



**HAL**  
open science

# La perception de l'offre d'expositions temporaires dans une bibliothèque nationale : l'exemple de la BnF

Philippe Chevallier

## ► To cite this version:

Philippe Chevallier. La perception de l'offre d'expositions temporaires dans une bibliothèque nationale : l'exemple de la BnF. [Rapport de recherche] BnF. 2012. hal-01203787


**HAL Id: hal-01203787**

**<https://hal.science/hal-01203787>**

Submitted on 23 Sep 2015

**HAL** is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.



Bibliothèque nationale de France

# La perception de l'offre d'expositions temporaires dans une bibliothèque nationale : l'exemple de la BnF

Une étude auprès de dix relais et  
observateurs d'opinion





## TABLE DES MATIERES

<b>1. RESUME EXECUTIF .....</b>	<b>4</b>
<b>2. OBJECTIF ET METHODE .....</b>	<b>5</b>
<b>3. RESULTATS .....</b>	<b>6</b>
<b>3.1. PERCEPTION DE LA BNF ET DE SON OFFRE CULTURELLE.....</b>	<b>6</b>
<b>3.1.1. ACTIVITE CULTURELLE ET BNF : UNE LEGITIMITE EVIDENTE.....</b>	<b>6</b>
<b>3.1.2. UNE IDENTITE D'APPROCHE PLUS QUE DE THEMATIQUE.....</b>	<b>6</b>
<b>3.1.3. DES COLLECTIONS ET UNE OFFRE CULTURELLE MECONNUES .....</b>	<b>8</b>
<b>3.1.4. UNE APPRECIATION TRES POSITIVE, MAIS A PRIORI .....</b>	<b>9</b>
<b>3.1.5. DES SITES ET DES ESPACES PERÇUS DIFFEREMMENT .....</b>	<b>11</b>
<b>3.1.6. AU-DELA DES EXPOSITIONS : UN DEFICIT D'IMAGE .....</b>	<b>12</b>
<b>3.2. RECOMMANDATIONS .....</b>	<b>15</b>
<b>3.2.1. COMMUNIQUER D'ABORD SUR LA BNF « LIEU DE VIE CULTURELLE » .....</b>	<b>15</b>
<b>3.2.2. DECLENCHER « L'URGENCE DE LA VISITE » .....</b>	<b>16</b>
<b>3.2.3. THEMATIQUES : CES TRESORS QUE L'ON NE VOIT JAMAIS ASSEZ.....</b>	<b>20</b>
<b>3.2.4. SCENOGRAPHIE : DE LA LISIBILITE AVANT TOUTE CHOSE .....</b>	<b>21</b>
<b>ANNEXE : GUIDE D'ENTRETIEN.....</b>	<b>24</b>



## 1. Résumé exécutif

Fin 2011, une étude qualitative a été conduite par la délégation à la Stratégie et à la recherche de la Bibliothèque nationale de France sur la perception de son offre d'expositions temporaires. Dix entretiens ont été menés de novembre 2011 à janvier 2012 auprès de prescripteurs, relais d'opinion et observateurs de l'offre culturelle parisienne (6 journalistes de la presse écrite et du web, 2 représentants de secteurs professionnels, 2 analystes du tourisme).

Pour les personnes interrogées, l'offre culturelle de la BnF se caractérise par une identité d'approche plus que par des thématiques particulières : la forte exigence scientifique distingue positivement la BnF d'autres lieux d'exposition parisiens. Si elle continue de bénéficier d'un a priori favorable – qui ne s'est pas démenti depuis la précédente étude de 2004 (Cabinet Gauthier & associés) – l'offre en matière d'expositions reste cependant méconnue d'un panel pourtant recruté sur sa connaissance de la vie culturelle parisienne. Cette méconnaissance est particulièrement notable pour l'offre de ces dernières années qui ne parvient pas être repérée dans un environnement culturel parisien riche et concurrentiel. Dans ce contexte, il ne faut pas supposer que les récents choix thématiques de la programmation (expositions de photographies, installations d'artistes contemporains) soient désormais bien repérés par le grand public. Seule l'existence de deux lieux d'exposition (François-Mitterrand et Richelieu), dont les caractéristiques en termes de scénographie et d'espaces sont bien distinguées, est mise en avant, vérifiant la très forte influence du site et de son environnement sur la perception des expositions et leur potentiel de fréquentation. Cette influence du site joue en la défaveur des expositions sur le site François-Mitterrand ; mais plus largement, c'est l'image même d'une institution jugée encore trop intimidante qui freine le désir de pousser ses portes dans le cadre d'une visite culturelle vécue d'abord sur le mode de la promenade.

Au-delà du cas particulier de la BnF, cette étude est porteuse d'enseignements pour toute bibliothèque nationale ou patrimoniale soucieuse de développer son offre culturelle d'expositions :

- communiquer d'abord sur l'institution comme lieu de vie culturelle : donner à voir ce qui se passe derrière ses murs, présenter un cadre de vie largement ouvert, à l'offre plurielle, avant toute communication ciblée sur des propositions particulières ;
- dans la communication sur les expositions, jouer sur l'urgence de la visite en mettant en avant une dimension événementielle (« Vous allez voir ce que l'on n'a jamais vu »/« ce que l'on ne verra pas ailleurs »/« ce que l'on ne reverra pas de sitôt »). L'a priori favorable ne suffit plus à déclencher une visite dans le contexte d'une offre culturelle pléthorique.
- tirer profit de la forte attraction de la notion de « trésor », qui marque la perception des collections patrimoniales et résume les attentes vis-à-vis d'elles. Éviter de privilégier dans la communication (titres et argumentaires) des thématiques générales qui ne permettent pas au visiteur potentiel de se représenter ce qu'il va voir dans l'exposition.
- ne pas redouter la simplicité et la lisibilité de la scénographie, surtout lorsque la force d'une exposition tient dans sa dimension historique (faire sentir au visiteur une évolution) ou esthétique (mettre en valeur un trésor).

## **2. Objectif et méthode**

Trois objectifs ont été retenus pour l'étude :

- étudier comment l'offre de la BnF est perçue par celles et ceux qui jouent un rôle de médiateur, voire de prescripteurs (presse, relais professionnels, etc.) entre cette offre et le public ;
- préciser un territoire de légitimité pour cette offre ;
- faire des préconisations qui permettraient d'améliorer sa cohérence et son attractivité.

Constitution de l'échantillon :

Dans un premier temps, la notion de « médiateur de l'offre d'expositions temporaires » a été déclinée en cinq métiers ou compétences, à partir de l'expérience des équipes de la BnF concernées par les expositions : journalistes, responsables de comités d'entreprise, relais de l'Éducation nationale (délégués à l'éducation artistique et culturelle des Académies), professionnel du tourisme, libraire (de par la vente des catalogues d'exposition).

Les dix personnes sélectionnées l'ont été sur trois critères : 1) leur appartenance à l'une des cinq catégories identifiées ; 2) le lien fort entre leur activité et l'offre parisienne d'expositions temporaires ; 3) leur contribution à la diversité de l'échantillon rassemblé (en évitant les redondances de profils, en particulier la redondance de type de média).

### **Les relais de la presse écrite**

- Presse 1, 48 ans, responsable du suivi des expositions dans un quotidien national.
- Presse 2, 51 ans, grand reporter « culture » dans un hebdomadaire d'actualité.
- Presse 3, 42 ans, responsable des pages culturelles d'un mensuel grand public.
- Presse 4, 47 ans, journaliste pigiste chargée des expositions dans un magazine d'histoire.

### **Les relais du web**

- Web 1, 25 ans, rédacteur en chef d'un site web sur l'actualité culturelle.
- Web 2, 63 ans, concepteur et animateur d'un blog culturel.

### **Les relais professionnels**

- Professionnel 1, 43 ans, directrice de la rédaction d'une revue pédagogique à destination des enseignants du secondaire.
- Professionnel 2, 58 ans, directeur d'un club d'élus de comités d'entreprise.

### **Les observateurs du tourisme**

- Tourisme 1, 40 ans, analyste dans un organisme de tourisme parisien.
- Tourisme 2, 31 ans, chargée de mission qualité dans un organisme de tourisme d'Île-de-France.

Les entretiens ont été menés entre novembre 2011 et janvier 2012. D'une durée allant de 40 minutes à 1 heure 20, chaque entretien a été mené par un chargé d'études de la DSG en suivant un guide d'entretien (cf. annexe 1), puis retranscrit par un prestataire extérieur. Dans le rapport ci-dessous, la forme des propos a parfois été très légèrement modifiée pour en faciliter la lecture.

Comme nous allons le voir, les dix personnes interrogées se sont à la fois exprimées en tant que prescripteur ou observateur privilégiés de l'offre culturelle parisienne, mais également, à plusieurs reprises, en tant que simples visiteurs d'exposition. Dans les deux cas, l'intérêt des propos tenus vient du fait qu'ils s'inscrivent à l'horizon d'une réflexion préalable, nourrie par une expérience et une connaissance du sujet supposées.



### 3. Résultats

#### 3.1. Perception de la BnF et de son offre culturelle

##### 3.1.1. Activité culturelle et BnF : une légitimité évidente

Non seulement l'association du nom « Bibliothèque nationale de France » à la présence d'activités culturelles va de soi pour les personnes interrogées, mais la Bibliothèque est en droit d'atteindre un large public, y compris touristique (au-delà du seul public parisien).

*En tant que dépositaire de tous les illustrés, de toutes les traces écrites qui ont existé depuis je ne sais pas quelle période, mais en tous cas une sacrée longue période, c'est clair qu'il y a une dimension culturelle qui s'intègre tout à fait à une fréquentation touristique telle qu'on la connaît à Paris. (tourisme 1)*

L'offre de la Bibliothèque est cependant marquée par une singularité qui peut se révéler un handicap vis-à-vis de certains publics : pour appréhender son patrimoine, défini d'abord comme relevant de l'écrit (« toutes les traces écrites »), les prérequis culturels du côté du visiteur sont plus importants que pour d'autres offres culturelles, telle une exposition de peinture :

*C'est peut-être là que vous avez un souci, c'est qu'il faut peut-être avoir une culture pour pouvoir appréhender vos expositions parce que ce sont des expositions véritablement culturelles et pas artistiques. Il y a peut-être cette barrière aussi pour vous. Il y a cette image-là de la culture du livre qui est attachée à votre fonds. Finalement, cela fait partie de votre richesse et c'est une richesse qui peut représenter un handicap aujourd'hui dans l'économie culturelle telle qu'on la pratique. (tourisme 1)*

Autant la peinture parle directement à la sensibilité dans une culture de l'image prégnante dès le plus jeune âge, autant les thèmes abordés par les expositions BnF demandent des connaissances et des lectures préalables : la Bible, les romans arthuriens, Casanova, etc. Seule la photographie échappe en partie à cette difficulté : « La photo, c'est peut-être plus facile parce que l'œil est un peu plus éduqué pour la photo » (presse 4).

Vérifiant ce niveau d'exigence élevé, l'offre d'expositions temporaires est particulièrement bien reçue et relayée par un site web dont la vocation est d'articuler les événements culturels avec des travaux de chercheurs :

*J'aime beaucoup les expositions de la BnF, j'aurais du mal à vous faire beaucoup de critiques. Globalement, on a toujours envie quasiment de tout couvrir, ce qui est assez rare pour les institutions. Je pense qu'il y a à peu près deux ou trois musées dans Paris où l'on est quasiment sûrs que l'on va couvrir systématiquement quelque chose, et la BnF en fait partie. Pour nous, vu notre position éditoriale à moitié universitaire, à moitié culturelle, c'est très cohérent. (web 1)*

##### 3.1.2. Une identité d'approche plus que de thématique

La Bibliothèque est perçue comme « un lieu de savoir, un lieu de connaissance, un lieu de documentation » (web 1), c'est-à-dire qu'elle n'est pas seulement un lieu de conservation et de consultation du patrimoine, mais elle est un lieu qui détient en lui-même une connaissance de ce patrimoine. Le territoire de légitimité de ses activités culturelles est donc aussi vaste qu'un savoir dont elle ne se contente pas de conserver des traces, mais qu'elle contribue à étendre et à diffuser : « Pour moi, elle est légitime pour aborder tous les sujets qui ont trait aux arts, aux lettres ou aux sciences humaines, même aux sciences globalement » (web 1).

