

Museum International

No 200 (Vol L, n° 4, 1998)

Le Tourisme: un défi pour les musées II

Nancy

capitale de l'Art nouveau

Pour la découvrir
3 nouveaux catalogues
de la Réunion
des musées nationaux...

- **L'Ecole de Nancy**
Fleurs et ornements

Exposition au musée de L'Ecole de Nancy
du 24 avril au 26 juillet.

21 x 28 cm, 144 pages, 121 illustrations dont 86 en couleur, broché,
150 F (22,86 €).

- **L'Ecole de Nancy**
Peinture et Art nouveau

Exposition au musée des Beaux-Arts de Nancy
du 24 avril au 26 juillet.

21 x 28 cm, 160 pages, 142 illustrations dont 100 en couleur,
190 F (28,97 €).

- **L'Ecole de Nancy - 1889-1909**
Art nouveau et industries d'art

Exposition aux galeries Poiré du 24 avril au 26 juillet.

21 x 28 cm, 368 pages, 468 illustrations dont 368 en couleur, broché,
290 F (44,21 €).



Réunion
des Musées
Nationaux

Éditorial 3

Dossier :
**Le tourisme : un défi
pour les musées (2)**

- 5 Tourisme et conservation : trouver un équilibre
Catheline Périer-D'Ieteren
- 15 Ouverture au public : pour le meilleur et pour le pire
Racheli Merhav et Ann E. Killebrew
- 21 Le musée, un médiateur *Milagros Gómez de Blavia*
- 27 Professionnels et visiteurs : l'indispensable rapprochement
Frans Schouten
- 31 La gestion de site : la réponse aux problèmes du tourisme
Zahi Hawass
- 38 La Déclaration de Tshwane : des normes nouvelles pour le tourisme
culturel en Afrique du Sud *Amareswar Galla*
-

Événement 43
Emblématique et fonctionnel : le musée de la Corse
Jacqueline H. Poirier

Site 47
Au plus près : archéologie et interprétation du paysage en Écosse
Chris Hudson

Horizons 55
Un avant-poste de l'art en Patagonie *Lucia Torres*

Rubriques 60
Forum
62 Informations professionnelles



OBJETS VOLÉS

*Huile sur bois de Jan Davidsz de Heem (1606-1684), nature morte aux fruits, signée en haut à droite.
Dimensions : 22 x 17 cm.*

*Ce tableau a été volé le 15 août 1997 dans un musée à Saintes (Charente-Maritime), en France.
(Référence T/4279/THM, Interpol France.)*

Avec l'aimable autorisation du Secrétariat général de l'OIPC-Interpol (Lyon, France).

« “Un lieu est une destination qui possède une histoire.” Cette surprenante remarque formulée à Los Angeles, lors du Far West Cultural Tourism Leadership Forum, par James Quay, directeur du Humanities Council de Californie, donne à entendre les raisons pour lesquelles les milieux culturels sans but lucratif et le secteur des voyages et du tourisme nouent actuellement des relations de travail mutuellement profitables. Pour un organisme culturel, restituer l’histoire d’un site historique, d’un musée, d’un festival ou d’un cadre naturel, c’est remplir sa mission d’éducateur et d’intendant. [...] Les visiteurs, qu’il s’agisse d’habitants du cru, d’un groupe d’élèves ou de touristes, veulent qu’on leur apprenne la véritable histoire du lieu qu’ils sont venus voir — son passé aussi bien que ses vivantes traditions. [...] Ce qu’ils aspirent à connaître, c’est ce qui fait la particularité et l’originalité d’un lieu, éléments que les organismes culturels découvrent, étudient, interprètent et célèbrent, et que le secteur du tourisme exploite et s’emploie à faire partager à l’échelle locale, régionale, nationale et internationale¹. »

Le partenariat qui se développe actuellement entre culture et commerce, et ce désir de promouvoir « ce qui fait la particularité et l’originalité d’un lieu » constituent l’assise du tourisme culturel. Leurs inévitables retombées sur le patrimoine lui-même soulèvent des problèmes de responsabilité et de choix — problèmes jugés si importants que la Commission mondiale de la culture et du développement, organisme indépendant créé par l’UNESCO en 1991 et présidé par l’ancien secrétaire général des Nations Unies Javier Pérez de Cuéllar, les a inclus dans sa réflexion. Les extraits suivants du rapport de la Commission traduisent quelques-unes de ces préoccupations :

« Notre génération a hérité de ressources culturelles, matérielles et immatérielles qui incarnent la mémoire collective, et qui confortent le sentiment d’identité et d’appartenance communautaire en une époque d’incertitude. Dépôt précieux dont l’humanité a la charge, ces ressources ne sont pas renouvelables. [...]

» Pourtant, chaque société se doit d’évaluer dans ses propres termes la nature et la précarité de ses ressources patrimoniales et de définir les usages qu’elle désire en faire aujourd’hui, dans un esprit non pas de nostalgie, mais, au contraire, de pari sur l’avenir. La commission partage donc l’avis de ceux qui considèrent que le patrimoine, tant matériel qu’immatériel, n’est pas aussi apprécié ni aussi bien géré qu’il le faudrait. [...]

» Il semble qu’il y ait tant à conserver depuis que la notion de patrimoine s’étend à de nouvelles catégories d’objets. [...] Les moyens étant limités, comment choisir ? En savons-nous assez ? Il est matériellement et économiquement impossible de préserver tous les vestiges du passé. Et oserions-nous leur accorder la priorité alors que tant d’êtres humains meurent de faim ? D’où les questions : Que faut-il préserver ? Qui décidera ? Selon quels critères ? A-t-on défini les besoins propres à chaque catégorie de patrimoine ? A-t-on formé des spécialistes dans ce domaine ?

» L’engagement de l’Occident en faveur de la préservation du patrimoine s’est développé durant un demi-millénaire et a modifié autant les comportements que les réalités matérielles. C’est pourquoi la préservation du patrimoine historique est devenue une valeur sociale. [...]

» Dans les pays moins prospères, toutefois, il en va tout autrement.

» “La préservation paie” : ce slogan en vogue au Royaume-Uni dans les années 80 trouva vite des adeptes à travers le monde, tout comme l’idée de “conservation facteur de développement” acquit une légitimité.

» Pourtant, le mariage entre l'économie et le parti pris de la conservation, souvent fondé sur des valeurs étrangères, n'a pas toujours été heureux². »

Les musées sont étroitement concernés par ces questions de patrimoine envisagées dans une perspective large, puisque, comme le fait observer la commission, « ils gèrent non pas seulement [leurs] collections [...] proprement dites, mais aussi l'ensemble du patrimoine, matériel ou immatériel, pour le bénéfice du public le plus large possible³ ». C'est à quelques-unes de ces questions qu'est consacré le présent numéro de *Museum international*, qui, comme le précédent, doit beaucoup à la collaboration de Yani Herremann, membre du Conseil exécutif de l'ICOM et présidente du Comité international pour l'architecture et les techniques muséographiques, et à l'aide de Frans Schouten, maître de conférences à l'Institut néerlandais d'étude du tourisme et des transports.

Permettez-moi de rappeler en guise de conclusion que voyager, au vrai sens du terme, c'est non pas chercher de nouveaux paysages, mais porter un regard nouveau sur les choses. Voilà exactement ce qu'il faut entendre par « tourisme culturel ».

M. L.

1. Edward H. Able, Jr., secrétaire général et président de l'American Association of Museums, dans son introduction à une publication de cette dernière, *Partners in tourism : culture and commerce*, à paraître prochainement.
2. *Notre diversité créatrice*, Rapport de la Commission mondiale de la culture et du développement, UNESCO, Paris, 1996, 343 p.
3. *Ibid.*

Tourisme et conservation : trouver un équilibre

Catheline Périer-D'Ieteren

La défense du patrimoine culturel et naturel, confronté à l'augmentation sans précédent des demandes en matière de consommation touristique, implique une conception renouvelée de la conservation, ainsi que l'élaboration soigneusement établie de mesures à prendre pour éviter d'irréremédiables dommages. Catheline Périer-D'Ieteren pense que « mieux vaut faire de la conservation préventive que de la conservation active, conserver plutôt que restaurer ou rénover ». L'auteur, professeur d'histoire de l'art à l'Université libre de Bruxelles, a été présidente du Comité de conservation du Conseil international des musées (ICOM-CC) de 1993 à 1996. Depuis 1997, elle est membre de l'Académie royale d'archéologie de Belgique. Elle a donné de nombreuses conférences, et est l'auteur d'articles et de diverses publications sur les techniques des peintres flamands des XV^e et XVI^e siècles, sur les retables brabançons de la même époque, sur l'application des méthodes scientifiques d'examen à l'étude des œuvres d'art et, enfin, sur les problèmes de conservation et de restauration.

Le tourisme culturel monopolise aujourd'hui l'attention générale et bénéficie d'une connotation positive, par opposition au tourisme de masse. Pourtant, ses effets peuvent aussi se révéler pervers si une politique cohérente et les moyens de sa mise en œuvre ne sont pas réunis pour concilier tourisme et patrimoine¹.

