



HAL
open science

Quand le numérique fait musée La Cité du Vin et la mise en exposition numérique des patrimoines œnologiques

Jessica de Bideran

► To cite this version:

Jessica de Bideran. Quand le numérique fait musée La Cité du Vin et la mise en exposition numérique des patrimoines œnologiques. *Revue française des sciences de l'information et de la communication*, 2019, 16, 10.4000/rfsic.5630 . hal-02470095

HAL Id: hal-02470095

<https://hal.science/hal-02470095>

Submitted on 7 Feb 2020

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.

Quand le numérique fait musée

La Cité du Vin et la mise en exposition numérique des patrimoines œnologiques

Jessica de Bideran est actuellement ingénieure de recherche au sein de l'université Bordeaux Montaigne. Chercheuse associée au MICA, elle participe à plusieurs programmes de recherche où il est question de numérisation et de valorisation numérique des patrimoines (monumental, documentaire, littéraire, etc.).

N°16 de la *Revue française des sciences de l'information et de la communication* dont la thématique porte sur la médiation muséale et le numérique.
<https://journals.openedition.org/rfsic/3766>

Résumé:

À travers l'étude de la muséologie développée au sein du parcours permanent de la Cité du Vin, structure culturelle privée ouverte à Bordeaux en 2016, ce texte se propose d'étudier l'impact des cultures numériques sur le média exposition. Les dispositifs numériques développés sont notamment étudiés sous l'angle du concept d'éditorialisation. Celui-ci nous permet *in fine* d'interroger les valeurs attribuées par cette structure au vin et aux cultures associées.

Abstract :

This text wants to study the impact of digital cultures on museology through the exhibition of the permanent course of the Cité du Vin, a cultural structure opened in Bordeaux in 2016. The concept of editorialization allows to analysed the digital devices developed by the curator. In the end, it's the question of values attributed to the wine wich are studied.

Mots-clefs :

Patrimoine œnologique, dispositif numérique, exposition, éditorialisation, médiation pervasive

Key Words :

Oenological heritage, digital device, exhibition, editorialization, pervasive mediation

Ouverte au public depuis le 1^{er} juin 2016, après plus de 3 ans de travaux (co-financements privés et publics) et quelques projets avortés (Cusin et Passebois-Ducros, 2015), la Cité du Vin de Bordeaux est un établissement culturel complexe à saisir, présentée tout à la fois par la presse quotidienne régionale comme le « *plus grand musée du monde consacré au vin* »¹ et par la ville de Bordeaux comme un « *site de loisir culturel* »². S'inscrivant au cœur d'un ancien quartier industriel situé au bord de la Garonne, le bâtiment, conçu par les architectes Anouk Legendre et Nicolas Desmazières, n'est pas sans rappeler les audaces architecturales qui caractérisent aujourd'hui les musées contemporains implantés au cœur d'anciens quartiers industriels et dont le Musée Guggenheim de Bilbao constitue sans conteste le meilleur exemple (Poulot, 2014, p. 177). Plus modeste dans les attributs associés à sa structure, son directeur définit pour sa part cet espace comme un centre d'interprétation du vin et de ses cultures qui expose ces différents sujets selon une approche pluridisciplinaire et universelle. La Cité rappelle ainsi aux bordelais et aux étrangers qui découvrent cette ville l'influence historique et le rayonnement international des vins de la région bordelaise. Ayant accueilli près de 425 000 visiteurs de plus de 250 nationalités durant sa première année d'existence, cette structure est de fait également devenue un dispositif touristique important, assurant la promotion et la mise en synergies des acteurs de la viticulture et de l'œnotourisme en Nouvelle-Aquitaine.

Musée, dispositif touristique, centre d'interprétation, force est donc de constater que les qualificatifs associés à cette structure dédiée aux « civilisations du vin »³ soulignent la complexité de cet établissement hybride combinant espaces de médiation, de dégustation, d'information et de restauration. L'analyse des divers outils de médiation associés au sein du parcours permanent (numériques, polysensoriels et familiaux), nous a permis, lors d'un précédent travail, de démontrer que ce poly-système sémiotique a essentiellement pour objectif de toucher un large

¹ Selon cet article publié à l'ouverture de cet établissement : <https://lactualite.com/art-de-vivre/2018/06/29/la-cite-du-vin-musee-dexception/> (page consultée le 26/11/2017).

² Selon la présentation en ligne de la Cité du vin sur le site officiel de la ville de Bordeaux : <http://www.bordeaux.fr/p47144/la-cite-du-vin> (page consultée le 26/11/2017).

³ Selon la page d'accueil du site internet de la Cité du vin : <http://www.laciteduvin.com/> (page consultée le 03/12/2017)

public, mondialisé et néophyte qu'il s'agit de convaincre du caractère patrimonial et universel du vin et de ses cultures en un temps relativement court (**Badulescu et al., à paraître**). Nous souhaitons, à travers ce texte, poursuivre ce travail d'identification des pratiques de patrimonialisation du vin proposées par cette structure en nous concentrant désormais sur la muséologie développée dans l'espace de visite.

