



HAL
open science

Les “ hôtels littéraires ” à Paris : une patrimonialisation 4 étoiles de l’objet littéraire ?

Marie-Clémence Régnier

► **To cite this version:**

Marie-Clémence Régnier. Les “ hôtels littéraires ” à Paris : une patrimonialisation 4 étoiles de l’objet littéraire ?. Culture et Musées, 2021, 38, pp.225-249. 10.4000/culturemusees.7139 . hal-03471600

HAL Id: hal-03471600

<https://hal.science/hal-03471600>

Submitted on 8 Dec 2021

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.

Culture & Musées

Muséologie et recherches sur la culture

38 | 2021

Patrimonialisations de la littérature

Dossier

Les « hôtels littéraires » à Paris : une patrimonialisation 4 étoiles de l'objet littéraire ?

Literary hotels in Paris: a 4 star patrimonialization of literature?

Hoteles literarios en París: ¿Una patrimonialización 4 estrellas del objeto literario?

MARIE-CLÉMENCE RÉGNIER

p. 225-249

<https://doi.org/10.4000/culturemusees.7139>

Résumés

Français English Español

À partir d'une étude comparative portant sur les « hôtels littéraires », l'article montre comment ces établissements opèrent une captation symbolique du patrimoine littéraire. Ce dernier confère ses lettres de noblesse à un secteur marchand concurrentiel pour lequel la littérature représente une valeur ajoutée à destination d'une clientèle éclairée qui cherche à se distinguer des touristes *mainstream* par son capital culturel. En retour, il s'agira de voir comment ces hôtels patrimonialisent la littérature. L'article analyse la manière dont les hôtels littéraires récupèrent plutôt qu'ils n'inventent un canon, des représentations et des usages attachés à des lieux et à des pratiques de médiation du patrimoine existant, qu'ils font prospérer sur l'expérience « sur mesure » que l'hôtellerie vend aux voyageurs.

This paper draws on a comparative study of literary hotels in Paris. It shows that these hotels mainly make use of French literary heritage. In a highly competitive economic sector, such heritage gives these hotels cultural legitimacy and added value, which help them to target clients who want to avoid *mainstream* tourism. Reciprocally, this article examines how literary hotels participate in the patrimonialization of literature by *using* (rather than inventing) literary canons, representations and practices interested in these places and in patrimonial mediations. These hotels therefore contribute to the flourishing “sur mesure” experience which hotels sell to travelers.

El presente artículo muestra, a partir de un estudio comparativo de los “hoteles literarios”, cómo estos establecimientos recogen simbólicamente el patrimonio literario, confirmando sus cartas de nobleza a un sector competitivo del mercado. La literatura representa entonces, un valor agregado en dirección de una clientela ilustrada que busca distinguirse de los turistas *mainstream* por su capital (cultural). Frente a esto, se examinará cómo estos hoteles



patrimonializan la literatura. El artículo analiza la manera en que los hoteles literarios recuperan, en lugar de inventar un nuevo canon, las representaciones y los usos vinculados a lugares y a prácticas de mediación patrimonial ya existentes, y que prosperan gracias a la experiencia personalizada que la industria hotelera vende a los viajeros.

Entrées d'index

Mots-clés : lieux de mémoire, hôtels littéraires, storytelling, tourisme expérientiel

Keywords: memory places, literary hotels, storytelling, experiential tourism

Palabras clave: lugares de la memoria, hoteles literarios, storytelling, turismo experiencial

Notes de la rédaction

Manuscrit reçu le 25 janvier 2021

Version révisée reçue le 22 avril 2021

Article accepté pour publication le 26 juin 2021

Texte intégral

« Et le soir ils ne dînaient pas à l'hôtel [...] dans la grande salle à manger, celle-ci devena[n]t comme un immense et merveilleux aquarium devant la paroi de verre duquel la population ouvrière de Balbec, les pêcheurs et aussi les familles de petits bourgeois [...] s'écrasaient au vitrage pour apercevoir [...] la vie luxueuse de ces gens [...] » (Proust, 1919 : 101).

1 Dans cet article, nous envisageons l'image de la paroi de verre du Grand Hôtel de Balbec comme la vitrine au travers de laquelle les hôtels littéraires patrimonialisent l'objet littéraire¹ et « exposent » des trésors. Largement valorisés dans la presse et en voie d'adoption dans les études universitaires qui s'intéressent au tourisme et à l'urbanisme (Bisenius-Penin, 2020 : 100-101), ces établissements n'ont toutefois pas encore fait l'objet de travaux d'ensemble depuis leur émergence.

2 L'expression « hôtels littéraires » pose d'emblée question : d'abord parce qu'elle ne désigne pas directement les hôtels qui figurent dans des œuvres littéraires (Saint Phalle, 2005), d'autre part parce que les hôtels sont *a priori* autant de lieux « triviaux » (Jeanneret, 2008), « non-lieux » (Augé, 1992) et « hyper-lieux » (Lussault, 2017). Or, précisément, les « hôtels littéraires » paraissent poser à nouveaux frais les éléments de définition associés à ces catégories : ils combinent en effet à l'espace public, connecté, impersonnel ou encore accessible de l'hôtel standard une dimension expérientielle, sensible, esthétique et historique de l'espace, que l'on peut aussi attribuer, par exemple, aux « hauts lieux » culturels et patrimoniaux (le Grand Hôtel de Cabourg, lié à Proust, en fait partie²). De façon générale, ces établissements n'ont pas grand-chose à voir, *a priori*, avec l'objet littéraire, encore moins avec sa patrimonialisation (Grange & Poulot, 1997) dont il est vrai que les contours et les ressorts ne cessent de s'étendre (Heinich, 2009). Qu'est-ce alors qu'un « hôtel littéraire » ? Il s'agit d'une étiquette affichée par certains hôtels (exploitée par la Société des hôtels littéraires) et que les médias ont reprise à leur compte pour regrouper, en réalité, des hôtels hétérogènes. Ceux-ci ont malgré tout en commun de développer leur modèle économique au cours des décennies 2000-2020, en France tout particulièrement, autour de l'objet littéraire et, en particulier (mais pas exclusivement), dans le secteur du luxe. Il est même notable que certains se tournent, à des degrés variables, conjointement vers le luxe et la littérature, celle-ci jouant le rôle de faire-valoir auprès de la clientèle, et ce, dans le secteur concurrentiel de l'hôtellerie, entre valorisation commerciale d'un côté, culturelle, patrimoniale voire artistique de l'autre (Benhamou, 2012).

3 Ces hôtels sont aussi des lieux hétérotopiques (Foucault, 2009), à la fois réels, situés, et dont l'existence tient à des discours et à des récits qui leur donnent sens. Ils traduisent l'essor du « capitalisme artiste » (Lipovetsky & Serroy, 2013) et de la *brand culture*, laquelle axe la marque sur une pluralité de représentations culturelles et sensorielles qui lui confèrent cachet et légitimité (Marti de Montety, 2013 ; Bô, 2019). Pensons à l'opération menée par Airbnb et le Louvre qui proposaient, en 2019, de



passer « une nuit avec Mona Lisa », ou aux chambres (d'hôtes) tangibles, à l'image de la chambre peinte par Vincent Van Gogh. Quant au secteur du luxe, il a coutume, en France notamment, d'arrimer ses activités commerciales à des références culturelles au sens large (Bonassa, 2018). Le principe est de bénéficier en retour de l'aura qui entoure ces références consacrées collectivement dans une « nation littéraire » (Parkhurst Ferguson, 1991) qui chérit et promeut son exception culturelle, et qui fait commerce d'objets dérivés, *made in France* si possible, depuis près de deux siècles.