Légitime sur « tous les sujets » scientifiques, elle participe de droit aux débats qui les entourent. L'activité culturelle ne doit pas se contenter de montrer les fonds de la Bibliothèque, mais les inscrire dans les débats intellectuels contemporains, dans ce qu'ils ont de plus vifs voire provocants. Si la priorité, souvent répétée lors des entretiens, est bien de « mettre en valeur ce qui est conservé à la Bibliothèque » (presse 3), cette dernière doit s'ouvrir à « la vie de la culture, une vie culturelle faite de débats, de controverses, de questions troublantes, de personnalités à redécouvrir » (presse 3). Pas de domaine particulier à occuper, pas de « type » d'exposition à privilégier, mais une injonction à faire dialoguer les collections avec des invités extérieurs :

*Pour moi, je n'étiquette pas la BnF en me disant que la BnF devrait plutôt faire tel type d'exposition ou tel autre, etc. Ce qui est vraiment intéressant, c'est plutôt le fait que la BnF mette en avant l'utilisation possible de ses fonds au service d'expositions temporaires sur un sujet, et cela me semble intéressant de faire dialoguer ces fonds-là avec des invités extérieurs et des commissaires extérieurs. (presse 3)*



Web 1 fait remarquer que la question de « l'identité » de l'offre posée par l'étude concerne plus en fait les spécialistes que le grand public :

*Je pense que la question de la cohérence se pose pour des spécialistes, pour un petit milieu de critiques, d'universitaires, de commissaires, d'institutionnels globalement, qui eux vont porter un regard sur la BnF en disant : "Quelle est la cohérence ?". Je ne sais pas si le public va se poser la question de savoir quelle était l'exposition avant et quelle sera l'exposition après pour juger de l'intérêt de cette exposition-là. Je ne crois pas que le public s'intéresse à ce genre de choses, je pense que le public s'intéresse à une exposition à un moment donné, sur un sujet qui va lui plaire. Le fait que cette institution-là ait pu faire parler d'elle avant doit pouvoir jouer, la BnF est une institution de fait, elle est connue, mais je ne crois pas que ce soit le fait de réfléchir à un souci de cohérence entre les expositions qui changera grand-chose. (web 1)*

Professionnel 2 confirme cette opinion et déplace la question intellectuelle de la cohérence vers celle, plus pragmatique, de la visibilité : il faut être en mesure de communiquer sur un ensemble de propositions variées, de telle manière que se dessine pour le visiteur un « univers ». En fin de compte, peu importe la pluralité si, de la communication extérieure à la signalétique sur place, le visiteur prend conscience d'un tel « univers » :

*Pour moi, ce n'est pas un débat sur la cohérence ou l'incohérence, c'est un débat sur une meilleure visibilité et en lien entre tout cela, vous voyez ce que je veux dire ? Il n'y a pas de raccord entre Casanova, la projection d'un documentaire, etc. S'il n'y a pas de raccord, ce n'est pas grave : il faut juste assumer le côté pluriel avec plein d'entrées différentes ; mais les entrées doivent quand même être signalées. Si demain on va sur le site web de la BnF, si la com' de la BnF, si sur place la signalétique de la BnF..., si vous montrez que l'on se retrouve sur le cinéma, le théâtre, les expos, les livres, les conférences, voilà, l'univers est là. Aujourd'hui, non, je n'ai pas une lecture comme cela. (professionnel 2)*

C'est uniquement vis-à-vis d'un public spécialisé qu'une identité plus forte de l'offre BnF va se dessiner. À l'occasion de l'entretien avec la rédactrice en chef d'une revue pédagogique, une vision plus précise apparaît. Pour les enseignants du secondaire, les expositions BnF restent en effet fortement associées à l'objet manuscrit – association renforcée par l'impression durable laissée par une exposition comme Brouillons d'écrivains (2001), autour de laquelle s'est constituée « une forme d'identité » pour la Bibliothèque :

*Je pense que la notion de manuscrits est importante dans l'idée que l'on a des expositions de la BnF. Je pense que une des expositions qui a marqué les esprits, c'est l'exposition qui n'est pas récente mais on en parle encore : ce sont les Brouillons d'écrivains. C'est une exposition, je pense, qui a un petit peu marqué et peut-être même signé une forme d'identité, enfin, vous voyez, dans la programmation, de ce qui se fait à la BnF, "Ah bien oui, ce sont les manuscrits, les brouillons". À chaud, je pense que c'est cela l'idée qui ressort. (professionnel 1)*

Les enseignants en Lettres du secondaire restent aujourd'hui très attachés « à la figure de l'écrivain, au papier, aux manuscrits » (professionnel 1), véritable socle de leur vocation pour beaucoup d'entre eux, en réaction à une génération d'élèves qui se détourne de cette matérialité de l'écrit. Ces enseignants répondront toujours favorablement à une offre culturelle honorant l'histoire du livre ou de la littérature (professionnel 1). Mais paradoxalement, ils risquent d'y répondre toujours plus en ligne, du fait de la situation aujourd'hui de l'enseignement, qui nuit à la sortie culturelle traditionnelle, devenue coûteuse et difficile à organiser (professionnel 1).

Si elle n'est pas associée à une thématique particulière, sauf pour un public enseignant, l'offre culturelle de la Bibliothèque est d'abord caractérisée par un niveau d'exigence scientifique, une caution de rigueur : « [la Bibliothèque,] je la vois avec un vrai fonds documentaire, avec des personnes chargées des différents départements et des expositions, comme des personnes expertes, qui s'y connaissent. Il y a une vraie crédibilité scientifique, pour moi, des expositions qui ont lieu à la BnF » (web 1). Dans la suite de l'entretien, des musées privés parisiens sont cités en exemple d'institutions qui n'ont pas ce même gage de sérieux et jouent le rôle de figure-repoussoir : ils représentent ce que ne fait pas et ne doit pas faire la BnF (critique entendue également dans l'entretien avec presse 1). Ce capital symbolique est particulièrement important pour des enseignants qui peuvent faire confiance aux informations fournies dans une exposition BnF, sans avoir besoin d'aller vérifier par après : « Il y a quand même le petit plus, le certificat d'authenticité et de fiabilité scientifique, disons, l'aspect : "on sait que cela vient de la BnF, alors forcément les informations que l'on va trouver dans cette exposition vont être archi sûres, il n'y a pas besoin d'aller vérifier" » (professionnel 1). Confiance qui s'étend aux expositions virtuelles, pour des enseignants confrontés par ailleurs à la nécessité de constamment vérifier les informations qu'ils trouvent sur Internet : « L'estampille BnF est quand même une assurance pour eux de ne pas projeter des bêtises. » (professionnel 1)



La question de l'identité est revenue à travers l'évocation des installations d'artistes contemporains dans les espaces de la Bibliothèque. Ont-ils leur place dans la programmation ou ne brouillent-ils pas une certaine image ? Les réponses entendues sont les mêmes que précédemment. Si certains s'interrogent sur les chances de succès de cette démarche – soulignant l'audace plus radicale qu'elle demanderait de la part de la Bibliothèque (si l'on va du côté de l'art contemporain, il faut accepter sa part transgressive, presse 2) –, web 1 déplace la question de la cohérence thématique ou « *de fond* » vers une « *cohérence d'approche* » :

*La BnF ne marque pas sa spécificité tant par une cohérence de fond qu'une cohérence d'approche ou de forme ; c'est-à-dire que pour moi je n'ai aucun problème avec le fait que la BnF aille vers des artistes très contemporains ou contemporains, si tant est qu'elle garde justement son approche scientifique avec des commissaires qui vont avoir un vrai propos, où il va y avoir une vraie construction, quelque chose derrière.* (web 1)

De même qu'il est important que les fonds de la Bibliothèque dialoguent avec l'extérieur (des personnalités, des artistes qui apportent un regard différent), l'artiste invité doit dialoguer avec ce qui constitue « *l'approche scientifique* » de la Bibliothèque : des chargés de collection, des experts d'un type de document, etc. Pour web 1 et web 2, il faut éviter les installations ou expositions trop extérieures au lieu, sans discours didactique qui permette de les expliquer ou les contextualiser.

### 3.1.3. Des collections et une offre culturelle méconnues

Si trois journalistes sur quatre révèlent une connaissance affinée de certains fonds de la BnF (en matière d'estampes et de cartes en particulier), les autres professions représentées partagent une même incertitude sur la teneur des collections. Plusieurs s'excusent de ne pas connaître avec précision « *la richesse de votre fonds* » (tourisme 1), même si celle-ci est présumée dans la prudence de la réponse : on sait qu'il n'y a pas que des livres mais, dans le doute, on nomme le livre en premier, parfois suivi de la photographie (tourisme 1). Même pour le domaine du livre, l'incertitude demeure sur le périmètre exact des collections : « *Il n'y a que des livres en français ou pas ?* » (presse 3)

Pour ceux qui connaissent le moins les collections – et sur lesquels cette partie va s'arrêter plus particulièrement – la Bibliothèque, c'est d'abord des livres et la mémoire de leur existence : mémoire de leur production, de leur diffusion, de leur réception, c'est-à-dire « *l'interaction de la société avec* » (tourisme 1). « *Pour moi, c'est lié à une connaissance livresque, pour moi c'est le livre, le document ou l'écrit, mais avec une perspective historique, l'écrit dans le temps.* » (tourisme 1) ; « *les enseignants du secondaire identifient je pense la BnF comme un lieu du livre et alors un lieu aussi de relais de l'histoire du livre. En revanche, tout ce qui est photographie, tout ce qui m'intéresse à titre personnel, je n'ai pas le sentiment que cela soit aussi bien repéré* » (professionnel 1). Pour un journaliste interrogé, les autres types de documents présents à la Bibliothèque auraient finalement pour fonction première – et donc pour raison de se trouver dans les fonds – de prolonger l'objet livre :

*J'ai l'impression, en termes de proportion, il me semble que le livre a une place prépondérante. Les tours sont en forme de livre, on voit des livres partout, le reste paraît moins essentiel, mais participant à cette idée : comme les supports de lecture et de culture se multiplient, il n'y a pas que le livre.* (presse 3)

L'écrit, mais « *dans le temps* » : à cette forte identité historique de la Bibliothèque fait écho l'appréciation positive de la dimension chronologique d'expositions telles que Babar, Harry Potter et compagnie, Trésors de la société de géographie ou Controverses. À travers elles, était donnée à voir l'évolution dans le temps d'un genre littéraire, d'une institution, d'une question, en interaction avec une société ou un imaginaire (l'éducation, l'aventure, la morale).

Malgré ces bonnes expériences, la connaissance de la programmation passée ou présente reste faible et souvent approximative. Pour les personnes interrogées ayant le moins de souvenirs, ceux-ci se limitent à l'énoncé de quelques noms propres qui se substituent dans la mémoire aux thèmes exacts : « *Sartre* », « *Jean Vilar* » (s'agit-il de Jean Vilar et les peintres, Avignon, 1984 ?), « *Willy Ronis ou Doisneau* » (La Photographie humaniste, 2006-2007), sans grande certitude : « *Il n'y a pas eu Willy Ronis ou Doisneau, quelque chose comme cela, en termes de photo ?* » demande tourisme 1, qui n'a pas entendu parler, par ailleurs, de Seventies. Le choc de la photographie américaine. Pour ce même analyste du tourisme, peu de bruit finalement autour des expositions, depuis une mémorable Mémoire d'Égypte : hommage de l'Europe à Champolion (1990-1991)<sup>1</sup>. On notera au passage la

<sup>1</sup> Cette exposition présentée successivement à la Bibliothèque nationale et l'église Saint Paul de Strasbourg, avait marqué par le caractère novateur à l'époque de sa médiation (casques sonores) et de sa conception. Le site de Bari & Lam annonce 500 000 visiteurs pour les deux sites.

grande ancienneté des titres cités en exemples : Jean Fouquet, Peintre et enlumineur (2003) : « *un très grand moment pour moi, une exposition exceptionnelle* » (presse 1) ; ou Brouillons d'écrivains (2001) : « *c'était formidable, une très belle exposition* » (presse 2), montrant à la fois la puissance mémorielle de propositions qui ont aujourd'hui dix, voire vingt ans, et la difficulté d'une programmation plus récente à avoir le même impact (à l'exception de L'Enfer de la Bibliothèque). Une exposition majeure et récente en Grande galerie n'a été vue par aucune des personnes interrogées : La Légende du roi Arthur. Qumrân, le secret des manuscrits de la mer Morte n'a été vue que par professionnel 1.

Si ces résultats n'ont aucune valeur quantitative, ils s'écartent de ce que l'on serait en droit d'attendre de la part de bons connaisseurs de l'offre culturelle parisienne. Il en ressort qu'aucune caractéristique de la programmation actuelle ne doit être considérée comme évidente pour le public :

- **La galerie de photographie** est bien connue de web 2, du fait de ses goûts personnels : « *Je vais beaucoup plus souvent à Richelieu qu'à François-Mitterrand, en particulier parce que je m'intéresse beaucoup à la photo.* » Mais, souligne presse 2, cette identité de Richelieu n'est pas forcément claire dans l'esprit du grand public. Elle n'est pas repérée par tourisme 1.
- **La série d'installations d'artistes contemporains** est d'autant moins bien identifiée par les personnes interrogées (presse 1, presse 4, web 1 n'ont pas perçu qu'il y avait là un choix particulier de la Bibliothèque) que certaines de ces installations sont passées inaperçues : Richard Prince. American Prayer n'est connue ni de tourisme 1 ni de presse 3.
- **La programmation récente** n'échappe pas à cette méconnaissance : un analyste du tourisme parisien, par ailleurs visiteur régulier d'expositions (deux à quatre fois par mois) n'a pas entendu parler de Casanova. La passion de la liberté. Presse 4 était au courant de cette exposition par voie de presse mais n'a vu aucune affiche ; idem pour professionnel 2.