Reprenant les travaux de Jean Davallon qui aborde l'exposition comme un « dispositif résultant d'un agencement de choses dans un espace avec l'intention (constitutive) de rendre celles-ci accessibles à des sujets sociaux » (2000, p. 11) nous formulons l'hypothèse que la multiplication des outils numériques et registres médiatiques au sein du parcours fait de cette structure, qui ne conserve pourtant aucun objet authentique, une sorte de « musée virtuel » qui tente de légitimer la patrimonialisation des cultures associées au vin. Mais comment la scénographie pallie-t-elle l'absence d'objets authentiques pour faire tout de même apparaître et reconnaître aux yeux des visiteurs la réalité de ces cultures viticoles ? Sur quel type de régime médiatique repose la muséologie du parcours permanent ? Le numérique peut-il en définitive « faire » musée ? Cette réflexion s'inscrit dans une recherche plus globale sur l'extension virtuelle du musée, institution séculaire bousculée par les évolutions contemporaines (intégration des technologies numériques, élargissement et mondialisation des publics, injonction à la rentabilité, etc.) dont la définition est en cours de refonte par l'ICOM⁴ (Bideran, 2017).

Répondre à ces questions suppose en effet de déplacer le regard que la muséologie pose depuis plusieurs années maintenant sur le numérique au musée. Il ne s'agit pas en effet de suivre l'évolution des rapports aux publics que celui-ci peut induire (Andreacola, 2014) ou les enjeux de son intégration du côté des professionnels (Sandri, 2016), mais plutôt d'analyser ce que le numérique fait, en terme d'écriture, aux pratiques de mise en exposition. Pour répondre à cette question nous développons une approche empirique combinant des entretiens

⁴ Rappelons ainsi que d'après les statuts de l'ICOM, adoptés lors de la 22ème Assemblée générale à Vienne, Autriche, le 24 août 2007 : « Le musée est une institution permanente sans but lucratif, au service de la société et de son développement, ouverte au public, qui acquiert, conserve, étudie, expose et transmet le patrimoine matériel et immatériel de l'humanité et de son environnement à des fins d'études, d'éducation et de délectation. » Cette définition est donc en cours de modification par un collectif de chercheurs et de membres de l'ICOM : <https://icom.museum/fr/activites/normes-et-lignes-directrices/definition-du-musee/>

réalisés auprès des responsables de la médiation et du parcours permanent de la Cité du Vin et l'analyse des 19 séquences qui structurent l'exposition⁵.

Après avoir rappelé que l'exposition est avant tout une écriture faite d'objets, de textes et d'espace, nous introduirons le concept d'éditorialisation qui nous permettra ensuite de revenir sur les logiques de valorisation de substituts numériques observables sur les réseaux numériques. De la mise en exposition de substituts numériques à l'éditorialisation de contenus culturels *in situ*, il s'agira pour nous en définitive de mieux saisir comment les cultures numériques influencent désormais les cultures muséales et participent à la création de nouvelles structures aux identités ambiguës pour un public « hyper » mondialisé et « hyper » connecté.

1. De l'écriture de l'exposition dans l'espace à son éditorialisation en ligne

Sans prétendre ici retracer l'évolution de l'institution muséale, nous souhaitons, plus modestement, rappeler les techniques de mise en scène exploités par les musées en soulignant comment ces derniers travaillent l'espace pour transmettre des informations (artistiques, historiques, scientifiques, etc.). La notion d'éditorialisation nous permettra, dans un second temps, d'interroger l'actualisation de ses formes d'écriture de l'exposition lorsque celle-ci se déploie en ligne.

1.1. Exposition multi médiatique et navigation spatiale

Depuis plus de 30 ans, le point de départ de toute réflexion muséologique est de considérer la mise en exposition comme le langage par excellence du musée. Considérée comme un média, l'exposition est alors analysée sous l'angle info-communicationnel et les techniques de monstration peuvent alors être qualifiées de muséologie d'objet ou d'idée, selon la place accordée à la collection ou aux messages à véhiculer. Jean Davallon a plus particulièrement étudié ces

⁵ L'analyse sémio-pragmatique des dispositifs numériques proposés aux visiteurs (par expérimentation personnelle et prises de vue photographique) est couplée à une série de longs entretiens semi-directifs menés avec leurs commanditaires. Ce terrain d'étude hybride facilite l'appréhension du processus de fabrication de ce parcours permanent et des outils qui le parsèment. À cet égard, nous tenons à remercier Véronique Lemoine et Karine Marchadour pour leur écoute et les échanges que nous avons eus ainsi que les personnels d'accueil de la Cité du Vin pour leur gentillesse. Soulignons enfin que cette étude se situe du côté de la production et qu'elle se poursuit actuellement du côté de la réception puisqu'une enquête est actuellement en cours avec des étudiants de Master de l'Université Bordeaux Montaigne.