- 4 L'article repose sur une étude de terrain, des entretiens³, une analyse comparative et critique des sites officiels des établissements, de sites promotionnels (TripAdvisor, Booking.com...) et de la presse. Il interroge la manière dont ces hôtels construisent l'objet littéraire comme un produit culturel à haute valeur ajoutée, à partir d'objets tangibles « insignes », de valeurs et de pratiques transmédiatiques (livres, bibelots, adaptations audiovisuelles...) associées au monde du luxe (historicité, esthétique, émotions, références partagées et exigence intellectuelle, par exemple). À une approche sémiotique et topographique, nous ajouterons une approche *topique* : il s'agira de se demander comment ces établissements considèrent l'objet littéraire, qu'ils rapportent largement au canon scolaire et national, aux « grands écrivains » notamment. Les hôtels n'inventent pas véritablement, mais sélectionnent et s'approprient des modes de réification et de patrimonialisation de l'objet littéraire (fétichisation, personnalisation, exposition, *branding*, dérivation, objectalité) (Thérenty & Wrona, 2019 : v-x), empruntés à des pratiques et à des lieux patrimoniaux, culturels et de divertissement.
- 5 Le corpus étudié comprend une dizaine d'hôtels parisiens dont le statut « littéraire » varie⁴. La démonstration procédera, à partir d'un état des lieux, à une étude des mécanismes propres à la création d'un univers d'auteur et à une approche anthologique des textes littéraires, voies empruntées pour valoriser l'objet littéraire dans ces établissements.

Un état des lieux : typologie des hôtels littéraires et approches de la notion

- 6 Lier un hôtel à une figure d'écrivain n'est pas chose nouvelle : depuis le XIX^e siècle, le « sacre de l'écrivain » (Bénichou, 1973) a gagné le domaine touristique (Moussa & Venayre, 2011), et le patronyme d'écrivain est devenu une marque (Thérenty & Wrona, 2020).

Le nom d'auteur comme critère d'élection à un statut « littéraire »

- 7 Le nom d'auteur (Østenstad, 2009) désigne non seulement un établissement, mais, faisant sens collectivement, il distingue également l'emplacement auquel il est associé (Bosredon & Tamba, 1999 : § 33 ; Lévy et Lussault, 2013). De manière générale, les hôtels portant nom d'auteur s'inscrivent aussi symboliquement dans une zone géographique associée au souvenir de l'écrivain (Labbé, 2020 ; Nora, 1997). L'Hôtel Baudelaire Opéra a pris, par antonomase, le nom du poète qui séjourna quelques jours en 1854 dans ce qui était alors l'Hôtel d'York » (Blonde, 2003). Référence littéraire « au carré » pour l'Hôtel du Quai Voltaire (7^e arrondissement), sur le quai éponyme, où une plaque signale le passage du même Baudelaire dans ces lieux à proximité desquels Voltaire habita justement.
- 8 Pas de maison natale, mais une « maison » mortuaire, en quelque sorte, pour L'Hôtel, situé rue des Beaux-Arts (6^e arrondissement). Oscar Wilde descendit et mourut en 1900 dans un hôtel (disparu) situé à cet endroit, l'Hôtel d'Alsace, comme le rappelle une plaque commémorative. Cette dernière constitue le pendant d'une autre plaque se rapportant à Jorge Luis Borges, qui aurait décidé de séjourner sur place pour traduire *Le Prince heureux et autres contes...* d'Oscar Wilde⁵. Lieu de vie (et de mort)



vénérable d'un écrivain renommé, lieu d'« écriture » pour un autre : il n'en faut pas moins à L'Hôtel pour devenir un « hôtel littéraire ».

Une géographie littéraire

- 9 Affichant le nom d'un personnage, mais consacré à Proust, l'Hôtel littéraire le Swann est situé dans le quartier de la Plaine Monceau que fréquenta assidûment l'écrivain, et où il vécut. C'est là un trait essentiel de la communication de l'établissement (brochures, entretiens, site web...), qui souligne avec force son ancrage proustien⁶. En témoignent aussi des plans historiques établis *ad hoc* par la Société des hôtels littéraires. Commode outil touristique, cette carte légitime l'identité littéraire de l'hôtel en le situant historiquement (la carte date de 1891) par rapport aux sites attachés à la vie et à l'œuvre de l'auteur valorisé⁷. De fait, les hôtels de la marque ne jouissent pas de l'aura des « maisons d'écrivains » (Bonniot, 2016) ou des lieux de séjour auxquels les auteurs ont consacré quelques lignes. En ce sens, Le Swann pratique une forme de surenchère puisqu'il met aussi en avant les séjours qu'y réalisa le poète hongrois Endre Ady – dont une photographie monumentale rappelle le souvenir avec une plaque commémorative dans le hall – et la venue d'Apollinaire, voisin des lieux (domicile au n° 9 de la rue de Constantinople)⁸.
- 10 Ces médiations doivent sans doute compenser la faible charge symbolique et patrimoniale des hôtels à l'origine. L'Hôtel littéraire Marcel Aymé avoisine la place éponyme (située à 300 m) et le bas-relief commémorant *Le Passe-muraille* (1941). Quant à l'Hôtel littéraire Arthur Rimbaud, il est situé à proximité de la gare du Nord et de la gare de l'Est, et il fait écho à l'image bohème du poète « aux semelles de vent ». Du côté des Plumes (9^e arrondissement), l'hôtel est opportunément situé rue Lamartine, non loin du quartier artistique et littéraire de la Nouvelle Athènes (Traversier, 2009) : les plans littéraires proposés aux hôtes soulignent ces concordances.
- 11 Ces hôtels capitalisent sur des noms d'auteurs, et tout particulièrement sur les auteurs canoniques d'un panthéon littéraire national qui attire une clientèle internationale. Lui aussi consacré à une figure littéraire de renommée mondiale, Alexandre Dumas père, Le Monte Cristo est situé rue Pascal (5^e arrondissement)⁹. Si l'emplacement n'entretient aucun rapport avec l'écrivain, Michel Delloye, gérant, rapproche habilement l'hôtel du Panthéon voisin où il est enterré¹⁰. Quant au nom de l'établissement, il désigne un toponyme romanesque qui renvoie à l'un des plus célèbres romans de l'auteur : *Le Comte de Monte-Cristo* (1844). Il est aussi significatif que l'hôtel emprunte son nom et des éléments de décors au château de Monte-Cristo, que l'écrivain a fait aménager à grands frais pour donner forme aux visions féériques qui animent ses œuvres¹¹.
- 12 D'autre part, ce choix offre aux visiteurs la possibilité de découvrir Dumas à Paris, quand Port-Marly se situe à plus de 40 minutes de la capitale, où l'écrivain ne dispose d'aucun lieu de mémoire, à l'exception du Panthéon et de quelques toponymes concentrés dans les 11^e et 20^e arrondissements. Les « hôtels littéraires » éclairent aussi par contraste l'absence à Paris de musées¹² consacrés à Proust¹³, Rimbaud¹⁴, Baudelaire, Aymé¹⁵. Sans doute l'itinérance de certains de ces auteurs (logés dans des hôtels et des garnis) contribue-t-elle d'ailleurs à expliquer cette situation, bien que les Hôtels littéraires sédentarisent paradoxalement – mais dans un lieu de passage – les écrivains voyageurs mentionnés.
- 13 Les Hôtels littéraires et L'Hôtel poussent d'ailleurs plus loin leur prétention au rôle de médiateur patrimonial et culturel pour devenir des centres culturels et des lieux littéraires de sociabilité, fonctions qui leur permettront de prétendre, à terme, au nouveau statut d'« entreprises à mission »¹⁶. En 2000, c'est à L'Hôtel que les Amis d'Oscar Wilde remettent le premier prix du même nom pour célébrer la réouverture de l'établissement, repris justement par un couple de Britanniques dans les années 2000. Quant au Swann, il est devenu le « QG » des Amis de Proust et accueille de nombreux événements touchant au livre et à la littérature, placés sous l'égide de Jacques Letertre¹⁷.