C'est une impression générale du côté des personnes interrogées : alors que d'autres programmations d'établissements culturels réussissent à rester présentes dans l'esprit du public, y compris sur toute la durée d'une même exposition (ainsi de la Pinacothèque, citée par tourisme 1), la programmation culturelle de la Bibliothèque a une visibilité faible ou intermittente. Seuls L'Enfer de la Bibliothèque et La France de Raymond Depardon semblent s'être imposés largement dans le paysage culturel parisien (personne n'a pu y échapper). Le reste de la programmation est parfois connu, parfois inconnu, en fonction surtout des goûts personnels et des affinités (qui jouent ici fortement et positivement, par exemple pour web 1 et web 2). Par conséquent, on peut facilement et subrepticement s'éloigner de l'offre de la Bibliothèque, sans jamais être fortement rappelé. C'est le cas de tourisme 1, qui dit avoir perdu le contact depuis quelques années : « *Vous me parlez de La Légende du roi Arthur, je pense que c'est quelque chose qui m'aurait intéressé et je suis passé au travers, je ne sais pas quand c'était.* »

Cette absence de visibilité de l'offre peut être interprétée par certains comme une réticence de la Bibliothèque à se montrer (presse 2). Le côté provocant du propos révèle ici une impression de *double bind* : « Vous voulez du public et vous n'en voulez pas (trop) ; vous voulez vous ouvrir et vous ne voulez pas (trop) ». La notion de « *bibliothèque de dernier recours* », mentionnée par presse 2, qui désignait anciennement la bibliothèque de Recherche, a marqué les esprits au point de s'étendre à la Bibliothèque dans son ensemble, programmation culturelle incluse. Au lieu d'une complémentarité entre des expositions pour tous et des fonds pour les chercheurs, l'offre de la Bibliothèque est vue d'une manière globale, à la lumière des restrictions d'accès direct à certains fonds qui semblent déteindre sur la politique culturelle d'ensemble.

#### 3.1.4. Une appréciation très positive, mais a priori

Les personnes interrogées ont une appréciation très largement positive des expositions proposées, fondée sur une connaissance directe ou indirecte :

*La co-directrice de la rédaction avait vu Ionesco et La légende du roi Arthur, elle a couvert les deux expositions, elle a adoré les deux expositions, vraiment, elle trouvait que les deux expositions étaient remarquables.* (web 1)

Pour professionnel 1, l'offre est « *assez classique* », mais « *pas forcément austère* » (professionnel 1), c'est-à-dire que le premier adjectif n'est pas à entendre en un sens péjoratif. Au contraire, ce discret sceau du classicisme, semble marqué l'horizon d'attente vis-à-vis de la BnF – ce que professionnel 1 précise à l'occasion d'un commentaire sur les expositions virtuelles :



*C'est d'une assez bonne tenue. Je trouve que sur le plan esthétique, graphique, c'est très bien. C'est très classique, mais c'est ce que l'on attend, on n'attend pas quelque chose comme La Gaîté Lyrique. Oui, je pense que c'est adapté à l'image que l'on s'en fait. (professionnel 1)*

En creusant le contexte de ces appréciations, on relève cependant à plusieurs reprises que le jugement globalement positif ne renvoie pas à des caractéristiques précises en termes d'espace ou de scénographie ; il peut même être déconnecté d'une fréquentation effective des expositions. Si tourisme 1 déclare : « *Je suis rarement déçu par les expositions ; j'ai rarement été déçu fondamentalement au point de ne pas recommander une exposition de la BnF* », il reconnaît par ailleurs avoir perdu le contact avec l'offre depuis plusieurs années. Sans atténuer l'enthousiasme exprimé, on peut compléter ces réponses en notant que la Bibliothèque conserve un très fort *a priori* favorable quant à la qualité de ses propositions culturelles, au-delà de la connaissance effective que les personnes interrogées en ont.

Les seuls commentaires détaillés relatifs à la scénographie viennent en fait de presse 3, qui a découvert l'offre actuelle d'expositions (Casanova et Boris Vian) à l'occasion de l'entretien. Ce qui l'a marqué en premier lieu est la multiplicité inattendue des « *possibilités d'accès* » à l'œuvre présentée, qui permet de toucher un public plus large que les seuls spécialistes. Le commentaire de sa visite conjugue une impression de foisonnement et de plaisir, en particulier pour Boris Vian : « *énormément de choses* », « *très agréables* », « *sympathique* ». Il serait volontiers prêt à s'en faire le prescripteur :

*Casanova et Boris Vian sont des expositions où l'on apprend à la fois énormément de choses, qui sont très agréables à regarder, où tu as beaucoup de possibilités d'accès divers à l'œuvre, que ce soit l'écoute d'une chanson pour Boris Vian, le petit film, des manuscrits évidemment, des affiches, des pochettes de disques, une pluralité qui exprime la pluralité des choses conservées à la BnF. Franchement, j'ai trouvé cela très bien pour un grand public. Ce qui est bien, c'est de réussir à allier la présentation des manuscrits qui, a priori, est ennuyeuse, pour les spécialistes, en tous cas pour les gens qui ont vraiment envie de s'intéresser, et la présentation sympathique d'une vie. En tant que prescripteur, je dis : "Allez découvrir deux grands écrivains, deux grandes personnalités, vous ne regretterez pas d'y être allé et de découvrir la BnF". (presse 3)*

Cette appréciation positive de la profusion est plus nuancée pour Casanova, victime d'une « *trop plein perceptif* » : « *Je trouve que c'est un peu mal foutu [la lecture qui se déclenche ou s'arrête en fonction de la place du visiteur et la présence concomitante d'autres sources sonores]. On a un aspect "agression auditive" qui est réelle, je trouve, dans cette expo.* » (presse 3)

Interrogés cette fois sur la programmation présente et passée – après un bref rappel de celle-ci compte tenu d'un niveau de connaissance généralement faible – les personnes interrogées la jugent pertinente par rapport aux attentes du public, y compris touristique. En particulier, Boris Vian est plébiscité comme une excellente idée :

- parce que Boris Vian évoque encore largement un Paris légendaire : « *C'est une certaine époque de Paris qui est très porteuse au niveau touristique parce que c'est l'existentialisme, c'est Saint-Germain-des-Près, et les touristes connaissent ces noms-là.* » (tourisme 1) ;
- parce que Boris Vian a été un mythe, qu'un public plus âgé souhaite redécouvrir : « *Boris Vian c'est mon enfance. Dans ma génération, il a quand même été un auteur relativement important et en même temps pas très connu, c'est-à-dire que l'on a tous lu trois ou quatre bouquins, mais on n'est jamais allés très en profondeur sur Boris Vian. Mais pour moi, c'est un mythe que j'ai un peu laissé de côté. C'est un mythe oublié, c'est un étranger, c'est sur l'autel des ancêtres, ce n'est pas un truc vivant, je n'ai pas lu Boris Vian depuis longtemps. Je me suis dit : "Tiens, je vais redécouvrir quelque chose, je vais ressentir de nouveau quelque chose qui va me rappeler des choses que j'ai connues, que j'ai vécues, cela va me remettre dans une certaine période, cela va me redonner une certaine forme de naïveté poétique que j'ai pu avoir". C'est cela qui m'intéresse dans Boris Vian.* » (web 2) Même pour des journalistes plus jeunes, « *Boris Vian est un vrai personnage* » (web 1).

Si la dimension de nostalgie joue très fortement en la faveur d'une exposition comme Boris Vian, elle se retrouve également dans La France de Depardon : « *C'est le regard sur une France qui est en train de s'effacer, ses photos disent quelque chose de la mémoire qui est en train de disparaître* » (presse 4). Elle se retrouve enfin dans les propositions spontanées de sujets d'expositions : « *Une expo sur le Paris disparu, je suis sûre que cela cartonnerait, les gens sont très en demande de patrimoine, le côté avant/après, cela tient toujours, on a des expos très optimales à faire là-dessus, mais toujours le lien entre le patrimonial.* » (presse 4)

La même appréciation positive de la programmation se retrouve chez tourisme 2, mais pour d'autres raisons : intérêt de la proposition pour un public familial, forte attractivité de l'objet « manuscrits » et croisement de l'univers du livre avec un autre média (ici, la musique, soulignant au passage que celle-



ci n'est pas immédiatement associée à la BnF). Précisons qu'il s'agit là encore de potentiels d'attractivité, tourisme 2 n'ayant vu aucune des expositions citées :

*Les titres et les thématiques me parlent tout à fait, effectivement. Je pense tout de suite à "enfants", amener les enfants à une exposition avec leurs parents, quand vous parlez de La Légende du roi Arthur ou Babar, Harry Potter. Et puis tout ce qui est univers des manuscrits. Et après, j'aurais envie de dire, d'élargir encore plus : Boris Vian, je trouve que c'est une proposition d'élargissement parce qu'elle aurait pu très bien se faire à la Cité de la Musique au final. (tourisme 2)*

Seule la programmation autour de quelques artistes, graveurs ou photographes contemporains est jugée par web 2 « relativement élitiste », avec « des choix un petit peu pointus » et des noms propres qui n'évoquent rien.

### 3.1.5. Des sites et des espaces perçus différemment

Regardons maintenant les différences perçues entre les sites et leurs espaces. Entre classicisme et fermeture d'un côté, modernité et ouverture de l'autre, les salles de Richelieu et de François-Mitterrand reçoivent des appréciations contrastées de la part des personnes interrogées. Les deux grands sites d'expositions satisfont et dissuadent simultanément des publics différents. Si elles ne doivent pas être séparées de leur caractère extrêmement subjectif, les opinions exprimées permettent d'éclairer des logiques de jugement qui touchent finalement plus à la scénographie qu'aux espaces à proprement parler. Ainsi, si les espaces d'exposition de François-Mitterrand sont jugés « trop ouverts » par tourisme 1, ils sont au contraire jugés « un petit peu tarabiscotés » par presse 4 – renvoyant forcément à des expositions différentes. Il convient donc de démêler dans les propos suivant ce qui relève du lieu en général et ce que relève d'une scénographie en particulier.

Appréciant les parcours chronologiques et relativement fermés, tourisme 1 préfère pour cette raison les espaces de Richelieu :

*Une critique que je pourrais faire, elle ne tient pas aux expositions en tant que tel, elle tient à l'espace d'exposition de la bibliothèque François-Mitterrand, que je trouve trop ouvert, et quand il s'agit principalement d'avoir un regard chronologique, on peut vite perdre le fil de la chronologie en passant d'une vitrine à une autre en ayant loupé une période.*

Il ne faut donc pas que le circuit fasse perdre la « force de l'expérience chronologique, de la progression dans le temps » (tourisme 1). Cette dimension est mieux respectée par les espaces de Richelieu, « tout en longueur » : « c'est plus simple de fermer l'espace en mettant une cloison et on tourne autour, du coup on s'aperçoit visuellement que l'on passe à autre chose. » (tourisme 1) Mais ce qui peut rendre par contrecoup la galerie de photographie « un petit peu ingrate », car on n'y fait que « des parcours quasi linéaires », à l'exception de l'exposition John Batho qui a su créer une vraie progression vers les images grâce à un dispositif visuel particulièrement envoûtant (web 2)<sup>2</sup>.

Ainsi, si tourisme 1 et web 2 ont des appréciations différentes de Richelieu, ils les décrivent en des termes similaires, qui s'opposent terme à terme pour tourisme 1 à sa perception de François-Mitterrand :

<b>Exposition François-Mitterrand</b>	Circularité du regard : « On l'embrasse d'un regard » (t1)	« On papillonne » (t1)	La visite peut perdre le fil chronologique au gré des circonstances (trop de monde devant une vitrine) (t1)	Espace ouvert (t1)
<b>Exposition Richelieu</b>	« tout en longueur » (t1 & w2) « semi-circulaire » (w2)	On « tourne autour de la cloison » (t1) « On vient d'un côté, on vient de l'autre. Tu fais le tour et tu reviens » (w2)	Passages temporels plus marqués : « On s'aperçoit visuellement que l'on passe à autre chose » (t1) « Vous n'avez pas un lieu qui permet de faire des choses extraordinaires, on coupe cela avec des panneaux. » (w2)	Espace fermé (t1)

<sup>2</sup> L'exposition présentait des silhouettes floues capturées sur un fond de *camera obscura* empreinte de buée et présentées sur des cimaises elles-mêmes en verre dépoli au début de l'exposition, certaines avec un miroir les reflétant au sol.

Pour tourisme 1, les mêmes écarts se retrouvent dans les thèmes retenus et l'organisation générale des expositions d'un site à l'autre :

<b>Exposition François-Mitterrand</b>	« plutôt moderne »	« exposition fleuve », « une période, qui nécessite de la place »	Choix du didactisme car il s'agit de présenter une évolution : « Il y a un discours, une évolution à présenter »
<b>Exposition Richelieu</b>	« très classique »	« aspects plus pointus du fonds »	Prérequis nécessaires car il s'agit de présenter un fonds : « Cela fait appel à une culture générale nécessaire pour pouvoir appréhender l'expo »

En conclusion, lorsque la force d'une thématique tient à l'expérience chronologique qu'elle permet (évolution dans le temps d'une institution, d'un thème, d'un type de document), un parcours fermé et linéaire, qui marque clairement les passages, est préférable à un parcours ouvert, plus approprié pour explorer une idée (ainsi de John Batho et même Prenez soin de vous dans la salle Labrouste).

Notons pour clore cette question des espaces que la répartition des expositions en fonction des sites est également sujette à discussion et fait l'objet d'avis souvent contradictoires : « Je suis sûr que Boris Vian c'est à Richelieu et Casanova c'est à François-Mitterrand, non ? » (tourisme 1). En revanche, professionnel 2 ferait plus facilement l'association entre Casanova et Richelieu (« Pour moi, Casanova-Richelieu, cela me parle »). L'imaginaire attaché au site joue donc également un rôle important dans la réception de l'exposition.

