

Analyse du mercredi du 20 décembre 2011

## L'ARAU pour la gratuité mensuelle du 1er dimanche du mois

---

Quelle est la place du musée dans la société ? Michel Draguet, conservateur des Musées royaux des Beaux-Arts, répondait ainsi en 2005 à la question « Quelle est votre vision du musée » :

« Il faut montrer qu'il appartient au public. Il ne doit pas être un lieu d'exclusion (...) [le musée] peut tirer les gens vers le haut. Je suis issu d'un milieu modeste et le musée a été pour moi, une perspective, un point de fuite, un lieu où on peut se découvrir (...). Les gens ne doivent pas avoir peur de la culture, le musée peut leur dire : **prenez, pillez, ces richesses sont pour vous.** »<sup>1</sup>

Comment mettre en œuvre ce programme humaniste ? Le 29 septembre 2011 l'avant-projet de décret pour la gratuité des musées chaque 1er dimanche du mois a été approuvé par la Fédération Wallonie-Bruxelles (application en 2013).<sup>2</sup> 49 musées l'ont déjà instaurée d'initiative. L'organisation *Consoloisirs* promeut et revendique cette gratuité depuis une dizaine d'années et elle devient enfin officiellement une condition de reconnaissance des musées en Wallonie et à Bruxelles. Cependant :

- Les musées fédéraux ne veulent pas adhérer à cette politique de gratuité pourtant dite «rare » (car mensuelle). Ils n'appliquent que la gratuité du 1er mercredi (après-midi) et la médiatise très peu.
- Il est indispensable de veiller à la bonne publicité de cette gratuité lorsqu'elle est appliquée, par les institutions-mêmes, si l'on souhaite qu'elle ait un réel impact et qu'elle permette de faire resurgir de manière tangible un nouvel intérêt pour les musées.

---

<sup>1</sup> Article de la Libre Belgique, « Draguet, nouveau boss des Beaux-Arts », 2005

<sup>2</sup> Modifiant le décret du 17 juillet 2002 relatif à la reconnaissance et au subventionnement des musées et autres institutions muséales.

- La gratuité ne doit pas être une mesure isolée mais doit faire partie d'une vision globale et de long terme sur la politique muséale et sur l'accessibilité culturelle en général, intimement liée à l'investissement dans les matières scolaires.

Dans cette approche de la politique muséale, l'ARAU souhaite mettre en avant les atouts d'une gratuité mensuelle, en ce qu'elle constitue une pièce importante de la démocratisation culturelle (vérifiée tant au niveau historique que dans toutes les récentes études sociologiques et statistiques sur le sujet).

Pour freiner le merchandising culturel qui se développe dans les musées, il apparaît utile de rappeler les missions originelles des institutions publiques muséales, trop peu soutenues par le politique, et de mettre en exergue les résultats de ces récentes études sur la gratuité des musées, trop peu médiatisées.

Par ailleurs, dans un contexte d'annonces de nouveaux projets muséaux pour Bruxelles, la nécessité d'un débat de fond sur le rôle des musées se fait sentir !

## **La conception du musée et de son public<sup>3</sup>**

---

### **1. Sacré, profane, public, commercial? L'évolution du rôle de l'espace muséal dans la société belge**

#### **L'instauration des musées en Belgique : un ancrage révolutionnaire**

En Belgique les premiers musées des beaux-arts apparaissent dans la foulée des bouleversements politique, religieux et artistiques de la période française (1794-1814). Ce sont les mouvements révolutionnaires qui provoquent la sécularisation de milliers d'œuvres d'art et marquent ainsi le moment fondateur du musée de Bruxelles. A cette époque le modèle du « musée français », qui s'installe à Bruxelles, est clairement destiné à la jouissance du public et à l'utilité nationale.