transformations en replaçant la dimension spatiale de l'écriture de l'exposition au centre de l'analyse (2011). Cette approche autorise à nuancer les oppositions trop simplistes entre une muséologie qui se résumerait à la seule « ostension » d'objets patrimoniaux et une muséologie qui relèguerait ces derniers au second plan en insistant plus largement sur le savoir que l'institution et ses professionnels souhaiteraient transmettre. Toute présentation d'objets patrimoniaux reprend a minima, et de façon plus ou moins consciente d'ailleurs, un savoir officiel qui permet d'articuler la disposition de ces objets au sein de l'espace : discours hérité de l'histoire de l'art, présentation chronologique ou classification technique sont autant de mises en scène plébiscitées, par exemple, par les musées des beaux-arts et qui participent à la patrimonialisation des œuvres d'art. De même, toute exposition qui vise avant tout à transmettre un savoir repose sur des objets qui serviront à valider les idées véhiculées par les dispositifs médiateurs associés (cartels, panneaux explicatifs, audiovisuels et bornes interactives, etc.).

Comme le rappellent Daniel Jacobi et Fabrice Denise (2017), exposer consiste donc, non seulement à réunir des objets matériels de différentes natures, mais aussi à inscrire ces objets dans une double discursivité qui se manifeste à la fois dans le parcours spatial que suit le visiteur lors de sa découverte et dans le commentaire textuel qui accompagne la présentation des expôts sélectionnés. C'est bien cet ensemble, espace, objets et textes, qui constitue un parcours significatif capable de transmettre du sens aux visiteurs, de leur donner à voir, à penser, à rêver, etc. Toute exposition est donc avant tout un texte qui utilise à des degrés divers les deux logiques de monstration – démonstration afin de relier ces objets témoins et les savoirs associés à leurs mondes d'origine.

À ces deux faces indissociables de l'exposition (objets et savoirs), un troisième facteur est en outre ajouté depuis de nombreuses années maintenant, le public. Les outils numériques (bornes interactives, commentaires audio et supports multimédia, etc.) qui s'invitent depuis ces vingt dernières années au sein des musées ne sont d'ailleurs pas totalement étrangers à cette prise en considération des visiteurs. C'est désormais le public qui est placé au centre de l'exposition et la multiplication des outils est là pour répondre à ses désirs de découverte, d'apprentissage ou d'expérience. D'abord limités à l'informatisation des collections via des bases de données « réservoir » accessibles directement depuis les salles de musées, les outils

numériques ont peu à peu transformé les formes d'adresse aux publics en reprenant et amplifiant par exemple des logiques immersives existantes depuis la création des *period room* à la fin du XIX^e siècle (Poulot, 2014). La multiplication des supports numériques, interactifs et immersifs, s'est faite progressivement, « entre monstration et effacement » (Schmitt et Meyer-Chemenska, 2015), rendant aujourd'hui banale la présence à proximité immédiate d'objets authentiques d'écrans tactiles et le téléchargement, à l'entrée d'une exposition, d'une application de visite. Les technologies numériques se sont donc généralisées au sein de toutes les activités muséales, de l'étude des collections à leur médiation et médiatisation *in situ* et en ligne, brouillant ainsi les frontières entre ces diverses fonctions info-communicationnelles (Frayse, 2015).

Parallèlement, l'écriture de l'exposition, en tant que technologie cognitive, s'en trouve modifiée, la multiplication des supports médiatiques entraînant une sollicitation attentionnelle permanente pour les visiteurs qui, désormais, « naviguent » d'un support à l'autre, d'un contenu à l'autre. Reprenant la logique hypertextuelle du web, qui nous permet de rebondir d'un document à l'autre et d'un contenu à l'autre selon une « navigation par *serendipity* » (Boullier, 2016, p.135), l'écriture de l'exposition se matérialise dès lors dans une muséologie « *de point de vue sur un sujet que l'instance de production propose au visiteur [mais aussi] que le visiteur va pouvoir se construire au cours de la visite* » (Davallon, 2000, p.251). Cette navigation non linéaire du visiteur au sein du parcours et des supports multi-médiatiques proposés, intimement liée à la numérisation de nos pratiques de lecture et d'écriture, permet donc d'accéder, non plus seulement aux objets ou aux savoirs construits sur ces derniers, mais plus concrètement, à la manière dont le musée interprète ces derniers et, par extension, le monde. Ce constat, qui permet d'insister sur la fonction sociale du musée (Davallon, 2000, p. 2014), nous amène à interroger un autre concept qui renvoie à la production du savoir à l'ère du numérique et aux formes d'écriture en ligne, celui de l'éditorialisation (Vitali-Rosati, 2016).

