèles de musées ? : Formes et enjeux des créations et rénovations de musées en Europe - XIXe-XXIe siècles*. Editions L'Harmattan.

Segalen, M. (2010). L'enquête de la RCP Aubrac (1963-1966). Dans *En France rurale*. Presses universitaires de Rennes.
<https://doi-org.ezproxy.univ-paris3.fr/10.4000/books.pur.102770>

Serrano, V., Sollic, J.-B., & Bretagne Conseil économique, social et environnemental régional. (2014). *Les "musées de France" en Bretagne : De la conservation à la conversation*. CESER de Bretagne.

Tobelem, J. M. (2017). *La Gestion des institutions culturelles*. Paris : Armand Colin.

Vadelorge, L. (1996). *Les musées de province dans leur environnement : Journée d'étude, Université de Rouen, 4 décembre 1993*. Presses universitaires de Rouen.

Van Mensch, P. (2020). Les fonctions muséales. Dans *Vers une méthodologie de la muséologie*. Editions L'Harmattan.

Varine, H. de. (1991). *L'initiative communautaire : recherche et expérimentation*. Éd. W MNES.

Varine, H. de. (2008). *Musées et développement local, un bilan critique*. Dans M. C. O. Bruno & K. F. Neves (Éds.), *Museus como agentes de mudança social e desenvolvimento - Propostas e reflexões museológicas* (pp. 11-20). Museu de Arqueologia de Xingó.

Varine, H. de. (2017). *L'écomusée singulier et pluriel: Un témoignage sur cinquante ans de muséologie communautaire dans le monde*. Editions L'Harmattan.

Vers un réseau des musées pyrénéens ? : actes / Rencontres de Lourdes, 5, 6, 7 décembre 1996; [organisées par la Direction régionale des affaires culturelles de Midi-Pyrénées et la Ville de Lourdes] . (1997). ADDOCC Midi-Pyrénées.

Articles et Revues

Ashworth, J., & Johnson, P. (1996). Sources of “value for money” for museum visitors. *Journal of Cultural Economics*, 20, 67–83.

Avizou, G. (2018). La Cité internationale de la tapisserie et de l'art tissé d'Aubusson : Un outil de promotion culturelle et de développement local. *Après-demain*, 46(NF2), 44–47.

Baudelle, G. (2015). The New Louvre in Lens: A Regionally Embedded National Project. *European Planning Studies*, 23(8), 1476–1493.
<https://doi.org/10.1080/09654313.2013.819075>

Bergel, P. & Rivière, J. (2016). « Introduction. Éléments sur la genèse de *La France périphérique* », *ESO Travaux et Documents*, n° 41, p. 7-14.

Biondo, S. (2021). La mode : un moyen pour réimaginer le lien musée-territoire ? *Géographie et cultures*, 117, 81-102. OpenEditions.

Brulon Soares, B. (2015). L'invention et la réinvention de la Nouvelle Muséologie. *ICOFOM Study Series*, 57-72. <https://doi.org/10.4000/iss.563>

Bodéré, A. (2010). Louvre-Lens : le Louvre autrement. *CeROArt*, 5.
<https://doi.org/10.4000/ceroart.1491>

Boquet, M. (2014). L'impact touristique des nouveaux musées : analyse des relations entre l'environnement urbain et la spatialisation de l'impact à travers les exemples du Centre Pompidou-Metz et du Louvre-Lens. *BELGEO (Leuven)*, 1.
<https://doi.org/10.4000/belgeo.12600>

Brown, K. (2019). Museums and Local Development: An Introduction to Museums, Sustainability and Well-being. *Museum International*, 71, 1-13.

Bunel, C. et Delvainquière, J. (2023) . Dépenses culturelles des collectivités territoriales de 2015 à 2020. *Culture chiffres*, N° 2(2), 1-39.

Caso Burbano, A. (2022). Twenty-five Years of the «Guggenheim Effect». Brief Approach to the Impact of Guggenheim Bilbao Museum on the Bilbao Art System: Veinticinco años del «efecto Guggenheim». Breve aproximación al impacto del museo Guggenheim Bilbao en el sistema del arte bilbaíno. *Espacio, Tiempo y Forma. Revista de La Facultad de Geografía e Historia / Serie 7, Historia Del Arte*, 10, 277–296. <https://doi.org/10.5944/etfvii.10.2022.33148>

Coquard, B., Mathieu, N., & Guyon, R. (2020). « Il n’y a pas un ensemble cohérent qui pourrait s’appeler France périphérique et les jeunes ruraux ne constituent pas un groupe homogène ». *Diversité*, (199), 13–17. <https://doi.org/10.3406/diver.2020.4918>

Davis, P. (2007). Place exploration: Museums, identity, community. In S. Watson (Ed.), *Museums and Their Communities*. 53–75. Routledge.

Debary, O. (2000). L'écomusée est mort,vive le musée. *Publics & Musées*, 17-18, 71-82.

Debersaques, S. (2021). L’ambivalence des équipements culturels au sein des politiques de gentrification à Bruxelles. *Géographie et Cultures*, 117, 105–125. <https://doi.org/10.4000/gc.18014>

Dumont, G. (2022) . L’armature urbaine française : une exception en Europe. *Constructif*, N° 63(3), 34-40. <https://doi.org/10.3917/const.063.0034>.

Dumoulin, F., & Deberge, Y. (2022). Gergovie et les sites arvernes. La gestion patrimoniale d’un ensemble à l’histoire complexe. *Archéopages*, (Hors-série 6). <https://doi.org/10.4000/archeopages.14439>

Gerardo del Cerro Santamaría. (2019). The Fading Away of the Bilbao Effect: Bilbao, Denver, Helsinki, Abu Dhabi. *Athens Journal of Architecture (Online)*, 6(1), 25–52. <https://doi.org/10.30958/aja.6-1-2>

Gintrac, C., & Mekdjian, S. (2014). Le peuple et la « France périphérique » : la géographie au service d’une version culturaliste et essentialisée des classes populaires. *Espaces et sociétés*, 156-157(1), 233-239. <https://doi.org/10.3917/esp.156.0233>

Godreau, M. (2015). Ces activités économiques transcendées en fêtes. *Pour*, 226(2), 67-73. <https://doi-org.ezproxy.univ-paris3.fr/10.3917/pour.226.0067>.

Hubert, A., & Blondeau, C. (2017). Archéa et le musée archéologique du Val d'Oise. Deux musées d'archéologie pour un même territoire. *Les Nouvelles de l'archéologie*, 149, 31-42

Janes, R. R. (2022). The Value of Museums in Averting Societal Collapse. *Curator the Museum Journal*, 65, 729-745.

L'Estoile, B. de. (2001). Le goût du passé. *Terrain*, (37). <https://doi.org/10.4000/terrain.1344>

Lanzinger, M., & Garlandini, A. (2019). Local Development and Sustainable Development Goals: A Museum Experience. *Museum International*, 71, 46-57.

Loach, k., Rowley, J., & Griffiths, J. (2015). Cultural sustainability as a strategy for the survival of museums and libraries. *International Journal of Cultural Policy*, 23, 186-198.

Millery, E. et Garcia, L. (2023) . Loisirs des villes, loisirs des champs ? L'accès à l'offre et aux loisirs culturels dépend du lieu de résidence mais aussi des caractéristiques sociales des individus. *Culture études*, n° 5(5), 1-32.

Morel, M. (2015). Le musée comme outil de remédiation identitaire : Le cas du Louvre-Lens. *Midas (Évora)*, 4. <https://doi.org/10.4000/midas.718>

Plaza, B. (2008). On some challenges and conditions for the Guggenheim to be an effective economic re-activator. *International Journal of Urban and Regional Research*, 32(2), 506–517.

Stylianou-Lambert, T., Boukas, N., & Christodoulou-Yerali, M. (2014). Museums and cultural sustainability: stakeholders, forces, and cultural policies. *International Journal of Cultural Policy*, 20, 566-587.

Weil, S. E. (1994). Performance Indicators for Museums: Progress Report from Wintergreen. *The Journal of Arts Management, Law, and Society*, 23, 341-351.

Médiagraphie

Articles de presse ou de blogs

AMC. (2015, 22 octobre). *Équerre d'argent 2008 - Nominé : Bruno Mader, Écomusée des Landes*. AMC Architecture.
https://www.amc-archi.com/photos/equerre-d-argent-2008-nomine-bruno-mader-eco-musee-des-landes_3048/vue-exterieure-ecomusee-d.1 (consultation mai 2025)

Barlier, B. (2023, décembre 13). Pourquoi le musée de Guéret n'est pas près de rouvrir au public malgré les 6,6 millions d'euros engloutis. *La Montagne*.
https://www.lamontagne.fr/gueret-23000/actualites/pourquoi-le-musee-de-gueret-n-es-t-pas-pret-de-rouvrir-au-public-malgre-les-6-6-millions-d-euros-engloutis_14420546/ (consultation novembre 2024)

Bressy, F. (2024, avril 27). Impressionnisme : Et s'il y avait une antenne du musée d'Orsay à Guéret ?. *La Montagne*.
https://www.lamontagne.fr/gueret-23000/loisirs/impressionnisme-et-s-il-y-avait-une-antenne-du-musee-d-orsay-a-gueret_14492590/ (consultation novembre 2024)

Caron, F. (2025, 23 avril). *La culture fragilisée par des coupes budgétaires à de multiples niveaux*. France Musique.
<https://www.radiofrance.fr/francemusique/la-culture-fragilisee-par-des-coupes-budgetaires-a-de-multiples-niveaux-4771510> (consultation mai 2025)

Direction générale des collectivités locales. (s.d.). *Les sociétés d'économie mixte locales (SEML)*.
<https://www.collectivites-locales.gouv.fr/competences/les-societes-deconomie-mixte-locales-semi> (consultation avril 2025)

Donzé, E. (2017, octobre 4). Un chantier colossal et architecturalement osé pour le musée de Guéret. *La Montagne*.
https://www.lamontagne.fr/gueret-23000/travaux-urbanisme/un-chantier-colossal-et-architecturalement-ose-pour-le-musee-de-gueret_12575842/ (consultation novembre 2024)

Emery, S. (2024, septembre 29). Fermé depuis 2019, le musée de Guéret ne rouvrira que dans deux ans. *La Montagne*.
https://www.lamontagne.fr/gueret-23000/actualites/ferme-depuis-2019-le-musee-de-gueret-ne-rouvrira-que-dans-deux-ans_14570200/ (consultation novembre 2024)

Martinage, X. (2024, janvier 4). Creuse : le chantier sans fin (et coûteux) du musée d'art et d'archéologie de Guéret. *Capital*.
<https://www.capital.fr/economie-politique/creuse-le-chantier-sans-fin-et-couteux-du-musee-d-art-et-d-archeologie-de-gueret-1489883> (consultation décembre 2024)

Melia, L., Delepaul M-J. (2022, décembre 6). Creuse : le musée d'art et d'archéologie de Guéret ne rouvrira pas en 2023. *France Bleu Creuse*.
<https://www.francebleu.fr/infos/societe/creuse-le-musee-d-art-et-d-archeologie-de-gueret-ne-rouvrira-pas-en-2023-5940446> (consultation décembre 2024)

Ministère de la Transition écologique et de la Cohésion des territoires. (2019, 27 septembre.). *Aires protégées en France*. Mis à jour le 12 décembre 2023.
<https://www.ecologie.gouv.fr/politiques-publiques/aires-protegees-france> (consultation mai 2025)

Ministère de la Culture. (2025, 13 mai). *Les musées ruraux à l'honneur à travers un guide national*. Ministère de la Culture.
<https://www.culture.gouv.fr/actualites/les-musees-ruraux-a-l-honneur-a-travers-un-guide-national> (consultation juin 2025)

Ministère de la Culture. (2025, 23 mai). *Des mesures pour moderniser les musées en zone rurale*. Ministère de la Culture.
<https://www.culture.gouv.fr/fr/actualites/des-mesures-pour-moderniser-les-musees-en-zone-rurale> (consultation juin 2025)