Des programmes élaborés par des institutions scientifiques ou universitaires² sont souvent soutenus par la Commission européenne ; des colloques, des tables rondes et des débats, qui abordent le sujet sous différents angles, sont organisés ; des études spécifiques sont commanditées, et des chartes sont révisées ou créées. Il est toutefois préoccupant de constater que, dans cette mouvance, la conservation-restauration reste le parent pauvre, alors qu'elle devrait être prioritaire, car un patrimoine tenu pour un simple produit de consommation touristique est voué à disparaître rapidement. Or, comme le stipule la Convention de l'UNESCO de 1972, le patrimoine culturel autant que le patrimoine naturel — depuis peu appelés paysages culturels — « sont de plus en plus menacés de destruction, non seulement par les causes traditionnelles de dégradation, mais encore par l'évolution de la vie sociale et économique qui aggrave leur situation par des phénomènes d'altération ou de destruction encore plus redoutables ».

Il faudrait réfléchir dès lors de façon approfondie aux relations entre la culture et le tourisme, et pour cela avoir une meilleure connaissance du public afin de trouver les moyens de communiquer avec lui. Une mission éducative de sensibilisation doit être remplie, qui, toutefois, ne doit pas aller à l'encontre de ses désirs de loisirs.

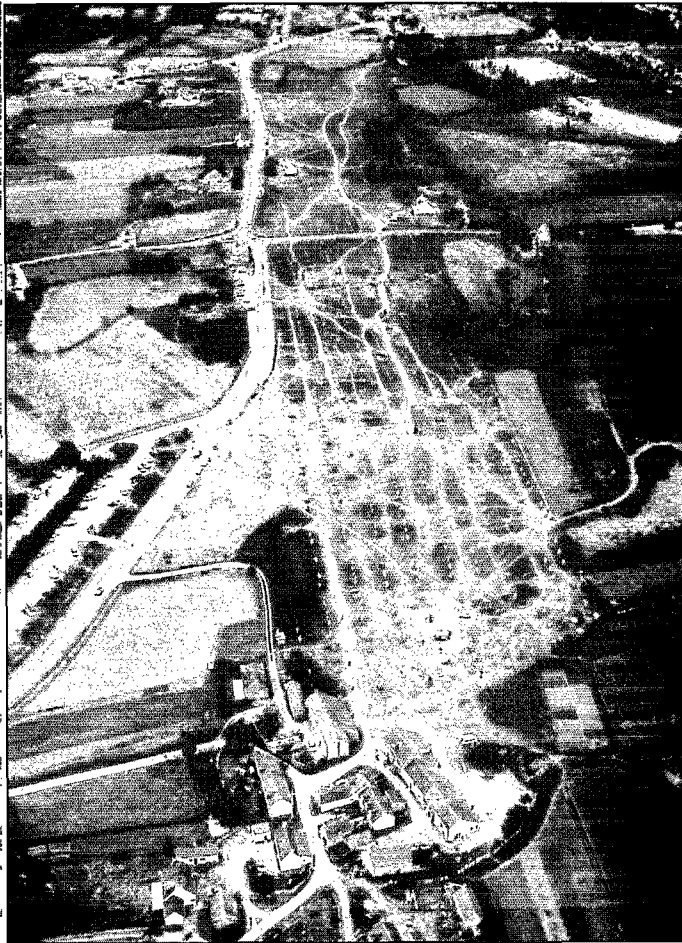
J'aimerais, dans cette optique, suggérer quelques pistes de réflexion sur les objectifs propres à assurer un juste équilibre

entre les besoins du tourisme, le légitime souci national de mise en valeur du patrimoine, qui a des retombées économiques essentielles pour le pays bénéficiaire, ainsi que les prérogatives de l'industrie touristique et, enfin, la nécessité de prendre des mesures de sauvegarde pour assurer la pérennité du patrimoine au sens large, c'est-à-dire conserver toute trace matérielle ou immatérielle, dépositaire de la mémoire du passé. La mise en œuvre d'un « tourisme durable » — autre expression à la mode — ne peut être envisagée que si des programmes adéquats de conservation du patrimoine, qui est indispensable au développement régional, social, économique et culturel d'un pays, sont élaborés.

Or, si le concept de conservation-restauration et celui de conservation préventive, judicieusement remis à l'honneur en 1991 par le Gouvernement hollandais, avec son programme national de sauvegarde des collections — le plan Delta³ —, touchent un public de plus en plus large, ce ne fut pas toujours le cas. Dans le monde entier, des villes d'art, des sites, des édifices, des collections d'œuvres exceptionnels ont été mis en danger faute de soin, par négligence, du fait de conditions muséologiques désastreuses, de manque de moyens financiers, mais aussi, et surtout, à cause d'un afflux trop important et sans cesse croissant de touristes. C'est pourquoi, même si la situation du patrimoine s'améliore nettement de nos jours, grâce à une prise de conscience plus généralisée, mais tardive, de sa valeur, un travail énorme reste à accomplir, fondé sur une réflexion organisée.

En premier lieu, la conservation devrait être pensée en termes de problème culturel, c'est-à-dire tendre à sensibiliser le public aux œuvres d'art, aux monuments, aux sites, à les lui faire respecter, à

Avec l'aimable autorisation de l'auteur



Les menhirs de Carnac ont été partiellement fermés, en 1991, par des clôtures, car le piétinement de millions de visiteurs, chaque année, mettait en péril la sauvegarde même du monument.

lui faire comprendre les messages qu'ils délivrent, à le mettre en garde contre les dangers qu'ils courent et qui, à terme, menacent leur existence même. Une juste politique de mise en valeur scientifique du patrimoine et la formation de guides de haut niveau permettraient d'atteindre ces objectifs⁴.

Des expériences positives ont été réalisées avec la reconstitution en fac-similé des grottes de Lascaux, en France, l'ouverture en alternance des tombes étrusques, en Italie, ou égyptiennes dans la vallée des Rois et la vallée des Reines, à Louxor, ou avec la régulation de la fréquentation du site de Carnac : elles pourraient être renouvelées dans d'autres sites. Il semble que la présentation de copies attire l'attention du public au même titre que les originaux, à condition que, comme à Lascaux, de grande qualité, elles soient montrées *in situ* et accompagnées d'un texte expliquant les raisons de l'utilisation d'un substitut du site, les facteurs de leur détérioration et les moyens mis en

œuvre pour protéger ces peintures fragilisées. Le visiteur peut en outre être sensibilisé à la problématique de la conservation par des guides compétents. Aujourd'hui, la copie de la grotte de Lascaux est une formule qui associe une introduction conscientisée des touristes au patrimoine, un succès financier (elle accueille près de 2 300 personnes par jour) et la conservation d'un site qui risquait d'être à jamais perdu.

L'ouverture en alternance des tombes peintes de Tarquinia ou des sépultures égyptiennes est une autre solution qui peut être aussi acceptée par un public averti, à condition de lui faire comprendre que la présence trop importante de touristes modifie dangereusement les données environnementales du site. De plus, par rapport à la première formule, elle a comme avantage de ne pas priver le visiteur d'une approche de l'œuvre authentique. Les alignements de Carnac, site mégalithique unique au monde, ont été partiellement fermés, en 1991, par des clôtures, car le piétinement de millions de visiteurs, chaque année, menaçait les menhirs de déchaussement et de basculement, ce qui mettait en péril la sauvegarde même du site. En 1993, la situation alarmante des parties restées ouvertes au public a contraint les responsables de Carnac à poursuivre l'installation de protections. Les méthodes de restauration utilisées, qui consistent à protéger les sols par une reconquête contrôlée de la végétation et de ses cycles naturels — et de ce fait à stabiliser les menhirs —, sont expliquées aux touristes dans un pavillon expressément conçu à cet effet, qui permet aussi d'avoir, depuis sa terrasse, une vue d'ensemble de la zone.

De tels sites, ainsi que des milliers d'autres centres historiques dans le monde, ont été victimes de leur notoriété. Cet engouement massif, le plus souvent or-

chestré par des agences de voyages, a provoqué une surfréquentation que les autorités locales, insouciantes, ont acceptée, sans prendre à temps les mesures de protection nécessaires. Pour pallier cet état de fait, seule une augmentation de l'offre touristique associée à une désacralisation des lieux « à voir absolument » permettrait d'anticiper l'impact négatif des flux excessifs de touristes et d'assurer une gestion éclairée, afin de ne pas dépasser les seuils acceptables, la planification de la mise en valeur d'un site devant commencer par l'évaluation de sa capacité de fréquentation.

Respect de l'authenticité

Par ailleurs, villes d'art, édifices, régions touristiques et environnement peuvent non seulement être détruits « physiquement » par l'excès du nombre, mais aussi perdre de leur valeur symbolique ou de leur authenticité historique. Une cathédrale envahie par des touristes en short — parfois en costume de bain — n'incite plus au recueillement. De petits villages comme Banani (Mali), dotés d'une architecture vernaculaire qui maintient leurs traditions ancestrales, sont soumis par le tourisme à des bouleversements sociaux qui risquent d'en altérer le caractère propre ; une ville peuplée de commerces et de magasins pour touristes chasse les résidents, au détriment de ses activités initiales. En effet, le tourisme ne peut être l'unique source économique d'un lieu ; il faut que d'autres pôles d'activité soient maintenus ou développés, la source d'une vitalité urbaine se trouvant dans la diversité sociale, économique et fonctionnelle, d'autant plus nécessaire que la situation politique ou l'évolution du goût peuvent avoir une incidence négative soudaine et inattendue sur le succès d'une ville.