1.2. Editorialisation et pratiques de mise en exposition numérique

Si dans les pratiques journalistiques, l'éditorialisation est traditionnellement associée à l'expression d'une opinion (politique notamment), la démocratisation des outils numériques et la multiplication des contenus en ligne observables ces quinze dernières années ont progressivement entraîné le glissement sémantique de ce

terme, de plus en plus utilisé aujourd'hui pour définir les logiques de publication sur le web. Ainsi en 2007, Bruno Bachimont associe ce terme à l'action de rechercher, sélectionner et re-publier en ligne des fragments de documents indexés par ailleurs. Rendre accessible et visible un contenu sur le web, sous quelques formes que ce soient, consiste donc à l'éditorialiser. De fait, et partant du constat que « *l'éditorialisation est la conclusion logique du processus de numérisation des contenus.* » (Bachimont, 2007), les musées et bibliothèques patrimoniales qui mettent massivement en ligne des substituts numériques ont repris ce terme pour nommer et définir les pratiques de médiation – médiatisation de contenus culturels en ligne. Ces dispositifs éditoriaux permettent en effet de « *transformer l'information en signification pour un large public* » (Laborderie, 2018) et deviennent les compléments logiques des vastes bases de données qui structurent l'accès aux corpus documentaires numérisés et mis en ligne.

En outre, et parce qu'elles permettent d'explicitier, de contextualiser, d'analyser certains de ces substituts en les englobant dans un discours, ces pratiques d'éditorialisation sont souvent réunies sous l'expression d'exposition numérique ou exposition virtuelle. Objet-frontière, cette catégorie de dispositifs éditoriaux constitue ainsi pour Cécile Tardy (2012) « *un moyen d'accès à un type d'objet numérique identifiable [...] dont l'appellation permet à l'internaute de l'inscrire dans la mémoire d'une pratique sociale reconnue* ». Se comprend dès lors l'exploitation du terme virtuel qui s'entend ici comme l'actuel qui a avec force les qualités du réel (Berthier, 2004) et où l'expérience de l'utilisateur s'appuie sur une actualisation numérique d'une pratique muséale ancienne, la mise en exposition, (Langlois, 2015) avec une navigation hypertextuelle propre à la culture des écrans.

Et si la diversité des projets est telle qu'elle rend complexe toute tentative d'analyse, cette première définition construite par Cécile Tardy est toutefois suffisamment large pour englober la pluralité des systèmes existants tout en mettant l'accent sur la création numérique qu'ils induisent. Certes la culture du livre reste prégnante dans certaines réalisations « *qui convoquent un récit séquentiel, rythmé par une succession de pages écran narratives* » (Laborderie, 2018), à l'image d'une des premières expositions virtuelles mise en ligne en 2012 par les archives

départementales de la Gironde sur le photographe Alphonse Terpereau⁶. Ici, c'est le discours de l'historien de l'art qui prime sur l'exploration des documents photographiques dont les reproductions numériques ne sont pas consultables en grand format. La spatialité de l'exposition sur la page écran reproduit strictement l'appréhension linéaire de l'ouvrage papier et positionne *in fine* l'internaute dans une posture de lecture classique, rythmée par une succession de pages écrans.

Pour autant, de nombreux projets plus récents attestent d'une évolution des pratiques dans ce domaine où désormais culture du livre et culture des écrans paraissent peu à peu converger. Les expositions virtuelles dernièrement mises en ligne par la BnF sont à cet égard révélatrices, non seulement d'une plus grande prise en considération de l'écran comme espace d'interface, mais aussi d'un détachement progressif des codes du livre. L'exposition virtuelle portant sur *Les Nadar*⁷, par exemple, s'éloigne ainsi sensiblement de cette attachement au papier en misant avant tout sur la présence à l'écran d'images de belle qualité et jouant, pour déployer le « parcours expographique », sur le défilement vertical de la page écran, système de lecture devenu avec les réseaux sociaux et le geste du « scrolling », code aisément identifiable pour l'internaute. Tous les codes de l'exposition « réelles » sont bien présents (cartels cliquables à côté des œuvres exposées, sources des substituts numériques qui « témoignent » de leur nature historique, titres des séquences avec panneaux explicatifs, etc.) mais la mise en récit n'est plus seulement linéaire et séquentielle ; elle devient spatialisée grâce à une page écran infinie où toutes les sections de l'exposition sont accessibles simultanément et consultables via un lien hypertexte.

Au terme de cette réflexion, et parce que « *la culture influence la technologie et la technologie influence la culture* » (Vitali-Rosati, 2016), nous formulons l'hypothèse que l'éditorialisation expérimentée dans le cadre des expositions virtuelles offre non seulement « *des possibilités que ne permettent pas toujours les expositions classiques d'objets matériels (rassemblements d'objets, nouveaux modes de présentation, d'analyse, etc.)* » (Desvallées et Mairesse, 2011, p. 678), mais

⁶ <http://archives.gironde.fr/exposition/terpereau/accueil.html> (Page consultée le 13 novembre 2018)

⁷ <http://expositions.bnf.fr/les-nadar/> (Page consultée le 13 novembre 2018)

conditionne aussi et surtout désormais les logiques expographiques mises en œuvre *in situ*.

2. Le parcours expographique de la Cité du Vin, une muséologie pervasive et hypertextuelle

Analyser les logiques expographiques du parcours permanent de la Cité suppose dans un premier temps de revenir sur les médiations développées (discours et outils médiateurs) au sein de cet espace. Ce sont ces dernières qui nous permettront d'étudier la muséologie développée et, *in fine*, de comprendre comment les logiques éditoriales du web influencent aujourd'hui les pratiques expographiques *in situ*.