- 14 Par rapport aux lieux littéraires qui entretiennent un lien historiquement fondé avec l'écrivain, le *storytelling* promotionnel et l'aménagement décoratif des lieux constituent un double enjeu fondamental pour construire et justifier le caractère « littéraire » de leur entreprise.

La création d'un univers d'auteur

- 15 Un des points communs à certains de ces hôtels réside en effet dans l'aménagement d'un univers d'auteur qui s'inscrit très bien dans l'essor du tourisme expérientiel (Saurier, 2007 ; Gombault & Bourgeon-Renault, 2014). Cet univers plonge le visiteur et le client dans un monde désigné, ici par le terme de « poétique¹⁸ », là d'« aventure¹⁹ », d'une manière allusive pour ne pas dire « creuse » pour certains.

Un univers extra-ordinaire

- 16 L'objet littéraire est ainsi associé aux genres qui organisent la littérature, et à une expérience sentimentale et sensorielle que les hôtels rapportent à différents thèmes considérés comme « littéraires », le rêve²⁰ et l'amour, par exemple : ainsi du trio « Edmond », « Mercedes » et « Haydée », pour désigner les suites « littéraires » du Monte Cristo, lequel propose d'ailleurs une « offre Aventure d'Amour²¹ ». Les Plumes jouent la carte des couples d'écrivains légendaires Sand-Musset, Hugo-Drouet, Verlaine-Rimbaud²². Les hôtels se réfèrent aussi opportunément à une thématique spatiale qui les concerne au premier chef : le voyage. Ce thème permet d'aménager les lieux à partir de récits et d'imaginaires perçus comme littéraires, et convertis en *storytelling*, par exemple : « Tout comme l'évasion d'Edmond Dantès, on aime s'échapper à l'Hôtel Monte Cristo pour profiter d'une parenthèse fastueuse, plongé dans un décor exotique²³. »
- 17 La littérature est appréhendée comme un univers défamiliarisant que la décoration des hôtels met en scène à partir de lieux, de paysages et de noms associés aux œuvres des auteurs valorisés et qui évoquent des ailleurs : Combray ou Venise au Swann, par exemple. Le voyage peut aussi être temporel, comme aux Plumes, où l'on se trouverait transporté au XIX^e siècle²⁴. Quoi qu'il en soit, cette démarche active le levier symbolique et connotatif associé aux références littéraires : la littérature, c'est l'art et la manière de raconter des histoires extra-ordinaires, et un sujet à investir pour en raconter à son tour. Les hôtels s'approprient là un ressort caractéristique des parcs à thème littéraires (Delassus, 2016). En général, les décors sont aussi inspirés des objets dérivés et des adaptations multimédias tirées de l'œuvre-source qui charrie un imaginaire et une imagerie polymorphes au sein de la culture populaire (Letourneux, 2017).

Des décors immersifs et scénographiés

- 18 Au Monte Cristo, la vie et l'œuvre romanesques de Dumas fournissent un pré-texte dans cette perspective, mais ces liens ne font l'objet d'aucune explicitation *in situ*, et la communication ne les détaille pas outre mesure. Ainsi des peintures de l'artiste Christoff Debusschere, qui convoquent l'univers de Dumas, identifiable pour les initiés : marine figurant un navire, forteresse évoquant le château d'If... La référence à la demeure de Port-Marly double ces échos : la décoration suggère une ambiance domestique et un cabinet de curiosités dans l'esprit d'un XIX^e siècle fantasmé. Elle rappelle aussi les spectaculaires décors de Monte-Cristo (toiles de Delacroix, stucs mauresques du salon...) : c'est que l'hôtel prétend être « la représentation actualisée de ce que pourrait être la maison du maître²⁵ ». Ce choix est intéressant puisqu'il repose sur un travail d'adaptation contemporaine du style, des thèmes et des goûts de Dumas, aussi bien en matière littéraire que décorative, autour d'intérieurs historicistes et



orientalistes, caractéristiques de Monte-Cristo, des œuvres de l'écrivain, mais aussi plus largement de son époque (Charpy, 2007 ; Sicotte, 2012).

19 Les Hôtels littéraires ont progressivement adopté une démarche similaire après Le Swann, mais ils communiquent avec insistance sur la signification « littéraire » des décors. Au Rimbaud, le papier peint de la salle de réception, couvert de singes et de motifs végétaux, désigne les voyages du poète : cette pièce, spacieuse, contraste avec l'étroite entrée, plongée dans un clair-obscur duquel émerge le portrait *street art* du poète par Ernest Pignon-Ernest, tandis qu'un plafond étoilé de Jean Aubertin interprète *Le Bateau ivre* à proximité d'une... fontaine à absinthe²⁶ : autant de motifs légendaires et patrimonialisés que l'hôtel reconduit à sa manière.

20 Mais l'immersion passe la plupart du temps par des éléments plus ponctuels – tels des accessoires de literie (Paris, ses bancs, son métro... pour Marcel Aymé) – ou qui arborent la signature de l'écrivain (sur un dessus-de-lit, chez Rimbaud, aux Plumes). Surtout, les portraits de l'écrivain, des personnages ou des interprètes de ceux-ci font des hôtels des lieux à l'image de l'auteur et de son œuvre : l'iconographie constitue de fait une recette à succès pour rendre visible la littérature et rendre compte de sa patrimonialisation à travers les adaptations qui essaient de l'œuvre-source. Parmi les portraits de Marcel Aymé et de ses proches, évoquons, par exemple, la photographie de Jean Gabin et de Bourvil dans *La Traversée de Paris* qui décore l'ascenseur dont la moquette évoque des pavés. Le clin d'œil peut se faire humoristique aussi : aux Plumes, des bouteilles d'absinthe sont répétées de façon industrielle sur un mur, comme autant de *Campbell's Soup Cans* rimbaldiennes.

21 Dans cette perspective, certains de ces hôtels collectionnent des objets patrimoniaux qu'ils rassemblent, conservent, exposent pour les transmettre aux visiteurs, comme des musées, parfois avec des cartels pour désigner les objets. Ainsi, des pièces de la collection personnelle de Jacques Letertre (manuscrits d'écrivains, reproductions d'œuvres, objets d'art anciens et contemporains...) sont exposées dans ses hôtels, tels des « musées imaginaires » personnels²⁷. Quant aux commandes passées auprès d'artistes et d'artisans, elles confèrent aux lieux un air et une légitimité de galerie d'art, dans un dialogue des arts revendiqué également par Le Pavillon des Lettres²⁸.

22 L'Hôtel, pour sa part, revêt un statut de reliquaire. Cependant, l'aménagement d'une chambre luxueuse prend à rebours la destinée malheureuse de Wilde qui mourut sans le sou dans un hôtel sordide ! De fait, la superbe suite aménagée au 1^{er} étage contraste avec celle que connut l'écrivain. Elle rassemble des pièces qui ont trait à sa personne (portraits), à ses écrits (fac-similés de manuscrits au mur), à son temps (pièces du décor). En témoigne la reconstitution d'un pan de mur de la Peacock Room, cette salle à manger emblématique de l'Aesthetic Movement, si chère à Wilde²⁹. Ces éléments combinés mettent en espace un récit, ici de vie ; ils suggèrent une atmosphère d'époque cohérente et un effet d'authenticité construit, caractéristiques des *period rooms* (Marchand, 2017).