Le dépôt artistique de la Dyle devient ainsi un musée en 1799 et ce dernier est ouvert au public en 1803, (municipalisation officielle en 1811). Le transfert de ce musée communal vers la jeune nation belge se fait par un arrêté royal du 7 janvier 1835 et mais ce n'est que le 1er janvier 1843 que l'État belge devient effectivement propriétaire du musée de Bruxelles (convention définitive de la cession en 1842). Concernant les expositions d'art contemporain c'est un mécanisme de rotation entre Anvers, Gand et Bruxelles qui se développe via les salons triennaux, pour éviter une concurrence des expositions entre villes belges.

---

<sup>3</sup> Pour ce rappel historique trois ouvrages de référence sur la question des musées ont été consultés :

- LOIR Christophe, *l'Émergence des beaux-arts en Belgique, institutions, artistes, public et patrimoine (1773-1835)*, études sur le 18e siècle, 2004 ;
- POULOT Dominique, *Une Histoire des Musées de France, Paris, La Découverte, 2005 ; Musée en Europe : une mutation inachevée*, Paris, La Documentation française ;
- VAN KALCK Michèle, *Les Musées royaux des Beaux-Arts, deux siècles d'histoire*, Édition Racine, 2003

Dès son instauration, de manière évidente, le musée constitue un outil éducatif pour les artistes et fait figure de lieu d'étude et de rencontres : la volonté de transmission directe du savoir et du patrimoine par la contemplation et par la reproduction de modèles s'avère primordiale. Cette mission éducative fera place à une « obsession pédagogique<sup>4</sup> », à une politique didactique, clairement à l'œuvre dans le principe du parcours chronologique propre au musée.

Si le musée était de fait dès le départ une propriété de la collectivité, il se tourne volontairement vers un plus large public et s'affirme au fil du XIXe siècle comme un espace public. Les finalités de l'institution muséale n'a pas simplement suivi mais aussi participé à l'évolution générale de la société. Par ailleurs le développement de connaissances en histoire de l'art (et l'apparition des critiques d'art) a largement accompagné cette mutation.

Le déplacement des œuvres de l'espace sacré à l'espace profane ne doit pas laisser penser que l'accès public (et gratuit) aux œuvres voit le jour au XIXe siècle : la plupart des tableaux étaient bel et bien visibles et en « libre accès » dans les églises auparavant. Cependant il n'est pas encore question de « public » à proprement parler avant la fin du XVIIIe siècle.

### **La question du « public cible » : une histoire cyclique ?**

La question du public cible que doivent constituer – ou pas - les touristes, notamment pour favoriser l'économie locale, est posée dès le début du XIXe siècle. Une distinction du public est opérée, avec des jours d'ouverture précis (entrée gratuite pour tous). Dans les premiers temps de l'ère muséale les véritables usagers de l'établissement sont les artistes qui y travaillent. Les étrangers sont en 2e position... et les amateurs locaux sont plutôt mal lotis.

Parallèlement on observe déjà au XIXe siècle le problème de la désaffection des citoyens qui se penchent plus sur les salons que sur les collections permanentes. Ceci est une deuxième correspondance à établir avec les défis actuels (concurrence entre les expositions temporaires et collections permanentes).

« On oublie trop que nos collections publiques ont un double but : conserver ces précieux documents à l'Art et à la Science, mais aussi contribuer à l'enseignement populaire<sup>5</sup> » (L'Art moderne, 1892, relais des revendications pour le musée).

Intrinsèquement liée au public cible, la question d'un droit d'entrée surgit dans les années 1920 : le conservateur des musées royaux des beaux-arts, Hippolyte Fierens-Gevaert, a fourni un rapport en 1922 sur la problématique de la perception d'une taxe d'entrée, qui s'est basé sur des enquête auprès de musées étrangers. Ce dernier a abouti à l'instauration d'un droit d'entrée (depuis un arrêté royal de 1924) mais :

- une gratuité le dimanche après-midi est sauvegardée ;

---

<sup>4</sup> Expression de Dominique Poulot

<sup>5</sup> « Nos Musées » in L'Art moderne, 1er mai 1892 (cité dans VAN KALCK, 2003)

- et l'objectif du droit d'entrée est de créer un fonds qui permettra d'acquérir des œuvres d'art et de mettre en valeur les collections.