2.1. L'exposition à la Cité du Vin repose sur une médiation pervasive

« *Aventure immersive* »⁸ pas seulement « virtuelle » mais aussi « émotionnelle », « charnelle » et « sensorielle », le parcours permanent de la Cité repose sur un ensemble de médiations enchevêtrées qui se manifestent à travers les discours et dispositifs développés « *en vue de favoriser l'acculturation, c'est-à-dire l'appropriation du contenu de l'exposition et de ses objectifs, quels qu'ils soient, par différentes catégories de publics* » (Jacobi, 2017, p. 14). Se déployant sur un plateau de plus de 3 000 m² où aucun sens de visite particulier n'est précisé, l'exposition se compose de 19 séquences réparties dans l'espace de manière aléatoire. Le « *compagnon de voyage* », un smartphone délivré à l'entrée du parcours, équipe chaque visiteur et « *enferme* » plus de 10 heures de « *contenus cachés* » sur « *999 pistes audio* » contextualisant « *plus de 250 thématiques* ».

Le « *compagnon de voyage* » qui délivre en fonction de son propre parcours du contenu audio et les « *créations numériques* » à regarder et à expérimenter dans chaque séquence, mixe ainsi deux types de médiations. Les « *médiations de production* » (Jacobi, 2017) se retrouvent dans les thèmes développés par les

⁸ Tous les verbatims en italiques qui suivent sont extraits des entretiens que nous avons eus avec les responsables du parcours permanent et de la médiation culturelle de la Cité du Vin le 26 avril 2017 ; ces entretiens représentent au total 3h11 d'enregistrement audio et ont été complétés par un reportage photographique réunissant 87 photographies du parcours et des dispositifs prises selon un protocole de documentation précis (numéro de la zone, totem de présentation, dispositifs numériques et contextes d'exposition de chaque zone).

dispositifs (audiovisuels et interactifs) qui ont été imaginés par les concepteurs selon une démarche proactive d'anticipation des attentes des publics. Les 19 séquences de la scénographie tentent ainsi de cartographier la somme des savoirs susceptibles d'être associés à la culture du vin. Loin toutefois de dresser un tableau purement technique de la fabrication du vin, ou au contraire, scientifique sur la consommation du vin, il s'agit avant tout de diffuser des images de plaisir en accolant le vin à son versant hédoniste (13. « Boires et déboires »), gastronomique (14. « Tout un art de vivre »), artistique (16. « Bacchus et Vénus ») ou encore historique (9. « La galerie des civilisations »). Les « médiations d'aide à l'interprétation » (Jacobi, 2017) se manifestent quant à elles dans l'audioguide qui active les commentaires selon le positionnement du visiteur dans l'exposition. Ces informations sont en effet délivrées de façon transparente pour le visiteur grâce à des puces RFID qui sont situées au niveau des totems introduisant chaque séquence – seuls textes du parcours permanent lisibles sur des supports analogiques – ainsi qu'à proximité de chaque dispositif multimédia.

Le numérique est donc ici omniprésent, à la fois expôts, à l'image des substituts numériques de peintures et de gravures qui s'animent au sein des nombreuses compositions audiovisuelles et monumentales se déployant sur des dizaines de grands écrans, et outils d'aide à l'interprétation, qui équipent le visiteur tout au long de sa déambulation. Partout et nulle part, le numérique compose ici une médiation numérique (Vidal, 2015) qui peut être qualifiée de *pervasive*. Ce terme est utilisé ici en référence aux technologies informatiques et pervasives (Boullier, 2016) qui se manifestent dans un ensemble d'objets connectés et de plus en plus souvent invisibles. Les dispositifs techniques semblent ainsi à la fois disparaître aux yeux des utilisateurs tout en étant totalement omniprésents car intégrés dans l'environnement immédiat (Dufor, 2016). Mais si, dans les musées, ce lestage informationnel permet d'augmenter la visite par un élargissement de l'espace d'interprétation des objets sélectionnés et exposés en vue d'un encadrement des réceptions (Gentès et Jutant, 2012), il devient à la Cité du Vin le ressort, non plus d'une augmentation informationnelle, mais plutôt d'une immersion thématique et perceptive puisque sans lui, finalement, ce parcours n'aurait rien à exposer.

À l'opposé des dispositifs numériques discrets et complémentaires observés dans les musées d'ethnographie (Sandri, 2016), règnent ici en effet les vidéos en très

haute définition (12 « Le banquet des hommes illustres »), et les mobiliers imposants sur lesquels sont projetés des flux ininterrompus de contenus audiovisuels (3 « La table des terroirs », 14 « Tout un art de vivre »). Morceaux choisis de peintures figuratives traitant du vin et de ses multiples représentations artistiques (17 « Le vin divin »), fragments de gravures historiques agrandis et détournés pour évoquer les ports de marchandises (7 « Les vins au fil de l'eau »), vues aériennes survolant les vignobles du monde (1 « Le tour du monde des vignobles »), film en relief plongeant le visiteur dans les cales d'un navire (8 « À bord ! »), autant d'images qui captent l'attention du visiteur et l'immergent dans un univers figuratif foisonnant où les dispositifs médiateurs composent de véritables scènes et tableaux d'imitation (15 « Tête-à-tête avec les experts »).