Vie publique. (2022, 8 septembre). *Coopération locale : qu'est-ce qu'un syndicat mixte ?*
<https://www.vie-publique.fr/fiches/20121-cooperation-locale-quest-ce-quun-syndicat-mixte> (consultation avril 2025)

Rapports, études statistiques et dossiers de presse

Annuaire des Entreprises – Direction interministérielle du numérique. (s.d.). *Établissement MUSEE DE LA FAIENCE à MOUSTIERS-SAINT-MARIE*.
<https://annuaire-entreprises.data.gouv.fr/etablissement/44484076300049> (consultation mars 2025)

Annuaire des Entreprises – Direction interministérielle du numérique. (s.d.). *S.E.M Développement Touristique Moustiers Verdon (S.E.M DTMV)*.
<https://annuaire-entreprises.data.gouv.fr/entreprise/444840763> (consultation mars 2025)

- Acadie, & Talandier, M. (2023, février). *Typologies et trajectoires des territoires – Synthèse de l'étude sur la diversité des ruralités*. Observatoire des territoires – ANCT.
<https://www.observatoire-des-territoires.gouv.fr/kiosque/2023-synthese-ruralites-synthese-de-l-etude-sur-la-diversite-des-ruralites-typologies-et> (consultation avril 2025)
- Beck, S., De Bellefon, M.-P., Forest, J., Gerardin, M., & Levy, D. (2023, 5 janvier). *La grille communale de densité à 7 niveaux* (Documents de travail n° 2022-18). INSEE. <https://www.insee.fr/fr/statistiques/6686472> (consultation avril 2025)
- Bilbao Métropoli-30. (1992). *Plan estratégico para la revitalización del Bilbao metropolitano. Fase I: Exploración del entorno e identificación de temas críticos*. Bilbao Métropoli-30.
- Bilbao Métropoli-30. (1992). *Plan estratégico para la revitalización del Bilbao metropolitano. Fase II: Análisis interno y externo*. Bilbao Métropoli-30.
- Bilbao Métropoli-30. (1992). *Plan estratégico para la revitalización del Bilbao metropolitano. Fase III: Metas, objetivos y estrategias*. Bilbao Métropoli-30.
- Bilbao Métropoli-30. (1992). *Plan estratégico para la revitalización del Bilbao metropolitano. Fase IV: Plan de acción*. Bilbao Métropoli-30.
- Challand, C., Kuhn, C., & Villaume, S. (2017, décembre 12). *L'artisanat dans le Grand Est : un emploi sur huit et près d'un établissement sur trois* (INSEE Analyses Grand Est, No 63). INSEE. <https://www.insee.fr/fr/statistiques/3291325> (consultation avril 2025)
- Dumas, C. (2009). *Les Métiers d'art, d'excellence et du luxe, et les savoir-faire traditionnels : l'avenir entre nos mains*. Rapport au Premier ministre.
- Écomusée de Marquèze. (2024). *Dossier de presse 2024*. pp. 4-5.
<https://www.calameo.com/read/0073117237029241cb693?page=3> ; (consultation avril-mai 2025)
- INPN. (2025, 16 janvier). *FR8301035 - Vallées et côteaues xérothermiques des Couzes et Limagnes*. p.3. <https://inpn.mnhn.fr/docs/natura2000/fsdpdf/FR8301035.pdf> (consultation avril 2025)
- INSEE. (2023, 6 avril). *Les bassins de vie en 2022*.
<https://www.insee.fr/fr/statistiques/5039879?sommaire=5040030> (consultation avril 2025)

INSEE. (2024, 26 septembre). *L'essentiel sur... le tourisme*.
<https://www.insee.fr/fr/statistiques/7653005> (consultation mai 2025)

INSEE. (2024). *Recensement de la population : Populations de référence en vigueur à compter du 1er janvier 2025 – Arrondissements, cantons, communes – 04 - Alpes-de-Haute-Provence*. p.5.
<https://www.insee.fr/fr/statistiques/fichier/8290607/dep04.pdf> (consultation avril 2025)

INSEE. (2024). *Recensement de la population : Populations de référence en vigueur à compter du 1er janvier 2025 – Arrondissements, cantons, communes – 40 - Landes*. p.9. <https://www.insee.fr/fr/statistiques/fichier/8290607/dep40.pdf> (consultation avril 2025)

INSEE. (2024). *Recensement de la population : Populations de référence en vigueur à compter du 1er janvier 2025 – Arrondissements, cantons, communes – 63 - Puy-de-Dôme*. p.10. <https://www.insee.fr/fr/statistiques/fichier/8290607/dep63.pdf> (consultation avril 2025)

INSEE. (2024). *Recensement de la population : Populations de référence en vigueur à compter du 1er janvier 2025 – Arrondissements, cantons, communes – 67 - Bas-Rhin*. p.16. <https://www.insee.fr/fr/statistiques/fichier/8290607/dep67.pdf> (consultation avril 2025)

Landes Attractivité. (2025). *Le tourisme dans les Landes : chiffres clés édition 2025 / saison 2024*. <https://cdt40.cache.ephoto.fr/link/3c9igq/zom1bsdeew5if40.pdf> (consultation avril 2025)

Ministère de la Culture. (2024). *Patrimostat 2024*. Ministère de la Culture.
<https://www.culture.gouv.fr/espace-documentation/statistiques-ministerielles-de-la-culture2/publications/collections-de-synthese/Patrimostat/patrimostat-2024> (consultation janvier 2025)

Observatoire des territoires. (s.d.). *ZRR - Zone de revitalisation rurale*.
<https://www.observatoire-des-territoires.gouv.fr/zrr-zone-de-revitalisation-rurale-0> (consultation mai 2025)

OECD-ICOM. (2019). *OECD-ICOM Guide: Culture and Local Development: Maximising the Impact. Guide for Local Governments, Communities and Museums*.
https://icom.museum/wp-content/uploads/2019/08/ICOM-OECD-GUIDE_EN_FINAL.pdf

Office de Tourisme de Moustiers-Sainte-Marie. (2024). *Rapport activité 2024*.
<https://www.moustiers.fr/sites/moustiers.fr/files/page/70/rapportactivite2024-1.pdf>
(consultation avril 2025)

Rémond, R. (2003, 1er novembre). *La répartition entre l'État et les collectivités territoriales des monuments historiques classés*. p.21.
<https://www.vie-publique.fr/rapport/26600-la-repartition-entre-letat-et-les-collectivites-territoriales-des-mon> (consultation avril 2025)

Pages web des institutions et collectivités étudiées

Éco-destination Landes de Gascogne. (n.d.). *Mes envies – Escapades éco-positives*.
<https://www.escapades-ecopositives-landes-de-gascogne.fr/mes-envies-escapades-eco-positives/> (consultation mars-mai 2025)

Écomusée de Marquèze. (s.d.). *Autour de l'Écomusée de Marquèze*.
<https://www.marqueze.fr/autour-de-l-ecomusee-marqueze.html> Wikipédia+9Marquèze+9Marquèze+9 (consultation mars-mai 2025)

Écomusée de Marquèze. (s.d.). *Comment venir ?*.
<https://www.marqueze.fr/informations-pratiques/comment-venir.html> (consultation mars-mai 2025)

Écomusée de Marquèze. (s.d.). *Histoire et projets de l'écomusée*.
<https://www.marqueze.fr/l-ecomusee-de-marqueze-landes/histoire-et-projet-de-l-ecomusee-de-marqueze.html> (consultation mars-mai 2025)

Écomusée de Marquèze. (s.d.). *Les horaires de l'écomusée*.
<https://www.marqueze.fr/les-horaires.html> (consultation mars-mai 2025)

Écomusée de Marquèze. (s.d.). *Nos partenaires*.
<https://www.marqueze.fr/partenaires.html> (consultation mars-mai 2025)

Eurodistrict SaarMoselle. (s.d.). *La Route du Feu SaarMoselle*.
<https://www.route-des-feuers.eu/index.php?id=218&L=4saarmoselle.org>
(consultation avril 2025)

Les plus beaux villages de France (s.d.). *Les Plus Beaux Villages de France et Le Village Préféré des Français : success stories à la campagne !*

<https://www.les-plus-beaux-villages-de-france.org/fr/actualites/les-plus-beaux-villages-de-france-et-le-village-preferes-des-francais-success-stories-a-la-campagne/#accordion-26966-body-26983> (consultation mai 2025)

Les plus beaux villages de France (s.d.). *Moustiers-Sainte-Marie*.
<https://www.les-plus-beaux-villages-de-france.org/fr/nos-villages/moustiers-sainte-marie/> (consultation mai 2025)

Musée Archéologique de la Bataille de Gergovie. (s.d.). *L'exposition permanente*.
<https://musee-gergovie.fr/presentation/exposition-permanente/> (consultation mars-mai 2025)

Musée Archéologique de la Bataille de Gergovie. (s.d.). *Le plateau de Gergovie*.
<https://musee-gergovie.fr/le-plateau-de-gergovie/#:~:text=Depuis%202018%2C%20le%20Plateau%20de,la%20valeur%20patrimoniale%20du%20plateau.> (consultation mars-mai 2025)

Musée Archéologique de la Bataille de Gergovie. (s.d.). *Préparer sa visite*.
<https://musee-gergovie.fr/preparer-sa-visite/#schedules> (consultation mars-mai 2025)

Musée Archéologique de la Bataille de Gergovie. (s.d.). *Qui sommes-nous – Musée Archéologique de la Bataille de Gergovie*.
<https://musee-gergovie.fr/qui-sommes-nous-musee-gergovie/> (consultation mars-mai 2025)

Musée Archéologique de la Bataille de Gergovie. (s.d.). *Séjourner en territoire Arverne*.
<https://musee-gergovie.fr/le-plateau-de-gergovie/sejourner-en-territoire-arverne/> (consultation mars-mai 2025)

Musée de la Faïence de Moustiers. (s.d.). *Le musée*.
<https://musee-moustiers.fr/content/6-le-musee> (consultation mars-mai 2025)

Musée de la Faïence de Moustiers. (2020, 5 octobre). *Les ateliers de Faïence de Moustiers-Sainte-Marie*.
https://musee-moustiers.fr/blog/actualites/36_les-ateliers-de-faience-de-moustiers-sainte-marie?page_type=post (consultation mars-mai 2025)

Musée de la Faïence de Moustiers. (2024, 16 février). *Journées européennes des métiers d'art 6-7 avril 2024*.
https://musee-moustiers.fr/blog/actualites/57_journees-europeennes-des-metiers-d-art-6-7-avril-2024?page_type=post (consultation mars-mai 2025)

Musée de la Faïence de Moustiers. (2024, 31 août). *Moustiers-Sainte-Marie fête les 50 ans du Lac de Sainte-Croix*.
https://musee-moustiers.fr/blog/actualites/70_moustiers-sainte-marie-fete-les-50-ans-du-lac-de-sainte-croix?page_type=post (consultation mars-mai 2025)

Musée de la Faïence de Moustiers. (2024, 4 novembre). *L'art dans tous les sens*.
https://musee-moustiers.fr/blog/actualites/71_l-art-dans-tous-les-sens-?page_type=post (consultation mars-mai 2025)

Musée de la Faïence de Moustiers. (2025, 3 mars). *Nocturne littéraire Gilles Vincent*.
https://musee-moustiers.fr/blog/actualites/75_nocturne-litteraire-avec-gilles-vincent?page_type=post (consultation mars-mai 2025)

Musée de la Faïence de Moustiers. (2025, 3 mars). *Nocturne littéraire René Fregni*.
https://musee-moustiers.fr/blog/actualites/74_nocturne-litteraire-rene-fregni?page_type=post (consultation mars-mai 2025)

Musée de la Faïence de Moustiers. (s.d.). *Infos pratiques – Musée de la Faïence de Moustiers*. <https://musee-moustiers.fr/content/9-infos-pratiques> (consultation mars-mai 2025)