Beaucoup pense que cette mesure va favoriser les touristes au détriment des usagers locaux :

« Elles n'étaient pas très sympathiques, ces taxes, et il est certain qu'elles ont éloigné les collégiens, les étudiants, les soldats, les midinettes et bien d'autres gens sympathiques. Mais les pessimistes qui avaient annoncé l'ostension des touristes se sont trompés.<sup>6</sup> »

La population belge a sûrement perdu au change mais le bilan est bon (beaucoup de profits via la vente de catalogues). Parallèlement le même conservateur, en mettant en avant le rôle éducatif du musée, développe une politique de « diffusion artistique » et de services pédagogiques pour vulgariser les œuvres (visites guidées et conférences promenades...)

### **Efficacité et accessibilité : un service public muséal ?**

Par son exigence historique d'efficacité, de lisibilité, d'utilité, d'accessibilité le musée est comparable et comparé dans son identité aux bibliothèques. L'historien Dominique Poulot précise cette caractéristique en ces termes : "Au cours du XVIIIe siècle, la recherche d'un espace public des arts et du savoir débouche sur le concept de musée, symbole patriotique et preuve d'une bonne administration"<sup>7</sup>. Ou encore : "Une préoccupation inédite d'efficacité gouverne l'idée d'héritage : on y voit le moyen de dissiper l'ignorance, de perfectionner les arts, de réveiller l'esprit public et l'amour de la patrie"<sup>8</sup>

Les mutations contemporaines du musée ont donné à l'identité muséale un lourd paradoxe : dans le but de susciter l'intérêt du public (et les entrées qui vont avec), il s'est rendu esclave d'un renouvellement permanent (caractère éphémère d'expositions temporaires) au lieu de s'affranchir de ce nouveau besoin en valorisant ses collections permanentes. Ceci s'est produit dans un contexte mondialisé de merchandising culturel développant les interactions entre grands musées. Mais ce désir de partage des collections se fait au détriment de l'accessibilité du public local à ses collections permanentes.

## **2. L'importance de la médiation : place du public et des usagers**

Les musées sont donc aujourd'hui pris dans un piège où la médiatisation d'expositions temporaires occupe plus de place que la médiation même des œuvres de la collection permanente, mission pourtant première des musées. Depuis les années 1980 on parle d'un « virage vers les publics » de l'action muséale, pour montrer l'importance croissante de la prise en compte des visiteurs... Mais cette réalité correspondant par ailleurs à ce que l'on pointe également comme « tournant commercial du musée ». Car la politique de marketing des musées tend à transformer l'utilisateur/visiteur en client.

---

<sup>6</sup> Le Soir du 11 octobre 1924 (ibidem)

<sup>7</sup> Dominique POULOT, *Une histoire des musées de France*, 2005

<sup>8</sup> Dominique POULOT, *Une histoire du patrimoine en Occident*, 2006

Il peut alors être utile de rappeler quelques définitions qui ont été le fruit des réflexions de l'ICOM (*The International Council of Museums*) :

« La médiation désigne l'action visant à réconcilier ou mettre d'accord deux ou plusieurs parties et, dans le cadre du musée, le public du musée avec ce qui lui est donné à voir (...) Le concept général de médiation sert aussi à penser l'institution même de la culture en tant que transmission de ce fonds commun qui réunit les participants d'une collectivité et dans lequel ils se reconnaissent. »<sup>9</sup>

Ce concept de médiation est en effet important pour comprendre le rôle du musée dans son rapport au public. De plus, la médiation suppose un « je te fais savoir » (différent de « je t'apprends ») et s'oriente vers une démarche sollicitant un individu qui façonnera sa propre culture, de manière autonome, selon l'appropriation qu'il fera des contenus proposés. Ce n'est pas un acte de formation à proprement parler, et en ce sens elle se démarque dans son essence des actions culturelles spécifiques menées par les musées (que les directeurs mettent en avant pour mieux rejeter la gratuité). Remettre en avant cette idée de médiation amène à concevoir une certaine liberté du visiteur est qui est souvent nécessaire dans l'appréhension des œuvres. Cette possibilité qui permet aussi de développer une familiarité muséale est dépendante de la gratuité. L'ICOM affirme d'ailleurs que « le contexte muséal suppose la liberté »<sup>10</sup>.