23 La littérature est ainsi le patrimoine-levier à partir duquel toute une chaîne patrimoniale française se voit honorée à travers une expérience multisensorielle (Gélinas, 2014), reposant pour partie sur la gastronomie³⁰. De ce point de vue, le Monte Cristo a consacré son restaurant au *Grand Dictionnaire* de Dumas (1873) et érigé le rhum en emblème de son bar, Le 1802, au nom polysémique : la date évoque l'année de naissance de Dumas, le retour de l'esclavage dans les colonies françaises, les origines de l'écrivain. Quant au rhum et au sucre servis, ils font sens avec les plantations de Saint-Domingue d'où est originaire le père de Dumas.

Des anthologies et des manuels en trois dimensions ?

24 La pratique de la collection, qui sert de fil rouge à l'aménagement des hôtels, n'irait-elle pas de pair avec la pratique anthologique ? Il est remarquable que les outils scolaires de médiation du patrimoine littéraire demeurent les repères sous-jacents auxquels se réfèrent les hôtels, Hôtels littéraires en tête.

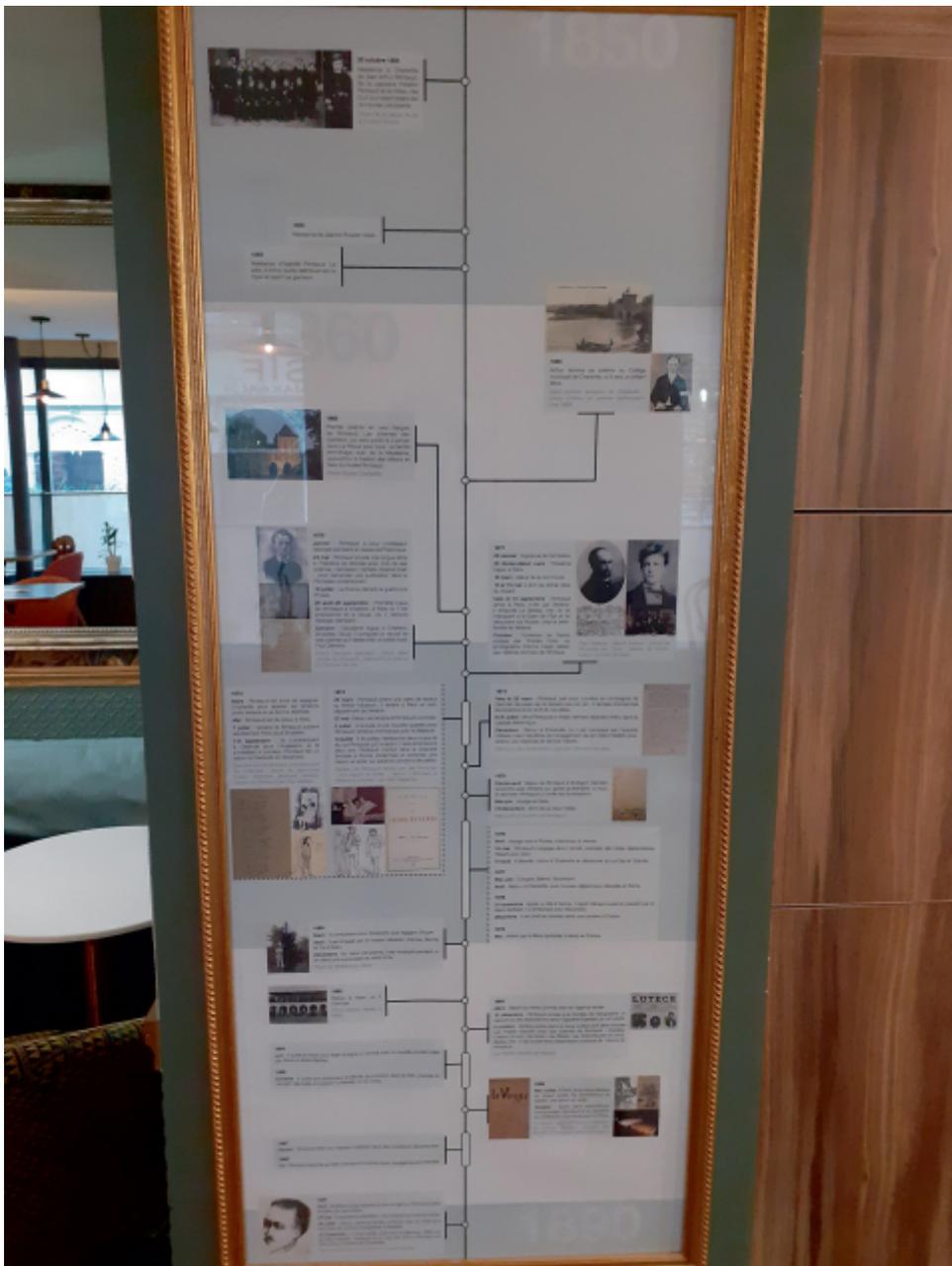


Un panthéon de grands écrivains

- 25 Le Pavillon des Lettres a constitué une anthologie de 26 chambres, autant que les lettres de l'alphabet. Chacune est placée sous l'égide d'un haut dignitaire des Lettres occidentales, dans un abécédaire canonique mondialisé (Andersen, Calderon, Eschyle, Ovide, Woolf...). Quant aux Plumes et aux Hôtels littéraires, ils s'organisent autour d'un panthéon d'auteurs français qui recouvre, dans ses grandes lignes, le canon scolaire marqué par les géants du XIX^e siècle, dont, de façon remarquable, Hugo ou Balzac ont été écartés³¹. Ce siècle est en effet un siècle proche de la période contemporaine, et suffisamment lointain pour donner un air historique aux décors. C'est aussi le siècle au cours duquel Paris a pris le visage que les touristes lui connaissent, et un siècle riche en « grands hommes » (écrivains, couturiers, artistes...).
- 26 Ce palmarès rappelle celui des anthologies et des manuels scolaires, avec un autre trait caractéristique : l'attention portée à la biographie du grand écrivain, dans le sillage de l'approche lansonienne (Jey, 2004). Dans les Hôtels littéraires particulièrement, la biographie des écrivains est rapportée dans des frises chronologiques illustrées (fig. 1), à la manière des frises des manuels d'histoire littéraire. Dans les brochures explicatives, le caractère édifiant de ces destinées est présenté avec une certaine grandiloquence et dans un registre volontiers dramatique, conformément au genre des *vies*³² et à la figure mythique de l'écrivain souffrant (Brissette, 2005). Voyons plutôt cet exemple, convenu : « Proust consacra toute sa vie à son travail et en mourut d'épuisement, nous laissant un des plus grands chefs-d'œuvre de la littérature moderne, où il nous invite à découvrir un univers d'une richesse sans pareille³³. »

Figure 1. Détail d'une frise chronologique consacrée à Rimbaud, Hôtel littéraire Arthur Rimbaud.





© Marie-Clémence Régnier.

