

Introduction

Guy BAUELLE et Gerhard KRAUSS

L'implantation de la fondation Guggenheim à Bilbao en 1997 a été un événement majeur. Avec cette installation dans une agglomération industrielle en crise, on a réalisé que, malgré l'apparence première, la culture ne se fait pas dans une tour d'ivoire coupée de son environnement social et économique, elle ne saurait être complètement déconnectée des enjeux économiques du moment. Cette problématique ne concerne pas uniquement l'ampleur des ressources que la société est prête à allouer à la culture *via* des subventions publiques. La question des retombées – économiques ou non – se pose également. L'investissement dans la culture renvoie ainsi à des enjeux qui excèdent largement le champ strictement culturel. À quoi sert en effet la culture ? Au développement économique ? À l'amélioration du cadre de vie des citoyens ? À leur bien-être ? Bien des indices laissent penser que l'équilibre entre les réponses possibles, et donc entre les justifications légitimes, s'est modifié au cours des dernières années au profit, si l'on peut dire, d'une perception plus économique. Cette tendance concerne plus particulièrement les politiques menées au niveau local et régional en faveur du développement territorial. Ainsi, les stratégies poursuivies à travers la création du musée Guggenheim à Bilbao semblent avoir été d'abord d'ordre économique, l'approche spécifiquement culturelle étant imbriquée dans des perspectives plus larges. Cette tendance a commencé à s'affirmer dans l'espace public (au sens des politistes) dès le milieu des années 1990, avec comme idée maîtresse que la culture peut favoriser voire déclencher une dynamique favorable et qu'un retour sur investissement est possible. Cet argument a été très favorablement accueilli, notamment par les acteurs locaux.

On peut évoquer aussi les débats menés autour des « industries » culturelles et créatives. L'expression a été inventée pour rendre compte des liens supposés entre culture, innovation et développement économique. Ainsi l'idée a fait son chemin que les sociétés post-industrielles seraient marquées par le rôle accru de la créativité, et ceci à différents égards : créativité intellectuelle (remise en question des savoirs établis et création de nouveaux savoirs), économique (création et exploitation de nouvelles opportunités), sociale et culturelle. Pour bien des observateurs scientifiques, la créativité culturelle jouerait même un rôle central pour le développement des économies de la connaissance, qui sont au cœur des pays occidentaux du *xxi*^e siècle. Dans le contexte d'une économie vieillissante

où le chômage continue à progresser, de grands espoirs ont par conséquent été placés dans la culture. On pense en particulier aux effets externes positifs que les biens ou services culturels peuvent avoir sur d'autres activités économiques.

De telles attentes ne sont pas tout à fait inédites : dans le passé, l'art et la culture ont déjà été largement instrumentalisés à des fins économiques pour faire face à des cycles de crise. En revanche, ce qui est nouveau, c'est la tendance à un rapprochement plus systématique entre l'économie et la culture et l'émergence d'une approche plus intégrée des différentes stratégies économique, culturelle, politique, territoriale et sociale.

Les premières politiques de revitalisation des régions anciennement industrialisées en déclin menées dans les années 1980 présentaient déjà la culture comme une piste possible pour résoudre les problèmes de reconversion économique des territoires. C'était, dans le contexte de l'époque, une idée radicalement nouvelle, presque stupéfiante et manquant encore de légitimité (et d'expérience). Les choses ont bien changé depuis. Au niveau européen, par exemple, le Programme des capitales européennes de la culture intègre l'idée que les projets culturels de grande envergure subventionnés auront des effets positifs sur l'économie locale et régionale. Dans le domaine des musées, beaucoup de villes ont essayé d'imiter la stratégie pionnière de la ville de Bilbao, hélas souvent avec un certain manque de recul critique. On ne saurait donc s'étonner si de nombreux projets lancés en différents lieux ont rencontré des difficultés en cours de route sans parvenir au succès escompté.