Ces réflexions dépassent un milieu académique et sont reprises et appliquées par des professionnels comme le prouve une interview de Neil McGregor, Directeur du *British Museum* (gratuit) :

« Les visiteurs doivent pouvoir revenir ici autant de fois qu'ils le veulent. [Importance de la liberté] Mais je sais aussi que la gratuité n'est pas une panacée et qu'il faut des campagnes d'éducation et de sensibilisation pour que le public veuille pénétrer dans un musée pour la première fois, même gratuitement »<sup>11</sup>

La gratuité crée la capacité d'accès, y compris des publics défavorisés, mais elle ne suffit pas.

### **3. Le double investissement indispensable des pouvoirs publics**

Cette dernière appréciation mesurée de la gratuité rappelle le débat d'idées en matière de démocratisation culturelle entre la pensée de Malraux et celle de Bourdieu : que le plus grand nombre puisse accéder au musée est une chose (extension des publics dans les musées promue par la politique de Malraux) mais cette accessibilité est insuffisante si on n'investit pas en aval dans l'éducation et les établissements scolaires pour faire face aux différents obstacles sociaux, qui n'agissent pas en faveur d'une réelle rencontre entre le public et l'art en général<sup>12</sup>. Il y a en effet un prix à payer, par l'État, pour la mise à disposition d'un patrimoine dont il est le

---

<sup>9</sup> Définition de l'ICOM, article « médiation »

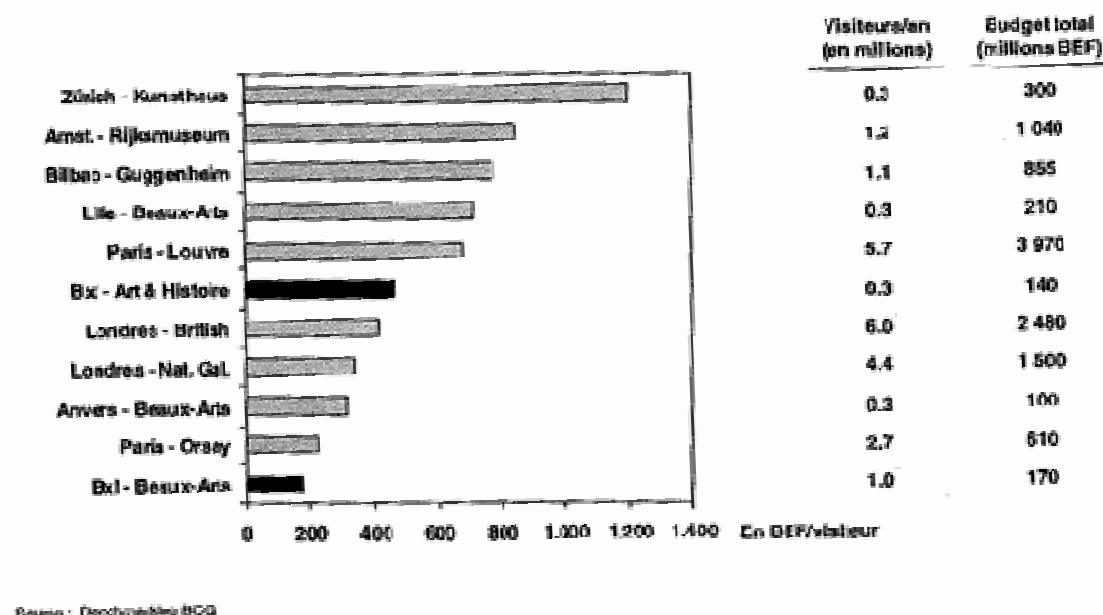
<sup>10</sup> Définition de l'ICOM, article « éducation »

<sup>11</sup> *Le Monde*, 1er novembre 2007

<sup>12</sup> BOURDIEU Pierre et DARBEL Alain, *L'amour de l'art*, 1966

dépositaire... Or ce dernier semble plutôt se désister de plus en plus et induit, par son absence d'engagement dans les institutions muséales, le développement du marketing muséal.