Sollicitation visuelle permanente, le parcours fonctionne donc sur un mode d'immersion étendue, à la fois perceptive et figurative, mais aussi informationnelle et spatiale grâce aux commentaires audio procurés par l'audioguide en fonction des déambulations effectuées par le visiteur. Confronté à des objets médiateurs complexes qui s'hybrident totalement (installations numériques et commentaires audio), le visiteur ne suit donc pas un simple parcours expographique au cours duquel il rencontrerait des objets, des vitrines ou des panneaux, mais navigue au sein d'un contenu numérique qui se déploie dans un vaste espace qui n'est pas sans évoquer la lecture sur le web où l'internaute saute de page en page grâce à une structuration hypertextuelle...

2.2. De l'hypertextualité à l'« hyper » immersion dans les représentations fictives des cultures viticoles

Le public qui déambule au sein du parcours permanent de la Cité est ainsi immergé dans une série de représentations fictives qui évoquent les cultures du vin et ne prennent finalement sens qu'à l'écoute des commentaires audio qui « nappent », pour reprendre une expression de Jean Davallon (Davallon, 2000, p.212), sa visite. Le déclenchement automatique et situé du contenu informationnel, sans possibilité pour l'utilisateur de sélectionner par lui-même ce qu'il souhaite découvrir autrement qu'en marchant, peut ainsi désorienter le visiteur qui zappe en progressant dans le parcours et vit une expérience de visite libre mais fragmentée. La séquence 4 « E-Vignes » illustre par ailleurs la profusion de contenus activables

dans un espace sans hiérarchie (plusieurs dizaines de supports d'information activables sur un seul pan de mur) et dans une logique encyclopédique, qui positionne le visiteur face à autant d'entrées qu'il choisit en arpentant à sa guise l'espace.

La démultiplication des contenus consultables, permise par la miniaturisation et les capacités de calcul des outils informatiques, compose une sorte d'exposition encyclopédique qui repose sur une collection, non pas d'objets, mais d'informations auxquelles ces derniers accèdent de manière non linéaire, sautant de séquence en séquence. Le public parcourt ainsi un labyrinthe informationnel (audioguide) qui s'hybride avec une expérience singulière (dispositifs à manipuler), en fonction de sa déambulation. Pour autant, les nombreux extraits d'œuvres empruntés à des textes littéraires, poétiques, spirituels ou cinématographiques prouvent que l'expérience émotionnelle proposée au visiteur prime sur le savoir à transmettre.

Et l'absence assumée de sens de visite, si elle donne au visiteur la possibilité de faire sa propre sélection⁹, n'est pas sans provoquer une sensation de désorientation dans le contenu. Déjà mise en lumière dans différentes expositions réalisées dans les années 1990 (Schmitt et Meyer-Chemenska, 2015), cette désorientation est finalement très proche de celle de l'internaute cherchant de l'information sur le web face à l'immensité de ce nouvel espace informationnel et qui développe, pour s'en sortir, une certaine sérendipité. C'est en tout cas ce qui semble être souhaité par les responsables de la Cité qui affirment que cette navigation aléatoire amènerait le visiteur à construire son propre contenu, reprenant inconsciemment ici l'idée d'une réflexivité implicite permise par la sérendipité. « Processus de découverte [qui] favorise d'autres découvertes, [celui-ci] implique une créativité capable de faire changer nos points de vue sur la réalité observée » (Catellin, 2012), cette navigation hypertextuelle semble *a priori* totalement correspondre aux évolutions contemporaines des pratiques expographiques déjà analysées par Jean Davallon. Articulé selon un agencement plus spatial que narratif, le discours développé au sein du parcours de la Cité du Vin assume en effet totalement le passage du texte à l'hypertexte. Héritière des

⁹ Ainsi lorsque nous nous sommes équipées pour débiter notre visite, la personne qui nous a délivré le compagnon de voyage nous a présenté ce parcours de visite come « un immense buffet où l'on est libre de choisir ce que l'on souhaite découvrir... »

muséologies de point de vue (Davallon, 2011), cette exposition se distingue toutefois par l'absence totale de « vrais » muséalias, d'expôts autres que les nombreux substituts numériques qui simulent des environnements réels (tables dressées pour des dîners, dialogues avec des experts et des grands hommes, etc.).