Musée du Jouet. (s.d.). *Histoire d'un lieu. Musée du Jouet*.
<https://www.musee-du-jouet.com/histoire-d-un-lieu.htm> (consultation janvier 2025)

Musée Lalique. (s.d.). *Collections*.
<https://www.musee-lalique.com/decouvrir/collections/> (consultation mars-mai 2025)

Musée Lalique. (s.d.). *Horaires*.
<https://www.musee-lalique.com/infos-pratiques/horaires/> (consultation mars-mai 2025)

Musée Lalique. (s.d.). *L'architecture*.
<https://www.musee-lalique.com/decouvrir/le-lieu/larchitecture/> (consultation mars-mai 2025)

Musée Lalique. (s.d.). *Partenaires*.
<https://www.musee-lalique.com/tourisme/partenaires/> (consultation mars-mai 2025)

Musée Lalique. (s.d.). *Qualité Tourisme™ – Musée Lalique*.
<https://www.musee-lalique.com/tourisme/qualite-tourisme/> (consultation mars-mai 2025)

Musée Lalique. (s.d.). *Scolaires*. <https://www.musee-lalique.com/scolaires/> (consultation mars-mai 2025)

Musée Lalique. (s.d.). *Tourisme – Musée Lalique*.
<https://www.musee-lalique.com/tourisme/> (consultation mars-mai 2025)

Musée Lalique. (s.d.). *Tourisme et Handicap - Musée Lalique*.
<https://www.musee-lalique.com/tourisme/tourisme-et-handicap/> (consultation mars-mai 2025)

Museums Pass. (s.d.). *Musée Lalique*.
<https://www.museumspass.com/fr/musee/musee-lalique> (consultation mars-mai 2025)

Office de Tourisme de Moustiers-Sainte-Marie. (s.d.). *Accès – Comment se rendre à Moustiers-Sainte-Marie*. <https://www.moustiers.fr/fr/acces> (consultation mars-mai 2025)

Office de Tourisme de Moustiers-Sainte-Marie. (s.d.). *Expositions*.
<https://www.moustiers.fr/fr/expositions> (consultation mars-mai 2025)

Office de Tourisme de Moustiers-Sainte-Marie. (s.d.). *Marché potier*.
<https://www.moustiers.fr/fr/evenements/marche-potier> (consultation mars-mai 2025)

Office de Tourisme de Moustiers-Sainte-Marie. (s.d.). *Un village reconnu*.
<https://www.moustiers.fr/fr/village-reconnu> (consultation mars-mai 2025)

Office de Tourisme de Moustiers-Sainte-Marie. (s.d.). *Visites guidées*.
<https://www.moustiers.fr/fr/visites-guidees> (consultation mars-mai 2025)

Parc naturel régional des Landes de Gascogne. (s.d.). *Carte d'identité - Parc naturel régional des Landes de Gascogne*.
<https://www.parc-landes-de-gascogne.fr/Parc-Naturel-Regional-de-Gascogne/COMPRESSER/Présentation/Carte-d-identite> (consultation avril 2025)

Parc naturel régional des Landes de Gascognes. (s.d.). *Forum du Tourisme Durable*.
<https://www.parc-landes-de-gascogne.fr/Parc-Naturel-Regional-de-Gascogne/COMPRESSER/Les-missions-du-Parc/Tourisme-durable/Forum-du-Tourisme-Durable> (consultation avril 2025)

Parc naturel régional des Landes de Gascognes. (s.d.). *Le Cercle des Imaginaterres, pour qu'un autre tourisme s'invente ici*.
<https://www.parc-landes-de-gascogne.fr/Parc-Naturel-Regional-de-Gascogne/COMPRESSER/Ressources/Archives/Le-Cercle-des-Imaginaterres-pour-qu-un-autre-tourisme-s-invente-ici> (consultation avril 2025)

Parc naturel régional des Landes de Gascogne. (s.d.). *Tourisme durable / Les missions du parc*.

<https://www.parc-landes-de-gascogne.fr/Parc-Naturel-Regional-de-Gascogne/COMP RENDRE/Les-missions-du-Parc/Tourisme-durable> (consultation avril 2025)

Pass Alsace. (s.d.). *Musée Lalique*. <https://www.pass-alsace.com/fr/64-musee-lalique> (consultation mars 2025)

Région Auvergne-Rhône-Alpes. (s.d.). *Pass' Région*.
<https://www.auvergnerhonealpes.fr/passregion> (consultation mars 2025)

Terra Volcana. (s.d.) *Musée Archéologique de la Bataille de Gergovie*.
<https://www.terravolcana.com/patrimoine-culturel/musee-archeologique-de-la-bataille-de-gergovie/> (consultation mai 2025)

Touristik-Gemeinschaft Baden-Elsass-Pfalz e.V. (s.d.). *Les membres - Alsace*.
<https://www.vis-a-vis-pamina.eu/fr/presentation/les-membres/alsace> (consultation avril 2025)

Villages de caractère 04. (s.d.). *Moustiers Sainte Marie*.
<https://www.villagesdecaractere04.fr/verdon/moustiers-sainte-marie/> (consultation mai 2025)

Villes et Métiers d'Art. (s.d.). *Moustiers-Sainte-Marie*.
<https://www.vma.asso.fr/ville/moustiers-sainte-marie/> (consultation mai 2025)

Vidéos

Musée de Gergovie. (2020, 20 octobre). *Le projet architectural du Musée de Gergovie - Jean-Paul REUILLARD (architecte)* [Vidéo]. YouTube.

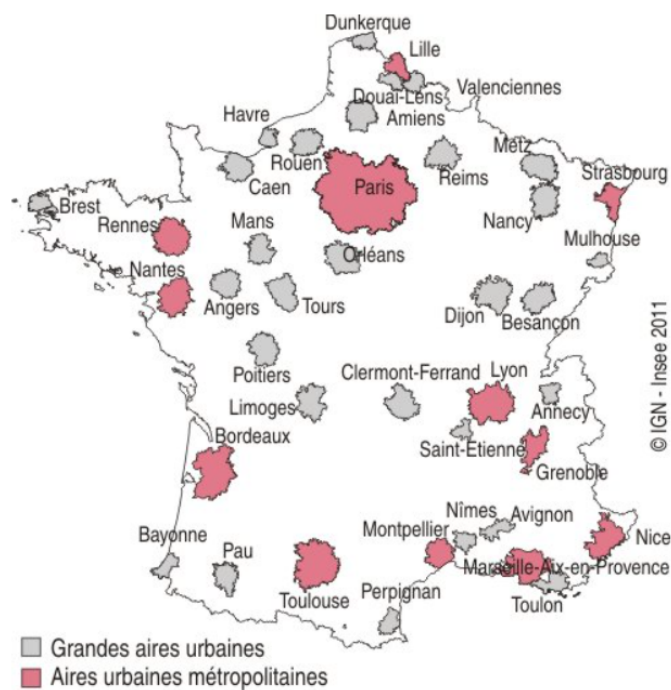
Passion patrimoine : terroirs d'excellence dans les Alpes provençales émission *Des Racines et Des Ailes*. France 3. 22 janvier 2025.

Provence Gourmande émission *Échappées Belles*. France 5. 21 septembre 2019.

Annexes

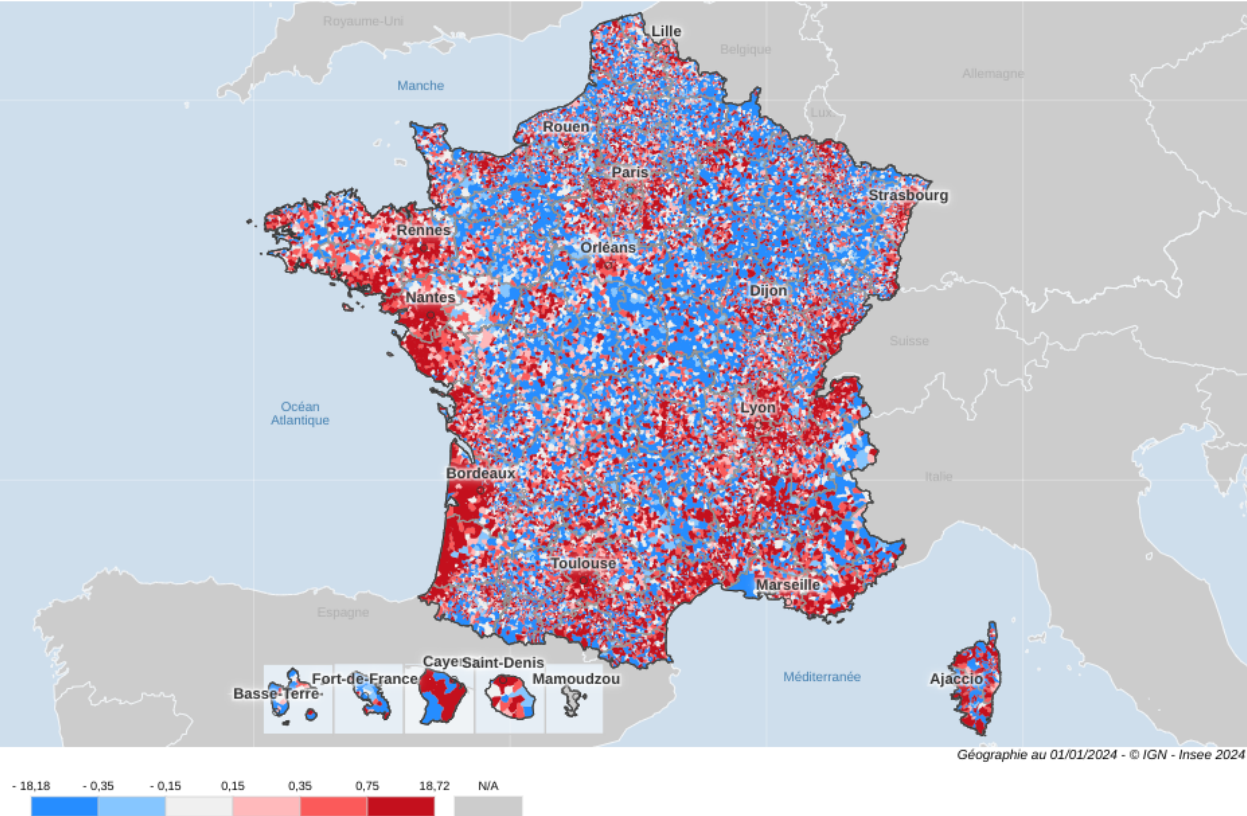
ANNEXE 1 - CARTE DES AIRES URBAINES FRANÇAISES

Carte 1 – Les aires urbaines métropolitaines et les grandes aires



ANNEXE 2 - CARTE DE LA RÉPARTITION DE LA POPULATION PAR COMMUNE

Évol. annuelle moy. de la population 2016 - 2022 (en %) - Source : Insee, Recensement de la population



ANNEXE 3 - PLAN DE REVITALISATION DE BILBAO

Traduction et synthèse réalisé à partir du Bilbao Métropoli-30. (1992). *Plan estratégico para la revitalización del Bilbao metropolitano. Fase I ; Fase II ; Fase III ; Fase IV.* Bilbao Métropoli-30.

Déroulement général :

Phase I	Étude de l'environnement et identification des enjeux critiques.
Phase II	Analyse interne et externe (de chacun des axes identifiés en phase I)
Phase III	Défis, objectifs et stratégies
Phase IV	Plan d'action

Axes de travail :

Axe 1	Investissement dans les ressources humaines
Axe 2	Une métropole de services dans une région industrielle moderne
Axe 3	Mobilité et accessibilité
Axe 4	Régénération urbaine et environnementale
Axe 5	Centralité culturelle
Axe 6	Gestion coordonnée des administrations publiques et du secteur privé

Focus sur l'axe 5 « Centralité culturelle » :

Phase I
Identification d'un besoin de développer une solide personnalité culturelle et une offre variée d'activités récréatives pour la ville. Volonté de stimuler davantage les associations et structures culturelles déjà existantes. Volonté d'une métropole plus ouverte, plurielle et cosmopolite.