Il faut également se rappeler que l'ensemble de ces remarques proviennent de personnes ayant déjà une connaissance minimale de l'offre culturelle de la BnF et de la spécificité de ses espaces. Il n'est pas du tout sûr que cette connaissance soit partagée par le grand public, comme le fait remarquer un journaliste : « Sur les expos, c'est très compliqué entre les différents sites à mon avis pour le public. Pour nous journalistes, cela va, mais pour le public c'est difficile de savoir qu'est-ce qui est BnF, qu'est-ce qui ne l'est pas, qu'est-ce qui est là, qu'est-ce qui n'est pas là, ce qui est la différence entre Richelieu et Tolbiac. » (presse 2)

### 3.1.6. Au-delà des expositions : un déficit d'image

Les remarques précédentes, largement positives, sur l'offre culturelle de la BnF, soulignant fortement le sérieux porté à son crédit, rendent d'autant plus intrigante la faible fréquentation de certaines expositions : aux dires des journalistes interrogés, La Légende du roi Arthur avait tout pour dépasser les 30 000 visiteurs. Si la fréquentation ne peut être rapportée à un défaut majeur de programmation ou de présentation des œuvres, c'est donc l'image plus générale de la Bibliothèque et de ses sites qui doit être interrogée.

Le potentiel de fréquentation de l'offre de la Bibliothèque est avéré, y compris pour une clientèle touristique. Si elle ne fait pas partie du circuit des touristes visitant Paris pour la première fois (les « primo-visiteurs » sont majoritairement des européens de proximité, dont les séjours n'excèdent pas quelques nuitées et suivent des parcours bien balisés : Louvre, Tour Eiffel, etc.), l'offre d'expositions de la BnF est susceptible d'intéresser ceux qui reviennent, c'est-à-dire une clientèle de touristes désormais familiers avec la ville, ayant déjà visité les lieux les plus communs. À la recherche de nouveaux quartiers, éloignés des « poncifs » et des circuits habituels, ils espèrent retrouver la vie parisienne qui les a enchantés la première fois, mais sous d'autres aspects, éventuellement plus « pointus » : « Votre cible, à mon sens, est plus une clientèle qui sera en recherche d'une connaissance plus pointue de la culture française, voire parisienne, qui peut être aussi associée à des lieux et des quartiers qui sont un peu plus modernes. Je pense au site de François-Mitterrand, avec un quartier qui se développe, avec pas mal de choses nouvelles qui peuvent être intéressantes d'explorer quand on connaît bien le centre historique de Paris. » (tourisme 1)

De par sa dimension événementielle, l'offre d'expositions temporaires est le déclencheur le plus efficace d'une visite culturelle dans un lieu comme la Bibliothèque. D'autant plus facilement que le profil des touristes parisiens s'accorde bien à l'offre d'expositions : « Les jeunes vont plus à Berlin et à Barcelone ; Paris s'adresse plus à des CSP+ qui vont prendre le temps de faire des expositions. » (tourisme 2) L'exposition est donc le vrai lieu de notoriété pour une clientèle touristique, avant même le bâtiment ou les collections (tourisme 1). Pour un public de plus grande proximité (non touristique), l'exposition doit cependant s'inscrire dans un espace de vie culturelle, avec une offre plus large. Cette requête se vérifie dans les raisons de la fréquentation « assez systématique » des expositions de Richelieu par l'une des personnes interrogées : « Je vais assez systématiquement aux expos de photos à



*Richelieu, d'abord parce que je suis assez souvent dans le coin et il y a l'INHA à côté, je vais à la librairie de l'INHA. Physiquement, c'est un quartier où je suis assez souvent.* » (web 2) Nous le vérifions, Richelieu est situé dans un ensemble vivant : une institution voisine, sa librairie, un quartier fréquenté pour d'autres raisons. Pareillement, la présence d'une librairie originale sur le site François-Mitterrand est un fort atout pour presse 4, même si elle en parle au passé : « *Dans le 13<sup>e</sup>, j'aime bien la petite librairie, enfin, si elle existe encore. Il y avait une librairie où l'on pouvait acheter les catalogues et tout cela. Parce que je suis très bouquins, il y a plein de petites choses : il y a souvent des bouquins soldés intéressants et puis j'aime bien farfouiller, trouver des vieux catalogues et tout cela.* » (presse 4)

L'existence de cette librairie ne semble pas suffire à créer la vie culturelle attendue : « *François-Mitterrand, il faut y venir. Ce n'est pas un endroit de promenade, de visite habituelle* » (web 2). Or la visite d'une exposition se vit justement sur le mode ludique de la « *promenade* », avec ce que ce terme appelle d'itinéraires variés, de haltes possibles : « *Aller voir des expositions, globalement, j'ai l'impression que c'est souvent perçu comme des balades, c'est un lieu de rendez-vous, on y va, on se balade pendant une heure, c'est agréable, cela fait du bien et on a ce temps de respiration-là.* » (web 1) Il faut donc un cadre propice et repéré comme tel par le visiteur potentiel : « *Richelieu, pas très loin, vous avez beaucoup de restaurants* », fait remarquer web 1.

Face à cette forte attractivité de Richelieu (du fait principalement de son quartier), le site François-Mitterrand semble accuser un retard notable. Le jugement porté sur les quatre tours et leur environnement pourrait sembler accablant : « *J'ai toujours détesté cette architecture que je trouve extrêmement dure, froide, vraiment pas un lieu accueillant* » (presse 1) ; cette architecture est associée « *à une abstraction : Tour des temps, Tour des nombres..., c'est froid, c'est mathématique* » (presse 3). Le lieu semble l'obstacle insurmontable pour faire venir non seulement le public mais aussi la presse – opinion exprimée sur le mode de la sentence définitive : « [Q : Avez-vous des explications à la fréquentation limitée de certaines expositions de François-Mitterrand ?] *C'est à François Mitterrand, c'est tout, il faut y aller. Franchement, pour moi c'est rédhibitoire* » (presse 4).

Cette négativité doit cependant être relativisée, car elle dissimule souvent une méconnaissance des changements survenus ces quinze dernières années. Si le quartier s'est transformé, peu de parisiens le savent. Au point que Richelieu est cité à l'occasion comme « *le site parisien* » (presse 4), comme si le 13<sup>e</sup> arrondissement était derrière le périphérique (le quartier est d'ailleurs comparé à Montrouge par presse 4). Les jugements les plus extrêmes ne semblent pas avoir intégré les récentes mutations. Or, « *le lieu influe énormément sur la perception de tout ce que l'on y trouve, c'est un lieu qui a été détesté, critiqué, que les gens doivent encore apprivoiser.* » (presse 3) Cet apprivoisement passe par la construction d'une mémoire affective du lieu : « *Il est clair que j'irai plus facilement à Richelieu qu'à François Mitterrand. Il y a une question d'habitude aussi, il y a des souvenirs qui sont attachés assez particuliers.* » (tourisme 1) À plusieurs reprises, cet attachement à Richelieu est exprimé en termes de souvenirs personnels, fortement connotés affectivement (« *J'ai une tendresse pour Richelieu* », presse 4) : souvenirs d'étudiant ou de visiteur d'exposition, souvenirs d'une bibliothèque où tout semblait facile et rapide d'accès, de la sortie du métro à l'arrivée en salle de lecture (presse 3). L'existence chez les personnes interrogées d'une mémoire de Richelieu va donner à son offre un plus fort potentiel d'attraction, non seulement parce que cette mémoire rassure et facilite l'accès (question d'« *habitude* » évoquée par tourisme 1), mais également parce que la nostalgie est elle-même un déclencheur important de la sortie culturelle (tourisme 1 ; cf. également les propos sur [Boris Vian](#)). Richelieu est apprécié parce qu'il est situé dans le « *Paris historique* » et qu'il a lui-même une histoire (presse 4).

Le site François-Mitterrand a-t-il des chances d'être « *apprivoisé* » par un public culturel ? Assurément. Les rares personnes interrogées ayant déjà eu une fréquentation régulière de François-Mitterrand et de son quartier, en tant qu'étudiant ou simple voisin, montrent que cette construction d'une mémoire du lieu est possible : tourisme 2, qui a fréquenté François-Mitterrand pour ses recherches, a une appréciation beaucoup plus positive du site, jugé « *extérieurement imposant, un peu colossal, mais à l'intérieur, c'est assez clair, un intérieur plutôt chaleureux.* » (tourisme 2) Selon elle, il serait intéressant d'évaluer la satisfaction des visiteurs en fonction de leur niveau d'attente initial – type d'évaluation couramment réalisé par les offices de tourisme. Si Paris, comme destination touristique, enregistre un fort taux de déception du fait d'une attente initiale très élevée, la tendance pourrait s'inverser pour un lieu comme François-Mitterrand :

*Je ne sais pas quelle est l'image que les gens avaient avant. Moi qui ai fait de l'histoire, on m'a souvent dit : "Bibliothèque, ce côté rat de bibliothèque, la poussière, le livre, le silence", cela fait un peu peur, on n'a pas envie d'aller dans cet antre un peu impressionnant, intimidant. Et généralement, les gens en sortent agréablement surpris. Cela peut être un bon tremplin.* (tourisme 2)



Il faudrait pouvoir étudier ce rapport de perception avant/après, important pour le bouche-à-oreille : « *Si le visiteur est surpris, il faut jouer là-dessus* » (tourisme 2). Cette heureuse surprise est à nouveau attestée par l'expérience récente de professionnel 2, visitant pour la première fois François-Mitterrand : « *à l'intérieur, c'est magnifique* », « *c'est une caverne d'Ali Baba de la culture* ».

*Avant que j'aille pour la première fois à François-Mitterrand, il y a près d'un an maintenant, bizarrement – et en même temps je ne dois pas être le seul –, mais c'est le côté..., parfois on n'a pas le temps de découvrir les lieux. Et puis en même temps, "Bibliothèque nationale François-Mitterrand", pour moi, c'est un lieu où il y a des bouquins, et que des bouquins, et, qu'est-ce que je découvre ? Je découvre d'abord un lieu extraordinaire à visiter. J'avais bien vu de l'extérieur, il y avait une architecture très spéciale, mais à l'intérieur c'est plutôt une belle surprise et c'est magnifique. Et ensuite, on découvre un programme d'expos, de projections de films, de débats, de micro événements très ciblés, et sans arrêt, il y en a tous les jours, ce qui fait que c'est un lieu, c'est une caverne d'Ali Baba de la culture. Caverne d'Ali Baba, ce n'est pas péjoratif, mais c'est un vrai lieu de bouillon de culture et cela, on ne l'a pas dans le nom "Bibliothèque François-Mitterrand", enfin, "Bibliothèque nationale de France". (professionnel 2)*

Ce potentiel de l'offre, dans un espace finalement « *plutôt chaleureux* », voire « *magnifique* », est porté par celui d'un quartier en pleine mutation : la rénovation des friches, les équipements en bord de Seine, les restaurants et les jardins de Bercy-Village, le développement de l'hôtellerie (avec la gare de Bercy), etc. Web 2 cite également Bétonsalon, le centre d'art et de recherche intégré à l'université Paris-Diderot, dont il visite régulièrement les expositions.

*Il y a un déficit de notoriété, je pense que c'est clair. Par contre, il a été contrebalancé par l'érection du nouveau site qui est, à mon avis, un des atouts majeurs en termes d'axe de communication, parce que cela vous permet de vous faire identifier très rapidement. C'est quand même un site attaché en plus à une personnalité assez mondialement connue de l'histoire contemporaine, avec une originalité dans l'architecture, dans le positionnement près de la Seine. Il n'y a pas vraiment une rupture avec la culture parisienne, mais il y a un atout dans le sens où c'est quelque chose de nouveau et de moderne, je pense que c'est quelque chose d'important. (tourisme 1)*

Professionnel 2 livre un témoignage qui vérifie cette forte portée symbolique du lieu, mais aussi et surtout de son nom. Il y a quelques années, les bureaux de son association se sont vus déloger du toit de la Grande arche de La Défense. Pour rassembler ses adhérents, le lieu le plus naturel, capable d'égaliser au plan architectural et symbolique la Grande arche, lui est aussitôt apparu comme étant le site François-Mitterrand, où il a organisé peu après depuis une importante manifestation.

Il s'agit donc de prendre la mesure du potentiel de ce lieu en termes d'image (« *modernité* », « *citoyenneté* », etc.) et de jouer avec des rapprochements qui parlent au public visé. Ces rapprochements sont d'ailleurs multiples, bien au-delà des monuments mitterrandiens : « *Il y a beaucoup de gens qui me disent "Tolbiac, cela me fait penser à Berlin, à l'Europe", un quartier un peu européen. Finalement, cela correspond assez aux nouveaux quartiers que l'on peut trouver dans d'autres villes européennes.* » (tourisme 2) Une telle image doit être travaillée collectivement, avec les autres partenaires académiques et culturels aux alentours : « *J'attends de la Bibliothèque qu'elle devienne un pôle culturel majeur finalement du Paris du XXI<sup>e</sup> siècle, c'est-à-dire avec effectivement la Cinémathèque en face et les universités qui déménagent ici, un nouveau quartier, une nouvelle vie qui se crée, l'enjeu de rendre ce nouvel endroit vivant et agréable à fréquenter.* » (presse 3) Un autre partenaire essentiel est l'hôtellerie : si les touristes parisiens visitent en priorité les lieux communs (Tour Eiffel), ils sont souvent en demande pour leur dernier jour de visite d'une offre de proximité, plus reposante, qui ne leur demande pas de prendre les transports en commun. Or, précisément, l'hôtellerie parisienne bon marché – en particulier pour un public de province – s'est surtout développée à la périphérie.