### LES GRANDS MUSEES BRUXELLOIS MANQUENT DE MOYENS Illustration : budget par visiteur des grands musées européens



**Figure 74.**

Dans le constat introductif du projet de plan régional de développement de 2002, il apparaît nettement que les grands musées bruxellois manquent de moyens : les musées royaux des beaux-arts reçoivent 4 fois moins de financement par visiteur que le Rijksmuseum d'Amsterdam par exemple, 6 fois moins que la Kunthaus de Zürich, etc. Mais nous pouvons aussi remarquer qu'à Paris le musée d'Orsay, qui semble être à peu près au même niveau de financement que les musées des beaux-arts... Néanmoins ce dernier applique la gratuité du premier dimanche de chaque mois (qui concerne tous les musées parisiens).

Le constat introductif du PRD de 2001 indique en outre qu' « il est inquiétant de constater que les musées bruxellois souffrent d'un sous-financement et singulièrement les grands musées fédéraux, même si à l'occasion de Bruxelles 2000 l'État fédéral a programmé divers investissements en vue de leur rénovation : investissements publics trop faibles (insuffisance de moyens de fonctionnement et de personnel), faibles droits d'entrée, quasi absence de mécénat, merchandising très limité. Les musées ont donc des besoins urgents dans divers domaines : infrastructure, personnel, promotion, etc. »

## **La gratuité du 1er dimanche de chaque mois : pour quoi, pour qui?**

---

Si nous appuyons ici par de nombreuses études statistiques la revendication de la gratuité, montrons que celle-ci était absolument évidente voire sacrée en 1833 : l'instauration d'un droit d'entrée pour l'exposition de Bruxelles a en effet choqué (et il s'agit d'une exposition temporaire d'artistes contemporains).

« Nous serions des premiers à applaudir au projet de placer, comme on l'a toujours fait, un tronc pour les indigents à l'entrée du salon de l'exposition. Mais telle ne doit pas être la destination de la rétribution que l'on se propose d'exiger de chaque curieux. Aussi nous espérons bien que nos artistes sauront faire comprendre aux ministres qu'il n'est pas de leur dignité de souffrir que, dans une exposition publique leurs ouvrages soient traités comme les curiosités de la foire<sup>13</sup> »

Il n'est pas concevable, à l'époque, que le milieu des beaux-arts soit assimilé à un lieu de divertissement... Venons-en aux analyses plus contemporaines.

### **1. Résultats d'études récentes sur la gratuité : un effet de levier attesté !**

#### **a. 2006, « La gratuité des musées et des monuments côté public » (la Documentation Française) : un réel impact sur l'utilisateur**

Une interview d'Anne Gombault et Christine Petr, donnant lieu à une synthèse des résultats de l'étude, explique comment la gratuité amène les visiteurs à avoir une vision de la visite radicalement différente de celle basée sur un droit d'entrée.

« [La gratuité] améliore l'accessibilité objective et symbolique de l'offre des musées et des monuments ; elle change le processus de décision de visite qui apparaît plus simple et moins coûteux, et basé sur l'essai et l'exploration expérientielle. (...) L'étude montre d'autre part que les représentations qu'ont les publics des musées et des monuments s'inscrivent globalement dans un cadre de référence unique : ces lieux sont vus comme des biens communs culturels dans un système marchand, que la gratuité vient interroger. »

Cette « exploration expérientielle » est bien plus significative qu'une « visite consommation » si l'on veut que l'accès à la culture ait un réel impact, amène à une réelle appropriation de l'expérience muséale en soi, et ne soit pas assimilé à un simple moment de loisir.