	Phase II
Analyse interne	Constat d'une offre culturelle préexistante globalement peu imaginative et de faible qualité, malgré quelques atouts comme, une diversité des groupes culturels, de nouvelles infrastructures et de nouveaux modèles de financements (notamment privés).
Analyse externe	Constat d'une augmentation de la demande vis-à-vis de la culture. Augmentation du temps libre et des ressources économiques. Importance grandissante du marketing et des moyens de co
Lignes d'actions	Favoriser fiscalement l'initiative privé et chercher d'autres modèles de financements, promouvoir la création d'industries culturelles, encourager le mécénat, recruter des professionnels de la gestion culturelle, créer une infrastructure polyvalente, appliquer les techniques du marketing à la diffusion des événements culturelles, coordonner et optimiser les infrastructures déjà existantes, favoriser l'apprentissage des langues et promouvoir les échanges internationaux. Tout cela afin d'augmenter la qualité et la quantité de l'offre culturelle.

	Phase III
Besoins	- Participation active de la population - Coopération des acteurs sociaux, culturels et économiques - Appui et impulsion des institutions publiques
Objectifs	1. Mécanismes d'information culturelle qui facilitent la diffusion de l'offre et favorisent une formation culturelle plus approfondie 2. Configurer la ville comme un point de référence incontournable des circuits et industries culturelles à l'échelle internationale 3. Davantage d'activités culturelles complémentaire dans le système éducatif et les études 4. Infrastructures permettant l'accès à la culture en plus de se placer comme des emblèmes de la ville 5. Initiative privé qui accepte le compromis d'une participation active dans la diffusion culturelle
Stratégies	1. Créer un hebdomadaire d'information culturelle, ajouter des programmes culturels dans les médias, réaliser des opérations de communication conjointes. 2. Renforcer l'organisation d'événements culturels de portée

	internationale, créer un parc d'industries culturelles et promouvoir des foires et salons. 3. Développer des programmes d'aide pour l'introduction de nouvelles activités et disciplines dans l'éducation, et pour faciliter l'accès aux centres culturelles, créer des centres d'excellence, et accorder les formations universitaires avec les demandes culturelles de la société. 4. Construire le centre culturel de la métropole de Bilbao, un édifice polyvalent (palais de congrès, auditorium ou opéra), promouvoir la création d'un musée d'art contemporain de prestige international. 5. Constituer des fonds pour la culture, établir des avantages fiscaux et en faire la promotion, encourager le parrainage privé d'activités culturelles et le financement d'institutions.
--	--

Phase IV	Antécédents	Plan d'action
Réseau métropolitain des centres culturels municipaux	Double constat d'un manque de structures municipales (bibliothèques, salles d'expositions, maison de la culture) et d'un manque d'une infrastructure centrale pour permettre la communication entre les structures et optimiser leurs ressources Après étude et concertation collective, décision de créer un réseau métropolitain des centres culturels, pour rompre avec l'isolement des structures	1. Réunion du comité promoteur 2. Identification des membres du réseau 3. Présentation du réseau métropolitain 4. Élaboration d'un plan d'action 5. Constitution du réseau 6. Début des activités
Conseil métropolitain du mécénat	Constat de l'insuffisance des fonds publics pour financer une offre culturelle stable et variée Nécessité de doter Bilbao d'une instance pour encourager le mécénat d'entreprise, comme il en existe déjà dans d'autres pays européens	1. Réunion du comité promoteur 2. Élaboration d'un plan d'action 3. Convocation des membres initiaux du conseil métropolitain du mécénat 4. Diffusion de projet aux différentes entreprises de la métropole

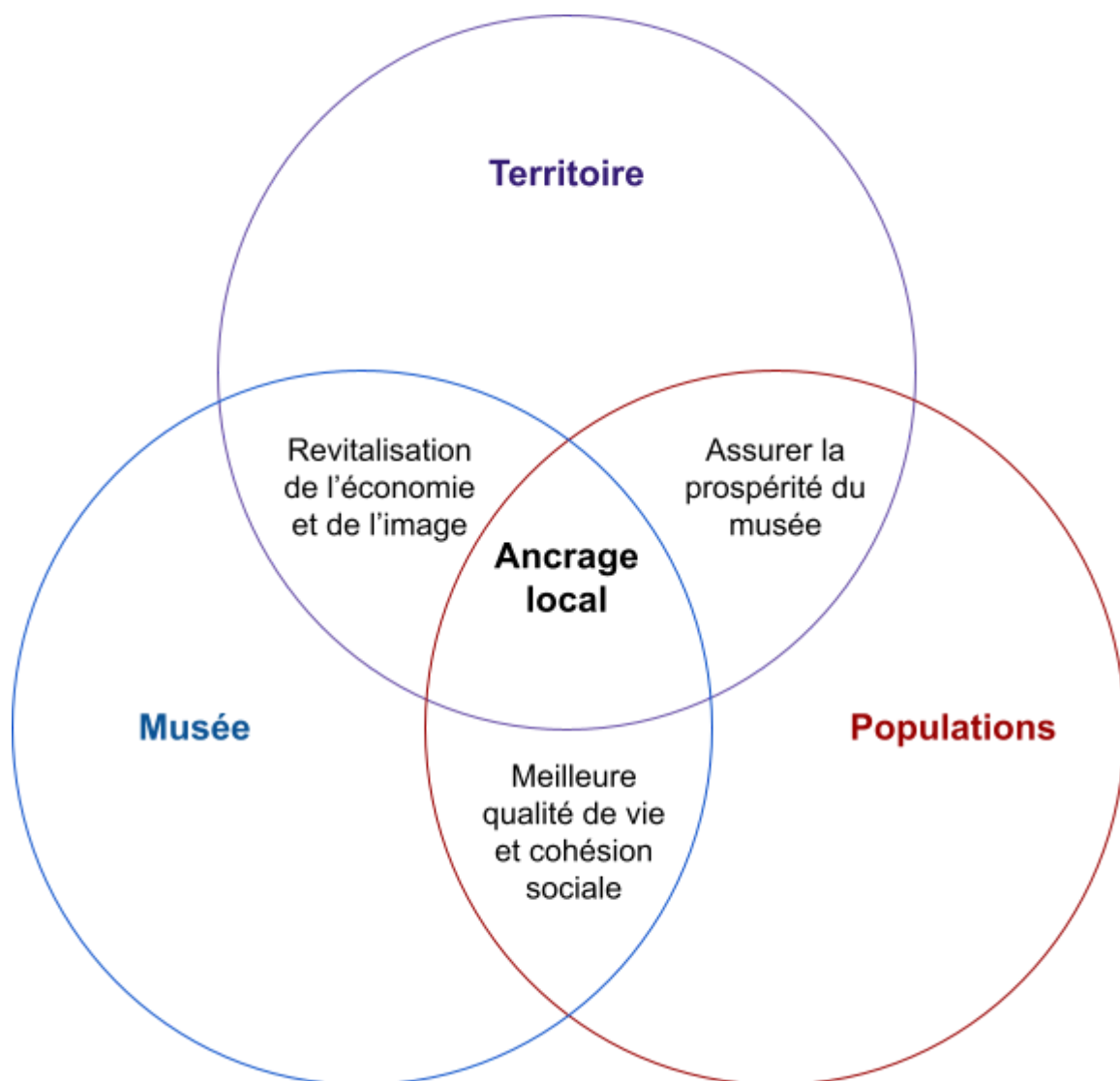
		5. Constitution formelle du conseil 6. Début des activités
Musée Guggenheim d'art contemporain	Besoin d'infrastructures culturelles de qualité pour placer Bilbao sur la carte des grandes métropoles culturelles En 1991, prise de contact avec la Fondation Guggenheim et obtention d'un accord pour la création d'un Musée Guggenheim à Bilbao, accord signé en février 1992. Investissement initial de 17 milliards de pesetas. 10 milliards pour la construction des infrastructures, 5 milliards pour l'acquisition des collections et 2 milliards de redevance à la Fondation Guggenheim pour le droit de jouir des œuvres de sa collection. Besoin d'une Fondation Musée Guggenheim Bilbao comme organe de gestion du musée. Besoin d'une société propriétaire des œuvres d'arts, comme société marchande pour gérer les futurs acquisitions et la possession des œuvres. Besoin d'une société de gestion immobilière, pour gérer l'acquisition du terrain et la construction des infrastructures. Besoin d'une société des amis du musée, pour capter des fonds additionnels et disposer d'une large base de soutien.	1. Nomination du directeur général 2. Constitution de la société immobilière 3. Constitution de la commission des investissements de la Fondation Guggenheim 4. Finalisation du design conceptuel 5. Acquisition du terrain 6. Finalisation du design schématique 7. Définition du projet d'exécution 8. Début des travaux 9. Ouverture des bureaux 10. Souscription du contrat de services 11. Début du recrutement et de la formation du personnel 12. Finalisation des projets d'expositions 13. Finalisation du plan marketing 14. Constitution de la Fondation Musée Guggenheim Bilbao 15. Inauguration du musée

ANNEXE 4 - PHOTO DU MUSÉE DU JOUET



Musée du Jouet extérieur en automne © Quentin DANIEL

ANNEXE 5 - DIAGRAMME DE VENN - ANCRAGE LOCALE



ANNEXE 6 - GRILLE D'ENTRETIEN

Questions (classées par ordre d'importance)	Réponses
Liens avec la vie locale - Partenariats avec des écoles ? - Avec des établissements de soins ? - Avec des associations ? - Avec des entreprises / artisans ?	
Ambition du musée - Vis-à-vis du territoire local et au-delà ? Comment concilier les 2 - Rapport au tourisme ?	
Liens avec les élus locaux et les pouvoirs publics aux différentes échelles locales - Le rôle de la commune ? - Le rôle du département ? - Le rôle de la région ? - Comment se fait la communication avec ces 3 échelles de gestion	
Performances de l'établissements - Quelle est la fréquentation moyenne à l'année ? Comment évolue-t-elle ? - Quelle est "l'aire d'influence" de l'établissement - Enquêtes de satisfaction des visiteurs ?	
Financement - Subvention ? - Mécénat ? - Autres ?	

ANNEXE 7 - RETRANSCRIPTION ENTRETIEN LALIQUE

Date : 13 février 2025

Musée/Institution : Musée Lalique

Interlocuteur/ice : Véronique Brumm Schaich, Directeur

Modalité de l'entretien : Téléphonique

Durée de l'entretien : 20 min

Armelle Guinnepain : Alors moi mon travail c'est surtout sur l'ancrage local des musées, le lien avec les territoires, le lien avec les autres structures, avec les populations. ET déjà j'ai fait un tour sur le site du musée et j'ai vu que vous aviez beaucoup d'offres pour les publics, publics scolaires, publics du champ social, public de centre de loisir, que vous faisiez parti de certains réseaux. Donc je me demandais comment tout ça se met en place, est-ce que ça fait partie d'un projet global de développement des publics ? Et est-ce que ça fonctionne par renouvellement tous ces réseaux ?

Véronique Brumm Scharer : Alors le musée vous l'avez sans doute vu est un musée relativement jeune puisqu'on a ouvert en 2011. Et l'objectif des élus, puisque même si on porte le nom d'une entreprise, nous sommes un musée public financé par les collectivités territoriales. Le souhait des élus, des collectivités c'était de développer le territoire à travers le tourisme et d'assurer aussi un fort ancrage local. Donc effectivement on a essayé de mettre en place une programmation culturelle riche et diversifiée pour s'adresser à un public le plus large possible, évidemment on a l'ambition de s'adresser à des amoureux amateurs de Lalique, à des gens qui s'y connaissent, mais aussi de toucher un public plus large, plus local et lui faire découvrir le travail de Lalique. Donc on a vraiment une programmation assez diversifiée, pour essayer de toucher un maximum de public.

Armelle : Et les réseaux dont vous faites partie, par exemple j'ai vu le réseaux "Tôt ou t'art", ça est-ce que ça fonctionne par renouvellement, est-ce qu'on s'engage je sais pas par exemple 5 ans ou 1 ans ?