Pour éviter ces situations pénibles, il

faut éduquer les responsables du tourisme et leurs clients à rechercher dans les voyages non pas uniquement une valeur marchande, mais aussi un moyen exceptionnel de dialoguer avec les autochtones et d'apprécier leurs valeurs culturelles tout en les respectant. Dans cet ordre d'idées, il serait opportun d'élaborer un code de conduite du visiteur soulignant le devoir de ne pas porter atteinte au message historique, artistique, social et moral délivré par le patrimoine. L'apprentissage d'un tourisme bien conçu devrait faire partie des responsabilités civiques enseignées aux citoyens. Dans le cadre de la relation patrimoine et tourisme, une charte du tourisme culturel a été rédigée par le Conseil international des monuments et des sites (ICOMOS) dès 1976. Étant donné l'évolution de l'industrie du tourisme, une révision de ce document, à laquelle collaborent le Conseil international des musées (ICOM), l'Organisation mondiale du tourisme (OMT) et l'UNESCO, est en cours⁵.

Une politique de mise en valeur des vieux quartiers populaires et de réhabilitation des habitats pour la population locale, déjà entamée dans plusieurs pays, devrait être généralisée pour éviter la multiplication des « villes-musées ». Un édifice bien conservé dans une ville morte est visité comme un musée, sans que le public soit touché par la valeur fonctionnelle et humaine du lieu. Il ne comprendra donc pas, à cette occasion, à quoi il devrait veiller aujourd'hui pour sauvegarder, pour l'avenir, sa propre ville⁶. Il est nécessaire aussi d'associer davantage les autochtones aux programmes touristiques par une participation active à la gestion des infrastructures d'accueil et à la protection des sites, par leur collaboration aux visites guidées et aux recherches de formules de logement chez l'habitant, ou encore par leur participation aux béné-



© ICCROM

La grotte de Lascaux, dans le sud-ouest de la France, contient quelque 1 500 gravures et 600 peintures vieilles de 15 000 ans. Découverte en 1940, elle a d'abord été ouverte au public, mais la venue d'un nombre considérable de visiteurs mettait en péril la qualité des peintures, et le site a été fermé en 1963. Aujourd'hui, seuls cinq chercheurs sont autorisés à y pénétrer chaque jour.

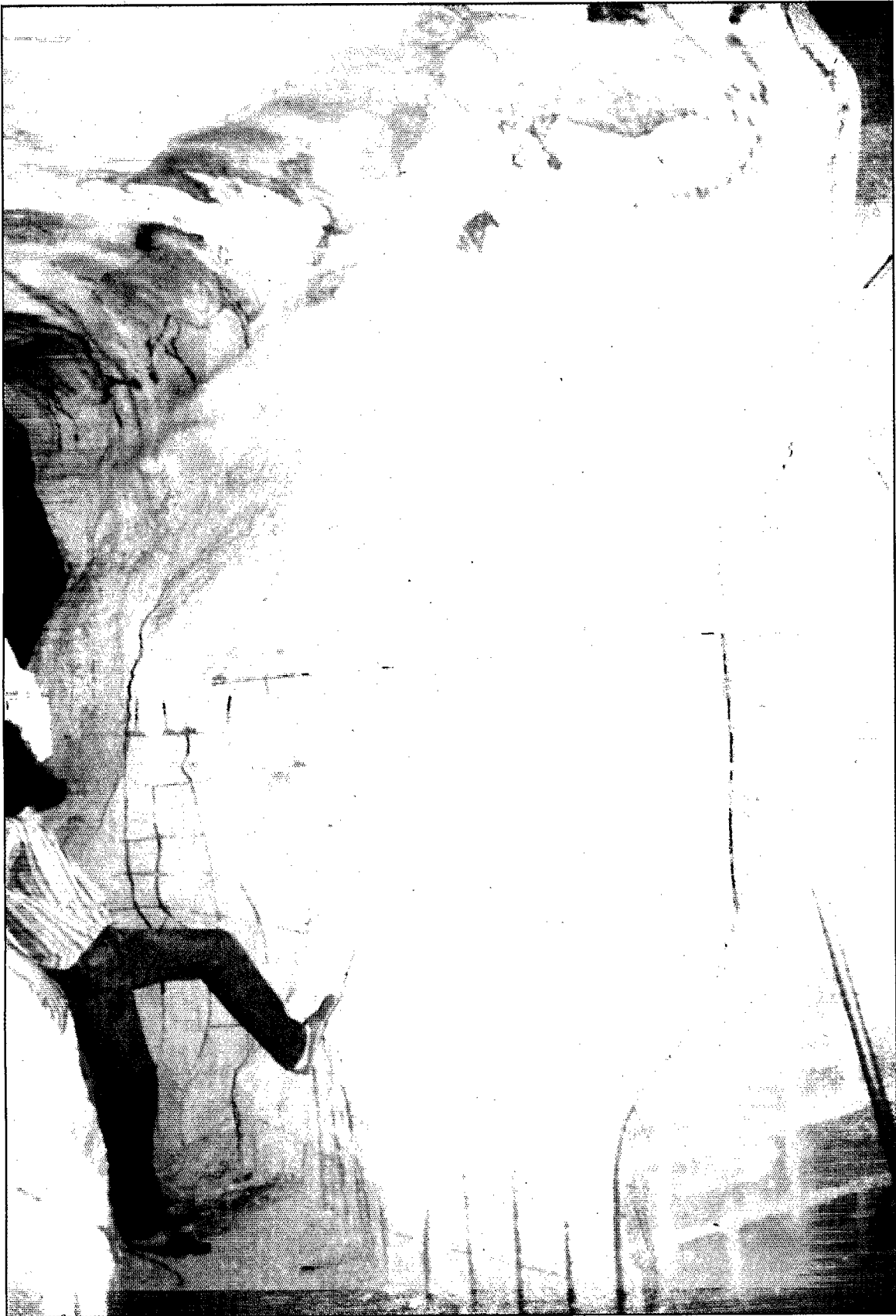
fices produits par les activités touristiques. Le tourisme, en générant des ressources et des emplois, contribuerait à un développement durable, gage de son acceptation par la population locale.

La conservation-restauration du patrimoine est un vecteur d'emploi⁷. Pour être apprécié, le patrimoine demande à être remis ou maintenu en état. Des réseaux interdisciplinaires de professionnels compétents agissant en commun sur la base

de plans concertés devraient donc être constitués. La formation d'un plus grand nombre de restaurateurs qualifiés est essentielle, de même que le recours à des artisans capables de jouer un rôle dans la préservation des biens culturels. Ceux-ci détiennent, en effet, les connaissances techniques locales qui sont transmises de génération en génération. Ils peuvent ainsi aider à la restauration, à condition toutefois, en cas de besoin, d'être encadrés par des restaurateurs de métier qui exercent un jugement critique dans le contexte de l'histoire matérielle de l'œuvre considérée. Il convient donc d'encourager la collaboration entre ces deux corps de métier du patrimoine pour mettre à profit leur complémentarité.

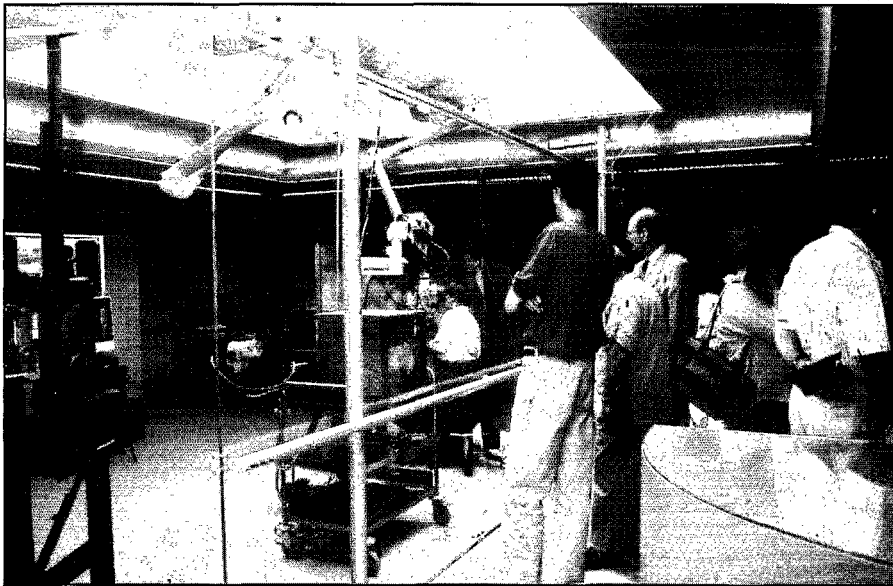
La pression exercée par la demande touristique — avoir toujours plus de monuments à visiter — a pour conséquence immédiate, sur le plan mondial, une multiplication des interventions. D'un côté, cet aspect est positif parce qu'il évite la disparition ou l'altération du patrimoine bâti, mais, d'un autre, il conduit trop souvent à rénover ou à reconstruire plutôt qu'à conserver ou à restaurer. Il faut être vigilant pour garder aux édifices leur caractère authentique et éviter les reconstructions à l'identique, le façadisme à outrance, les réfections lourdes et mal conçues, le remplacement systématique des matériaux altérés par des matériaux neufs, sans tenir compte du vécu du bâtiment, les restaurations « à bon marché » qui utilisent des matériaux moins coûteux et des méthodes plus rapides que les méthodes traditionnelles (reconstruction en ciment plutôt que dans le matériau d'origine...).