« La gratuité change la symbolique et l'imaginaire de la consommation. On s'éloigne des normes de consommation culturelle et des obligations de « rentabilité culturelle ». La visite gratuite est une nouvelle expérience dans le sens où elle favorise un sentiment de liberté d'être, stimule le lien social, et modifie l'appropriation de l'activité culturelle. »

Cette dernière citation nous renvoie à l'importance de la liberté dans la médiation des œuvres, expliquée plus haut.

---

<sup>13</sup> Un rédacteur du *Courrier belge* cité dans VAN KALCK, 2003

**b. 2009, « La gratuité dans les musées et monuments de France : quelques indicateurs de mobilisation des visiteurs » (La Documentation Française) : une vraie portée sociale**

En 2008, en France, une expérimentation des effets de la gratuité totale sur la fréquentation et les publics a été menée auprès de 14 institutions nationales. L'enjeu était d'évaluer les effets de la gratuité sur la diversification des publics. (Cette analyse a été détournée dans ses conclusions par une synthèse sélective diffusée par le Ministère de la Culture, avec la volonté de ne pas promouvoir une gratuité généralisée mais seulement ciblée sur les jeunes<sup>14</sup>).

« Des résultats peu équivoques attestent d'une portée sociale de la mesure de gratuité, démontrent de son succès auprès des catégories dont les pratiques culturelles sont peu ou moyennement importantes, mettent en lumière l'effet de levier de la gratuité sur la formation de la familiarité avec les musées et monuments ».

Ce rapport précise la diversification sociale en mentionnant :

- une sur-mobilisation des étudiants et des milieux populaires portant beaucoup plus d'intérêt à la gratuité que les autres visiteurs ;
- que les 2/3 des visiteurs constituent un public de proximité ou "semi-locaux".

En outre, un autre point important de ce rapport est la dynamique assurée par les « primo-visiteurs », que la gratuité amène, pour le renouvellement, la diversification du public à long terme : « Le public de la gratuité est un public qui construit sa familiarité au musée »

**c. 2009, « Les musées et leurs visiteurs en Communauté française », (Observatoire des Politiques Culturelles)**

Cette analyse est une synthèse de plusieurs études réalisées en Communauté française qui permet de croiser différentes sources de données pour le public de proximité :

- « Globalement au cours des vingt dernières années, on observe une diminution importante de la fréquentation muséale, avec une baisse de 9% par rapport aux résultats de 1985. »
- « 6 Belges sur 10 considèrent qu'une visite au musée reste une activité chère. Ce sont en général les familles avec de jeunes enfants, les classes sociales inférieures et les moins intéressés qui s'en plaignent le plus ».

Par ailleurs une enquête plus récente menée par le Service du patrimoine culturel du Ministère de la Fédération Wallonie-Bruxelles indique une hausse de la fréquentation de 70% en cas de gratuité d'accès le premier dimanche du mois.

---

<sup>14</sup> Voir le site « Louvre pour tous » : <http://www.louvreourtous.fr/Le-rapport-cache-sur-la-gratuite,247.html>



#### d. La gratuité comme effet de levier pour l'intégration des immigrés au Canada

Au Canada, l'État a décidé d'attribuer aux immigrants un *Cultural Access Pass* qui leur offre un libre accès aux musées et monuments (centaines de musées, de galeries et de parcs nationaux<sup>15</sup>). Cette demande s'inscrit dans une volonté de permettre la découverte et l'appréhension de la culture du pays d'accueil. Il s'agit d'une mesure originale pour promouvoir une bonne intégration. Le bilan en est positif.

### 2. La diversification du public n'est donc pas une hypothèse instrumentalisée mais un réel enjeu !

*Quelques leitmotifs autour du débat sur la gratuité : différentes approches de l'espace et du temps!*

Ce qui est valorisé par les détracteurs de la gratuité	Ce qui est valorisé par les défenseurs de la gratuité
L'événementiel, les expos temporaires, le sensationnel	Les collections permanentes
Les touristes, les fonctionnaires européens	Les habitants, et les habitués-amateurs
L'internationalisation	L'impact local
La commercialisation	La contemplation
Les actions sociales, le service éducatif (payant)	La gratuité généralisée

Pour les défenseurs de la gratuité mensuelle, l'enjeu est avant tout de capter un nouveau public, de l'élargir, et cela avant tout un ramenant un public de proximité, sans nier l'importance de la politique touristique.