Véronique : Alors ça ce sont souvent des conventions annuelles, par exemple pour "Tôt ou t'art" on fait partie du réseau... Je ne sais pas exactement faudrait que je vérifie mais ça doit bien faire presque une dizaine d'années qu'on fait partie de ce réseau. Également on fait partie d'un autre réseau qui est "les étoiles terrestres" en partenariat avec ??? qui sont à quelques kilomètres de chez nous. Et donc ça c'est un partenariat qu'on a signé en 2010 avant l'ouverture du musée et donc c'est quelque

chose auquel on est fidèle. On fait également partie de l'association des sites touristiques d'Alsace, autre réseau. Alors l'association a été créée en 2020 ou 2019 dans ces eaux là, et voilà pareil c'est une adhésion annuel mais c'est un réseau qui est important pour nous donc on continue de s'y investir d'année en année.

Armelle : Et comme vous êtes un musée qui parle de la verrerie et des ses métiers, est-ce que vous avez des partenariats avec des artisans ou des entreprises ?

Véronique : Oui déjà un partenariat avec la société Lalique qui est toujours en activité à Wingen-sur-Moder, donc on a des relations étroites même si on ne dépend pas d'eux. Et puis ensuite, le partenariat des Étoiles terrestres avec Meisenthal et Saint-Louis où on échange beaucoup sur la question des savoir-faire en particulier. Après sur des verriers autres ça peut être des échanges plus ponctuels avec des maisons comme Baccarin(?), avec des artisans ça peut être ponctuel aussi mais ce ne sont pas des relations aussi suivies.

Armelle : D'accord. Et pour revenir sur l'ambition de développer le tourisme mais en ayant toujours quand même un ancrage local, est-ce que c'est justement difficile de concilier les deux ? De s'occuper à la fois d'un public de proximité et en même d'essayer d'étendre ce public. Est-ce que c'est un équilibre difficile à trouver ? Ou est-ce que finalement ça se fait assez naturellement, justement via ces différents réseaux ?

Véronique : J'ai envie de vous dire que ça se fait assez naturellement. On a toujours à cœur d'avoir, quand on monte une expo, quand on conçoit une activité pédagogique, on a toujours à cœur de faire un travail scientifique de qualité. Et ensuite on a aussi toujours pour ambition de donner au visiteur des clés d'interprétation, il s'agit d'être abordable entre guillemets, en termes d'écriture, en termes d'outils de médiation etc... Au final si le contenu est scientifiquement vérifié, ce sont des choses qui plaisent à, j'allais dire, à toute les catégories de visiteurs.

Armelle : Oui, vous comptez vraiment sur le fond des expositions et sur le travail que vous fournissez.

Véronique : C'est ça on compte vraiment sur le fond et ensuite on travaille dans les expos avec des scénographes pour essayer de proposer des scénographies attractives, on travaille sur les actions de médiations avec nos médiatrices qui sont très à l'écoute des visiteurs pour voilà trouver les outils les plus appropriés pour transmettre les messages qu'on a envie de transmettre. Et on s'aperçoit qu'on a un événement... Je

pense à deux événements, « c'est ouvert » qui a lieu début février qui nous permet de lancer la saison, qui nous permet de lancer l'année. Et « Vive les vacances » qui a lieu le premier week-end des vacances scolaires d'été. «Vive les vacances » on propose des animations décalées, Wingen-sur-Moder devient Wingen-sur-Mer, le parvis du musée se transforme en plage avec des parasols et des jeux etc... Mais tout ça avec pour ambition de transmettre des infos sur Lalique, sur la fabrication du verre, mais de le faire de façon ludique. Voilà on raconte pas n'importe quoi entre guillemets, mais on essaye de le faire de façon attractive et on s'aperçoit... alors ce sont deux événements qui ont vraiment été conçus pour les visiteurs locaux, pour leur donner envie de venir, de revenir aussi, on s'aperçoit que ce sont des événements qui sont très intergénérationnels. Ce sont des événements où les visiteurs passent beaucoup de temps aussi au musée. Mais voilà si quelqu'un vient, je sais pas, des États-Unis, d'Italie ou autre et bien il va quand même pouvoir profiter de ce moment, soit pour découvrir les animations, soit pour découvrir le musée de façon plus ludique.

Armelle : Oui, en fait on a beau concevoir un dispositif ou un événement pour le public local, les touristes peuvent quand même venir et inversement, rien n'est jamais excluant

Véronique : C'est ça exactement. Et puis dans ce qu'on travaille, par exemple lorsqu'on a une offre à destination des publics en situation de handicap, là c'est un petit peu la même chose. Notre offre, on espère, c'est pas forcément toujours le cas mais en tout cas des personnes valides peuvent aussi s'inscrire. Elles n'ont pas forcément envie de le faire, mais l'idée c'est de permettre la rencontre, c'est de permettre l'échange. C'est peut-être aussi modestement contribuer à sensibiliser au handicap, enfin voilà on se place vraiment dans une logique de rencontres et d'échanges.

Armelle : Au niveau des liens avec les collectivités territoriales, vous êtes à la fois liés j'imagine à la commune, au département et à la région ?

Véronique : Oui alors on est géré par un syndicat mixte. Un syndicat mixte, c'est une structure publique. Et sont membres de ce syndicat mixte la commune, la communauté de communes, la collectivité européenne d'Alsace qui est la spécificité Alsacienne mais qui correspond au département, et la région Grand Est. Donc ces 4 collectivités sont membres et participent au financement du musée, voilà selon une grille de répartition définie dans les statuts. En gros pour faire simple la part de la commune c'est 1 500 €, la part de la communauté de communes 24 500 €, et puis

ensuite le reste est réparti à part égale entre la région Grand Est et la collectivité européenne d'Alsace

Armelle : D'accord donc c'est au sein du syndicat mixte que vous échangez avec les 4 collectivités territoriales.

Véronique : C'est ça exactement.

Armelle : Ça permet de simplifier la communication j'imagine.

Véronique : Oui effectivement, ça facilite nettement les choses. On a des structures de décisions qui sont assez rapides en fait, contrairement à ce qu'on pourrait penser.

Armelle : Au niveau de la fréquentation du musée, est-ce que vous avez des chiffres ?

Véronique : On a un peu plus de 52 000 visiteurs par an. La première année en 2011 on a accueilli plus de 200 000 visiteurs, et là on a un peu plus de 50 000 visiteurs par an, 53 000 en 2023, 52 700 l'année dernière.

Armelle : Au niveau de l'accessibilité géographique, est-ce que vous avez des difficultés, des visiteurs qui peinent à vous trouver ? Parce que vous êtes quand même dans un petit village

Véronique : C'est moins le cas maintenant avec les GPS et autres outils modernes, mais il est certain que la question de l'accessibilité est une vraie question pour nous. On est, vous l'avez compris, dans un petit village de 1 500 habitants, à 1h de Strasbourg, 1h30 de Metz et Nancy. On a une voie de chemin de fer mais la gare est à 2 km du musée. 2 km en centre-ville ça se fait facilement parce vous faites du lèche-vitrine, parce que vous regardez des monuments, dans un petit village c'est un peu plus compliqué.

Armelle : Et est-ce que vous faites des enquêtes auprès des publics, enquêtes de satisfaction ou autres ?

Véronique : Alors on en a faites y a longtemps, c'est quelque chose qu'on n'a pas fait depuis longtemps pour des problématiques de temps. C'est relativement facile et rapide de faire un questionnaire mais après si on veut que ça serve à quelque chose il

faut qu'on l'exploite. Et du coup c'est quelque chose qu'on n'a pas fait depuis longtemps.

Armelle : Dernière question rapidement, j'imagine que vous avez des liens avec les établissements culturels à proximité, d'autres musées, d'autres lieux touristiques ?

Véronique : Oui tout à fait c'est d'autant plus important pour nous qu'on est en territoire rural. Échanger avec les autres sites culturels et touristiques c'est vraiment quelque chose de fondamental, que ce soit pour se renvoyer des visiteurs mais aussi sur des échanges de bonnes pratiques en particulier.

ANNEXE 8 - RETRANSCRIPTION ENTRETIEN GERGOVIE

Date : 26 février 2025

Musée/Institution : Musée de Gergovie

Interlocuteur/ice : Arnaud Pocris, Chef de service développement culturel, médiation

et accueil des publics

Modalité de l'entretien : Visioconférence

Durée de l'entretien : 30 min

Armelle Guinnepain : Alors j'ai ma grille de questions mais je vais commencer déjà, parce que j'ai parcouru le site internet de votre musée juste avant et j'ai vu que vous aviez changé de mode d'organisation et ça m'intéresse, donc est-ce que vous pouvez m'en dire plus. Pourquoi ? Comment ça s'est déroulé ?

Arnaud Pocris : Effectivement donc le musée a ouvert en 2019 et à partir de janvier 2020 il s'est organisé sous une forme associative, un peu particulière sous la forme d'une association intégrée, c'est-à-dire une association qui est directement liée en fait à sa collectivité de tutelle qui en l'occurrence était la communauté de commune Mont d'Arverne, Mont d'Arverne Communauté, donc la collectivité qui a porté le projet de réalisation de ce musée. Et donc on a fonctionné sous cette forme jusqu'à la fin de l'année 2024, donc pendant 5 ans. Et en parallèle, en fait depuis 2 ans on va dire à peu près, et bien la région Auvergne Rhône Alpes a souhaité porter un projet ambitieux, on va dire, sur la civilisation gauloise dans laquelle et bien le musée actuel de Gergovie a été intégré. Et au fur et à mesure de l'avancé dans ce projet qui est pas encore sorti de terre, qui est pas encore validé d'ailleurs, et bien une nouvelle structure s'est mise en place pour associer avec la communauté de commune et la

région également le département du puy de dôme et puis la métropole de Clermont, la commune etc... Donc on a plusieurs partenaires publics au sein d'un groupement d'intérêt public, dont l'objet est la réalisation de ce nouveau projet et aussi l'exploitation du musée actuel. C'est pour ça qu'on s'est restructuré, qu'on s'est réorganisés avec des moyens plus importants, à la fois des moyens financiers, des moyens humains aussi plus importants.

Armelle : D'accord donc jusque là vous étiez surtout en lien avec la communauté de commune en termes de collectivité territoriale.

Arnaud : C'est ça.

Armelle : Au niveau du lien avec la vie locale, est-ce que le musée développe des partenariats avec des associations par exemple, ou des réseaux d'autres musées aux environs ? Est-ce qu'il y a un lien par exemple avec des structures comme les écoles ou les établissements de soins aux alentours ?

