

# Salon Museum connexion 30 et 31 mars 2022 à Paris

## Séance d'ouverture

### ***Que veut dire s'engager pour un musée ?***

Introduction par Juliette Raoul-Duval,  
Présidente d'ICOM France

*Engagement* : voilà un mot sans doute encore un peu nouveau dans le langage des musées mais désormais inséparable de leurs missions : dans engagement il y a ce que l'on choisit de faire par intime conviction, mais il y a aussi ce que l'on **promet** de faire parce que la position qu'on occupe est telle que l'on est bien placés pour agir, quand agir devient essentiel et nous sommes aujourd'hui face à des *impératifs*. Nous avons désormais la responsabilité d'aborder certains sujets qu'auparavant, dans des périodes moins tourmentées, on laissait à d'autres, on se concentrant sur ce qu'on avait « **envie** » de faire plus que sur ce que l'on avait **le devoir** de faire. On a beaucoup entendu au début de la pandémie que la culture n'était pas « essentielle », elle l'est assurément devenue. Après la crise sanitaire, après les désastres climatiques de l'été, le G20 des ministres de la Culture à Rome a reconnu les musées *parmi les institutions les plus crédibles*. C'est flatteur, mais retenons plutôt que la reconnaissance de « crédibilité » impose aux musées de s'engager. D'informer - de donner des informations fiables et validées et de démentir des informations fausses - car nous sommes garants de ce que les visiteurs trouvent chez nous.

Et de les donner à tous, parce qu'il y a des choses que nous devons tous partager. Je pense à l'enjeu du développement durable, au sens de l'ONU et de l'agenda 2030 (qui ne parle pas que de climat loin s'en faut) : il nous dit que pour que notre vie ensemble puisse durer et que notre développement reste soutenable, il nous faut penser à l'accès égal de tous à toutes les ressources de la planète l'énergie, bien sûr mais aussi la santé et le travail etc...

Nous, musées, en tant qu'institutions crédibles, devons être vertueux et éco-responsables dans nos pratiques, c'est une évidence : réduire notre empreinte carbone et parallèlement, augmenter notre « empreinte cérébrale » : délivrer un message, mobiliser pour cela nos fondamentaux. Quels sont-ils ? des collections, des capacités de médiation, une aptitude à susciter l'intérêt et l'émotion, à faire comprendre et ainsi à exercer l'esprit critique. C'est vrai des musées quel que soit leur domaine : art, sciences, nature, mémoire, sociétés...

Dans tout musées, il y a des collections qui illustrent ce que durer veut dire, conservées depuis si longtemps et témoins de toute notre histoire. Il y a aussi dans toutes les collections des œuvres et des objets nombreux qui illustrent la fragilité de nos vies et de celle de la nature et des sociétés et nous rappellent combien survivre – aux époques, aux maladies, aux guerres... - requiert de volonté et d'intelligence. C'est le moment de faire preuve d'inventivité et d'aller puiser au cœur de notre richesse patrimoniale des modèles qui donnent envie d'agir et de préserver et de protéger.

Je ne dis pas qu'il ne faut plus faire que cela, bien sûr. Je suggère juste que chacun, dans son équipement culturel, quel que soit le domaine d'activité, y prenne sa part - aussi modeste soit-elle. Vous aborderez ces questions dans vos débats à suivre.

Cette réunion aborde des points clés et notamment le suivant : le devoir de toucher des publics beaucoup plus variés, venant de tous les coins de la société, et notamment les plus éloignés. Devoir désormais d'être inclusif, comme on dit, accessible à tous. Le dire est facile, le faire est terriblement difficile car beaucoup de nos concitoyens pensent qu'ils n'ont pas leur place dans un musée. Espérons que vos échanges permettront de dégager des propositions concrètes.

On pense bien sûr pour cela aux potentialités ouvertes par les nouvelles formes que la crise du COVID a fait exploser, l'offre numérique sous toutes ses aspects, depuis la visite virtuelle jusqu'aux expositions immersives et la réalité augmentée.

Il se trouvera sûrement des participants pour dire si le numérique est « écologique » ou pas, s'il est inclusif ou pas, et pour donner des indications utiles de bon usage.

L'enjeu, avec le virtuel, c'est de ne pas perdre le contact avec le réel.

Si les hommes conservent depuis qu'ils sont hommes des traces tangibles de leur histoire et de leurs modes de vie, c'est parce que les transmettre est vital. Les musées gardent ces traces, les entretiennent et les restaurent et sont garants de leur authenticité. C'est cela un musée. C'est aussi être garant du *récit* qui en est fait et, au fond, c'est cela que fait si bien *le musée d'aujourd'hui* : avec ses expositions temporaires multipliées depuis quelques décennies, il rassemble et rapproche des objets venant de partout qui, mis côte à côte, font sens et forment des connaissances toujours plus robustes. Et la méthodologie-même des expositions - scénographie et programmation culturelle - aide à mémoriser ces connaissances car elle mobilise efficacement les émotions.

*Le musée de demain* sera-t-il plus numérique, moins tangible ? L'enjeu est de continuer de mobiliser nos émotions et notre mémoire sur des savoirs valides.

Les musées ne peuvent pas tout, bien sûr. Mais ça donne des lignes.

N'oublions pas que l'ICOM a été créé en 1946 au sortir de la guerre à Paris par des gens convaincus que les musées sont des instruments de paix, justement parce qu'ils sont traces et mémoire. En ce moment, il est important de s'en souvenir

Nous à ICOM France, nous nous sommes résolument engagés depuis deux ans dans des actions de **solidarité** et d'engagement collectif. C'est la force du réseau, que nous avons actionné pendant le COVID, puis en faveur du développement durable et maintenant pour nos amis des musées d'Ukraine. Aujourd'hui, plus de 20 musées de toutes les régions françaises ont rassemblé des dons de matériels destinés protéger les collections en danger : 15 tonnes de matériels ont déjà été livrés par camion, et un nouveau camion est prêt à partir. C'est la culture, la mémoire, l'histoire de l'Ukraine qu'il s'agit de préserver.