La restauration d'un monument ancien, comme sa réhabilitation, exige un travail préalable rigoureux de réflexion interdisciplinaire, qui tienne compte à la fois de l'état réel de conservation du bien,



© ICCROM

*Une réplique du site, Lascaux II, en construction.
Elle a été ouverte au public en 1983.*



© Mauritshuis, La Haye

*Restauration en public
de la Jeune Fille à la perle
de Vermeer, au Mauritshuis,
à La Haye.*

de son importance historique et esthétique pour décider des mesures à prendre, ainsi que de son environnement. Seuls des restaurateurs reconnus par la profession et des artisans compétents doivent être appelés à intervenir.

A défaut de respecter cette démarche, le patrimoine mondial deviendra vite un pastiche qui présentera un état qu'il n'a jamais eu. Les populations seront trompées, et nombre de touristes ne reconnaîtront pas l'identité culturelle du pays visité. Et il en va de même pour le patrimoine mobilier.

Des lieux à risques

Dans le domaine des musées comme dans celui des expositions temporaires, le tourisme de masse pose d'importants problèmes pour les œuvres présentées : d'une part, il modifie en permanence le taux d'humidité relative, d'autre part, il les met en situation de danger parce que les gardiens ne sont plus à même de les surveiller convenablement ou parce que les espaces sont trop exigus. Un quota de visiteurs par heure et par jour, établi sur la base de critères scientifiques rigoureux, devrait être fixé et respecté. Les agences de tourisme qui organisent les visites pourraient apporter des solutions à de tels problèmes en prenant en compte ces facteurs à risques dans leur programme culturel. Je citerai le cas du réaménagement, entre 1991 et 1993, de la Chapelle

royale de Grenade, projet pilote de sept institutions scientifiques européennes : l'espace était trop étroit pour accueillir 500 000 visiteurs chaque année. La superficie du musée-sacristie a donc été doublée pour assurer une meilleure sécurité et une meilleure vision des œuvres, et toutes les mesures de conservation préventive (climat et éclairage) ont été prises. Néanmoins, les entrées quotidiennes doivent encore être limitées : pour qu'une telle mesure ne soit pas mal ressentie, elle doit être expliquée.

Dans le même ordre d'idées, les agences de voyages pourraient elles-mêmes proposer une liste plus étendue de musées à visiter et multiplier le choix des œuvres à regarder dans ceux-ci. Ainsi elles répartiraient mieux les touristes et élargiraient leur éventail de connaissances. Simultanément, pour que d'autres musées attirent un nouveau public motivé, il faudrait repenser la présentation muséologique de certains d'entre eux, les rendre plus attrayants tout en respectant les normes de conservation préventive, accompagner les œuvres de notices explicatives, rédigées en différentes langues, faciles à lire et bien conçues, ainsi que proposer des matériels audiovisuels de qualité.

Lors des grandes rétrospectives de peinture qui remportent toujours un succès de masse, des salles présentant un matériel didactique et des documents de laboratoire devraient systématiquement être mises à la disposition du public, afin de le sensibiliser à la lecture stylistique et technique des œuvres, et à leur état de conservation. Dans tous les cas, un lien devrait aussi être établi entre ces expositions temporaires et les collections permanentes du musée hôte, comme cela a été fait lors des expositions Rembrandt à Amsterdam, Frans Hals à Haarlem ou Vermeer à La Haye, en attirant l'atten-

tion des visiteurs sur les œuvres conservées par le musée, en relation avec celles exposées. Un tourisme culturel durable ne peut en effet se contenter de l'exploitation d'événements éphémères. La salle didactique donnerait également aux guides l'occasion de présenter leurs commentaires généraux, afin de raccourcir leur exposé au sein même de l'exposition et de laisser ainsi au public le pur plaisir de découvrir les peintures, après avoir été correctement initié.

Les œuvres qui appartiennent au patrimoine immobilier, telles les mosaïques, les peintures murales, les sculptures monumentales, offrent un autre terrain d'éducation du public qui, lui non plus, n'est pas assez exploité.

Sensibilisation à la conservation du patrimoine

En règle générale, pour respecter l'œuvre d'art tout en l'appréciant, le public doit apprendre à la connaître, ce qui demande un complément de formation des guides des agences de tourisme, et aussi de ceux qui travaillent dans les musées et lors des expositions temporaires : ils doivent connaître les problèmes de conservation-restauration, afin de les aborder de manière concrète avec le visiteur. A savoir : attirer l'attention de ce dernier sur la fragilité des œuvres et les dangers spécifiques encourus par chacune d'elles, quel que soit leur matériau, y compris le bronze ou la pierre ; lui montrer des œuvres altérées par une restauration trop drastique, comparées à des œuvres correctement traitées ; lui expliquer, par exemple, l'importance de l'éclairage... —, bref, engager le dialogue avec le touriste. Le guide doit aussi apprendre à servir la conservation préventive en étant vigilant : ne pas laisser les gens monter sur un monument pour y être photographiés, frotter leur sac contre

des peintures murales, toucher des objets, fouler du pied de manière inconsidérée un site archéologique... Toutes ces observations, qui sont justifiées sur place, sont beaucoup mieux acceptées que de simples rappels à l'ordre d'un gardien.

Sur l'Acropole d'Athènes, par exemple, des guides pourraient commenter les restaurations en cours, ce qui apprendrait aux gens à regarder et à porter un jugement critique. Ainsi ils se rendraient compte que, d'un côté, on restaure à grands frais les pierres attaquées par les émanations d'anhydride carbonique dues au trafic automobile, tandis que, de l'autre, les autocars parkés au pied même de l'Acropole laissent tourner leur moteur durant le temps de la visite. C'est là un cas typique d'attitude contradictoire et laxiste, fréquente dans tous les pays, qui entraîne des destructions irréversibles du patrimoine. Il faudrait remédier d'urgence à cette situation par une synergie d'actions alliant une prise de conscience des agences de tourisme et une réaction vigoureuse des autorités politiques.

La réalisation, à l'intention des guides, de CD-ROM de formation abordant les problèmes de conservation-restauration dans cette optique devrait être encouragée, de même que celle de dossiers audiovisuels destinés à susciter l'intérêt du public pour le patrimoine et sa sauvegarde.

Un autre moyen de sensibiliser le public à la valeur et au vécu du patrimoine consiste à exécuter en sa présence des restaurations *in situ*, le chantier en cours étant expliqué par les restaurateurs responsables. De telles expériences, tout à fait concluantes au vu de l'intérêt qu'elles ont suscité, ont été conduites par le Centre de conservation archéologique de Rome, notamment avec les sculptures de l'atrium du musée du Capitole, l'arche de Septime Sévère ou encore les mosaïques

de Masada et de Zippori, en Israël, restaurées sur place sans avoir été déposées⁸. Des restaurations « à cœur ouvert » de ce genre ont aussi été pratiquées ces dernières années en peinture : traitement du *Mariage de Cana* de Véronèse au Louvre, à Paris, des fresques de Michel-Ange à la Sixtine, à Rome, ou de la *Vue de Delft* de Vermeer au Mauritshuis, à La Haye...

Pour faire du tourisme culturel un loisir bien compris, la sensibilisation au patrimoine doit commencer dès l'enfance et être introduite dans les programmes scolaires. Plusieurs initiatives en ce sens ont vu le jour. Ainsi, l'ICCROM a conçu, dans le cadre de Media Save Art 1994-1995, le projet « La ville sous la ville ». L'objectif est d'amener les enfants à découvrir que la ville dans laquelle ils vivent est le résultat d'époques successives et de les sensibiliser à la nécessité de préserver leur patrimoine historico-artistique pour les générations futures. Dans le domaine de la conservation proprement dite, la restauration de la statue de Marc Aurèle, à Rome, a été expliquée avec succès à des groupes scolaires. Pourquoi ne pas étendre de telles démarches à tous les pays ?

Le patrimoine mondial est extrêmement divers, et il conviendrait de tirer un meilleur parti des multiples possibilités d'accès à la culture qu'il nous offre. Actuellement, la tendance de la plupart des agences de tourisme est de focaliser l'attention sur des valeurs sûres, sur des éléments du patrimoine le plus connu. Il faudrait parallèlement développer un autre type de tourisme, un « tourisme découverte » qui viserait à stimuler la curiosité. Il suffit de voir l'extraordinaire succès public de la Journée des musées, organisée sous l'égide de l'ICOM, ou encore celui des Journées du patrimoine, sous celui du Conseil de l'Europe, pour comprendre que les gens sont attirés par des

ouvertures exceptionnelles et qu'ils se passionnent pour des richesses souvent méconnues, à condition d'être aidés à les apprécier. Développer, en collaboration avec des historiens d'art compétents, des itinéraires touristiques — démarche inverse de celle proposée habituellement, qui consiste à amener l'œuvre d'art au spectateur en multipliant des expositions qui mettent les objets en péril — serait une façon concrète d'introduire, *in situ*, le public dans un patrimoine souvent négligé. La publication de guides illustrés présentant le thème choisi sous trois angles — historique, stylistique et de conservation-restauration⁹ — permettrait à la fois d'élargir l'accès à la culture, de valoriser le patrimoine et de le faire respecter. Des itinéraires établis avec une thématique propre ont déjà été développés par l'UNESCO et par le Conseil de l'Europe.