Arnaud : Alors oui. Déjà d'un point de vue professionnel et du réseau des musées proches, évidemment on est en lien très très étroit avec notamment deux musées, le musée Bargoin, musée d'archéologie de Clermont Ferrand, qui est un peu notre partenaire évident localement puisqu'il est situé à quelques kilomètres, qu'il a des collections qui concernent aussi la période que l'on traite dans le musée de Gergovie, donc des collections sur la période gauloise, que d'ailleurs dans nos collections permanentes, de l'exposition permanente, il y a des objets qui viennent de ce musée là, donc ça c'est un premier point et un partenariat je dirais qui tombe sous le sens. Et un deuxième partenariat avec un autre musée qui est situé à Lezoux, le musée départemental de la céramique de Lezoux, qui lui traite d'une époque légèrement postérieure à celle qui nous intéresse mais qui est aussi sur de l'archéologie, qui est aussi sur des actions de médiations autour de cette archéologie et c'est vrai que ça nous amène, ça nous conduit à mettre en place par exemple des choses qui vont d'ailleurs être proposé au public dès ce vendredi, ce sont des ateliers croisés, c'est-à-dire que le musée de Lezoux vient faire des ateliers de médiation chez nous à destination des familles, et nous nous faisons la même choses en allant au musée de Lezoux faire nos propres ateliers, donc voilà ça c'est vraiment des choses assez évidentes pour nous de travailler avec ces institutions là. On a travaillé dans le cadre d'autres expositions temporaires avec le musée d'art Roger Quilliot également à Clermont Ferrand, et puis on a travaillé aussi avec des musées plus lointains comme le musée d'archéologie nationale de Saint Germain en Laye, voilà. Alors on n'est plus du tout dans la vie locale là bien sûr mais ça fait partie de nos réseaux et de nos

partenaires thématiques je dirais. Et puis après en terme de travail de réseau local et bien on travail évidemment avec les associations et institutions d'archéologues, il y'a notamment l'INRAP de Clermont Ferrand qui est là aussi notre partenaire évident, on a une convention avec cet institut qui nous aide beaucoup dans la réalisation de toutes nos expositions temporaires par exemple, avec les associations d'histoires locales, l'association du site de Gergovie également qui là aussi fait parti de nos incontournables, nos partenaires incontournables. Voilà, et puis après dans le domaine éducatif on a développé un fonctionnement avec une enseignante relaie qui nous est mise à disposition quelques heures par semaine, donc avec laquelle on développe tous nos partenariats et nos projets pédagogiques, mais tout ce qu'on met en place de nouveau on le fait tester par des classes, des classes test qui sont des classes du territoire proche, soit de l'agglomération clermontoise, soit du territoire de la communauté de commune, voilà avec des enseignants, sous réserve que ces enseignants soient ok pour venir tester gratuitement nos nouveaux ateliers pédagogiques, ou nos nouvelles visites. Voilà et donc ça se fait quand même de manière assez naturelle.

Armelle : Au niveau de votre emplacement géographique c'est vrai que vous êtes un peu un cas particulier dans mon enquête parce que effectivement vous êtes seulement à 20 min de Clermont Ferrand et en même temps vous êtes assez isolé sur le plateau ? Est-ce que cette situation géographique vous pose des problèmes concrètement ? Comme des publics qui peuvent avoir du mal à accéder au site ?

Arnaud : Alors, la seule problématique qu'on rencontre parfois c'est quand même lié à l'absence de ligne de bus. Parce que justement on est très près de Clermont et que bah effectivement la dernière ligne de bus de l'agglomération clermontoise elle doit s'arrêter à 3km du plateau, donc ça c'est un peu frustrant pour les personnes qui n'ont pas de moyens de locomotion. Mais après on est quand même un site qui est très fréquenté, c'est 400.000 visiteurs par an qui viennent tous en voiture, pratiquement tous y'a des randonneurs bien sûr mais la grande majorité des visiteurs du plateau de gergovie y accède en voiture, ce qui nous pose des problèmes de surfréquentation, des problèmes de stationnement, de circulation un peu trop importante sur des routes qui sont pas forcément adaptées. Donc 400.000 visiteurs on peut pas dire que ça pose des problèmes aux visiteurs de nous trouver, c'est plutôt l'inverse on va parfois avoir du mal à absorber la quantité de voiture sur le site. Et c'est une vraie problématique du plateau d'ailleurs, arriver à faire coexister tous les usages du site, qui effectivement est très près de Clermont mais qui est un site naturel et un belvédère sur l'ensemble du territoire, l'ensemble du paysage environnant, enfin on a une des plus belle vue du département sur le territoire et donc ça se sait. Le plateau est fréquenté pour ça et

aussi parce que c'est un espace de liberté. L'intégralité du plateau appartient à l'État donc y'a pas de clôtures permanentes, on peut venir avec des enfants passer la journée sur le site. Enfin y'a des clôtures pour les moutons qui entretiennent le site mais bon. On a vraiment ce sentiment là. Et pour faire coexister tous les usages, usage du musée, usage récréatif pour le public proche, locale, ça c'est pas évident sur un site qui est à la fois protégé, qui a des enjeux de préservation des vestiges archéologiques mais aussi de protection naturelle etc. Ça c'est vraiment pas évident, c'est un peu ça notre problématique.

Armelle : D'accord. Du coup avec une telle affluence j'imagine qu'il y a beaucoup de personnes, enfin une bonne partie de votre public, qui doivent être des touristes ?

Arnaud : Alors oui. On a coutume de dire, et c'est à peu près vrai dans toutes les études, c'est que nous au musée on reçoit environ 10% de la fréquentation totale du site. Dans les 400.000 visiteurs, il peut y avoir des gens qui viennent tous les jours au plateau de Gergovie.

Armelle : Oui, donc des gens qui ont un usage du plateau un peu comme d'un parc municipale

Arnaud : Exactement, on a coutume de dire qu'on est un peu comme un jardin urbain, un parc urbain à proximité de la ville, parce que voilà on vient faire du jogging, on vient faire de la marche, on vient promener son chien ici comme on le ferait dans un parc urbain. Et donc la part des touristes on peut la mesurer plutôt au musée ou on a à peu près 60% de touristes et 40% de locaux, ce qui est une proportion assez classique je dirais dans un musée. Enfin ça dépend, les musées urbains je pense que c'est différent mais nous on est sur un site touristique ça c'est une évidence. Mais on parvient quand même à faire revenir le public local, notamment avec les expositions temporaires ou les animations qu'on propose dans le cadre de la programmation culturelle annuelle.

Armelle : Donc dans votre programmation et les activités que vous mettez en place, vous prenez toujours en compte le public locale aussi ?

Arnaud : Oui, on n'exclut jamais aucun public. Mais voilà je pense que tout l'enjeu sur ce genre de site, qui est un site culturel sur un site touristique, c'est quand même de pouvoir se renouveler pour que les locaux aient plaisir à fréquenter le lieu. À fréquenter le plateau certes mais aussi à fréquenter le musée. Et c'est l'enjeu de la programmation culturelle. Dernier point sur le lien avec le territoire, c'est que depuis

le début et même auparavant en fait, ce musée actuel il prend la suite d'un premier petit musée qui s'appelait la Maison de Gergovie, mais qui avait déjà une action hors les murs je dirais, c'est à dire sur l'ensemble du plateau mais sur d'autres sites archéologiques proches, donc le site de Corent, le site de Gondole qui est moins aménagés et qui est pour l'instant moins intégré dans notre programmation mais qui va le devenir de plus en plus. Voilà on a vraiment cette vocation à intervenir dans le cadre d'offre de médiation, sur d'autres sites que celui de Gergovie ou d'autres lieux que le musée. Donc ça aussi ça contribue, alors pour l'instant on l'a pas surdéveloppé je dirais, on a encore un peu de marge pour renforcer ces animations là, mais ça c'est quelque chose aussi d'important pour nous pour bah être présent au delà du site et du musée.

Armelle : Est-ce que c'est lié à l'archéo-bus que vous avez mis en place ?

Arnaud : Alors il y a l'archéo-bus, ça c'est quelque chose qu'on avait déjà testé il y a pratiquement 15 ans. Donc c'était l'idée de mettre en réseau les trois sites proches, des les offrir à la visite à un moment ou y avait des chantiers de fouilles archéologiques sur les trois sites en même temps. Donc ça avait un intérêt, on allait de site en site, de chantier archéologique en chantier archéologique. Et il se trouve que c'est trois sites finalement ont été occupés à des périodes similaires, pratiquement en même temps en fait, donc ça avait un sens de montrer cet ensemble de trois agglomérations gauloises qui se trouvent à quelques kilomètres de distances, et donc là on a repris cette opération là depuis l'ouverture du musée, sous la forme de l'archéo-bus. Alors c'est quand même exigeant, c'est 4h de visite, mais ça fonctionne plutôt très bien avec le public. On essaie de limiter le prix de vente aussi pour avoir du monde, mais c'est assez plébiscité en fait.

Armelle : Et c'est quel type de public qui vient faire ça ?

Arnaud : Alors l'archéo-bus on va dire que c'est quand même plutôt des passionnés d'archéologie qui viennent, parce que encore une fois c'est exigeant, même si le tarif n'est pas très élevé il faut partir 4h. Et pendant 4h on parle d'archéologie, alors avec une guide qui est vraiment super, qui embarque le public très facilement à la découverte de ces trois sites, qui est extrêmement dynamique donc c'est tout sauf rébarbatif ou ennuyeux.

Armelle : C'est pas réservé à des initiés, mais c'est quand même surtout des initiés qui viennent en fait ?

Arnaud : Oui c'est ça, le discours est tout public mais il faut quand même avoir un peu d'attrait et d'intérêt pour le sujet. Mais par contre, au-delà de ça on propose des animations. Par exemple sur le site de Corent c'est nous qui prenons en charge toute la médiation, c'est-à-dire les visites guidées, différentes formes de visites, des visites théâtralisées, des visites numériques avec des casques de réalité augmentée/réalité virtuelle. Voilà donc on propose des choses assez variées mais à l'extérieur du site de Gergovie. Le site de Gergovie on le propose d'ailleurs dans le cadre d'une programmation qui est très diversifié aussi. Avec des propositions qui peuvent être ludiques, voir des fois sportifs, des choses qui sont vraiment très axées sur l'archéologie, d'autres qui vont être un peu plus poétique. Enfin voilà on a différentes formes de proposition pour faire découvrir toutes les facettes du site de Gergovie et pas simplement son côté lieu de bataille, c'est aussi un lieu naturel, un lieu où on peut se reposer, se ressourcer. Tout ça on essaie de la mettre en musique.

Armelle : Et cette variété dans l'offre de médiation c'est dans l'esprit du musée depuis 2019, depuis l'ancien musée, ou alors c'est venu progressivement ?

Arnaud : Alors il se trouve que quand on a ouvert le musée en 2019 on l'a très vite refermé puisqu'on est entré tout de suite en période de confinement.

Armelle : Ah oui effectivement 2019 Covid, je viens de connecter, oui mauvais timing.

Arnaud : Oui c'était très particulier, parce qu'en fait on a rouvert le musée à 3 reprises on va dire, avant d'avoir une première année complète de fonctionnement qui était 2022, parce que les autres ont été toutes perturbées. Donc c'est vraiment à partir de 2022 qu'on a mis ça en place et oui c'était déjà présent la volonté d'avoir un programme très dense, montrer que le musée est un musée vivant, mais aussi parce qu'encore une fois tout ne se passe pas dans le musée. C'est ce que vous disiez sur la localisation du musée, on est sur le site même, sur le plateau, et il y a beaucoup d'attente du public pour la découverte de ce site et donc on a toujours prévu dans nos actions prioritaires de développer une densité d'animation assez importante.

Armelle : Est-ce que vous avez l'occasion de faire des enquêtes de satisfaction auprès du public, pour justement avoir des retours sur ce que vous proposez ?

Arnaud : Oui, alors par contre ce qui nous manque c'est justement un questionnaire de satisfaction. C'est toujours délicat les questionnaires de satisfaction parce que plus on rajoute d'items et plus c'est mal rempli. Donc pour que ce soit exploitable on est

limité à ce qui se passe dans le musée donc on n'a pas trop de retour. Il faut qu'on trouve un moyen d'avoir ce retour du public sur les animations qu'on propose. On l'a, mais de manière subjective, par les avis Google, en général c'est très positif mais c'est relatif parce que est-ce que les gens qui trouvent ça moyen vont prendre la peine d'aller s'exprimer ? En fait en général ceux qui s'expriment c'est soit ceux qui adorent soit ceux qui sont hyper déçus. Mais voilà faudrait qu'on trouve un moyen, peut-être par l'enquête, de recueillir ces données-là. Mais en tout cas globalement quand même, sur l'ensemble de nos actions et la visite du musée on est entre satisfait et très satisfait. On est quasiment à 90%. Donc c'est quand même encourageant pour nous. Mais voilà ce sont des avis plutôt globaux, pas dans le détail de chaque animation qu'on propose.

Armelle : Et est-ce que vous avez, on va dire des grands projets, à long terme pour l'avenir du musée en termes d'offre de médiation ou de nouveau public à viser / à développer ?