Ces longs développements sur François-Mitterrand et son quartier ne doivent cependant pas majorer leur handicap de départ : c'est bien la Bibliothèque en tant que telle qui souffre d'un déficit d'image, qui inclut aussi bien Richelieu malgré sa force d'attractivité plus évidente :

*Le site Richelieu reste quand même relativement fermé [...] Je pense que le lieu est un obstacle majeur à la fois par ce qu'il incarne – la Bibliothèque – mais aussi par sa réalité physique, ou parce que c'est un lieu un petit peu, peut-être un peu élitiste je pense, parce que Richelieu, qui, lui, est un lieu magique, est-ce que le parisien moyen se dit "C'est pour moi, est-ce que j'ai le droit d'y aller" ? (presse 1)*

*Si vous regardez le site de Tolbiac ou le site de Richelieu, c'est une prison, c'est tout un quartier, comment on appelle cela..., un truc intrus, un quadrilatère qui est complètement fermé parce qu'il y a des travaux, ce n'est pas une rue passante, ce n'est pas..., cela n'aide pas. Je n'ai jamais vu des affiches, des machins, des trucs qui disent "Poussez, rentrez". (presse 2)*



## 3.2. Recommandations

### 3.2.1. Communiquer d'abord sur la BnF « lieu de vie culturelle »

*Il y a un moment où il faut montrer ; il ne faut plus montrer l'extérieur, il ne faut plus zoomer sur ces livres grands ouverts, en bord de Seine, où on peut faire une ballade. Non, il faut montrer qu'il y a des festivals de films, il y a des films que l'on ne voit plus ailleurs et que l'on peut ne voir que là, il y a des personnalités, etc. (professionnel 2)*

Avant de communiquer sur telle proposition particulière, il faut communiquer sur la Bibliothèque comme lieu de vie culturelle, en particulier pour le site François-Mitterrand. La méconnaissance de la pluralité de l'offre a déjà été soulignée dans la première partie : le visiteur potentiel a du mal à se faire une idée de ce qu'il y a à l'intérieur de la Bibliothèque, derrière ses hauts murs. Pour web 1, deux fondamentaux ne sont pas encore posés à ce jour : il y a une riche vie culturelle à la Bibliothèque et cette vie culturelle est pour tous. On peut parler ici de fondamentaux tant le vocabulaire utilisé dans le propos qui suit – volontairement conservé dans son intégralité – renvoie au niveau le plus élémentaire, quasi-biologique de la vie : « lieu de vie », « le vivant », « dynamique », « fourmille », « lieu de vie animé », « lieu de rencontres, d'échanges, de dialogues » :

*Une question que pourrait se poser la BnF, c'est celle d'être un lieu de vie, un lieu culturel, parce que c'est vrai que c'était historiquement une bibliothèque qui a ensuite créé des expositions, qui est devenue un lieu d'exposition, mais qui n'est peut-être pas encore identifiée suffisamment comme un lieu de vie de la culture justement, avec pas aussi suffisamment de choses aux alentours, je pense que c'est encore un peu trop isolé. Mais je trouve que justement, le MK2 de la Bibliothèque a réussi, avec deux restaurants à l'intérieur, une librairie, un lieu pour acheter des DVD, des accessoires, il arrive à en faire un lieu où l'on peut aller. Il se trouve que la BnF a encore peut-être ce côté trop austère. J'adore le bâtiment, j'adore cet endroit, je trouve que c'est vraiment un lieu magnifique et très agréable, mais très silencieux et peut-être pas assez vivant et le vivant normalement entraîne une dynamique qui fait que les gens viennent. Est-ce que vous avez envisagé une campagne de communication sur la BnF ? Pas des campagnes ponctuelles pour une telle ou une telle exposition, mais parler de la BnF justement comme un lieu où il y a des salles de lecture, des conférences, des rencontres, des événements, des expositions, etc. ?*

**Q :** Vous pensez que beaucoup se disent : la Bibliothèque, ce n'est pas pour moi ?

*C'est, à mon avis, ne cherchez pas vingt-cinq raisons, cela, à mon avis, fait partie des grosses, voire de la grosse raison : il faut identifier le lieu comme un lieu de vie. Plus qu'institutionnellement, la "Bibliothèque nationale de France", je pense qu'il faut aller au-delà de cette image-là un peu pesante et expliquer que la BnF fourmille aussi... J'étais impressionné quand j'ai appris le nombre de personnes qui travaillaient à la BnF, que l'on ne voit pas, c'est cela qui est quand même fou : c'est que la BnF est faite de telle façon que tout paraît caché derrière les murs et c'est tellement silencieux et tellement calme. Mais du coup, c'est vrai qu'il n'y a pas ce côté "lieu de vie animé" et je pense que vous développeriez cela et travailleriez à une communication sur la BnF comme un véritable lieu de rencontres, d'échanges, de dialogues, etc. (web 1)*

La Bibliothèque semble faire écran à sa propre offre : écran tout d'abord de son architecture au premier regard (pour François-Mitterrand, du fait de ses grandes tours dans un espace vide, mais tout autant pour le quadrilatère Richelieu qui reste, comme nous l'avons vu, une figure géométrique fermée), mais écran également d'une activité principale qui renvoie au silence et au calme. Tout le contraire d'un lieu de vie animé : « La BnF est vue comme une bibliothèque et pas comme un lieu d'expositions, ce n'est pas prévu comme un lieu de vie et c'est un lieu qui n'accueille pas facilement les gens. » (presse 2) Il faut donc communiquer d'abord sur le lieu, « parce que justement, il y a une image forte de la Bibliothèque et qu'il y a cette difficulté à transmettre l'information sur l'offre culturelle pure et dure. » (tourisme 1).

La communication sur la diversité de l'offre ne doit pas se faire cependant au détriment de la construction de son identité – au sens large d'un « univers » –, surtout dans un fort contexte concurrentiel :

*Je prends l'exemple de Washington, de cette grande rue où il y a tous les musées qui s'alignent. Si ces musées sont en concurrence, ils trouvent quand même à chaque fois leur place en donnant une image forte et précise de ce que l'on peut y trouver. Et peut-être c'est ce qu'il manque à Paris, Paris-Ile-de-France et en France : "Qu'est-ce que je peux trouver en terme d'expos à la Bibliothèque, que ce soit Richelieu ou François Mitterrand ?" (tourisme 2)*





*C'est vrai qu'à un certain stade il faut vraiment avoir une idée précise de ce que l'on représente dans le paysage culturel et se tenir à cette ligne directrice. Après Monet, dans l'esprit des gens, les galeries nationales du Grand Palais sont les expositions de peinture extraordinaires. (tourisme 1)*

### 3.2.2. Déclencher « l'urgence de la visite »

Dans un contexte de très forte concurrence, il faut pouvoir « déclencher l'urgence de la visite » : « Le caractère d'urgence est le moteur des gros succès des expositions parisiennes » (tourisme 1). Ce qui n'exclut pas une certaine surenchère dans la communication : « On s'achemine de plus en plus vers une espèce de marketing des expositions, c'est clair ; il y a une mise en vente de la culture à ce niveau-là » (tourisme 1). Presse 4 donne ainsi l'exemple d'un musée de beaux-arts parisien de taille moyenne qui travaille avec une agence de communication : « Ils font des comptes d'exploitation : "Cette année, il faut que l'on ait tant de visiteurs par expo". Qu'est-ce qui marche ? Étude de marché : l'Égypte, les Flamands, l'Italie, l'art italien, les impressionnistes. » (presse 4) Plus proche de nous, est mentionnée la force de communication de la Cinémathèque, relayant une programmation reposant sur des valeurs sûres : « Pour le coup, ils prennent quand même zéro risque en faisant une énorme exposition sur Tim Burton, en faisant une énorme exposition sur Stanley Kubrick, ce sont des valeurs sûres, vous y foncez tête baissée parce que tout le monde aime Kubrick, Burton. » (web 1) Pour presse 2, les principaux établissements sont passés de la question de la communication à celle du marketing : non pas seulement informer, mais « chercher des niches », « faire du buzz », faire des partenariats « très longtemps à l'avance » (presse 2).

Pour un analyste du tourisme parisien, le succès écrasant de quelques grosses machineries (le Centre Pompidou, le Grand palais), dans le contexte d'une offre culturelle parisienne devenue pléthorique, ne porte pas préjudice à la fréquentation d'espaces plus confidentiels ou à des propositions plus singulières. En dehors d'études précises sur la question, il semble qu'on assiste plutôt à une augmentation concomitante de l'appétence culturelle des visiteurs :

*Plus vous êtes cultivé, plus vous avez l'impression d'en savoir peu, et plus vous avez envie d'en savoir plus, pour mettre en perspective votre propre savoir. Du coup, aller voir Soulages, aller voir Munch, cela vous fera peut-être aller voir Akseli Gallen-Kallela à Orsay cet hiver, parce que c'est la même période, mais ce sont deux pays différents ; c'est un pays nordique mais une histoire complètement ou radicalement différente et comme vous aurez un peu abordé cet aspect des choses... (tourisme 1)*

Même impression confirmée par presse 1 : « Non, je ne crois pas du tout que cela nuise, parce que la preuve est que les chiffres continuent d'exploser. »

Dans ce contexte de surenchère en termes d'offre et de communication, se faire une place est devenu particulièrement difficile. Nous avons identifié à travers les entretiens quatre principaux déclencheurs de visite d'exposition, classés par ordre de priorité :

- **Mettre en avant le caractère extraordinaire et unique de la présentation d'une ou plusieurs pièces**, du fait de leur fragilité, de leur valeur ou de leur originalité : « On viendra parce que l'on saura qu'il y a des éléments qui n'ont jamais été montrés, qui sont peu montrés. Il faut insister sur le fait que l'on n'a jamais montré ces choses-là et que l'on ne les montrera plus jamais, parce que c'est trop fragile et que du coup, on ne peut les sortir que tous les cinquante ans. » (tourisme 1) Or, pour Babar, Harry Potter et compagnie, rien dans le titre ou l'affiche n'indiquait que l'on allait y voir « des trucs un peu originaux » (presse 3). Idem pour La Légende du roi Arthur, exposition qui n'a pas forcément été identifiée d'abord comme présentant des manuscrits extrêmement rares : « C'est peut-être une question d'identifier... Je ne suis pas sûre que le public ait compris qu'il y aurait des manuscrits médiévaux ; on pense que c'est quelque chose de thématique, l'identification aux manuscrits n'est peut-être pas lisible immédiatement. » (professionnel 1)

Professionnel 2, qui parle ici à la fois au titre de sa connaissance des comités d'entreprise et en tant que père de famille, insiste sur la nécessité de pouvoir dire à un public potentiel que l'on va voir quelque chose d'unique : « Pour se déplacer dans un monde comme celui de la BnF, qui a une image un peu "culture", un peu "livres", il faut se dire que l'on va aller voir quelque chose que l'on n'a jamais vu ailleurs et que l'on ne verra pas ailleurs. À Angers, j'ai emmené mes enfants à une expo de minéraux. Ce n'est pas très sexy... ! Mais il y avait la plus grosse pépite au monde qui faisait 2.8 Kg, gardée par des agents de sécurité. Là, vous avez quelque chose de spectaculaire, de rare. Et après, vous pouvez aller avec les mômes vous balader, et d'un seul coup : "Papa, regarde !" Voilà, vous avez gagné. Et les comités d'entreprise, c'est pareil, il faut qu'il y ait cette accroche. » (professionnel 2)

Notons que ce caractère unique peut être plus simplement celui du rassemblement de pièces dispersées géographiquement. Cette stratégie est particulièrement prisée des institutions n'ayant pas de collections propres (La Pinacothèque, le musée du Luxembourg). Leur communication met volontiers en avant : « *C'est la première fois que sont réunies autant d'œuvres de cet artiste, si vous n'allez pas voir l'expo, il faudra que vous alliez voyager dans quatre villes différentes et dans trois pays pour avoir un aperçu aussi global de l'artiste, de la période, du type d'œuvres présentées* ». (tourisme 1)

- **« Angler » ou « problématiser » une œuvre, un auteur** : le succès de l'offre culturelle parisienne en matière d'expositions temporaires ne vient pas seulement d'un bon marketing, elle vient également de la qualité du discours proposé à un public toujours plus cultivé et en recherche d'une véritable intelligence des œuvres et de leur histoire. Aujourd'hui, on se contente rarement d'une simple rétrospective autour d'un artiste connu ; l'œuvre sera abordée selon un certain aspect, mise en regard d'un autre artiste, d'un phénomène historique, avec parfois des rapprochements inattendus voire discutables (Giacometti et les Etrusques à la Pinacothèque, cité par web 2 et presse 1 avec la même réprobation). On est passé de l'exposition-catalogue à l'exposition-problématique : mettre en avant la « *relation entre deux peintres, avoir un angle d'attaque qui permet de renouveler le plaisir que vous avez eu quand vous êtes allés il y a vingt ans à la rétrospective fleuve Dali, et à ce niveau-là je pense qu'il y a une éducation du public* ». (tourisme 1) Plus simplement, cette problématique peut être celle de la nouveauté du regard, surtout sur des sujets très connus (web 2). Seront alors attendus « *ce qui renouvelle l'interprétation de Qumrân* » (presse 3) et, pour Casanova, la « *mise en perspective* » de ce qu'apporte le manuscrit à la connaissance de Casanova, une « *problématique* » (web 1). Par réflexe professionnel, les journalistes vont naturellement insister sur cette nécessité de trouver l'angle d'attaque qui leur permettra d'écrire un article. Au sujet de Babar, Harry Potter et compagnie, un blogueur dit clairement ne pas l'avoir trouvé : « *Je me suis dit : "je ne sais pas ce que je pourrai écrire là-dessus, je ne trouverai pas nécessairement un bon angle d'attaque sur cela"* » (web 2). Mais derrière les besoins d'une profession, transparait également le caractère dissuasif aujourd'hui d'une approche trop générale ou de type « *catalogue* » de certains sujets : « *J'aurais tendance à croire qu'une exposition type Harry Potter, Babar et compagnie serait un peu fourre-tout. J'aurais du mal à voir l'angle. Je me dirais qu'il y a un côté aussi "catalogue" de ce qui a été écrit de la littérature enfantine. Mais pour moi, il faudrait une vraie approche, il faudrait un vrai angle d'attaque, une vraie proposition de commissariat, une vraie problématique qui fasse que l'on se dise "Là, on apporte quelque chose par rapport à cela", on soulève une question* » (web 1).