27 Enfin, l’analogie avec les anthologies et les manuels littéraires se poursuit autour des citations qui couvrent les murs (Le Pavillon des Lettres, Hôtels littéraires, Les Plumes) et les brochures. Celles proposées par les Hôtels littéraires constituent d’ailleurs des anthologies en soi : anthologies de morceaux choisis, de personnages emblématiques, d’un imaginaire et d’une imagerie légendaires, anthologies aussi selon le modèle adopté qui associe biographie, extraits et résumés (fig. 2 et 3). Sur place, on constate la même volonté panoramique : à Montmartre, par exemple, les éditions illustrées des *Contes du chat perché* (1934-1946) côtoient un meuble à grillage, tel un « poulailler », tandis que *La Vouivre*, récit fantastique méconnu (1943), est désignée par un panneau illustré monumental³⁴.

Figure 2. Détail de l’aménagement intérieur et décoratif de l’Hôtel littéraire Marcel Aymé, Paris. Citation sur un mur-cimaise et présentation d’une pièce de collection sous vitrine.





© Marie-Clémence Régnier.

Figure 3. Détail de l'aménagement intérieur et décoratif de l'Hôtel littéraire Marcel Aymé, Paris. Portraits de Marcel Aymé dans un escalier.





© Marie-Clémence Régnier.

Des espaces saturés de signes littéraires

- 28 La toponymie intérieure relaie le décor pour organiser les différents espaces des hôtels. Les étages et les chambres portent le nom d'un personnage, d'un proche de l'écrivain célèbre, le titre d'une œuvre ou d'un texte. Entre la réalité et la fiction, la partie et le tout, il n'est d'ailleurs pas toujours facile de se repérer pour le néophyte. Les hôtels n'innovent guère en la matière : ils rejoignent là l'aménagement spatial pour lequel optent nombre de commissaires d'expositions littéraires (Pauzat, 2015), des hôtels standards dans des villes d'art (Hotel de Emauspoort à Delft, par exemple) ou bien des demeures privées associées au souvenir d'un auteur, à l'instar des chambres du château Gabriel, demeure d'Yves Saint-Laurent et de Pierre Bergé, qui portaient le nom de personnages proustiens³⁵.
- 29 En ce sens, la qualification littéraire de ces univers est fondamentalement liée à l'ostentation insistante d'outils rhétoriques et de signes écrits, perçus comme caractéristiques d'un style et d'une énonciation « littéraires » (Bisenius-Penin, 2020). Les Hôtels littéraires poussent la démarche assez loin grâce à celle qui a été nommée « conseillère littéraire », Hélène Montjean³⁶. Elle est l'auteur de fiches biographiques, de synthèses de lectures thématiques et de plans historiques, déjà mentionnés. Il est à remarquer que ces textes témoignent d'une réelle connaissance de leur sujet, même si l'appareil critique savant, qui a servi à établir ces informations, est globalement neutralisé *in situ*, moins dans les brochures qui se réfèrent notamment aux sociétés d'amis d'écrivains, telle une caution scientifique. Sans doute a-t-on jugé approprié de ne pas faire montre de façon trop appuyée d'une démarche par trop lettrée qui pourrait rebuter la clientèle³⁷ !
- 30 D'autres signaux littéraires essaient : citations aux murs (fig. 4) (Hôtels littéraires, Le Pavillon des Lettres, Les Plumes) ; œuvres interprétant un texte littéraire (*La Recherche* recopiée sur un panneau³⁸) ; objets décoratifs contemporains qui convoquent les textes d'un auteur ; univers du papier et du livre à l'instar des papiers peints couverts de livres en trompe-l'œil ; ou, plus subtil, le lustre *Petit poème de lumière* du designer Jörg Gessner, composé de feuillets de papier japon, au Swann, en référence aux premières éditions de *La Recherche* et à la « lanterne magique de Combray »... Enfin, des livres, notamment d'éditions patrimonialisées (NRF Gallimard, La Pléiade), sont disposés un peu partout, et exhibés avec ostentation sur les photos promotionnelles des hôtels. Les œuvres des auteurs sont aussi mises à disposition dans



les chambres, et des éditions au format poche offertes aux clients dans les Hôtels littéraires et au Pavillon des Lettres. Dans les espaces communs, des bibliothèques ont été aménagées et sont ouvertes à tous. C'est d'ailleurs autour du livre qu'a pris forme le slogan de la marque des Hôtels littéraires : « Des chambres avec livres. » Ou comment tourner son regard non pas vers l'extérieur mais vers l'intérieur, vers son monde intérieur, grâce à la lecture littéraire.

Figure 4. Citation au mur extraite du poème « Ma bohème » dans la chambre du même nom, Hôtel littéraire Arthur Rimbaud, Paris.



© Marie-Clémence Régnier.

- 31 Dans les hôtels littéraires, la littérature confère ses lettres de noblesse – des étoiles en l'occurrence ! – à un secteur marchand concurrentiel sur le fondement d'une valeur ajoutée symbolique, culturelle, sociale, expérientielle et médiatique aux yeux d'un public qui cherche à se distinguer des touristes *mainstream* par son capital culturel et pécuniaire.
- 32 À partir de dispositifs expositionnels, décoratifs, scénographiques et discursifs, les hôtels prétendent établir un rapport singulier à la littérature, intime, personnalisé et « sur mesure », grâce à l'évocation immersive d'un univers littéraire polarisé autour d'une figure d'écrivain, marquante, et de ses œuvres, diversement réifiées et thématiques. Au cœur de cette démarche, la notion d'« expérience », liée à celles d'« individualisation », d'« immersion », de « mise en scène » et d'« appropriation », à la croisée du discours marketing, des médiations patrimoniales et de la lecture littéraire, et considérée comme expérience (Grefe & Coëffé, 2020) esthétique, intime, intellectuelle, enrichissante (Boltanski & Esquerre, 2017) et émotionnelle. Ces différents aspects posent les contours d'une « patrimonialisation 4 étoiles » qui opère au service d'une « certaine idée » des Lettres, tant du point de vue du panthéon littéraire mis à l'honneur que des dispositifs de médiation et des publics visés. Deux modèles se dégagent : le modèle bibliothéco-muséal des Hôtels littéraires d'une part, le modèle immersif et scénographique, lié aux parcs à thème, du Monte Cristo d'autre part. Dans ce paysage, la maison-musée d'écrivain (qui parfois emprunte l'identité d'un personnage : Monte-Cristo, Bovary, Swann) constitue un point de fuite décoratif, scénographique, domestique, pour suggérer au client qu'il s'invite en quelque sorte *chez* l'auteur, en tout cas dans un lieu à son image.
- 33 Avec les scénographies muséales et les parcs à thème, les hôtels littéraires participent par conséquent de l'expansion sérialisée d'adaptations transmédia et spatialisées de la littérature. Ces médiations traduisent en effet dans une certaine mesure la diffraction de l'objet littéraire en dehors du livre et du discours vers des formes culturelles



tangibles et spatialisées. Que reste-t-il là du « littéraire » ? Un chapelet de noms d'auteurs comptant parmi un palmarès mondialisé ? Un corpus d'œuvres plus ou moins déchiffrables dans le décor ? Des signes écrits esthétisés, perçus comme « littéraires » ? Dans ces hôtels, le patrimoine littéraire s'apparente non seulement à un conservatoire de valeurs formant « canon », mais aussi à un creuset de discours, de signes et de formes disponibles et vectorisables pour de multiples appropriations communicationnelles et culturelles. Mais ne faudrait-il pas se départir d'une tentation de juger de façon axiologique ces appropriations (Davallon, 2006 : 23), que d'aucuns pourraient estimer superficielles et opportunistes de la part de marchands du temple littéraire ? On peut en effet considérer ces expériences de médiation comme une manière de requalifier l'objet littéraire, comme un médium à investir de formes, de sens, d'interprétations plurielles qui en font un patrimoine vivant, source de créations contemporaines.