La multiplicité des supports médiatiques, que l'on pourrait qualifier « d'esthétisants » ou de « monumentaux », tente de fait de pallier l'absence de « véritables » artefacts (mobiliers imposants en forme de bouteilles sculptées dans le bois, écrans plats intégrés à des cadres de tableaux dorés, etc.). Dispositifs figuratifs immersifs et absence de textes présentant par exemple la provenance des nombreux substituts numériques qui peuplent ces écrans interfèrent en réalité dans le processus de sémiotisation, les nombreux objets exposés ici, substituts numériques détournés, agrandis, et démultipliés à l'infini, ne pouvant assumer les fonctions de témoins historiques et culturels. Réduits à un simple rôle d'illustration, ces dispositifs immergent *in fine* le visiteur dans des mondes fictifs qui ne peuvent être reliés à leurs mondes d'origine, le lien de fidélité étant rompu par l'impossibilité même d'identification... En supprimant de la muséologie la distanciation nécessaire à la réception active du discours (Rasse, 2017, p.237), la Cité immerge littéralement son public « à l'intérieur de la matérialisation d'un espace imaginaire qui sert d'enveloppe à ce qu'il rencontre » (Davallon, 2000, p.251).

Conclusion :

Les procédures mobilisées dans les diverses opérations de mise en exposition du parcours permanent de la Cité du Vin (médiation numérique *pervasive*, contenu encyclopédique, écriture hypertextuelle, immersion figurative) rappellent les pratiques d'éditorialisation que nous avons rapidement rappelées dans la première partie de ce texte. Et si, comme le souligne Marcello Vitali-Rosati, nous pensons que l'éditorialisation n'est pas seulement un processus technique mais aussi et surtout une transformation culturelle qui influence la façon dont nous produisons aujourd'hui des contenus dans des environnements numériques (2016), alors il nous semble opportun d'affirmer que l'exposition développée à la Cité caractérise la façon d'exposer des savoirs à l'ère du numérique.

Cette production expographique numérique, elle est d'abord collective puisqu'elle est le résultat de négociations entre les désirs des concepteurs du

parcours, les réceptions anticipées de la part des publics, des développeurs informatiques et des possibilités offertes aujourd'hui par la technique. Mais elle est aussi performative et ontologique puisque l'éditorialisation des fragments de savoirs et de substituts numériques développée à travers le parcours permet de matérialiser l'absence du vin et de ce patrimoine immatériel. L'ensemble de la scénographie fait ainsi exister le vin comme un objet culturel, vivant car associé à des témoignages de vignerons, historique grâce aux nombreuses iconographies convoquées, patrimonial puisqu'associé à l'histoire et l'architecture de la ville de Bordeaux, mondial car lié à de nombreux terroirs, etc. On retrouve ici le rôle actif du média exposition, véritable espace symbolique de communication, dans la production et l'attribution des valeurs culturelles à des objets matériels ou immatériels (Davallon et Flon, 2013). Pour autant cette légitimation ne fonctionne qu'à l'intérieur de cette structure, les objectifs politiques et culturels de la Cité étant en effet perturbés par le fait que son parcours permanent n'expose en définitive « que » des substituts numériques, fragmentaires et hétérogènes, réunissant des copies éditorialisées de textes, images et audiovisuels.

Parallèlement toutefois, cette exposition brouille aussi les frontières entre les différents statuts des structures et institutions culturelles en se présentant comme une « musée virtuel », c'est-à-dire un espace qui, sans être réel a, de manière pleinement actuelle, les propriétés d'exposition et de reconnaissance du musée. Véritable entreprise de patrimonialisation de la culture viticole qui repose en partie sur le système sémiotique complexe de son exposition permanente, la Cité du Vin, bouleverse finalement le rapport d'auctorialité traditionnellement assigné aux institutions muséales (Le Marec, 2007)... sans en avoir pour autant la légitimation institutionnelle et scientifique.

Bibliographie

ANDREACOLA Florence, « Musée et numérique, enjeux et mutations », *Revue française des sciences de l'information et de la communication* n° 5, 2014, [En ligne]. [Consulté le 09 décembre 2017] URL : <http://journals.openedition.org/rfsic/1056>

BACHIMONT Bruno, « Nouvelles tendances applicatives : de l'indexation à l'éditorialisation ». Dans, Patrick GROS, *L'indexation multimédia : description et recherche automatiques*, Paris, Hermès Sciences Publications, « IC2. Signal et image », 2007, 330 p. [En ligne]. [Consulté le 09 décembre 2017]. URL : http://cours.ebsi.umontreal.ca/sci6116/Ressources_files/BachimontFormatHermes%CC%80s.pdf

BADULESCU CRISTINA, BIDERAN Jessica (de) et DE LA VILLE Inès, « La Cité du vin : un choix d'interprétation universelle entre immersion pervasive et médiation polysensorielle ». Dans Jean-Louis YENGUE et Kilien STENGEL, *Les terroirs viticoles* (texte provisoire), Tours, Presses Universitaires François-Rabelais, à venir.

BERTHIER Denis, *Méditations sur le réel et le virtuel*, Paris, L'Harmattan, « Impacts des nouvelles technologies » 2004, 277 p.

BIDERAN Jessica (de), « L'extension numérique du musée », dans, François MAIRESSE, (sous la dir. de), *Définir le musée du XXIe siècle : matériaux pour une discussion*, Paris, IFOCOM, 2017, p. 143-146, *Colloque international de l'ICOFOM -, 9-11 Juin 2017*, [En ligne]. [Consulté le 11 avril 2019]. URL : <https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-01855839>

BOULLIER Dominique, *Sociologie du numérique*, Paris, Armand Colin, « Collection U. Sociologie », 2016, 349 p.