Ainsi il ne saurait suffire de constater que « nos visiteurs du dimanche, ce sont des touristes, des Européens, des habitués<sup>16</sup> » pour rejeter la gratuité comme le fait Michel Draguet. Il faut adopter un autre raisonnement au niveau des musées fédéraux. La question centrale est celle de la définition du public cible dans le projet muséal. Si l'affluence des touristes est une réalité de plus en plus importante, parallèlement, les visiteurs belges et bruxellois se font de plus en plus rares... Il faut donc agir à contre-courant sans mettre cette réalité à la base de la réflexion.

« Ce que je reproche aux tenants du gratuit, c'est que c'est la même formule pour tous. Et je dis que cette formule ne fera que permettre aux coutumiers de la culture de consommer gratuitement. Et pas aux SDF de venir au musée. »

Les études reprises plus haut démontrent le contraire ! Cette caricature est surprenante. Rappelons qu'à Bruxelles 15% des jeunes vivent sous le seuil de pauvreté.

On relève souvent dans les discours contre la gratuité a nécessité de mettre en place avant tout des actions sociales ciblées, et de promouvoir les services éducatifs des musées. A ce titre il est intéressant de reprendre cette réflexion d'une autre étude française au sujet de la fonction « première fois » dans les musées. Elle est aujourd'hui principalement réalisée dans le cadre des visites scolaires et il semblerait que ses effets ne soient pas si positifs :

<sup>15</sup> Article du *Soir* du vendredi 28 octobre : <http://archives.lesoir.be/politique-culturelle-une-idee-originale-et-citoyenne-au-t-20111028-01MZ0N.html>

<sup>16</sup> Michel Draguet dans le débat du *Soir* du 2 avril 2006, face à B. Hennebert

« Cette action de primo-socialisation à la culture par le système scolaire n'est pas nécessairement la plus pertinente et semble mal conduite (...) Plus largement, toutes les actions qui permettent d'augmenter la fréquence des visites en famille ou entre amis et d'améliorer ainsi la socialisation culturelle des publics de demain feront croître leur niveau d'intérêt <sup>17</sup>»

Il n'est donc pas tellement significatif de miser essentiellement sur les services éducatifs s'il s'agit de promouvoir une réelle accessibilité à la culture pour les jeunes.

### 3. La gratuité doit réellement toucher les médias... et le politique

Pour appréhender l'actualité de la politique de la gratuité des premiers dimanches du mois, dans nos musées, nous vous renvoyons à l'article de Bernard Hennebert (*Consoloisirs*) :

[http://www.rtbf.be/info/opinions/detail\\_musees-les-premiers-dimanches-gratuits-ont-le-vent-en-poupe?id=7177763](http://www.rtbf.be/info/opinions/detail_musees-les-premiers-dimanches-gratuits-ont-le-vent-en-poupe?id=7177763)

Le Plan Régional de Développement de la Région de Bruxelles-Capitale – 2002 souligne qu'« il importe de soutenir l'attractivité culturelle. Ceci implique de conforter toute politique d'accès à la culture, dans le sens d'une démocratisation élargie, impliquant la reconnaissance du droit à la culture pour tous, mais aussi, de se doter des outils promotionnels les plus performants. »

...Il y a une déficience certaine dans la communication des mesures de gratuité en vigueur aujourd'hui. Pour que cette mesure soit promue de manière à engendrer un retentissement évident sur un public potentiel, les musées ont besoin d'une politique claire, cohérente, généralisée.