Des défis à relever

L'entretien du patrimoine coûte cher aux États, et des moyens financiers supplémentaires doivent être trouvés. Plusieurs ONG, des fondations, des sponsors privés participent déjà à des campagnes de conservation-restauration, mais les budgets disponibles sont malheureusement insuffisants. L'industrie touristique, qui profite directement des villes d'art, des sites et/ou des monuments qui attirent les touristes, devrait contribuer financièrement aux efforts de conservation. De même, une partie des revenus générés par le tourisme devrait être réinvestie dans ce domaine. Enfin, les États devraient allouer davantage de fonds pour la sauvegarde d'un patrimoine qui, à long terme, assure la pérennité de l'attrait touristique pour leur pays, et donc une ressource économique importante.

Deux autres facteurs directement liés au développement exponentiel du touris-

me mettent le patrimoine en péril : sa valorisation commerciale dans le cadre du marché de l'art et le vandalisme. Des œuvres volées dans des musées ou dans des lieux de culte sont souvent altérées à ces occasions, et des pillages systématiques d'objets et de matériel archéologique sont régulièrement commis, en dépit des législations nationales en vigueur et de la Convention de l'UNESCO de 1970 ; l'Afrique, l'Amérique du Sud et l'Asie souffrent particulièrement de ce fléau. Les œuvres soustraites à leur environnement pour être vendues aux collectionneurs ou aux antiquaires deviennent anonymes et perdent leur signification historique, symbolique ou culturelle première. La communauté internationale lutte avec de plus en plus d'efficacité contre ce trafic illicite des biens culturels en développant des programmes d'inventoriage des œuvres et des objets, d'éducation des services de douane et de gendarmerie, ainsi que de sensibilisation de la presse et du public.

Des œuvres d'art sont détériorées « par jeu », tandis que des centres historiques et des villes entières sont défigurés par des « tags » qui couvrent bien des surfaces, en particulier les parements de murs d'édifices souvent prestigieux. Là encore, seule la sensibilisation des populations locales et, en premier lieu, l'éducation des jeunes peuvent enrayer ce phénomène de société qui endommage l'environnement et qui risque, à terme, de se généraliser et de poser de sérieux problèmes de conservation. L'application d'un vernis antitag représente en effet un effort financier supplémentaire, et surtout il altère l'aspect primitif des œuvres — sculpture comme architecture — en en modifiant les effets de surface et/ou de coloration.

En conclusion, il est clair qu'un meilleur équilibre entre tourisme et patrimoine pourrait être trouvé par la mise en



© Fondation Roi Baudouin

Le palais de l'Élysée, à Paris, résidence du président de la République, est ouvert au public durant la Journée du patrimoine.

œuvre des idées développées ici. Parmi elles, retenons quatre objectifs principaux : proposer de vraies solutions de remplacement au tourisme de masse ; mieux utiliser le potentiel humain et les technologies modernes pour former à la connaissance du patrimoine et à sa conservation-restauration ; trouver des sources de financement en adéquation avec la demande touristique croissante pour visiter les biens patrimoniaux ; susciter une nouvelle dynamique du tourisme culturel en aidant le public à voir, à apprécier et à respecter son héritage culturel.

L'ouverture du patrimoine mondial au plus grand nombre est, certes, une finalité tout à fait justifiée dans l'actuelle civilisation de loisirs, mais elle jette un défi : en effet, pour sauvegarder ce patrimoine, son accès doit faire l'objet d'une politique d'actions restrictives, réfléchies et concertées. C'est un devoir moral pour notre génération de protéger le patrimoine dont elle jouit et de l'entretenir pour le léguer aux générations futures, de sorte qu'elles puissent y reconnaître leurs racines culturelles. Dans cette optique, le contrôle du tourisme de masse — une des causes principales des multiples dégradations du patrimoine et également de l'environnement — devient une priorité. Mieux vaut faire de la conservation préventive que de la conservation active, conserver plutôt que restaurer ou rénover.

Les différents types d'acteurs du tourisme (issus des secteurs économique, universitaire, culturel et institutionnel) peuvent directement contribuer, à travers un tourisme bien pensé, à changer les mentalités, afin qu'un jour les citoyens



© ICCROM

A Rome, ce monument est défiguré par les graffiti.

ressentent par eux-mêmes la responsabilité et le plaisir de protéger leur paysage culturel qui, aujourd'hui, demande d'urgence à être conservé par l'homme et pour l'homme : « Le patrimoine n'est pas seulement le miroir du passé, c'est aussi une fenêtre sur l'avenir¹⁰. » ■

1. Dans le présent article, plusieurs informations et plusieurs analyses ont été reprises dans les Actes de la table ronde « Culture, tourisme, développement : les enjeux du XXI^e siècle », organisée par l'UNESCO, à Paris, les 26 et 27 juin 1996, dans le cadre de la Décennie mondiale du développement culturel 1988-1997. Cet ouvrage sera mentionné dans les notes : *Actes UNESCO 1996*.
2. Une carte des risques courus par l'héritage culturel est élaborée, pour l'Italie, par le Ministère des biens culturels et de l'environnement, l'Office central de l'environnement et des biens culturels, architecturaux, archéologiques, artistiques et historiques, et l'Institut central de restauration. L'Université libre de Bruxelles coordonne un programme de sensibilisation, financé à 40 % par la Commission européenne (DG.X), auquel collaborent les institutions suivantes : le Centre international d'études pour la conservation et la restauration des biens culturels, Rome (Italie) (ICCROM) ; la School of Conservation, Copenhague (Danemark) ; le Stichting Restauratie Atelier Limburg, Maastricht (Pays-Bas) ; la Fédération européenne des associations de guides touristiques, Paris (France) (FEG) ; les cours de maîtrise des sciences et techniques : conservation-restauration des biens culturels, Paris (France) (MST) ; les Musées royaux d'art et d'histoire, et les Musées royaux des beaux-arts

de Bruxelles (Belgique) ; l'Université de Gand (UG) (Belgique) ; l'Institut royal du patrimoine artistique, Bruxelles (Belgique) ; le Conseil international des musées (ICOM) et ses comités de conservation (ICOM-CC), d'éducation et d'action culturelle (CECA), de l'audiovisuel et des nouvelles technologies de l'image et du son (AVICOM).

3. A propos du plan Delta, voir Jan A. Buijse, « Aspects to the large-scale operation to save the Dutch cultural heritage activities at the Rijksmuseum voor Volkenkunde », *Cahiers d'étude*, ICOM-CC, n° 1, 1995, p. 6-8.
4. Voir éditorial de C. Périer-D'Ieteren, « Les enjeux actuels de la conservation-restauration », *Cahiers d'étude*, ICOM-CC, n° 1, 1995, p. 2-3 ; « Sauvegarde du patrimoine et formation : un défi à relever », *Cahiers d'étude*, CECA, n° 2, 1996, p. 5-7.
5. La *Charte du tourisme culturel*, ICOMOS, 1997, en cours de révision, prendra le titre de *Charte des rapports entre tourisme et patrimoine*. Le thème de réflexion pour 1997-1999 choisi par l'ICOMOS est celui du « Bon usage du patrimoine ».
6. Dans ce domaine, le Getty Conservation Institute gère un programme très intéressant : *Picture L.A. landmarks of a new generation*. L'idée qui est à l'origine de cette campagne photographique, animée par des jeunes de 10 à 18 ans, est que développement et conservation vont de pair. Il a donc été demandé à ces jeunes « ordinaires » de photographier dans leur environnement proche ce qui constitue pour eux des éléments du patrimoine, représentatifs non seulement du passé, mais aussi du présent et de l'avenir. A ce propos, voir *Newsletter* du GCI, vol. 12, n° 1, 1997, p. 14-17.
7. En 1997, la Commission européenne a rédigé un *Livre vert sur la culture. Industries culturelles et emplois*.
8. Voir Roberto Nardi, « Open-heart restoration : raising the awareness of the public », *Cahiers d'étude*, ICOM-CC, n° 1, 1995, p. 9-11.
9. Voir Alessandra Melucco Vaccaro, « L'entretien régulier des monuments anciens et des collections : de la théorie à la mise en pratique ? », *Cahiers d'étude*, ICOM-CC, n° 1, 1995, p. 12.
10. Frans Schouten, « Tourisme et mutations culturelles », *Actes UNESCO*. (Voir note 1.)

Ouverture au public : pour le meilleur et pour le pire

Racheli Merhav et Ann E. Killebrew

Quelles sont les conséquences concrètes, visibles, quotidiennes, sur les sites et sur les œuvres exposées, de l'afflux croissant des « touristes culturels » ? Un juste équilibre peut-il être trouvé qui permette de limiter les dommages qu'ils risquent de causer et de préserver l'intégrité du patrimoine ? Deux spécialistes confirmées exposent ici leur point de vue sur les avantages et les inconvénients de l'ouverture des sites au public. Racheli Merhav est paysagiste en chef à l'Israel National Parks Authority depuis 1990. Auparavant, elle était directrice de l'architecture paysagère de la région centrale pour le Jewish National Fund, poste qu'elle a abandonné en 1983 pour se consacrer à une maîtrise d'administration publique à la Kennedy School of Government de l'Université Harvard. Ann E. Killebrew a terminé son doctorat en archéologie à l'Université hébraïque de Jérusalem. Elle est actuellement maître de conférences à l'Université de Haïfa. Elle a participé à de nombreuses campagnes de fouilles et à de multiples projets en Israël, notamment à la reconstruction et à la reconstitution de l'antique village de Qasrin. Elle est actuellement directrice de projet pour la présentation au public du site biblique de Megiddo.