Afin d'éviter les problématiques trop abstraites ou académiques, l'angle choisi gagne à être dramatisé en fonction de l'air du temps : argument clair du titre de l'exposition Titien, Tintoret, Véronèse... rivalités à Venise (Louvre, 2009-2010) où la rivalité affichée entre les trois peintres renvoie volontiers à l'imaginaire du roman policier (tourisme 1). Argument payant si l'on en croit le succès de l'exposition, pourtant consacrée à une peinture religieuse moins populaire que celle des impressionnistes. Le traitement de l'exposition doit savoir tirer profit de tout le potentiel dramatique d'une œuvre : polémiques soulevées, conflits d'interprétation, censure ou mythification, etc. Pour Boris Vian, presse 3 regrette que l'exposition ait évité la question polémique des Zazous durant la Seconde guerre mondiale (s'amuser plutôt que résister) et n'ait pas suffisamment éclairé la transformation de Boris Vian en icône : « *L'exposition, je pense, aurait pu être un peu plus dramatisée, avoir un peu plus d'ampleur : pourquoi c'est devenu une icône ? Et du coup, l'affiche Boris Vian..., je n'imagine pas un nouveau titre de l'affiche mais un truc un peu plus percutant, un autre titre de l'exposition m'aurait fait y aller davantage* ». (presse 3, qui n'a visité l'exposition qu'à l'occasion de l'entretien)

- **Jouer avec l'imaginaire contemporain** : nous l'avons vu, la problématisation du propos doit savoir subtilement croiser l'air du temps. Cet air du temps, ou encore ce qui « *résonne avec la culture contemporaine* », ce sont des titres de roman qui servent à le nommer dans deux entretiens : « *le Da Vinci Code* » (tourisme 1) ; « *Le Nom de la rose* » (professionnel 1). Pour autant, il ne s'agit pas ici de ramener à soi la culture contemporaine par un fil trop épais, en citant par exemple le nom d'Harry Potter dans un titre – ce qui ne convainc pas : « *tu te dis que c'est pour amener du monde...* » (presse 3) – mais de jouer avec un imaginaire : Rivalités à Venise pour l'exposition Titien ou Les Maîtres de la lumière pour Fra Angelico au musée Jacquemart-André font discrètement signe vers des œuvres ou des fascinations contemporaines (le polar, l'ésotérisme). Or, à l'avantage de la BnF, l'objet « manuscrit » a des résonances immédiates

dans l'imaginaire contemporain. Professionnel 1 cite pour preuve le fameux manuscrit de Voynich auquel Arte a consacré récemment une émission qui a dépassé le million de téléspectateurs<sup>3</sup> : « *Je me suis dit [en regardant l'émission] : "C'est quelque chose qui peut intéresser parce que c'est un peu Le Nom de la Rose". Le côté "Nom de la Rose", je pense que cela continue à irriguer l'imaginaire des gens aujourd'hui, et d'autant plus – et je pense que cela ira peut-être en s'accroissant – parce que dans les pratiques courantes, on est plus ou beaucoup moins liés aux livres. Il y a une fascination du caractère "antique", plus éloigné des pratiques courantes* » (professionnel 1). Nous retrouverons cette fascination pour l'objet manuscrit dans la partie 3.2.3.

- **S'adjoindre un invité extérieur** : résonner avec l'air du temps, c'est également accepter un « regard extérieur » sur une exposition, qui permet de sortir d'une approche trop technique des œuvres (approche associée par presse 2 à celle du conservateur) et de porter une communication plus large : « *Il y a beaucoup de conservateurs ou de patrons de départements qui pensent les expos sans avoir cette espèce de..., ils pensent cela en professionnels, en conservateurs. Il faut un regard extérieur...* » (presse 2) Pour capter le grand public, il faut trouver la personnalité qui pourra « raconter une histoire » (professionnel 1 et presse 2). Associer, par exemple, un sujet scientifique pointu avec un artiste ou un intellectuel connu.

D'une manière générale, il ne faut pas redouter une communication plus agressive : « *Il faut un affichage avec un truc super pêchu, parce que c'est cela : il faut attirer l'œil, je pense aux pubs Benetton vous voyez<sup>4</sup>. Pour les expos, il faut faire pareil, il ne faut pas mettre une belle lithographie, il faut un peu "exciter" le public.* » (presse 4)

N'y a-t-il pas cependant un risque pour l'institution en question de « perdre son âme » par une communication trop tapageuse et un trop grand souci marketing ? L'exemple de l'entrée récente dans la Pléiade de Boris Vian et de Jacques Prévert, cité par presse 2, montre cependant qu'une démarche scientifique n'exclut pas une démarche commerciale. On ne peut vouloir attirer le public et refuser en même temps de faire quelques concessions :

*Je suis de très près ce qui se passe à Versailles et je suis de très près ce qui se passe au Louvre. Je pense que l'on peut tout à fait à la fois préserver le sérieux d'une exposition et en même temps offrir une dimension grand public qui va attirer, à travers un invité connu du public, à travers un objet culte. Il faut faire des concessions pour faire venir les gens, et ensuite, si vous en faites venir un ou deux, si vous arrivez à faire passer le message.... Regardez, Gallimard : ils n'ont pas peur de faire Prévert dans la Pléiade, Vian aussi, parce que c'est attirer les gens, c'est s'ouvrir, ce sont des démarches commerciales. Enfin, si l'on veut du monde... Si l'on a envie de rester entre soi, c'est très bien aussi.* (presse 2)

Face à ces propositions, les titres des expositions de la BnF semblent trop en retrait, timorés ou généraux, comme le vérifie un propos au détour d'un entretien : « *Je n'ai jamais "tilté" sur le nom d'une expo pour faire un article* » (presse 3). Afin de vérifier cette intuition, il a été demandé aux personnes interrogées leur avis sur le titre de l'exposition en cours « Casanova. La passion de la liberté ».

- Le sous-titre est jugé « sage » et « général », « *Il manque juste peut-être un sous-titre un peu plus anglé, un peu plus surprenant* » (presse 3). « *Un peu plat. On peut mettre tout ce que l'on veut derrière* » (web 1). « *Il faut reconnaître que pour faire plus plat, c'est difficile. Je veux dire : Casanova, il faut un truc qui est provocateur ou alors ce n'est pas la peine. Il y a aussi ce côté un peu thèse de 3<sup>e</sup> cycle à chaque fois, c'est-à-dire précautionneux.* » (presse 2)
- À moins d'avoir lu le dossier de presse, l'intérêt de voir Casanova « exposé » à la BnF n'est pas motivé par une information particulière sur ce que l'on va découvrir dans l'exposition. Cette exposition, au fond, c'est quoi ? Des livres ? : « *Le sous-titre ne m'éclaire pas beaucoup plus quant au contenu de l'exposition.* » (tourisme 1) « *Quelqu'un qui n'aurait pas été informé par les canaux presse, s'il voit "Casanova, la passion de la liberté", il ne va pas penser forcément qu'il y aura un manuscrit extrêmement rare, il ne va pas être au courant de l'acquisition, enfin, par exemple, de l'histoire de l'acquisition de ce manuscrit* » (professionnel 1). Du coup, le titre actuel pourrait aussi bien être celui d'un numéro spécial de magazine : « *Tu as l'impression que tu es dans un numéro du Magazine littéraire ou dans un dossier du Monde, c'est-à-dire que tu as l'impression que c'est très sage, que ce n'est pas anglé.* » (presse 3) Écho similaire pour « Babar, Harry Potter et Cie » : on comprend que la mention d'Harry Potter a un fort impact marketing, mais « *Qu'est-*

<sup>3</sup> La soirée Théma « Livres secrets », diffusée dimanche 18 décembre 2011, a réalisé le record d'audience 2011 pour la case Théma du Dimanche, en part de marché et en nombre de téléspectateurs, avec 4.7% de parts de marché et 1 147 000 téléspectateurs.

<sup>4</sup> Utilisée pour l'affiche de l'exposition Controverses.



ce que l'on va voir à la BnF sur Harry Potter ? des décors ? » (presse 3). Dans le doute, le public se dit qu'il ne va voir que des livres : « Vous faites Casanova au Grand Palais, cela se tient ; vous faites Casanova à la BnF, c'est plus compliqué dans la lecture de l'offre et dans l'esprit, parce que, a priori, les gens ne savent pas qu'il y a des expos sur autre chose que sur des livres. Ils se disent que c'est du livre. Alors, je ne sais pas comment est l'expo Casanova, si ce sont des documents, si ce sont des projections de films, s'il y a des tableaux, je ne sais pas du tout. » (professionnel 2)

- Le sous-titre surestime la connaissance que le public a de Casanova : « Le sous-titre aurait même tendance à m'exclure un peu plus, ne sachant pas pourquoi Casanova est associé à la liberté. A-t-il été emprisonné ? Victime de l'arbitraire de son temps ? Je ne connais pas assez Casanova pour le dire. » (tourisme 1) Certains journalistes reconnaissent ne pas connaître le siècle où vécut Casanova, d'autres ignorent même qu'il y a un manuscrit au cœur de l'exposition (presse 4) – ce qui nous renvoie au point précédent : on ne sait pas ce que l'on va voir.

En conclusion, rien dans le titre ne vient déclencher « l'urgence de la visite » ou « l'effet de nécessité ». Ces deux expressions soulignent la force d'inertie que la communication doit réussir à vaincre pour capter un public à la fois peu disponible et sur-sollicité (en particulier, dans l'exemple ci-dessous, les 30-50 ans) :

*Il y a une offre culturelle gigantesque pour tout le monde, cette offre est pléthorique. C'est cela le problème, c'est qu'en fait, finalement, on ne sait pas où donner de la tête quand on vit à Paris et quand on a envie d'aller voir des choses, surtout quand on a une famille, que l'on sort moins que quand on est célibataire, jeune ou retraité, etc. Tu vas vers ce qui est étonnant, attirant, surprenant, et que là, tu n'as rien d'attirant, de surprenant, parce que Casanova n'est plus scandaleux depuis longtemps. (presse 3)*

Inversement, ce côté « effet dévoilement, effet sulfureux » (presse 3) a particulièrement fonctionné pour L'Enfer de la Bibliothèque. Interrogé sur ce qui l'a le plus « frappé, marqué » dans les expositions de la BnF, web 2 répond aussitôt : « X<sup>5</sup> ! Cela fait séduction, X, c'est cela, classé X ! Celle-ci était extraordinaire, je l'ai vue deux fois je crois et j'ai vraiment trouvé cela absolument passionnant à la fois dans le sujet et dans la scénographie de l'exposition, c'est quelque chose qui m'a beaucoup frappé. » (web 2)

L'a priori largement favorable que recueille une exposition BnF, que ce soit pour la qualité générale de ses propositions ou l'intérêt de tel sujet en particulier, ne suffit pas à déclencher la visite – même avec des invitations gratuites et des sollicitations régulières. Quelques témoignages suffisent à le montrer : on se dit que c'est certainement bien, mais on remet toujours au lendemain... jusqu'au jour de la fermeture.