Arnaud : Là ce qu'on a comme projet essentiellement c'est par rapport à l'accueil sur le site. C'est vraiment de remettre à niveau l'accueil sur le plateau. Justement trouver des moyens de réguler cette surfréquentation. Alors il y a des projets de parking en pied de site qui permettrait de faire un premier tampon avec le sommet du plateau, qui permettrait d'absorber une partie de cette fréquentation, mais reste à trouver des moyens d'acheminer le public jusqu'au musée parce que ce parking en pied de site va se trouver à 2km du musée. Donc voilà y'a ça, y'a arriver à améliorer des choses très basiques comme l'état des parking, la gestion des déchets sur le site etc etc avoir une meilleure coordination avec l'éleveur de moutons qui entretient le site et qui parfois prend quelques aises avec les chemins de randonnées. Tout ça faut qu'on arrive à l'améliorer ça c'est vraiment le premier objectif. Après autre objectif, il est lié au projet justement porté par le groupement d'intérêt public, qui est de réfléchir à un espèce de centre culturel autour d'un musée sur la civilisation gauloise, donc beaucoup plus large que ce qui est proposé à Gergovie, à l'échelle de l'Europe en fait ce serait civilisation Gauloise et Celtique. Voilà, qui est aussi, parce que ce serait vraiment quelque chose qui serait bâti au pied du plateau, bah ce serait un moyen aussi de réguler l'accès au plateau. L'accueil se ferait en bas et ensuite on irriguerait les autres sites, le site de Gergovie, celui de Corent, de Gondole etc. Voilà c'est un peu ça l'idée bien que pour l'instant ce projet qui est au stade de la réflexion ne soit pas encore validé. Mais en tout cas voilà on a deux objectifs pour l'instant c'est d'améliorer l'existant, monter en gamme et en niveau de satisfaction d'ailleurs, et puis développer ce projet supplémentaire. Et dans l'intervalle, évidemment l'idée c'est toujours de peut-être développer encore la partie d'accueil pédagogique. Ça

c'est très important et même primordial pour nous. Alors on a un fonctionnement un peu particulier qui fait que les ouvertures aux individuels sont plus réduites qu'ailleurs je dirais? C'est-à-dire qu'en dehors des périodes de vacances on est ouvert le mercredi, samedi et dimanche seulement. Le reste du temps, on est réservé aux groupes, notamment aux groupes scolaires, ce qui fait qu'on bénéficie finalement de conditions de visite qui sont assez idéales, c'est comme si on privatisait le musée pour chaque groupe qui vient visiter. Et donc ça nous permet d'envisager des ateliers dans un espace limité pourtant, mais des ateliers qui sont quand même très pointus. L'idée aussi c'est de renforcer ça, cet accueil scolaire

ANNEXE 9 - RETRANSCRIPTION ENTRETIEN MARQUÈZE

Date : 19 mars 2025

Musée/Institution : Écomusée de Marquèze

Interlocuteur/ice : Barthélémy Loustalan

Modalité de l'entretien : Téléphone

Durée de l'entretien : 20 min

Armelle Guinnepain : J'ai déjà exploré rapidement votre site et je voudrais déjà vous interroger sur ce dispositif de train que les visiteurs prennent depuis Sabres pour venir chez vous, ça a été mis en place comment cette idée ?

Barthélémy Loustalan : Dès l'origine cet accès en train... bon moi je ne suis présent sur le site que depuis 2 mois donc je n'ai pas toutes les informations, et pas mal se sont un peu perdu dans le récit, mais en fait c'est une voie ferrée qui a été désaffectée à peu près au moment de la naissance de l'écomusée, et très vite l'idée de conserver cette partie de la voie ferrée a rejoint le projet de l'écomusée.

Armelle : Sur les autres musées que j'étudie, il y a souvent un enjeu sur l'accessibilité géographique, comment on se déplace jusqu'au musée, et j'ai l'impression que ce train ça résout en quelque sorte cette questions, même si les visiteurs doivent quand même se rendre à Sabres qui reste un village, et surtout que ça offre déjà une première expérience de visite.

Barthélémy : Tout à fait, c'est une expérience importante et qui bénéficie d'ailleurs d'un vrai ancrage dans l'histoire locale parce que c'était une ligne assez longue qui a

aussi fait du transport des voyageurs, et le ferroviaire ça marque beaucoup une population je dirais.

Armelle : Au niveau du lien avec la vie locale plus généralement, j'ai cru comprendre que vous étiez liés à pas mal d'associations, mais j'ai pas regardé plus en détail, comment ça s'organise ?

Barthélémy : En fait l'année, la saison à Marquèze, Marquèze a une ouverture saisonnière d'avril à septembre, la saison est marquée par des événements. C'est un musée en plein air, principalement, pas exclusivement mais principalement en plein air, avec des publics très familiaux ce qui permet d'organiser des événements sur le site. Et comme on a cette dimension écomusée, donc vraiment ancré dans la culture locale avec l'idée de la préserver et de continuer à la faire vivre, on a l'occasion de solliciter tout un... enfin un certain nombre d'associations et d'artistes qui sont sur notre territoire pour participer à la préservation et à la transmission de ces savoirs-faires et ces données culturelles. Donc dans les plus... je dirais les plus caractéristiques, les plus topiques, y'a les associations qui organisent des choses avec des échasses, voilà le berger sur des échasses au niveau des Landes, et notamment à l'écomusée de Marquèze c'est emblématique. Et il y a un certain nombre d'associations qui préservent d'une part le savoir-faire et d'autre part les données folkloriques qui vont avec.

Armelle : D'accord. Et ces associations vous les connaissez parce que vous faites partie d'un réseau commun, ou parce que plus informellement c'est un territoire où tous les acteurs se connaissent déjà ?

Barthélémy : Ça va beaucoup dépendre des associations. Y'en a qui sont dans cette dynamique de l'écomusée, très certainement depuis l'ouverture, en tout cas depuis des années. Et y'a aussi une volonté d'offrir un certain renouvellement, notamment sur tout ce qui est musique gascogne.

Armelle : Et vis-à-vis de tout ce qui va être les établissements scolaires ou les structures sociales/médicales dans le territoires, est-ce que vous avez des liens avec eux ?

Barthélémy : Oui, alors il y a une très très grosse fréquentation des établissements scolaires à l'écomusée, là pour vous donnez un exemple on est complet sur les 3 prochains mois au niveau de la fréquentation scolaire. Ça c'est sans-doute intéressant

pour vous, l'écomusée de Marquèze a une caractéristique qui le rend sans doute unique, c'est-à-dire c'est un équipement du parc naturel régional

Armelle : Ah oui, il me semblait avoir vu que vous aviez été fondé en partie avec le parc naturel régional.

Barthélémy : Alors l'écomusée et le parc naturel sont nés en même temps quasiment en synergie, et vraiment y'a une identité commune très forte. L'écomusée de Marquèze fait vraiment partie du parc naturel régional et ça ça développe vraiment le lien territorial, et notamment pour tout ce qui est les scolaires, les écoles, y'a une très grande synergie qui est en place. C'est-à-dire que si l'écomusée ne va être ouvert et recevoir des publics que 6 mois par an, le parc lui va développer un lien permanent avec le milieu scolaire.

Armelle : D'accord, vous êtes très très liés au parc en règle générale.

Barthélémy : On est très très liés à tel point que dans les personnes qui interviennent auprès des écoles, y'a des personnes qui ont d'une part la casquette vraiment Marquèze qui ont des missions sur le site de l'écomusée mais qui ont aussi des missions dans le cadre plus large du parc naturel.

Armelle : Et au niveau de vos publics, j'imagine que c'est essentiellement du public local, mais mine de rien vous avez quand même cette unicité, et puis vous êtes un des plus anciens écomusées donc est-ce que vous avez aussi une part importante de touristes ?

Barthélémy : Alors oui, on va avoir un public qui est principalement français, 95%. Mais le département des Landes est un département extrêmement touristiques et on n'est pas si loin que ça de la côte, et du coup y'a beaucoup de touristes qui vont venir faire une visite à l'écomusée de Marquèze notamment parce que y'a cette dimension culturelle, cette dimension familiale et cette dimension en plein air, qui en font et un musée et un lieu d'attractivité.

Armelle : Oui d'ailleurs, il me semble que la durée de visite que vous recommander va de 3h à une journée. Ça aussi c'est assez inhabituel pour un musée et je me demande si ça nécessite une logistique particulière, par exemple pour la gestion des repas des visiteurs ou ce genre de chose ?

Barthélémy : Oui alors le site est extrêmement grand, c'est aussi un lieu de balade, c'est-à-dire qu'on peut se balader sur le site, on a aussi des petits itinéraires qui sont quasiment des itinéraires de randonnée, mais en tout cas des itinéraires de balade, ce qui fait qu'on peut passer beaucoup de temps sur le site sans se fatiguer comme... Je veux dire quand on passe 4h au Musée du Louvre on en ressort on est rincés, mais le fait d'avoir cette dimension en plein air avec des activités vivantes, c'est-à-dire que y'a beaucoup de personnes qui font vivre l'écomusée, qui présentent, qui font des démonstrations de savoir-faire, le fait de pouvoir se balader, d'être en plein air, qu'il y est des animaux, notamment pour les enfants... Ça fait qu'en fait on peut passer la journée sur le site sans aucune difficulté. Les publics qui viennent pour 1h ou 2h vont plutôt avoir tendance à être déçus parce que ne serait-ce que les temps de déplacement sont longs, on se balade à pied et y'a vraiment de quoi occuper plus de 3h.

Armelle : Mais est-ce que ça déséquilibre la répartition de vos visiteurs ? Avec une concentration sur les week-end, et en semaine c'est beaucoup plus calme ?

Barthélémy : Oui absolument, en semaine on va avoir des scolaires et des groupes, notamment de jeunes seniors, et une fréquentation plus individuelle qui va être sur les week-end et sur les vacances là où les mois de juillet et d'août sont extrêmement fréquentés.

Armelle : D'accord. Je change de sujet mais sur le lien avec les élus locaux, vous êtes liés forcément avec la région ?

Barthélémy : Plus que ça même, le parc naturel régional c'est un syndicat mixte, je sais pas si ça vous parle ?

Armelle : Oui oui ça me parle.

Barthélémy : Donc le lien avec les élus est... c'est pas un lien en fait c'est une appartenance, ce sont les élus qui pilotent, qui prennent les décisions majeures puisqu'on est dans le cadre d'un parc naturel régional.

Armelle : du coup au sein de ce syndicat mixte y'a des représentants de la région, du département et de la commune c'est bien ça ?

Barthélémy : Si je ne me trompe pas, oui.

Armelle : D'accord. Je reviens sur la fréquentation, est-ce que vous pouvez me donner un chiffre, un ordre d'idée à l'année du nombre de visiteurs ?

Barthélémy : Sur ces dernières années, on est entre 75.000 et 100.000. 100.000 c'est le pic de 2019.

Armelle : Ah oui c'est impressionnant !

Barthélémy : Oui oui, en terme touristique on fait partie des plus gros équipements des Landes. Et en terme culturelle c'est le plus gros sans aucun doute.

Armelle : Et est-ce que vous faites des enquêtes de satisfaction ou autre auprès de vos visiteurs ?

Barthélémy : Alors des enquêtes de satisfaction très complètes ont été faites jusqu'en 2018 ou 2019, je ne sais plus exactement. Sur ces dernières années, ça a été un peu relâché, il y a des enquêtes qui ont été faites mais qui sont moins exploitables, de manière plus locale, pour répondre à des questions très précises. Mais y'a une volonté de relancer des enquêtes plus poussées

Armelle : Ça me fait penser, vous êtes combien de personnes à travailler au musée ?

Barthélémy : Oui, on est nombreux... J'essaie de retrouver mon organigramme, j'avoue que j'ai pas le chiffre en tête... surtout que comme on est ouvert 6 mois par an on a aussi une grosse équipe de saisonniers. On va être autour de 25 personnes. Sachant qu'on a des bâtiments, on a vraiment tout un site à entretenir donc y'a une grosse partie qui est du technique au niveau de l'entretien des bâtiments, du train, ça sollicite pas mal de ressources. Après un peu de personnel de bureau, quelques responsables de services et ensuite on a une grosse équipe de saisonniers.