L'accès du grand public à notre patrimoine culturel a causé bien des inquiétudes. La visite de sites historiques et archéologiques par des centaines de milliers de touristes a presque toujours eu des répercussions négatives sur les lieux et sur leurs abords. Pourtant, le tourisme n'a pas que des effets néfastes ; l'étude de plusieurs sites archéologiques ouverts au public en Israël montre que le tourisme peut avoir des conséquences aussi bien négatives que positives.

Effets négatifs

Un phénomène d'usure

L'« usure » d'un site, jour après jour, cause des dommages sans remède aux vestiges de notre passé culturel, et c'est un fait patent dans de nombreux parcs nationaux, sur de nombreux sites archéologiques en Israël. Ainsi, à Masada, le site le plus visité du pays (700 000 touristes par an), les millions de pieds qui ont foulé le sol des palais d'Hérode, des thermes, des édifices privés et publics de l'époque romaine ont fini par éroder même les marches en pierre monumentales qui relient les thermes aux palais nord. La plupart des parcs archéologiques connaissent une usure analogue, provoquée par l'afflux des visiteurs.

Des équipements touristiques

Des aménagements appropriés doivent être mis en place pour accueillir les touristes, abriter leurs véhicules et assurer leur confort. La construction de parcs de stationnement, de toilettes, de restaurants et de centres d'accueil provoque inévitablement un préjudice à des vestiges archéologiques jusque-là non exposés, et défigure les sites. Le bruit en provenance des parkings cause un autre désagrément qui nuit à l'ambiance des lieux. C'est no-

tamment le cas à Megiddo, où, les jours d'affluence, dans les zones est et nord-est, les ronflements de moteur des autocars se mêlent à ceux de la circulation sur la route nationale en contrebas.

Les abris destinés aux visiteurs, les structures de protection des vestiges archéologiques, ainsi que les accès modernes, peuvent également détériorer le paysage et altérer l'aspect général du site, en devenant l'élément le plus repérable, celui qui « saute aux yeux ». Tel est le cas de l'abri construit au-dessus des bains publics de Beth Shean, qui est l'édifice le plus visible pour les touristes lorsqu'ils s'approchent de ce site historique.

Quand les circonstances s'y prêtent, des « paysages artificiels » sont créés pour promouvoir le tourisme : ainsi, le « lac » de Timna Park, dans l'Arava, près d'Eilat. Certes, il est censé offrir aux visiteurs du parc, situé dans une région aride et torride, une atmosphère plus agréable, mais il est, à l'évidence, en totale disharmonie avec le paysage et ne s'inscrit pas dans le contexte des sites archéologiques qui parsèment le parc.

Vandalisme

En Israël, où l'archéologie a une portée politique et religieuse tant pour le public local que pour les visiteurs du monde entier, le prestige de nombre de ces sites provoque rarement des réactions négatives. Des actes de vandalisme, délibérés et systématiques, ont néanmoins été relevés dans plusieurs parcs, ou sites archéologiques et historiques, ouverts au public. Certains lieux portent les traces d'un vandalisme mineur, occasionnel, mais d'autres sont l'objet de déprédations plus graves, commises par des extrémistes religieux ou politiques. Trois incidents de cet ordre sont survenus il y a peu dans des églises byzantines : le premier à Mamphis,



© National Parks Authority

Dégradation délibérée, commise par des vandales, d'une menora sculptée en haut relief dans les catacombes romaines de Beth Shearim.

dans le Néguev ; le deuxième à Kursi, sur la côte orientale de la mer de Galilée ; le troisième au mont Bérénice, près de la ville moderne de Tibériade. Sur les sites de Mampsis et de Kursi, théoriquement protégés à l'intérieur d'un parc national, des vandales ont irrémédiablement endommagé les mosaïques, à l'intérieur des églises, en cassant le pavement ou en répandant du goudron. Au mont Bérénice, site quelque peu isolé et non protégé qui domine la mer de Galilée, l'architecture en pierre de l'église, qui venait pourtant d'être restaurée par l'administration des monuments anciens d'Israël (Israel Anti-

quities Authority), a été méthodiquement et irrémédiablement détruite. Dans le parc national de Beth Shearim, des vandales ultra-orthodoxes ont dégradé des emblèmes juifs peints ou des hauts-reliefs sur les parois de tombes taillées dans le roc, qui remontent du II^e au IV^e siècle de l'ère chrétienne. Il a fallu ensuite fermer l'accès au public d'un certain nombre de catacombes : il est très difficile de trouver une parade efficace à de tels comportements illicites et destructeurs.

Une commercialisation outrancière

Dans de nombreux sites de premier plan, les aménagements ont été conçus de façon tellement anarchique qu'il est quasiment impossible de distinguer les structures modernes de celles du monument du lieu historique ou archéologique. C'est là un phénomène particulièrement frappant dans certains sites hautement symboliques sur le plan religieux, qui aujourd'hui sont devenus des villes modernes, telles Bethléem ou Nazareth, l'une et l'autre édifiées sur des vestiges chrétiens anciens incorporés dans le paysage urbain. Il est ainsi devenu extrêmement difficile de discerner le moindre témoignage archéologique remontant à l'époque de Jésus, du fait de la foule des visiteurs, de l'invasion mercantile et de la surenchère à laquelle se livrent les divers organismes religieux et publics en charge des Lieux saints.

L'entrée du site spectaculaire de Masada est dominée par des concessions commerciales — essentiellement des restaurants et des boutiques destinés aux touristes. Les récentes opérations de rénovation et de modernisation auraient pu être l'occasion de modifier cette première impression, mais les intérêts commerciaux l'ont emporté. Le projet de construction d'un centre commercial à

proximité du parc national traduit le désir d'exploiter des sites tels que Masada à seule fin de générer des revenus supplémentaires. Quels seront les effets de telles pratiques sur l'environnement, sur l'atmosphère du lieu ? Nul ne le sait. Ce qui est certain, c'est que ces constructions vont détourner l'attention d'un paysage grandiose et empreint d'histoire.

Surexposition du site

La volonté d'ouvrir plus largement un site archéologique de façon à attirer davantage de visiteurs peut conduire à dégager une trop grande partie de ce site. Accroître la superficie des zones ouvertes aux visiteurs peut réduire le « surpeuplement » du site, mais, bien souvent, la plupart des touristes n'ont ni le temps, ni l'envie, ni la patience de visiter tous les secteurs qui leur sont accessibles. Par ailleurs, l'entretien de vastes zones ouvertes pose des pro-

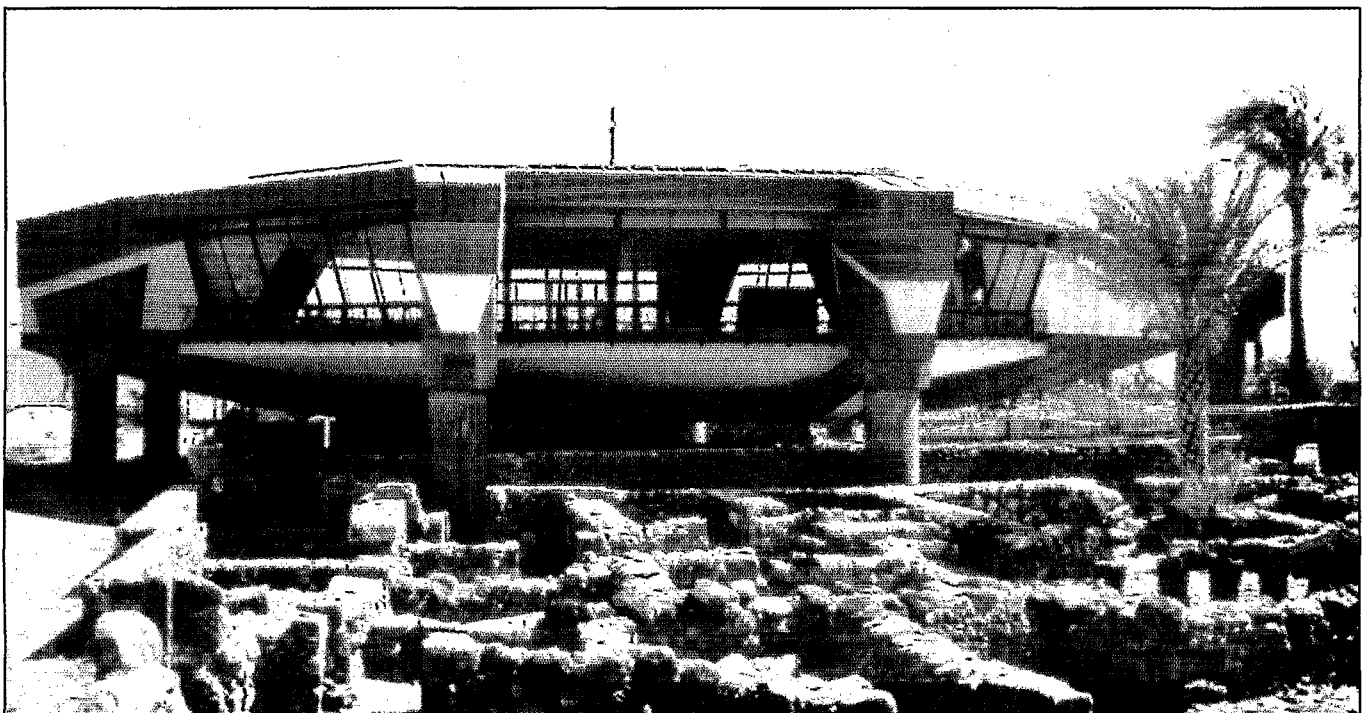
blèmes financiers. Au cours des années 80 et au début des années 90, des fouilles ambitieuses ont été entreprises à Césarée, à Beth Shean, à Marisha, à Beth Guvrin et à Baniyas, et d'immenses étendues de villes romaines et byzantines ont été mises au jour. Il est peu probable que les touristes prennent le temps de voir plus qu'une étroite zone du site : le coût de la conservation et de l'entretien de ces grands parcs publics n'en reste pas moins considérable. Sans doute, le montant variable des recettes provenant de la vente des billets (pratiquement la seule source de revenus pour l'administration des parcs nationaux) ne suffira jamais à couvrir les dépenses de fonctionnement.