Cela étant, on semble aujourd'hui assister à un développement des échanges entre les acteurs de la culture et les milieux économiques, sans oublier les décideurs politiques, à différents niveaux. Les musées représentent des sites d'une grande valeur symbolique pour les responsables économiques et politiques. Par exemple, les entreprises qui en ont les moyens peuvent louer des espaces prestigieux dans les musées, situés souvent au cœur des villes et dans des bâtiments reconnaissables bénéficiant souvent d'une architecture qualifiée d'*iconique*; elles peuvent y organiser des événements pour échanger avec leurs partenaires dans un cadre assez exceptionnel. Enfin, les musées, quand ils sont d'une grande notoriété et représentent une marque associée à une ville, peuvent aussi servir d'outil de communication à haute valeur symbolique.

Le rapprochement entre musées et firmes peut prendre d'autres formes. Les collaborations se faisaient traditionnellement sous forme de mécénat mais sont en train d'évoluer. Les raisons de ces récents changements sont doubles : d'un côté, les musées étendent sans cesse leurs activités tout en étant confrontés à des difficultés budgétaires, ces contraintes les obligeant à élargir leurs sources de financement privé; de leur côté, les entreprises multiplient et intensifient leurs contacts avec les musées.

Précisons toutefois que les musées intéressent surtout certains types d'entreprise pour qui la créativité (économique ou culturelle) et la communication s'avèrent cruciales. Les interactions, très nombreuses, entre les sociétés du luxe et les musées sont particulièrement révélatrices à cet égard. Si on prend l'exemple

d'une marque comme Hermès, on constate qu'elle est très présente dans le domaine de l'art, pour des raisons que l'on comprend aisément. L'art et le luxe s'influencent mutuellement. L'engagement visible dans l'art permet à l'entreprise de bénéficier de l'aura magique de l'art dans la construction sociale de l'image de sa marque et de lui donner du sens. Très récemment, ce lien entre l'art et les firmes du luxe semblent prendre des formes nouvelles, débouchant sur des collaborations plus étroites, comme en témoigne la coproduction de l'exposition « Formes simples » par la fondation d'entreprise Hermès et le Centre Pompidou-Metz. Le magazine *L'Œil* a même consacré tout un dossier aux rapports entre l'art et les entreprises du luxe, évoquant les cas d'Hermès, Louis Vuitton/LVMH, Chanel, Cartier, Dior, Bulgari, Yves Saint-Laurent, des champagnes Roederer, des Galeries Lafayette, de Van Cleef & Arpels¹. L'art n'est pas non plus un monde inconnu des autres entreprises si on pense, par exemple, aux grands noms d'entrepreneurs en Bretagne qui sont des collectionneurs passionnés et soutenant notamment l'art contemporain, tel François Pinault.

La question de l'impact économique possible des musées a donc toute sa légitimité. Dans cet ouvrage, nous nous intéressons à différents aspects du fonctionnement et de la genèse des musées, mais tous sont liés, au moins implicitement ou partiellement, à des problématiques économiques. De nos jours, même les politiques les plus purement culturelles en apparence, basées sur des subventions, ne peuvent pas être complètement déconnectées des enjeux économiques. Nous faisons l'hypothèse que différentes motivations peuvent être présentes parallèlement dans les stratégies des acteurs clés à l'origine des projets de musées d'art. Les principales raisons sont d'ordre culturel, politique et économique, formant différents mélanges ou « cocktails » comme on pourra le découvrir dans les exemples réunis ici.

On l'a évoqué, le cas emblématique de la création d'un musée Guggenheim à Bilbao a été imité un peu partout par des villes cherchant à trouver le moyen de redynamiser leur économie locale. Assez rapidement pourtant, on s'est aperçu que l'*effet Bilbao* ne pouvait pas forcément être transposé à d'autres contextes urbains. C'est que cette stratégie apparemment simple s'avère en réalité souvent compliquée à mettre en œuvre en d'autres lieux. On commence à réaliser que l'installation du musée Guggenheim à Bilbao n'était que l'élément central et le plus spectaculaire d'une approche de revitalisation territoriale plus globale et assez complexe.