34 Mais, dans leurs murs, la littérature ne risque-t-elle pas d'apparaître aux yeux de certains comme une forteresse dont l'accès est tout aussi réservé que celui de certains de ces établissements étoilés, d'autant plus autour d'écrivains réputés difficiles justement ? Ces hôtels, où tout n'est que « luxe, calme et volupté », sont dans tous les cas des lieux singuliers où les visiteurs réalisent de bien curieux « voyage[s] autour de [leur] chambre » (Maistre, 1795), à l'ombre des écrans plats et des thermostats qui assurent eux aussi l'attrait de ces « chambre[s] à soi » (Woolf, 1929).

Bibliographie

Augé (Marc). 1992. *Non-lieux. Introduction à une anthropologie de la surmodernité*. Paris : Seuil (La librairie du xx^e siècle).

Benhamou (Françoise). 2012. *Économie du patrimoine culturel*. Paris : La Découverte (Repères).

Bénichou (Paul). 1973. *Le Sacre de l'écrivain, 1750-1830. Essai sur l'avènement d'un pouvoir spirituel laïque dans la France moderne*. Paris : José Corti.

Bisenius-Penin (Carole). 2020. « Brand culture et immersion hôtelière ». *Histoires littéraires*, 82, p. 100-101.

Blonde (Didier). 2003. *Baudelaire en passant*. Paris : Gallimard (L'un et l'autre).

Bô (Daniel). 2019. *Brand Culture. La cohérence des marques en question*. Avec la collaboration de Matthieu Guével et une interview de Raphaël Lellouche. Paris : Dunod.

Boltanski (Luc) & Esquerre (Arnaud). 2017. *Enrichissement. Une critique de la marchandise*. Paris : Gallimard (NRF essais).

Bonassa (Caroline). 2018. « Luxe et littérature : un mariage profitable ». Site *Stratégies*, mis en ligne le 12 décembre 2018 : <http://www.strategies.fr/actualites/marques/4021043W/luxe-et-litterature-un-mariage-profitable.html> [consulté le 21 août 2021].

Bonriot (Aurore) 2016. *Imaginaire des lieux et attractivité des territoires : Une entrée par le tourisme littéraire : Maisons d'écrivain, routes et sentiers littéraires*. Thèse de doctorat soutenue en 2016 sous la direction de Jean-François Mamdy et Mauricette Fournier à l'Université Clermont-Ferrand 2, en ligne : <https://tel.archives-ouvertes.fr/tel-01517269/document> [consulté le 21 août 2021].

Bosredon (Bernard) & Tamba (Irène). 1999. « Une ballade en toponymie : de la rue Descartes à la rue de Rennes ». *Linx*, 40, p. 55-69, en ligne : <http://journals.openedition.org/linx/743> [consulté le 21 août 2021] ; DOI : <https://doi.org/10.4000/linx.743>.

Brissette (Pascal). 2005. *La Malédiction littéraire. Du poète crotté au génie malheureux*. Montréal : PUM (Socius).

Camus (Sandra). 2014. « Marketing expérientiel, production d'expérience et expérience de consommation ». *Espaces, tourisme et loisirs*, 320, p. 10-18.

Charpy (Manuel). 2007. « L'ordre des choses. Sur quelques traits de la culture matérielle bourgeoise parisienne, 1830-1914 ». *Revue d'histoire du XIX^e siècle*, 34, p. 105-128, en ligne : <https://journals.openedition.org/rh19/1342> [consulté le 22 août 2021] ; DOI : <https://doi.org/10.4000/rh19.1342>.

Davallon (Jean). 2006. *Le Don du patrimoine : Une approche communicationnelle de la patrimonialisation*. Paris : Hermes Science - Lavoisier.



Delassus (Justine). 2016. *Visiter les œuvres littéraires au-delà des mots ; des maisons d'écrivains aux parcs à thème, l'impossible pari de rendre la littérature visible*. Thèse soutenue en histoire culturelle sous la direction de Jean-Yves Mollier à l'université Paris-Saclay.

- Foucault (Michel). 2009. *Le Corps utopique* suivi de *Les Hétérotopies*. Paris : Éditions Lignes.
- Gélinas (Dominique). 2014. « Le sensorium synthétique : réflexion sur l'utilisation de l'expographie immersive numérique et muséale ». *Conserveries mémorielles* [en ligne], 16 : <http://journals.openedition.org/cm/2000> [consulté le 22 août 2021].
- Gombault (Anne) & Bourgeon-Renault (Dominique). 2014. « Marketing du tourisme. Le tournant expérientiel ». *Espaces, tourisme et loisirs*, 320, p. 8-28.
- Grange (Daniel J.) & Poulot (Dominique) (dir.). 1997. *L'Esprit des lieux : Le patrimoine et la cité*. Grenoble : PUG (La pierre et l'écrit).
- Grefe (Gwenaëlle) & Coëffé (Vincent). 2020. « Les interactions entre l'hôtellerie française et le patrimoine : une relation à l'épreuve de l'« économie de l'enrichissement » ». *Mondes du tourisme* [en ligne], 17 : <https://journals.openedition.org/tourisme/2703> [consulté le 22 août 2021] ; DOI : <https://doi.org/10.4000/tourisme.2703>.
- Jeanneret (Yves). 2008. *Penser la trivialité*. Vol. 1 : *La Vie triviale des êtres culturels*. Paris : Hermes Science-Lavoisier (Communication, médiation et construits sociaux).
- Heinich (Nathalie). 2009. *La Fabrique du patrimoine. De la cathédrale à la petite cuillère*. Paris : Éditions de la Maison des sciences de l'homme (Ethnologie de la France).
- Jey (Martine). 2004. « Gustave Lanson : de l'histoire littéraire à une histoire sociale de la littérature ? ». *Le Français aujourd'hui*, 145, p. 15-22, en ligne : www.cairn.info/revue-le-francais-aujourd-hui-2004-2-page-15.htm [consulté le 22 août 2021].
- Labbé (Mathilde). 2020. « Introduction. La construction d'une *France littéraire* : ancrage, réception et création littéraires ». *Recherches & Travaux* [en ligne], 96, « Ancrages territoriaux de la littérature » : <http://journals.openedition.org/recherchestravaux/1906> [consulté le 22 août 2021] ; DOI : <https://doi.org/10.4000/recherchestravaux.1906>.
- Letourneux (Matthieu). 2017. *Fictions à la chaîne. Littératures sérielles et culture médiatique*. Paris : Seuil (Poétique).
- Lévy (Jacques) & Lussault (Michel) (dir.). 2013. *Dictionnaire de la géographie et de l'espace des sociétés*. Paris : Belin (Hors-collection histoire et géographie).
- Lipovetsky (Gilles) & Serroy (Jean). 2013. *L'Esthétisation du monde. Vivre à l'âge du capitalisme artiste*. Paris : Gallimard.
- Lussault (Michel). 2017. *Hyper-lieux. Les nouvelles géographies de la mondialisation*. Paris : Seuil (La couleur des idées).
- Maistre (Xavier de). 1795. *Voyage autour de ma chambre*. [Lausanne : Isaac Hignou.]
- Marchand (Marie-Ève). 2017. « La *period room* mise en scène : rencontre entre fiction et histoire au musée ». *Material Culture Review / Revue de la culture matérielle* [en ligne], 86 : <https://www.erudit.org/fr/revues/mcr/2017-v86-mcro04795/1062473ar/> [consulté le 22 août 2021] ; DOI : <https://doi.org/10.7202/1062473ar>.
- Marti de Montety (Caroline). 2013. « Les marques, acteurs culturels - dépublicitarisation et valeur sociale ajoutée ». *Communication & management*, 10(2), p. 22-32, en ligne : <https://www.cairn.info/revue-communication-et-management-2013-2-page-22.htm> [consulté le 22 août 2021].
- Moussa (Sarga) & Venayre (Sylvain) (dir.). 2011. *Le Voyage et la mémoire au XIX^e siècle*. Grane : Créaphis (Silex).
- Nora (Pierre) (dir.). 1997. *Les Lieux de mémoire*, 3 vol. Paris : Gallimard (Quarto).
- Østenstad (Inger). 2009. « Quelle importance a le nom de l'auteur ? ». *Argumentation et analyse du discours* [en ligne], 3 : <http://journals.openedition.org/aad/665> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/aad.665>.
- Parkhurst Ferguson (Priscilla). 1991. *La France, nation littéraire*. Traduit de l'anglais par Rossano Rosi. Bruxelles : Labor (Média) [1^{re} édition en langue originale : 1987].
- Pauzat (Monique). 2015. « Scénographier le littéraire », p. 165-179 in *Exposer la littérature / sous la direction de Jérôme Bessière*. Paris : Éditions du Cercle de la librairie (Bibliothèques), en ligne : <https://www.cairn.info/exposer-la-litterature--9782765414810-page-165.htm> [consulté le 22 août 2021].
- Proust (Marcel). 1919. *À l'ombre des jeunes filles en fleurs*. Paris : Gallimard.
- Saint Phalle (Nathalie H. de). 2005. *Hôtels littéraires : Voyage autour de la Terre*. Paris : Denoël.
- Saurier (Delphine). 2007. « Proust dans ses meubles. Patrimonialisation de la Maison de tante Léonie ». *Ethnologie française*, 37(3), p. 541-549.
- Sicotte (Geneniève). 2012. « Les maîtres du superflu. Luxe et économie chez les écrivains autour de 1900 », p. 39-52 in *Figurations de l'auteur. L'écrivain comme objet culturel / sous la direction de David Martens et Myriam Watthee-Delmotte*. Dijon : PUD.
- Thérenty (Marie-Ève) & Wrona (Adeline). 2019. *Objets insignes, objets infâmes de la littérature*. Paris : Éditions des archives contemporaines.