Atteinte à l'esprit du lieu

Le souci d'accroître la sécurité et l'accessibilité peut avoir pour effet de dénaturer pour toujours l'atmosphère et l'âme d'un

Une église moderne, construite au-dessus des vestiges de la « maison de saint Pierre », à Capharnaïm, masque la mer de Galilée, à l'arrière-plan.

Avec l'aimable autorisation des auteurs



lieu historique. La forteresse musulmane de Nimroud, enceinte monumentale construite au début du XIII^e siècle à la limite du plateau du Golan et du mont Hermon, domine la Haute-Galilée. Très visible et fort imposante, cette ruine n'est fréquentée que par de rares visiteurs. Avant les fouilles et la mise en valeur du lieu à des fins touristiques, les vestiges, dans leur cadre romantique, semblaient immuables. Les travaux de restauration et d'aménagement ont certes contribué à rendre le site plus sûr et plus accessible, mais ils ont aussi créé une atmosphère « stérile » dans l'ensemble du château. Les visiteurs déambulent dans de vastes salles vides, sans caractère. Par ailleurs, le site étant davantage exposé aux éléments naturels et à la présence des touristes, des problèmes de conservation et de mise en espace se posent désormais.

Le village de Capharnaüm, situé sur la côte nord de la mer de Galilée, est l'un des grands centres de pèlerinage chrétien d'Israël du fait de son évocation dans le Nouveau Testament. Il offre un autre exemple de dénaturation d'un site archéologique au nom d'impératifs touristiques. Ces dernières années, une église a été construite au-dessus des ruines de la « maison de saint Pierre » et des vestiges d'un lieu de culte commémoratif de la période byzantine. Cette église moderne, dont le volume domine le site, « abrite » en quelque sorte les vestiges : elle offre une certaine protection en même temps qu'elle est un lieu de culte pour les visiteurs. Il reste qu'elle cache la vue de la mer de Galilée, élément constituant du site, et qu'elle dissimule en partie au regard des vestiges archéologiques investis d'une grande signification religieuse pour tous les chrétiens. L'accès à l'église, d'où on peut le mieux voir la maison de saint Pierre, est limité. La construction de cet édifice d'une architecture très moderne a

amoindri le rayonnement historique et religieux de l'ensemble archéologique. L'environnement et l'âme de cette ville contemporaine de Jésus s'en sont trouvés altérés.

Effets positifs

Protection et entretien

En raison du mauvais état de conservation de nombreux vestiges archéologiques au moment de leur mise au jour, le fait que le site n'ait pas été aménagé pour être présenté au public et faciliter la circulation des touristes peut très souvent, avec le temps, avoir des effets délétères et engendrer des dégâts irréversibles. Des sites archéologiques importants, tel le site biblique de Lachish, n'ont pas été agencés comme doivent l'être les sites protégés, et les touristes peuvent les visiter sans payer de droits d'accès. Mais le manque d'entretien, même rudimentaire, ainsi que l'absence de protection ou de mesures élémentaires de conservation de l'architecture nuisent gravement aux vestiges archéologiques, qui sont progressivement envahis par les mauvaises herbes et exposés à l'action des éléments.

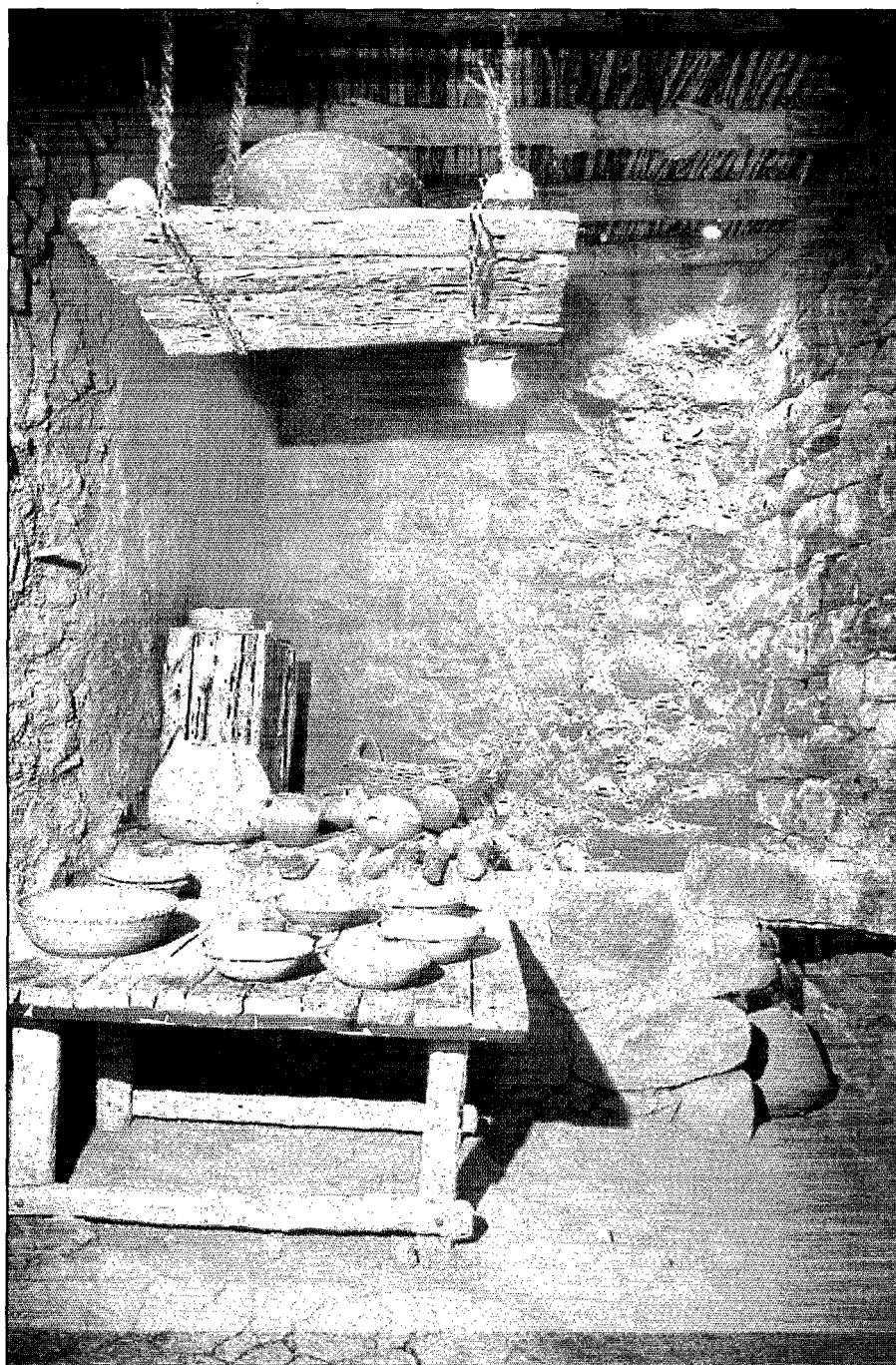
La zone de fouilles située à l'ouest et au sud du mont du Temple, à Jérusalem (le site le plus important d'Israël), a pâti d'avoir été longtemps laissée à l'abandon. Les fouilles ambitieuses entreprises de 1968 à 1978 ont mis au jour des vestiges datant des périodes islamique, byzantine, romaine et même biblique, qui présentent un immense et un égal intérêt pour les juifs, pour les chrétiens et pour les musulmans. Après que les fouilles eurent été menées à terme, le site a été incorporé à un grand parc archéologique. Mais, pendant plus de dix ans, l'entretien et la mise en valeur des vestiges aux fins de présentation au public ont été réduits au minimum, voire ont été inexistantes, de sorte

que l'intérieur et les abords des édifices anciens ont été complètement envahis par la végétation, y compris par des arbres. Comment dès lors s'étonner que ce site d'importance internationale n'ait jamais accueilli qu'un nombre ridicule de visiteurs ? Ces dernières années, des fouilles ont été menées à nouveau en vue de procéder à un « nettoyage » général, après une longue période de laisser-aller, et d'ouvrir au tourisme certains secteurs. Ces explorations, ainsi que des travaux de restauration associés à un meilleur entretien, ont réactivé l'intérêt des visiteurs, dont le nombre s'est accru, ce qui du même coup a facilité la préservation du site.