Au niveau des musées, une prise de conscience est parallèlement nécessaire sur l'importance première des collections permanentes, au profit d'un plus juste équilibre médiatique entre les expositions temporaires et les collections. A ce titre, il est intéressant de relever les propos de Dirk Snauwaert (directeur du Wiels qui ne met pourtant en place que des expositions temporaires - le Wiels n'étant pas musée à proprement parler) au sujet de la fermeture du Musée d'Art moderne:

« Il faut choisir, on ne peut à la fois collectionner en profondeur et en prospective. N'y-a-t-il pas le risque que le volet collections cède le pas au volet expositions, le musée devenant alors un plateau d'expos comme le sont le Wiels ou Bozar ? Mais ce serait alors négliger le devoir d'historicisation qu'ont les musées. (...) Mais il reste invraisemblable qu'une nation moderne supprime, pour sans doute dix à quinze ans, le récit symbolique de son Histoire de l'art.»<sup>18</sup>

La gratuité peut être un levier pour l'ouverture de ce champ médiatique au profit des collections permanentes. La proposition mise en avant par *Consoloisirs* qui est de mettre sur le devant de la scène, chaque mois, une œuvre d'un musée pourrait contribuer de manière

---

<sup>17</sup> Note « La gratuité de musées et des monuments : qu'en pensent les publics de France ? », La Documentation française, 2008

<sup>18</sup> Article de la *Libre Belgique* du 28 décembre 2011, " Expositions : 2011, l'année du Wiels "

pertinente à la valorisation du patrimoine muséal et au renouvellement d'un intérêt médiatique... et collectif.

## Conclusions

---

La volonté de promouvoir la gratuité repose sur des constats inquiétants :

- Une diminution considérable du public de proximité : il faut continuer à rendre le musée plus accessible, le promouvoir en premier lieu auprès des Belges et des jeunes ;
- Des collections permanentes sous-estimées : la gratuité peut donner lieu à une revalorisation, elle constitue un moyen pour les mettre sur le devant de la scène une fois par mois.

Une valorisation de la gratuité permettrait de :

- Rappeler les missions originelles du musée dans son ouverture au public et sa place dans la démocratisation culturelle, qui s'estompent au fil du temps...
- Contrer le merchandising excessif des expositions temporaires et calmer le jeu de marketing des musées... qui induit des dérapages au niveau scientifique (affirmation de l'idée de musées thématiques, cf. problématiques autour du Musée Magritte) ;
- (Et avant tout) Réaffirmer une responsabilité publique dans la politique muséale qui reste une mission d'intérêt général.

« L'accès du public est déterminant dans la constitution du musée, mais il ne prend sens que par rapport aux objets exposés. L'élément essentiel, qui fonde et justifie la présence du public, est la permanence de la collection (...) Seule la puissance publique peut assurer cette permanence par le statut protecteur d'inaliénabilité qu'elle attache aux objets dont elle a la charge. Émancipée des contraintes commerciales, elle assure au musée une stabilité, qu'une gestion privée pourrait compromettre. »<sup>19</sup>

C'est pourquoi l'ARAU prend position pour le maintien de la gratuité du premier dimanche du mois dans les musées de la Fédération Wallonie Bruxelles, mais aussi pour son extension aux musées fédéraux.

---

Pour toutes informations complémentaires, veuillez contacter Madame Pauthier, Directrice de l'ARAU, au 0477 33 03 78.

Atelier de Recherche et d'Action Urbaines asbl  
Boulevard Adolphe Max, 55  
B-1000 Bruxelles  
T. +32 2 219 33 45  
F. +32 2 219 86 75  
[info@arau.org](mailto:info@arau.org)  
[www.arau.org](http://www.arau.org)

---

<sup>19</sup> Martine Regourd dans un article intitulé « l'institution muséale saisie par le droit : une empreinte spécifiquement publique »<sup>1</sup>, reprenant une analyse de Jean Châtelain (1993), article téléchargeable en ligne : [http://www.persee.fr/web/revues/home/prescript/article/pumus\\_1164-5385\\_1999\\_num\\_15\\_1\\_1133](http://www.persee.fr/web/revues/home/prescript/article/pumus_1164-5385_1999_num_15_1_1133)