Thérenty (Marie-Ève) & Wrona (Adeline) (dir.). 2020. *L'Écrivain comme marque*. Paris : Presses de l'Université Paris-Sorbonne (Lettres françaises).

Traversier (Mélanie). 2009. « Le quartier artistique, un objet pour l'histoire urbaine ». *Histoire urbaine*, 26, p. 5-20, en ligne : <https://www.cairn.info/revue-histoire-urbaine-2009-3-page-5.htm> [consulté le 22 août 2021].

Woolf (Virginia). 1929. *A Room of One's Own*. Londres : Hogarth Press.

Sitographie

(Sites consultés le 22 août 2021.)

<https://presse.louvre.fr/une-nuit-avec-monna-lisa-la-soiree-des-gagnants/>

https://www.airbnb.fr/rooms/55948?source_impression_id=p3_1610984725_%2B35VomZOjhUvUlv

<https://www.lefigaro.fr/voyages/2016/02/11/30003-20160211ARTFIG00249-dormir-dans-une-reproduction-de-tableau-de-van-gogh.php>

<https://edition.cnn.com/travel/article/literary-hotels/index.html>

<https://www.strategies.fr/actualites/marques/4021043W/luxe-et-litterature-un-mariage-profitable.html>

Notes

1 Anneliese Depoux, « Position de thèse » (*Espaces autres de la littérature. Le patrimoine littéraire à l'œuvre "hors le livre"*), p. 2, en ligne : http://www.gripic.fr/system/files/file_fields/2014/07/09/positiondethese-a.depoux-espacesautresdelalitterature-6decembre2013.pdf (consulté le 21 août 2021).

2 <https://www.grand-hotel-cabourg.com/chambres-et-suites/chambre-414-marcel-proust/> (consulté le 21 août 2021).

3 Entretiens conduits avec Jacques Letertre, directeur général de la Société des hôtels littéraires, les directeurs des sites et le directeur de l'Hôtel Monte Cristo, M. Delloye. Les autres hôtels parisiens mentionnés n'ont pas donné suite aux sollicitations exprimées.

4 Le périmètre circonscrit du terrain d'enquête est dû aux contraintes imposées par la crise sanitaire (Covid-19). Par ailleurs, l'Hôtel Paris Boutik la Librairie du Marais n'a pas une identité exclusivement littéraire. Le Marcel (10^e arrondissement) et les hôtels du groupe, en région, ne se revendiquent pas explicitement comme tels, *in situ* et dans leur communication.

5 L'hôtel capitalise aussi sur ses célèbres hôtes auxquels sont consacrées des chambres à leur nom et dans un style qui les évoque (Mistinguett et l'Art déco, par exemple), ou à celui d'autres grands hommes (Marco Polo et l'Asie...) : <https://www.l-hotel.com/fr/chambres/suite-oscar-wilde/> (consulté le 21 août 2021).

6 « Le Swann, hôtel littéraire », p. 5 et suiv. : <https://www.hotelslitteraires.fr/wp-content/uploads/2018/03/Booklet-H%C3%B4tel-Litt%C3%A9raire-Le-Swann.pdf> (consulté le 21 août 2021).

7 https://www.hotelslitteraires.fr/wp-content/uploads/2018/07/498_688_plan-Proust_V3.pdf (consulté le 21 août 2021).

8 *Ibid.*

9 <https://www.hotelmontecristoparis.com/> (consulté le 21 août 2021).

10 Entretien réalisé le 18 janvier 2021 ; voir aussi : <https://www.thesocialitefamily.com/journal/adresse-hotel-monte-cristo-paris/> (consulté le 21 août 2021).

11 <https://www.chateau-monte-cristo.com/main/> (consulté le 21 août 2021).

12 Cette absence constitue un contrepoint intéressant à l'inflation des lieux de mémoire et des musées consacrés aux écrivains en général.

13 À l'exception de la chambre reconstituée à Carnavalet. On pense, mais à Illiers-Combray, à la Maison de tante Léonie.

14 Il existe une originale Maison des ailleurs dans sa ville natale de Charleville-Mézières.

15 La maison-musée et tuilerie jurassienne (Villers-Robert) de la famille Aymé est évoquée à l'hôtel sous la forme d'une affiche figurant le lieu et par une tuile.

16 Il s'agit d'une entreprise qui se donne pour statut une finalité d'ordre social ou environnemental en plus du but lucratif qui structure son activité : <https://www.economie.gouv.fr/cedef/societe-mission> (consulté le 21 août 2021).

17 Il est aussi président de la Société des amis de la bibliothèque Jacques-Doucet : <https://www.gazette-drouot.com/article/jacques-letertre-bibliophile-partageur/4113> (consulté le 21 août 2021).



18 « À cette atmosphère raffinée, s'ajoute un souffle supplémentaire, une aura magique qui transporte les hôtes dans une dimension poétique et sensuelle : la littérature » (<http://www.pavillondeslettres.com/media/original/dossier-de-presse-fr-le-pavillon-des-lettres.pdf>, p. 2) [consulté le 21 août 2021].