C'est pourquoi cet ouvrage vise à saisir à quel point l'exemple paradigmatique de Bilbao a inspiré d'autres projets muséaux et de quelle manière ce modèle de référence s'est conjugué à d'autres facteurs et stratégies. Plus généralement, et notamment pour les cas où la référence à Bilbao ne semble pas avoir eu d'importance, nous avons voulu réunir un certain nombre d'exemples concrets afin de pouvoir comparer et étudier plus finement les logiques ayant présidé au développement des différents musées, en tenant compte de la variété des cas de figures possibles.

1. COSTE C., GEOFFROY-SCHNEIDER B. et ROBERT M., « Les musées sont-ils à vendre au luxe ? », *L'Œil*, n° 669, juin 2014, p. 40-53.

Les contributions qu'on a réunies reposent sur une même hypothèse de travail : le succès d'un musée d'art dépend de l'*encastrement* de ses initiateurs et de ses promoteurs dans des réseaux sociaux sur lesquels ils peuvent compter pour mener à bien leur projet, pour obtenir le soutien politique nécessaire et assurer le financement aussi bien par des sources publiques que privées. C'est la raison pour laquelle nous nous sommes intéressés à la genèse des musées et tout particulièrement aux réseaux qui se sont construits autour d'eux, plus spécialement sur le territoire.

Le thème de l'ouvrage est fédérateur de différentes approches disciplinaires compte tenu de l'entremêlement d'enjeux culturels, artistiques, économiques, sociaux et spatiaux. Il nous a donc paru logique de faire appel à des auteurs relevant de différents champs disciplinaires, multipliant ainsi les perspectives d'analyse grâce aux regards complémentaires de chercheurs représentant pas moins de huit domaines différents (géographie, sociologie, science politique, aménagement de l'espace-urbanisme, économie, art, anthropologie, histoire de l'art).

Il était également souhaitable d'apporter un regard international en faisant non seulement appel à des auteurs étrangers mais aussi en analysant des cas de créations de musées d'art dans diverses villes européennes. On a rarement réuni dans un même recueil une telle diversité d'approches sur un même objet à travers des exemples aussi variés : outre l'expérience de Bilbao qui sert de point de départ de la réflexion, sont ainsi examinées plusieurs autres agglomérations industrielles en France (Lens, Roubaix, Metz, Marseille) et ailleurs en Europe occidentale (Dortmund, Essen, Liverpool, Mons). Sont également étudiés les musées implantés dans des villes et capitales aussi bien d'Europe septentrionale que centrale, méridionale ou orientale (Bucarest, Budapest, Istanbul, Ljubljana, Riga, Sarajevo, Tallin, Varsovie, Vilnius et Zagreb).

La multiplicité des exemples examinés dans le présent ouvrage en fait la richesse mais exigeait une triple mise en point initiale pour saisir les enjeux scientifiques et les termes du débat (1^{re} partie « Musées, culture et développement local : une mise en perspective ») : d'abord une analyse transversale des rapports entre musées, culture et développement local, confiée à la plume experte de Guy Saez ; ensuite, une synthèse de l'état de la connaissance et des controverses scientifiques soulevées par le sujet : un musée d'art favorise-t-il vraiment le développement local ?, se demande ainsi Anne-Sophie Bernard dans un texte très enlevé ; enfin, l'énoncé audacieux par Beatriz Plaza et Silke Haarich, les deux meilleures spécialistes du fameux Guggenheim de Bilbao, des conditions d'une régénération urbaine effective au regard de ce cas mondialement célèbre (et célèbre ?) mais aussi de l'analyse rigoureuse d'autres exemples similaires.