CATELLIN Sylvie, « Sérendipité et réflexivité », *Alliage*, n° 70, Juillet 2012, p 74-84, [En ligne]. [Consulté le 11 avril 2019]. URL : <http://revel.unice.fr/alliage/index.html?id=4061>

CUSIN Julien et PASSEBOIS-DUCROS Juliette, « L'apprentissage émotionnel à distance de l'échec. Le cas de la Cité mondiale du vin et des spiritueux », *Revue française de gestion*, 2015, n° 248, p. 109-134. DOI : 10.3166/RFG.248.109-134. <https://www.cairn.info/revue-francaise-de-gestion-2015-3-page-109.htm>

DAVALLON Jean, *L'exposition à l'œuvre : stratégies de communication et médiation symbolique*, Paris, L'Harmattan, « Communication et civilisation », 1999 2000, 378 p.

DAVALLON Jean, « Le pouvoir sémiotique de l'espace : vers une nouvelle conception de l'exposition ? », *Hermès, La Revue*, n° 61, 2011, p. 38-44.

DAVALLON Jean et FLON Émilie, « Le média exposition », *Culture & Musées*, n° Hors-série, « La muséologie : 20 ans de recherches », 2013, p. 19-49, [En ligne]. [Consulté le 11 avril 2019]. URL : <http://journals.openedition.org/culturemusees/695>

DESVALLEES André et MAIRESSE François, (sous la dir.), *Dictionnaire encyclopédique de muséologie*, Paris, Armand Colin, 2011, 722 p.

DUFORT Diane, « Outils sémantiques d'aide à la conception de jeux pervasifs pour la médiation culturelle », Thèse en Sciences de l'information et de la communication. Université de Franche-Comté, (sous la dir.) de Ioan Roxin et de Federico Tajariol, 2016, 293 p. [En ligne]. [Consulté le 11 avril 2019]. URL : <http://www.theses.fr/2016BESA1020>

FRAYSSE Patrick, « La médiation numérique du patrimoine : quels savoirs au musée ? », *Distances et médiations des savoirs*, n° 12, 2015, [En ligne]. [Consulté le 09 décembre 2017]. URL : <http://journals.openedition.org/dms/1219>

GENTES Annie et JUTANT Camille, « Nouveaux médias au musée : le visiteur équipé », *Culture & Musées*, n° 19, 2012, p. 67-91, [En ligne]. [Consulté le 11 avril 2019]. URL : https://www.persee.fr/doc/pumus_1766-2923_2012_num_19_1_1648

JACOBI Daniel et DENISE Fabrice (sous la dir. de), *Les médiations de l'archéologie*, Dijon : OCIM, 2017, 270 p.

LABORDERIE Arnaud, « Mettre en récit les données culturelles des bibliothèques numériques : exposition virtuelle et recherche-crédation ». Colloque international sur les bibliothèques et archives à l'ère des humanités numériques, Paris, Octobre 2018. [En ligne]. [Consulté le 11 avril 2019]. URL : <https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-01891073>

LANGLOIS Eric, « Au-delà de l'évolution technologique : réflexion muséologique pour des cyberexpositions conséquentes et particularisées », *ICOFOM Study Series*, n° 43A, « Nouvelles tendances de la muséologie », 2015, [En ligne]. [Consulté le 08 février 2018]. URL : <http://journals.openedition.org/iss/607>

LE MAREC Joëlle, *Publics et musées : la confiance éprouvée*. Paris, l'Harmattan, « Communication et civilisation », 2007, 221 p.

POULOT Dominique, *Patrimoine et musées. L'institution de la culture*. Paris, Hachette éditions, 2014, 255 p.

RASSE Paul, *Le musée réinventé : culture, patrimoine, médiation*, Paris, CNRS éditions, 2017, 295 p.

SANDRI Eva, « L'imaginaire des dispositifs numériques pour la médiation au musée d'ethnographie », Thèse de doctorat en Sciences de l'Information et de la Communication. Université d'Avignon et des Pays de Vaucluse, (sous la dir. de) Tardy, Cécile, Saouter, Catherine, 2016.

SCHMITT Daniel et Meyer-Chemenska Muriel, « 20 ans de numérique dans les musées : entre monstration et effacement », *La Lettre de l'OCIM*, n° 162, « Le numérique dans les institutions muséales », 2015, p. 53-57, [En ligne]. [Consulté le 09 décembre 2017]. URL : <http://journals.openedition.org/ocim/1605>

TARDY Cécile, *Représentations documentaires de l'exposition*, Paris, Hermann, 2012, « Cultures numériques », 282 p.

VIDAL Geneviève, « La médiation numérique muséale ». Dans Brigitte CHAPELAIN, *Expressions et pratiques créatives numériques en réseaux*. Paris, Hermann, 2015, p. 139-158.

VITALI-ROSATI Marcello, « Qu'est-ce que l'éditorialisation ? », *Sens public*, 2016, [En ligne]. [Consulté le 11 avril 2019]. URL : <https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-01599208>