Gaston Leroux : « J'aurais pu venir, je ne suis pas venu. Mais j'aurais pu venir parce que c'est un auteur que je connais, que j'ai lu, qui m'a intéressé. Là aussi je ne suis pas sûr que j'aurais su exactement comment écrire dessus, mais je m'en souviens et me rappelle m'être dit "Si j'ai le temps, j'y vais" ; je n'y suis pas allé. » (web 2)

Boris Vian : « Tu n'es pas appelé parce que tu te dis que c'est comme feuilleter un album de la Pléiade. Ce sera un bon album de la Pléiade, vivant, tu vas le feuilleter, cela va te faire du bien, tu vas peut-être apprendre un ou deux trucs si tu as un peu de temps, et puis tu te dis que la BnF c'est normal, ce sont des écrivains, même si évidemment il n'y a pas que des écrivains. Tu n'as pas d'effet de nécessité. Moi, en tous cas, je n'ai pas l'effet de nécessité. » (presse 2)

Casanova : « Je ne l'ai pas vue parce que... peut-être que je vous dirai après que c'est dommage parce que c'est magnifique. Néanmoins, on ne m'a pas donné envie d'aller la voir. Et pourtant j'ai des invitations gratuites... Je n'ai pas eu le temps, mais en même temps il n'y a rien qui m'a... » (professionnel 2)

Cet « effet de nécessité » est annulé ou contrebalancé par l'image patrimoniale de la Bibliothèque (comparée à un « album de la Pléiade ») : ce qui y est présenté un jour semble pouvoir y être représenté à nouveau un autre jour. Les grandes figures historiques mises en avant par les expositions semblent porter en elles-mêmes la loi de leur éternité (Artaud, Ionesco, Casanova, Boris Vian, etc.) : « Le risque est justement que l'on se dise "Ils sont là, c'est bien, pourquoi est-ce que l'on irait les voir alors que l'on sait qu'ils sont là ?" » (presse 3). Comme indiqué pour Casanova, l'imaginaire lié à l'institution-bibliothèque colore à l'avance ce que l'on pense y voir : « "bibliothèque" c'est associé à quelque chose d'un peu gris, c'est de l'imprimé, il y a certainement cet a priori négatif. » (presse 1)

<sup>5</sup> Allusion à la lettre « X » sur l'affiche de L'Enfer de la Bibliothèque et projetée sur l'une des tours du site François-Mitterrand durant toute la durée de l'exposition.

### 3.2.3. Thématiques : ces trésors que l'on ne voit jamais assez...

Si mettre en avant le caractère extraordinaire de la présentation d'une ou plusieurs pièces a déjà été indiqué comme un fort déclencheur de visite, arrêtons-nous sur cette notion de trésor, revenue à plusieurs reprises dans les entretiens. Si les fonds de la BnF sont fortement associés à cette notion, avec une emphase remarquable, leur mention est souvent associée au soupçon récurrent d'une mise en valeur insuffisante, voire d'une forme de rétention (un trésor, d'ailleurs, n'est-il pas *caché* par définition ?). Vraie ou fausse – peu importe ici –, cette impression ouvre une piste d'interprétation intéressante : ces trésors de la BnF, on ne les a jamais assez vus, on n'en a jamais assez.

*Parce que vous avez un patrimoine absolument extraordinaire, on m'a montré les estampes de Mantegna, Dürer, qui sont conservées sur le site Richelieu : c'est inouï de beauté et je trouve cela très important, justement parce que l'on n'a pas l'occasion d'en voir quand même très souvent comme cela, à part à la BnF qui a un fonds de manuscrits à tomber par terre. [...] Vous avez des choses exceptionnelles dont le public n'a pas idée. J'en appelle à plus de témérité. Les écrivains, c'est super, mais faites vivre votre fonds. Parce que les gens ne savent pas ce que vous avez. Je reviens sur les estampes : franchement, je pense que vous auriez de quoi faire, vous faites une fois par an une expo sur les estampes cachées de la BnF, "Trésors cachés de la BnF", les estampes de Mantegna, les estampes de Dürer, on sait que cela marche. [...] Prenez les éditeurs d'art et regardez ce qu'ils éditent. (presse 4)*

*La BnF est un réceptacle inouï de trésors ahurissants qui ne sont pas mis en valeur. Alors il faut les sortir, sortir les plus belles pièces autour d'une thématique, les plus belles pièces plus les pièces annexes autour de thématiques qui doivent être reliées avec l'actualité ou non, avec des anniversaires ou non, etc. Et il faut organiser des expositions avec des slogans ambitieux, avec des catalogues ambitieux. Il ne s'agit pas seulement de les sortir, il s'agit aussi d'avoir une véritable vision, c'est-à-dire de prendre un thème, de s'en emparer et de le fouiller, et un thème sur lequel évidemment la BnF soit légitime, c'est-à-dire qu'elle ait tout cela. (presse 2)*

Presse 4 cite Livres d'Arménie et Enluminures en Islam comme références selon elle de ce qu'il faudrait développer. Pour Enluminures en Islam, « les pièces étaient somptueuses, vraiment », même si elles n'étaient pas suffisamment mises en valeur faute de moyens et même si la période estivale était particulièrement mal choisie. Significativement, le souvenir d'une exposition comme Livres de parole. Torah, Bible, Coran pour presse 4 est d'abord le souvenir de « très belles pièces ». Tout comme Livres d'Arménie : « J'avais trouvé cela très bien, de très beaux objets bien mis en valeur, elle était très simple dans sa présentation » (presse 4).

La qualité de ce type d'exposition tient à un fil, tendu entre d'un côté, de « beaux objets », « des trucs formidables », et de l'autre, une « mise en valeur ». Dans l'ensemble de ces propos, la mise au cœur de l'exposition d'une ou plusieurs pièces uniques ou rares prime sur la présentation de l'esprit d'une époque ou d'une thématique, même si elle ne les exclut pas (« Il s'agit aussi d'avoir une véritable vision » insiste presse 2). La présentation de ces pièces suffit à elle seule à faire d'une exposition un événement, à fonder sa raison d'être. Ainsi du manuscrit de Casanova :

*En ce sens, pour moi, le manuscrit doit être central, non pas parce que ce manuscrit en reçoit de la valeur, enfin..., il a de la valeur, mais à partir du moment où c'est ce qui fonde la raison d'être de l'exposition, c'est le principe même. Je fais une analogie qui a des limites mais qui peut en partie fonctionner : c'est que l'on ne va pas sur Internet écrire un article sur un auteur, un musicien ou un peintre sans qu'il y ait une actualité pour le lier. Et de la même façon, cela justifie l'existence de cette exposition que de dire qu'il y a ce manuscrit qui a été découvert. (web 1)*

Dans le propos suivant, portant conjointement sur les expositions Casanova et Boris Vian, l'objet manuscrit est également positionné au cœur de la visite, comme sa motivation première et sa condition minimale de satisfaction (« passer juste quelques minutes devant un seul manuscrit, on est déjà content », presse 2). Les autres documents et supports multimédias sont considérés comme un enrichissement considérable de l'expérience de découverte du manuscrit (en particulier pour le « public large »), mais ils gardent une position seconde. Le journaliste parle des autres supports en les ramenant toujours à l'œuvre originale, qui seule a motivé la visite et la contente : les autres supports ne constituent pas des objets qui vaudraient par eux-mêmes, à côté du manuscrit, mais ils prolongent le manuscrit en un grand « livre illustré multimédia ».

*Ce qui est agréable dans une exposition, si on n'a pas beaucoup de temps, c'est de passer juste quelques minutes devant un seul manuscrit, on est déjà content parce que l'on se dit que c'est passionnant ; et puis aussi effectivement la multiplicité des supports pour Boris Vian, de voir des affiches, des pochettes de disques, des archives filmées. [...] Finalement, une expo BnF, c'est une expo où je vais trouver*



*évidemment des manuscrits, et si je me prends dix minutes pour lire un manuscrit je suis très heureux. Mais par ailleurs, comme ce sont des commissaires qui veulent atteindre un public large, je sais que j'aurai beaucoup d'autres ressources pour contrebalancer la présentation des manuscrits, pour en faire un ensemble multimédia. Je sais, a priori, que je vais trouver, justement, des manuscrits, plus beaucoup d'autres choses. C'est-à-dire que je n'y vais pas pour la qualité des autres objets présentés, même s'il y en a qui sont très beaux, j'y vais pour une sorte de livre illustré multimédia d'une œuvre ou d'un écrivain, en l'occurrence ici de deux écrivains, Casanova et Boris Vian. (presse 3)*

Le succès à Dublin de l'exposition permanente Book of Kells (« J'ai déjà visité trois fois cette exposition, c'est surpeuplé, les gens se battent pour se pencher sur les manuscrits et voir tout le travail. », web 1) et celle de Copenhague sur les manuscrits indiens (« Je voyais les gens aussi très intéressés en se penchant dessus et, même si c'était derrière une vitre », web 1) montre cette appétence pour l'objet rare et ancien – en particulier le manuscrit – vu, étudié et admiré dans sa matérialité. Cela d'autant plus volontiers, paradoxalement, que le numérique et la dématérialisation gagnent du terrain dans notre rapport aux œuvres. Comme le note professionnel 1, opère aujourd'hui « une forme de sacralisation du manuscrit qui a, je pense, dans le grand public, un intérêt... pas anecdotique, mais disons matériel, comme un bijou. Il y a quand même autour du manuscrit une espèce de... parce que l'on est dans cet univers extrêmement numérique, il y a un retour vers le manuscrit. » (professionnel 1) Cet attrait pour le manuscrit croise au moment de l'enquête de nouveaux programmes scolaires qui poussent fortement à la redécouverte du patrimoine et dictent aux enseignants des choix de sorties culturelles relativement classiques : « Littérature classique, œuvres, auteurs, mouvements littéraires. » (professionnel 1) *A contrario*, une exposition transversale comme Héros, d'Achille à Zidane les intéressera désormais moins, tant l'histoire des arts et de la littérature se trouve au premier rang de leurs priorités aujourd'hui. S'il y a transversalité, celle-ci gagne dans ces conditions à être disciplinaire (croisant la littérature avec d'autres arts) plus que thématique (le « héro » à travers les siècles) (professionnel 1).

Faire des expositions de « trésors », à la fois en termes de thème retenu et d'angle de communication : l'attente semble forte. Elle n'exclut bien entendu pas d'autres thématiques. Les sujets d'actualité sont cités par professionnel 2. Par ailleurs, l'intérêt d'expositions « monographiques » est également confirmé : « Je ne suis pas contre du tout ; au moins tu personnalises, tu as l'impression de rencontrer quelqu'un » (presse 3) ; « Je pense que c'est une entrée qui fonctionne bien, quand c'est un nom propre très connu, très attirant, je me dis "Tiens, j'ai envie d'aller voir cela, oui ce type-là m'intéresse" » (web 2) ; également du côté de l'enseignement secondaire : « Cet aspect monographique, c'est classique mais cela marche, je pense. » (professionnel 1)

### 3.2.4. Scénographie : de la lisibilité avant toute chose

Faut-il aujourd'hui aller vers une démultiplication des supports (multimédias), pour attirer un public éloigné de la culture du livre, ou tenir une ligne claire ? Comment ces deux souhaits légitimes peuvent-ils s'articuler ? Les propos recueillis croisent des réalités diverses sans toujours les distinguer (le nombre de documents n'est pas la même question que celle de la diversité des supports, le scénario n'est pas la scénographie, etc.), mais ils rassemblent des impressions similaires : « touffu », « too much », « inépuisable » vs « sévère », « linéaire », « simple ».

Au niveau du nombre et de la variété des documents présentés, on retrouve une même ambivalence dans les jugements entre sobriété bienvenue et profusion séduisante. Comme nous l'avons déjà souligné, Casanova est jugé « d'un point de vue sensoriel très fatigant, mais cela vous avez dû l'entendre beaucoup de fois : le télescopage sons, lumières, couleurs, textes, est absolument épuisant » (presse 3). L'heureuse surprise de la diversité des supports présentés dans Boris Vian, jugée pertinente par presse 2 pour toucher un « grand public », se double dans la suite de l'entretien d'une mise en garde : ne pas en faire « trop » pour séduire le public :

*Là [dans Boris Vian] on sent qu'il y a un effort incroyable, c'est touchant... Il y a un trop grand effort fait sur la mise en scène, avec ce sentiment un peu triste : "Qu'est-ce qu'il faut faire aujourd'hui pour intéresser les gens à la littérature !" Il faut superposer cinq sons, trois films et cinq tableaux pour intéresser des gens à de la lecture. Et, du coup, parfois, on a un sentiment inverse, on se dit : "Pourquoi ne pas être parfois un peu plus sévère dans la présentation ?". Il y a une vraie réflexion à mener là-dessus, c'est dans le trop d'effets pour séduire par rapport à ce qui est juste un livre. En tous cas, dans Casanova, ce qui est évident, c'est qu'il y a un brouillage fait par la multiplicité des sources visuelles et sonores qui, du coup, gêne énormément le visiteur cultivé qui est énervé et qui dit : "Non, il ne faut pas me prendre pour un gogo, je suis quand même encore capable de regarder un tableau et de lire un truc sans que l'on me mette cinq écrans et trois micros autour de moi", et qui, objectivement, gêne la visite pour un gars normal. Je pense que c'est un peu "too much", et puis c'est un peu "has been", c'est-à-dire que le musée Maiakovski à*



*Moscou c'est cela : c'est de la folie, c'est riche, avec une espèce de concentration de choses aussi, et tu te dis "Mais finalement, est-ce que lire son poème ne suffirait pas ?" (presse 3)*

En revanche, le foisonnement de documents et de supports est plébiscité quand il tend non pas à séduire un public éloigné des bibliothèques, en remplissant au maximum le champ de vision ou l'espace sonore, mais à recréer au contraire l'expérience physique d'une bibliothèque, avec ses parcours aléatoires, ses gestes de recherche et d'exploration. La référence n'est pas alors l'espace multimédia mais le cabinet de curiosités. Le visiteur n'est pas écrasé par les sons et les images, mais au contraire mis en mouvement. Cette dimension « bibliothèque » fonde la légitimité d'une installation d'art contemporain comme Prenez soin de vous, présentée dans la salle Labrouste du site Richelieu après l'avoir été à Venise, et signe sa réussite :