Une seconde partie (« Fonder un musée d'art : les clés du succès ») explore les logiques d'implantation et les facteurs de réussite ou d'échec de la fondation de musées d'art dans différents contextes nationaux et géographiques. Cristina Naftalou développe d'abord un exemple national, celui de la création de musées d'art dans les villes de province en Grèce à partir de l'après-guerre par de multiples acteurs, démontrant d'emblée qu'il existe toutes sortes de variantes et de

circonstances dans la diffusion géographique des musées, même au sein d'un même pays. La multiplication des musées d'art contemporain dans les capitales d'Europe centrale et orientale étudiée ensuite par Laura Pierantoni confirme l'intervention d'acteurs publics et privés de plus en plus variés en lien avec la mondialisation et le souci d'améliorer le positionnement de la ville d'accueil en dépit d'un même héritage étatique centralisé. L'exemple d'Istanbul Modern présenté par Jean-François Polo illustre un modèle dominé par le mécénat, à l'opposé des exemples français de décentralisation nationale d'institutions publiques : le Louvre à Lens examiné par Guy Baudelle et le Centre Pompidou à Metz analysé par Thomas Hélie et Gerhard Krauss. Ces diverses études de cas confirment toutefois l'hypothèse de départ : que l'initiative de ces créations muséales soit publique ou privée, centrale ou locale, nul succès sans enchâssement des initiateurs dans d'indispensables réseaux sociaux allant bien au-delà des cercles de départ, quels qu'ils soient.

La troisième partie intitulée « L'impact des musées d'art : études de cas » s'attache à la question lancinante de l'effet potentiel d'un musée d'art sur le développement local une fois réalisé l'investissement. Plusieurs monographies précises étaient ici nécessaires pour autoriser des conclusions fiables au-delà de considérations souvent trop générales ou mal assurées. Martin Heidenreich montre à partir du cas de la rénovation du musée Folkwang à Essen que la contribution d'un tel équipement culturel à la régénération d'une ville et même d'une région industrielle – la Ruhr – peut s'appréhender de quatre manières différentes, l'impact économique direct de l'investissement ne représentant qu'une des ressources nouvelles procurées au territoire d'accueil pour se transformer. La très grande analogie entre Bilbao et Liverpool, autre port industriel frappé par le déclin, donne un intérêt particulier à l'analyse de la création de la Tate et de son impact : Antoinette McKane montre que le projet de création de « Tate dans le Nord » emprunte tout autant au modèle démocratique illustré par les décentralisations françaises de Lens et Metz, tandis que l'évaluation de son effet sur le développement social et urbain illustre la charge idéologique persistante pesant sur ce type d'opération. L'analyse comparée des musées implantés dans trois autres villes manufacturières frappées par la disparition de leurs activités traditionnelles conduite par Bruno Lusso – le musée d'Art et d'Industrie de Roubaix, celui des Arts contemporains de Mons et l'Ostwald de Dortmund – révèle une réelle amélioration de l'image mais une portée bien plus limitée sur le plan économique et social en dehors du secteur touristique, la « greffe muséale » ne pouvant résoudre à elle seule les ennuis de santé d'agglomérations confrontées à des restructurations sévères. Les controverses soulevées par l'évaluation de la possible contribution du MuCEM au développement de Marseille relatées par Maria Elena Buslacchi, Sylvia Girel et Nicolas Maisetti illustrent également la difficulté d'une telle appréciation. C'est toutefois ce que tentent avec succès Mathias Boquet et Grégory Hamez pour le Centre Pompidou-Metz grâce à une enquête originale sur l'évolution du commerce.

Ce livre s'adresse au public universitaire désireux de disposer d'une mise au point accessible sur un thème ayant suscité une très abondante production scientifique, mais également aux acteurs des territoires, que ce soit du côté de la sphère culturelle ou des responsables du développement territorial. Le souci des directeurs d'ouvrage a été de mettre à disposition des uns et des autres une synthèse de travaux de recherche publiés en français ou en langue étrangère dans des supports malheureusement dispersés et pas toujours aisément accessibles. Leur préoccupation a également été d'illustrer les enjeux stratégiques des rapports entre créations de musées d'art, développement urbain et épanouissement économique local à partir d'une variété d'exemples concrets dont la conclusion générale tire un certain nombre d'enseignements et de perspectives.