Armelle : Une dernière question, au niveau de l'offre pédagogique, l'offre de médiation, vous disiez que la saison s'articule autour d'événements, ça c'est renouvelé tous les ans ? Vous visez un public particulier ?

Barthélémy : Ça va dépendre des événements. On a des événements qui sont plus ciblés autour des publics locaux, notamment les événements qui sont hors saison. L'ouverture de la saison qui est Pâques est une journée de très grosse fréquentation, principalement de la fréquentation des personnes qui habitent autour de l'écomusée.

Et l'été on va avoir des événements qui vont être un peu plus orientés sur un public plus large

ANNEXE 10 - TABLEAU COMPARATIF DES COMMUNES

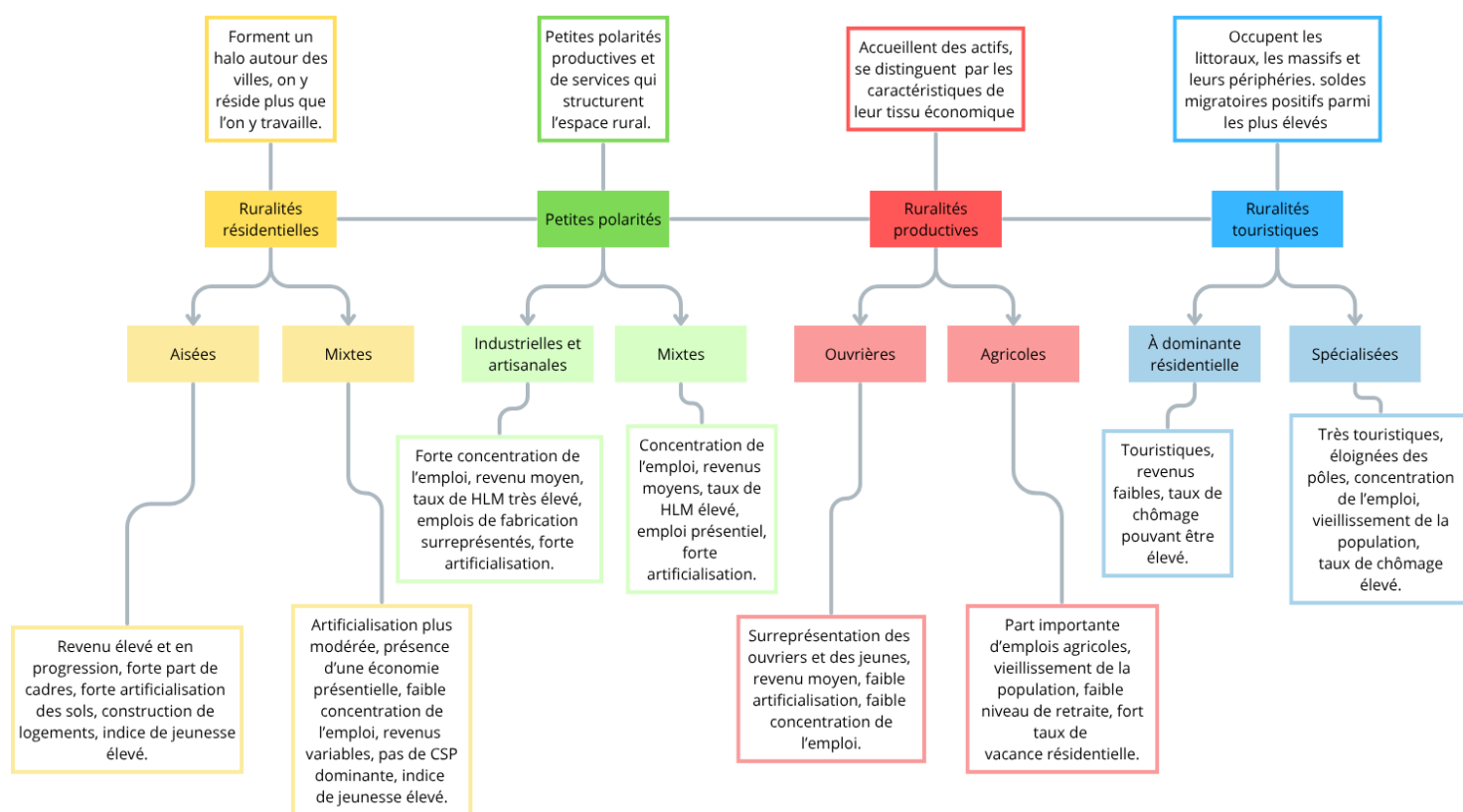
	Wingen-sur-Moder	La Roche Blanche	Sabres	Moustiers-Sainte-Marie
Musée	Musée Lalique	Musée archéologique de la bataille de Gergovie	Écomusée de Marquèze	Musée de la faïence
Population	1592	3423	1331	698
Niveau de ruralité	Niveau 5 - Bourg rural	Niveau 5 - Bourg rural	Niveau 6 - Habitat dispersé	Niveau 6 - Habitat dispersé
Type de ruralité	Ruralité productive agricole	Ruralité résidentielle aisée	Petite polarité mixte	Ruralité touristique à dominante résidentielle
ZRR	Non	Non	Oui	Oui
Aire d'attraction urbaine	Hors attraction	Clermont-Ferrand	Hors attraction	Hors attraction
Aire protégée	Parc naturel régional des Vosges du Nord	Zone Natura 2000	Parc naturel régional des Landes de Gascogne	Parc naturel régional du Verdon + UNESCO Géoparc de Haute-Provence
Accessibilité	Gare à 2 km, difficilement accessible sans voiture dans un environnement rural	Voiture indispensable ; arrêt de bus à 3 km	Aucun transport public, accès uniquement en voiture	Quelques bus régionaux, mais voiture encore nécessaire

ANNEXE 11 - TYPOLOGIE DES RURALITÉS

Synthèse réalisée à partir de Acadie, & Talandier, M. (2023, février). *Typologies et trajectoires des territoires – Synthèse de l'étude sur la diversité des ruralités*.

Observatoire des territoires – ANCT.

<https://www.observatoire-des-territoires.gouv.fr/kiosque/2023-synthese-ruralites-synthese-de-letude-sur-la-diversite-des-ruralites-typologies-et> (consultation avril 2025)



ANNEXE 12 - PHOTO LALIQUE 1



Prise de vue du Musée Lalique depuis le cloître-jardin © Didier Boy de la Tour

ANNEXE 13 - PHOTO LALIQUE 2



Le nouveau bâtiment du Musée Lalique © Jean-Pierre Dalbéra

ANNEXE 14 - PHOTO GERGOVIE



Prise de vue du musée archéologique de la bataille de Gergovie © Manuel Cohen

ANNEXE 15 - PHOTO MARQUÈZE 1



Prise de vue d'une des bergeries conservé à l'écomusée de Marquèze © Sébastien Chebassier

ANNEXE 16 - PHOTO MARQUÈZE 2



Prise de vue extérieure du pavillon de l'écomusée de Marquèze © Gaston F. Bergeret

ANNEXE 17 - PHOTO FAÏENCE



Prise de vue de la façade du musée de la faïence de Moustiers-Sainte-Marie ©
Philippe Murtas

ANNEXE 18 - TABLEAU COMPARATIF DES MUSÉES

	Musée Lalique	Musée archéologique de la bataille de Gergovie	Écomusée de Marquèze	Musée de la Faïence
Localisation	Wingen-sur-Moder / Bas-Rhin / Grand-Est	La-Roche-Blanche / Puy-de-dôme / Auvergne-Rhône-Alpes	Sabres / Landes / Nouvelle-Aquitaine	Moustiers-Sainte-Marie / Alpes de Haute Provence / Provence Alpes Côte d'Azur
Mode d'organisation	Syndicat Mixte	Association intégré, puis Groupement d'Intérêt Public depuis janvier 2024	Syndicat mixte	Société d'économie mixte
Interlocuteur / mode d'entretien	Véronique Brumm Schaich / Directrice du musée Lalique / Entretien téléphonique	Arnaud Pocris / Chef de service développement culturel, médiation et accueil des publics / Visioconférence	Barthélémy Loustalan / Responsable de la communication / Entretien téléphonique	Christine di Nicolas Lallier / Responsable du musée de la faïence / Échanges par mail
Période d'ouverture	Février à décembre	Toute l'année, 3 après-midi par semaine / tous les jours en période de vacances scolaires	Avril à septembre	Février à décembre
Architecture	Bâtiments historiques et bâtiment contemporain	Bâtiment contemporain	Bâtiments historiques et bâtiment contemporain	Bâtiment historique
Visiteurs/an	52 000	40 000	80 000 à 100 000	8 500

ANNEXE 19 - TABLEAU COMPARATIF DES MODES D'ORGANISATION

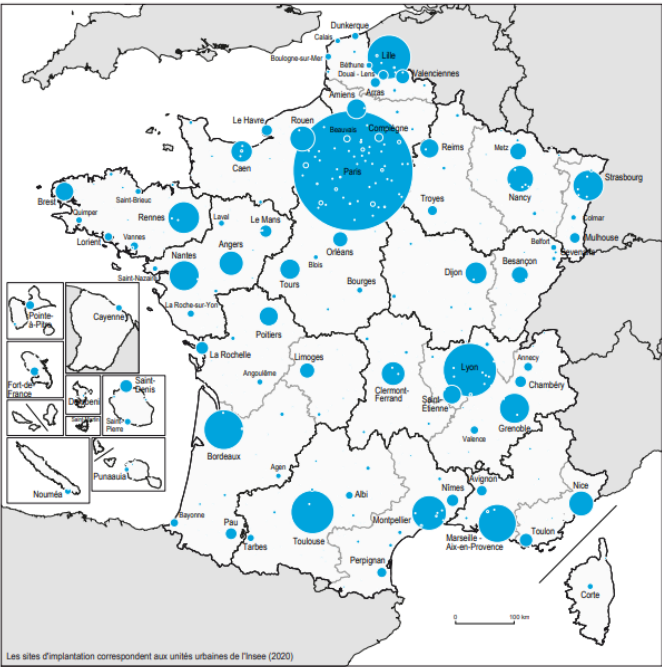
	Syndicat mixte	Association intégrée	Groupe d'Intérêt Public	Société d'Economie Mixte
Statut Juridique	Établissement Public	Association Loi 1901	Personne morale de droit public ou privé	Société anonyme à capital mixte (public et privé)
Membres	Collectivités territoriales, établissements publics	Collectivités, usagers, partenaires privés	Collectivités, État, associations, entreprises	Collectivités (majoritaires), entreprises, particuliers
Mode de gouvernance	Comité syndical (représentants des différents membres)	Assemblée générale, bureau, conseil d'administration	Assemblée générale, directeur.ice nommé.e par les membres	Conseil d'administration, direction générale
Financement	Contributions des membres, subventions, recettes propres	Cotisations, subventions, mécénats, billetterie	Apports des membres, subventions, recettes propres	Capital social, subventions, activités commerciales
Objectif	Gérer un équipement ou un service d'intérêt général	Obtenir une plus grande souplesse de gestion pour remplir des missions d'intérêt général	Mutualiser de moyens entre acteurs publics et privés, pour remplir des missions d'intérêt général	Développer une activité commerciale au service d'un intérêt public

ANNEXE 20 - CARTE ÉTUDIANTS INSCRITS DANS L'ENSEIGNEMENT SUPÉRIEUR 2019-2020

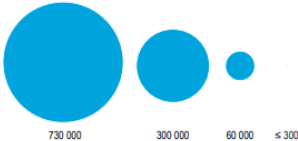
Les étudiants inscrits dans l'enseignement supérieur



Étudiants inscrits dans l'enseignement supérieur en 2019-2020



Répartition territoriale des 2 789 808 étudiants inscrits en établissements et formations d'enseignement supérieur



Seuls sont indiqués les libellés des sites principaux ainsi que les libellés des sites secondaires de plus de 3 000 étudiants.