19 <https://www.hotelmontecristoparis.com/evenements/articles/l-offre-aventure-d-amour-pour-une-escapade-ensorcelante-21249> (consulté le 21 août 2021).

20 <http://www.pavillondeslettres.com/media/original/dossier-de-presse-fr-le-pavillon-des-lettres.pdf>, p. 2-3 (consulté le 21 août 2021).

21 <https://www.hotelmontecristoparis.com/evenements/articles/l-offre-aventure-d-amour-pour-une-escapade-ensorcelante-21249> (consulté le 21 août 2021).

22 <https://www.lesplumeshotel.com/fr/> (consulté le 21 août 2021).

23 <https://www.hotelmontecristoparis.com/experience> (consulté le 21 août 2021).

24 <https://www.lesplumeshotel.com/fr/> (consulté le 21 août 2021).

25 <https://www.hotelmontecristoparis.com/> (consulté le 21 août 2021).

26 <https://www.hotelslitteraires.fr/wp-content/uploads/2019/03/Rimbaud-booklet-v3.pdf>, p. 17 ; <https://www.lesplumeshotel.com/fr/photos> (consultés le 21 août 2021).

27 <https://www.hotelslitteraires.fr/wp-content/uploads/2018/03/Booklet-H%C3%B4tel-Litt%C3%A9raire-Le-Swann.pdf>, p. 9 (consulté le 21 août 2021).

28 <http://www.pavillondeslettres.com/media/original/dossier-de-presse-fr-le-pavillon-des-lettres.pdf>, p. 5 (consulté le 21 août 2021).

29 Voir sa conférence prononcée en 1882 lors d'une tournée américaine : « The House Beautiful ».

30 « Littérature et cuisines », thème du festival Littérature au Centre 2016 (30 mars - 3 avril, Clermont-Ferrand) organisé par Sylviane Coyault et Catherine Milkovitch-Rioux.

31 Une enquête ultérieure devra expliquer pourquoi Hugo, Balzac... ne font pas recette à ce jour.

32 Voir la thèse de l'auteure : *Vies enclaves, demeures écloses. Le grand écrivain français en sa maison-musée* (1879-1937) (à paraître).

33 <https://www.hotelslitteraires.fr/wp-content/uploads/2018/03/Booklet-H%C3%B4tel-Litt%C3%A9raire-Le-Swann.pdf>, p. 12 (consulté le 21 août 2021).

34 <https://www.hotelslitteraires.fr/wp-content/uploads/2018/03/Booklet-H%C3%B4tel-Litt%C3%A9raire-Marcel-Aym%C3%A9.pdf> (consulté le 21 août 2021).

35 Pauline Simons, « Yves Saint-Laurent, le temps retrouvé », *Le Figaro Magazine*, 26 septembre 2009.

36 Titulaire d'une maîtrise d'histoire, Hélène Montjean a été la bibliothécaire de la bibliothèque privée de Jacques Letertre avant de prendre en charge la rédaction des supports écrits associés à la valorisation des Hôtels littéraires. Elle travaille exclusivement pour ces derniers aujourd'hui, après avoir exercé en parallèle dans le domaine du conseil en entreprise.

37 Une étude de la fréquentation et de la réception de ces établissements auprès des publics reste à mener.

38 « Il s'agit de l'œuvre abstraite d'un collectif né en 2010 pour défendre le roman *La Princesse de Clèves* et qui créa ensuite cette pièce en dix exemplaires » : <https://www.hotelslitteraires.fr/wp-content/uploads/2018/03/Booklet-H%C3%B4tel-Litt%C3%A9raire-Le-Swann.pdf>, p. 6 (consulté le 21 août 2021).

Table des illustrations



Titre	Figure 1. Détail d'une frise chronologique consacrée à Rimbaud, Hôtel littéraire Arthur Rimbaud.
Crédits	© Marie-Clémence Régnier.
URL	http://journals.openedition.org/culturemusees/docannexe/image/7139/img-1.jpg
Fichier	image/jpeg, 996k



Titre	Figure 2. Détail de l'aménagement intérieur et décoratif de l'Hôtel littéraire Marcel Aymé, Paris. Citation sur un mur-cimaise et présentation d'une pièce de collection sous vitrine.
Crédits	© Marie-Clémence Régnier.
URL	http://journals.openedition.org/culturemusees/docannexe/image/7139/img-2.jpg
Fichier	image/jpeg, 700k



	Titre Figure 3. Détail de l'aménagement intérieur et décoratif de l'Hôtel littéraire Marcel Aymé, Paris. Portraits de Marcel Aymé dans un escalier.
	Crédits © Marie-Clémence Régnier.
	URL http://journals.openedition.org/culturemusees/docannexe/image/7139/img-3.jpg
	Fichier image/jpeg, 728k
	Titre Figure 4. Citation au mur extraite du poème « Ma bohème » dans la chambre du même nom, Hôtel littéraire Arthur Rimbaud, Paris.
	Crédits © Marie-Clémence Régnier.
	URL http://journals.openedition.org/culturemusees/docannexe/image/7139/img-4.jpg
	Fichier image/jpeg, 476k

Pour citer cet article

Référence papier

Marie-Clémence Régnier, « Les « hôtels littéraires » à Paris : une patrimonialisation 4 étoiles de l'objet littéraire ? », *Culture & Musées*, 38 | 2021, 225-249.

Référence électronique

Marie-Clémence Régnier, « Les « hôtels littéraires » à Paris : une patrimonialisation 4 étoiles de l'objet littéraire ? », *Culture & Musées* [En ligne], 38 | 2021, mis en ligne le 10 novembre 2021, consulté le 08 décembre 2021. URL : <http://journals.openedition.org/culturemusees/7139> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/culturemusees.7139>

Auteur

Marie-Clémence Régnier

Université d'Artois, laboratoire Textes et Cultures (EA 4028)

Marie-Clémence Régnier a soutenu en 2017 une thèse en littérature française, sous la direction de Françoise Mélonio et de Florence Naugrette, à Sorbonne Université, portant sur la genèse des maisons-musées d'écrivains en France sous le titre *Vies encloses, demeures écloses. Le grand écrivain français en sa maison-musée (1879-1937)*. Elle est actuellement maîtresse de conférences à l'université d'Artois. Ses recherches portent sur la construction, la réception et la transmission de la figure de l'écrivain et de l'histoire littéraire dans les maisons-musées, les musées et les expositions littéraires, et plus largement sur les interactions entre littérature, patrimoine et médias. Parmi ses publications récentes, on note : « Hauteville House : une scène pour l'exil ? Mise en scène de soi et du chez soi », dans *L'Écrivain vu par la photographie*, sous la direction de David Martens, Jean-Pierre Montier et Anne Reverseau (Presses de l'Université de Rennes, 2017) ; « Nadja, ou André Breton en ses "maisons de verre" » (*Littérature*, n° 195, 2019) ; et « Le Musée de la Littérature de 1937, lieu de transmission de l'histoire littéraire » (*Revue d'histoire littéraire de la France*, n° 2, 2020).

Courriel : [mclemence.regnier\[at\]univ-artois.fr](mailto:mclemence.regnier[at]univ-artois.fr)

Articles du même auteur

La maison-musée de Corneille à Petit-Couronne : mise en scène de l'écrivain à demeure

[Texte intégral]

The Pierre Corneille house-museum in Petit-Couronne: staging of the writer at home

La casa-museo de Pierre Corneille en Petit-Couronne: puesta en escena del escritor en casa

Paru dans *Culture & Musées*, 34 | 2019

Droits d'auteur

Culture & Musées