*La scénographie de Prenez soin de vous donnait une dimension bibliothécaire, d'archives : "Tiens, je prends ceci, je prends cela, je vais voir ceci, je vais voir cela". J'aime bien ce genre de système pour une exposition. J'aime bien me trouver dans une exposition-bibliothèque, le truc où je peux passer une demi-heure ou cinq heures, je peux essayer de l'épuiser en voyant tout – ce qui est impossible dans ce cas-là –, mais cette idée de pouvoir aller ici ou là et de pouvoir fouiller dans quelque chose, que ce soit une vidéo, que ce soit des documents, peu importe, mais fouiller dans quelque chose ou bien ne pas le faire, de partir à la découverte, d'être à peu près certain à chaque fois que de toute façon il y a un truc que je n'ai pas vu. Cela, on le ressentait beaucoup mieux dans la salle Labrouste qu'à Venise. La symbiose qu'il y avait dans l'exposition était le fait que, comme un cabinet de curiosités, comme une archive, il y avait cet espèce de lien, cette espèce de multitude difficile à épuiser, et cela impliquait un geste, un mouvement du visiteur assez similaire au mouvement que l'on peut avoir, en tous cas quand on a accès aux rayons d'une bibliothèque. (web 2)*

À l'exception de ce cas particulier de l'exposition-bibliothèque, le visiteur attend une grande lisibilité de l'exposition, qu'elle soit thématique ou historique. Le choix chronologique de Controverses, même s'il est contesté au plan intellectuel par web 2, a aidé plusieurs journalistes à apprécier l'exposition : « J'ai trouvé que le déroulement de l'expo était extrêmement limpide, ce qui n'est pas souvent le cas : un parti pris chronologique » (presse 4) ; même écho chez web 1 qui souligne tout l'intérêt de pouvoir suivre ainsi une histoire de la censure (web 1). De même, une exposition non identifiée autour de Jean Vilar est citée en exemple comme étant « très claire » (presse 2). Le champ sémantique de la vision (« clair », « limpide ») s'accompagne ici d'une exigence d'unicité : « c'est-à-dire qu'au lieu d'empiler les choses, on doit avoir vraiment une vision. » (presse 2)

En termes de diversité des supports et de scénographie, la beauté de certaines collections semble se suffire à elle-même et s'honorer d'une présentation « simple ». Comme l'indique presse 4, en parlant de Livres d'Arménie : « J'avais trouvé cela très bien, de très beaux objets bien mis en valeur, elle était très simple dans sa présentation » (presse 4). Écho à nouveau d'une tendance bien française, soulignée par web 1, et qui plaît au public : « À Beaubourg ou au Jeu de Paume ou dans d'autres institutions, les gens sont accrochés alors qu'il y a peu de mise en scène ».

Ici encore, l'appréciation personnelle pèse fortement, puisque web 1 proposerait volontiers plus d'audace scénographique. Il reconnaît cependant préférer parfois une simple présentation des œuvres sur des « murs blancs » :

*Les expositions que j'ai vues à la BnF, du côté scénographique ou muséographique, ce n'était pas très original, pas très développé. Maintenant, je pense que ce n'est pas du tout la BnF en tant que telle, je pense que ce sont globalement les institutions françaises qui exposent, je trouve, de façon en général un peu sage par rapport à nos voisins. À Londres, à Berlin, à Budapest, j'ai vu des expositions où la scénographie était beaucoup plus..., il y avait un vrai souci de faire quelque chose de ludique et beaucoup plus interactif surtout. Mais j'aime bien aussi quand parfois ce sont simplement les murs blancs avec les œuvres qui sont présentées comme cela. (web 1)*

La simplicité et l'unité du regard sont au service d'une bonne appropriation de sujets difficiles. Dans le propos suivant, l'adjectif « pédagogique » fait écho à celui de « linéaire » : « On peut faire des choses très simples, comme l'exposition Controverses : ce qui m'avait plu, c'est qu'elle était linéaire et pédagogique ; et les estampes, cela se prête bien à cela parce qu'il y a souvent des séries thématiques. » (presse 4) Ce souci pédagogique n'est pas toujours au rendez-vous et d'autres expositions de la BnF sont jugées trop difficiles quant à leur thématique. Pour une classe du secondaire, professionnel 1 reconnaît que la signalétique de Qumrân était « un peu ardue », et qu'un « travail d'adaptation, de parcours » restait à faire pour l'enseignant souhaitant y emmener ses élèves (professionnel 1). Même écho pour La Bastille ou l'enfer des vivants, « pas bien expliquée » selon presse 2, ou encore Livres de parole. Torah, Bible, Coran :



*J'avais trouvé que c'était un peu compliqué [...] il y avait trop de choses, le sujet était un peu trop fort. Là, il y a un degré de complexité qui fait que associer deux mondes ensemble, je pense que pour les gens aujourd'hui cela fait un peu beaucoup. (presse 4)*

Cette remarque doit amener à nuancer la proposition faite précédemment de problématiser un sujet, en le mettant en regard d'autre chose : autant la relation entre deux peintres peut faire sens, autant celle entre deux mondes semble trop complexe à appréhender pour presse 4.

Si les publics se sentent souvent mieux accueillis et accompagnés dans l'espace des musées que dans ceux des bibliothèques, la différence se joue également entre une culture muséale française qui met l'œuvre au centre de l'exposition et une culture anglo-saxonne qui y met le visiteur :

*Alors, c'est vrai que l'on a fait des études, on a beaucoup comparé les musées parisiens, franciliens, avec les musées anglo-saxons. Il y a de très grosses différences, mais qui parlent de code culturel et d'un historique, d'une politique. Les pays anglo-saxons mettent au centre leurs visiteurs. Les pays, on va prendre la France pour exemple, met au centre son œuvre. Alors généralement, la qualité des expositions est excellente, mais les français ne savent pas comment faire venir les visiteurs ; les anglo-saxons, eux, savent, ils pensent aux visiteurs lorsqu'ils font la scénographie, ils pensent aux visiteurs et à la pédagogie. (tourisme 2)*

Le risque de rebuter le visiteur est accentué dans les expositions d'artistes contemporains, où la tendance est aujourd'hui à la limitation, voire la disparition des cartels pour laisser le spectateur libre de ses émotions et de son interprétation : « *Je pense que c'est une vraie erreur de la part des artistes. Je suis aussi pour laisser aux gens la primauté de la sensation et de la réflexion. Mais je pense que c'est aussi important de laisser cette possibilité-là, ce chemin-là en disant : "Voilà, vous pouvez ressentir ce que vous voulez ressentir devant l'œuvre, mais sachez qu'à côté il y a un petit texte, si vous avez envie d'en savoir un peu plus sur cette photographie en particulier"* » (web 1). Remarque confirmée pour Richard Prince, dont l'installation ne pouvait se passer d'une contextualisation : « *L'art conceptuel ne peut pas se passer du discours conceptuel justement, par définition ; pour moi, il y a un vrai problème.* » (web 1)

Cette requête de simplicité n'est pas contradictoire avec le développement d'une offre multimédia interactive. Les entretiens lui donnent cependant un cadre précis. Il faut tout d'abord respecter une hiérarchie entre le propos initial et ce qui est de l'ordre de l'outil : « *Si le propos est clair, si le fil est clair, la présence ou l'absence d'outils interactifs ne devrait pas brouiller ou parasiter.* » (web 1) ; ensuite, cette offre multimédia ne doit pas avoir pour fonction d'accumuler les espaces visuels et sonores, mais de favoriser le « *contact physique* » avec une œuvre et la compréhension de sa conception. Sa valeur ajoutée n'est pas quantitative mais qualitative :

*À l'étranger, parfois c'est un peu cheap ou kitch, mais il y a un contact physique avec les œuvres. Très souvent, on a beaucoup plus d'éléments sur le dessous des cartes, sur la façon dont c'est fait. J'étais au musée Van Gogh à Amsterdam il n'y a pas très longtemps et vous aviez toute une salle qui est dédiée à l'analyse point par point, espace par espace, d'un tableau par exemple, extrêmement didactique, et je trouve qu'il y a un vrai souci didactique beaucoup plus fort dans certaines expositions à l'étranger qu'en France. (web 1)*

Pour cette raison, web 1 propose que l'offre multimédia interactive ne soit pas disposée tout au long du parcours – avec le risque de brouillage pointé par presse 3 – mais réservé à des espaces distincts. Notons à nouveau que le reste de l'exposition, son « *fil global* », peut très bien être simplement chronologique – ce que web 1 qualifie sans crainte de « *machin classique* » :

*Ce que je trouve intéressant, ce n'est pas tant de proposer du multimédia au fil du parcours que de proposer un espace ; limiter tous ces outils interactifs dans un espace d'exposition en disant qu'il y a le fil global, les propos scientifiques tenus, avec 3, 4, 5, 6 sections différentes, avec "Les premières années", le machin classique, et puis un véritable espace didactique qui permette justement le dialogue plus personnel et plus interactif entre les visiteurs et les œuvres, et aussi qui facilite la découverte pour des publics beaucoup plus jeunes, c'est ce qui est aussi intéressant, c'est de pouvoir toucher des enfants et des ados. (web 1)*

Ce souci de simplicité rejoint une appréciation positive de professionnel 1 sur « *la taille relativement réduite des expositions* » à la BnF, qui « *permet vraiment de s'imprégner, de voir l'intérêt de toutes les pièces qui sont exposées, cela je trouve que c'est très bien* » (professionnel 1).





## **ANNEXE : GUIDE D'ENTRETIEN**

Rappel : l'intérêt des entretiens qualitatifs est de laisser la personne s'exprimer librement sur un ensemble de thèmes retenus. Le guide d'entretien doit permettre un pilotage suffisamment souple de l'entretien. Il ne s'agit pas d'une série de questions lues par l'enquêteur.

### **→ Profil de la personne interrogée**

Institution qu'elle représente, activité au sein de cette institution et type de relais ou de compétences développés par rapport aux publics culturels

### **→ Vous et la BnF**

Quelle image avez-vous de la BnF ? Quel lieu vous vient d'abord à l'esprit ?

Comment caractériseriez-vous de manière générale son offre de service et ses espaces (modernité, innovation, ouverture sur le monde, diversité des publics) ?

La BnF est-elle pour vous un lieu d'activités culturelles ? Si oui, lesquelles en priorité ?

### **→ Vous et les expositions BnF**

Que savez-vous de l'offre d'expositions (quelles expositions sont présentées en ce moment ?, citez les grandes expositions de ces trois dernières années) ?

En général, êtes-vous informé de l'offre/comment vous informez-vous sur cette offre ?

Comment jugez-vous la communication faite (visuels & titres, campagnes de presse, etc.) ?

Quelle est votre expérience de cette offre (dernières expositions visitées) ? Si pas d'expositions visitées : avez-vous vu des affiches, des dossiers de presse, entendu des émissions, TV, etc. ?

### **→ Votre perception des expositions BnF**

Votre perception générale : une exposition à la BnF, aujourd'hui, pour vous, c'est quoi ?

- quels points communs ?

- quels points forts ? quelles faiblesses ?

- quelles expositions vous ont paru les plus réussies, les plus décevantes ?

Percevez-vous des spécificités en fonction des sites (par exemple : photographie à Richelieu depuis 2004 ; grandes expositions = grande galerie François-Mitterrand) ?

Avez-vous perçu des évolutions ces dernières années dans l'offre (la photographie depuis 2004, l'offre autour d'artistes contemporains depuis 2008) ?

Que pensez-vous : des **espaces** (adaptés ou non/sujets) ? ; de la **scénographie** (désuète/moderne) ; des **thèmes** choisis (monographies auteurs, entrées thématiques, comment un artiste contemporain s'approprie l'écrit, fonds précieux, expositions en résonance avec une actualité).

Pour qui sont faites ces expositions ?

### **→ La programmation des expositions BnF dans le paysage culturel de l'Île de France**

Qu'est-ce qui distingue selon vous (ou non) les expositions BnF des autres institutions ? d'un musée ?

L'offre vous semble-t-elle lisible, cohérente dans ce paysage culturel parisien (est-ce que l'on s'y retrouve facilement ; la politique d'expositions est-elle claire ?)

L'offre vous semble-t-elle pertinente (testez cette question en rappelant quelques expositions emblématiques depuis 2007 et leur fréquentation) ?

### **→ Stratégies à développer**

Comment expliquez-vous les résultats décevants de certaines expositions à fort potentiel ? Les chiffres modestes des expositions en grande galerie (à l'exception de quelques gros succès ponctuels) ?



En général, qu'attendriez-vous de la BnF en matière d'expositions ? Que doit être aujourd'hui une exposition pour avoir toute sa place à la BnF ? Quelles devraient être ses premiers objectifs (valorisation de ses collections, mise en perspective, historique ou contemporaine, des rapports à l'écrit, à l'image et aux savoirs) ?

Quels seraient les thèmes à privilégier (transversaux ou monographiques ; patrimoniaux ou ancrés dans l'actualité) ?

Comment traiter ces thèmes (angle pédagogique ou érudit, place que doivent avoir les objets originaux, place du multimédia, place de l'actualisation, etc.)

Quelle stratégie vous permettrait de mieux connaître, comprendre et mieux diffuser l'offre ?

Quelles stratégies de conquête de ses publics légitimes ? d'autres publics ?