*Un sentiment de respect
et de fierté*

Si, comme nous l'avons noté, les équipements collectifs peuvent nuire à l'esthétique d'un lieu, certains aménagements touristiques et l'accroissement du nombre de visiteurs qui en résulte peuvent avoir une incidence positive. La construction d'abris au-dessus de vestiges importants, tels que les mosaïques du site romano-byzantin de Sepphoris, en Galilée, contribue au confort des touristes tout en protégeant les édifices ou le dallage.

Si les facilités d'accès et la notoriété des sites suscitent parfois un vandalisme systématique, l'inverse est tout aussi vrai. Ainsi, à Qasrin, village de l'époque byzantine qui abrite une synagogue, sur le plateau du Golan, la mise en valeur des lieux a eu pour effet de réduire le vandalisme individuel occasionnel, qui était monnaie courante pendant la période précédant l'ouverture au public. Après la reconstruction de plusieurs maisons du village et la reconstitution d'un intérieur traditionnel avec copie exacte du mobilier, des récipients et autres objets d'usage courant, une nette diminution des actes



Avec l'aimable autorisation des auteurs

L'intérieur d'une maison de l'époque byzantine reconstruite dans le village antique de Qasrin.

de vandalisme commis par des visiteurs a été notée, alors même que le nombre de ces derniers triplait ou quadruplait. Très peu de copies de meubles ou d'objets rassemblées dans cette maison — pourtant laissée sans surveillance — ont disparu depuis l'inauguration officielle du village reconstruit il y a huit ans. Peut-être les touristes éprouvent-ils un sentiment de respect envers le site (ce qui n'était pas toujours le cas auparavant), parce qu'il est désormais régulièrement entretenu, que

la maison byzantine et son mobilier ont été reconstitués à l'identique.

Un phénomène analogue a été observé vers la fin des années 80 et jusqu'au milieu des années 90, une période durant laquelle des campagnes de fouilles ont été menées à l'échelle nationale. Bien que de tels projets aient été mis en œuvre pour des raisons essentiellement économiques, l'intérêt qu'ils ont suscité et la publicité dont ils ont fait l'objet ont contribué à sensibiliser très profondément l'opinion sur l'importance du patrimoine archéologique, tandis que le surcroît de visiteurs attirés par les nouvelles fouilles donnait un coup de fouet aux économies locales.

Éducation

Un autre aspect bénéfique du tourisme archéologique tient à son apport éducatif. La présentation du site archéologique, parfaitement mis en valeur, comporte en général une dimension éducative, qu'il s'agisse de la signalisation la plus élémentaire, de la consolidation ou de la reconstruction sommaires du site, de la création d'un musée sur place ou d'une véritable mise en espace faisant appel à des techniques multimédias de pointe. Sans le tourisme, nombre de ces sites seraient restés à l'état de ruines muettes, dont l'histoire demeurerait inaccessible à quiconque.

Développement économique

L'incidence négative du mercantilisme sur les sites a été soulignée. Il n'en reste pas moins que le développement du tou-

risme archéologique, notamment à Qasrin, à Sepphoris et à Beth Shean, tout en étant une cause de fierté, remplit une fonction éducative et « motive » les habitants des alentours, en même temps qu'il leur apporte des avantages financiers. Chacun s'accorde à reconnaître que la pratique du tourisme sur les lieux patrimoniaux a généralement des retombées favorables sur l'économie locale, voire nationale.

Certes, les facteurs négatifs semblent l'emporter sur les facteurs positifs. N'en concluons pas pour autant que les effets du tourisme sont massivement mauvais. Les sites archéologiques et historiques ouverts aux visiteurs sont souvent mieux protégés, ne serait-ce que parce qu'ils bénéficient d'un entretien plus régulier que ceux qui ne sont pas classés parcs nationaux ou sites touristiques. De nombreux problèmes liés au tourisme pourraient être résolus si l'on exerçait un contrôle rigoureux sur le nombre de visiteurs admis simultanément, si la densité maximale du site était déterminée et sa fréquentation limitée en conséquence, au lieu d'exposer au public des aires toujours plus vastes ou de laisser le parc archéologique envahi par la foule des touristes. Dans la majorité des cas, un entretien régulier, une planification intelligente et une coopération étroite entre les pouvoirs publics, les archéologues, les architectes, les conservateurs, les responsables du parc et la collectivité permettent de corriger la plupart des inconvénients du tourisme archéologique et de tirer pleinement parti des avantages qu'il procure. ■

Le musée, un médiateur

Milagros Gómez de Blavia

Un mode nouveau de partenariat doit régir les rapports entre le patrimoine et le tourisme. Son accomplissement est pour une large part entre les mains de ceux qui, médiateurs éclairés, ont pour tâche de rapprocher les points de vue nombreux qui s'expriment et les méthodes prônées par les uns ou par les autres. Et, comme le pense Milagro Gómez de Blavia, qui est mieux placée pour y parvenir que les professionnels des musées, à la fois gardiens du patrimoine et spécialistes de la communication ? L'auteur, une avocate vénézuélienne, est la fondatrice et la directrice, depuis 1982, du musée de Barquisimeto. Ancienne présidente du Comité vénézuélien de l'ICOM, elle s'est spécialisée dans les domaines du tourisme et du droit administratif. Elle est aussi conseillère et chargée de cours dans le cadre de stages internationaux consacrés à la gestion des musées et aux relations harmonieuses entre les professionnels du tourisme et les chargés du patrimoine. Actuellement, elle préside également une entreprise publique de gestion urbaine, à Barquisimeto, dans l'État de Lara (Venezuela), spécialisée en particulier dans la mise en valeur du patrimoine architectural.

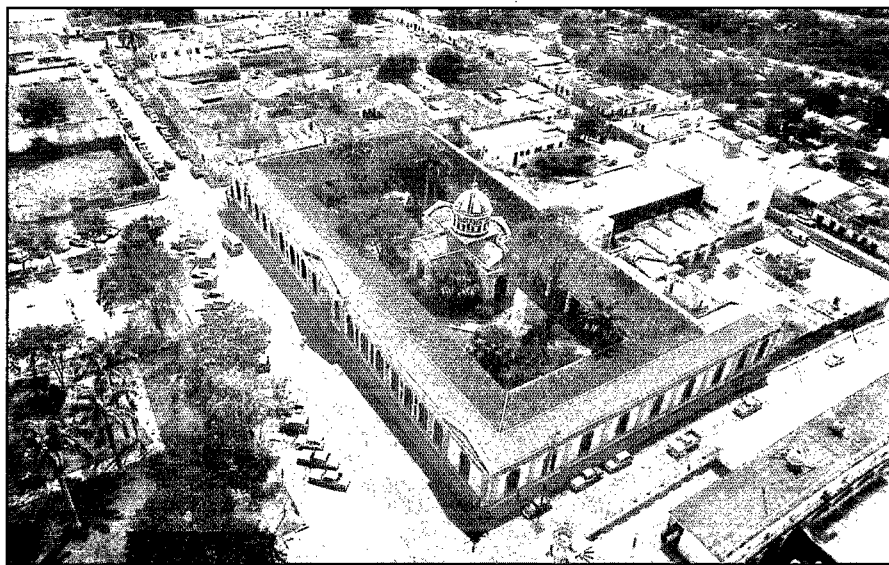
Vue aérienne du musée de Barquisimeto, situé au centre de la ville dans un bâtiment construit pour servir d'hôpital, en 1918, selon les techniques traditionnelles (murs en pisé et toit en roseau et en tuile). Une extension de style contemporain a été bâtie pour accueillir des locaux administratifs et techniques (structure métallique et toit plat).

En 1995, à Barquisimeto (Venezuela), une manifestation sur le thème « Patrimoine, musées et tourisme » a rassemblé des représentants des pouvoirs publics et des spécialistes, des professionnels du tourisme et des directeurs d'institutions culturelles, invités à réfléchir sur les avantages de l'établissement de relations harmonieuses entre ces secteurs. Organisé par le musée de Barquisimeto, avec le concours du Comité vénézuélien du Conseil international des musées (ICOM), cet événement a d'emblée suscité l'intérêt des organismes directeurs des secteurs de la culture et du tourisme au sein du Gouvernement vénézuélien, et il a permis de convier un grand nombre d'éminents professionnels concernés par la question à prendre part à une réflexion interdisciplinaire sur un certain nombre d'activités et sur les nouveaux produits touristiques liés aux ressources du patrimoine naturel.

La manifestation a atteint ses objectifs : elle a offert une tribune pour débattre de la question sur la base de stratégies ou de postulats communs, et elle a

permis aux différents membres de rapprocher leurs points de vue et de trouver des positions communes, seul moyen de préserver le patrimoine en en conservant l'attrait touristique, tout en générant des ressources pour le développement durable des communautés. Les expériences évoquées, de même que les débats et leurs enseignements, ont montré la pertinence et l'opportunité d'une telle rencontre, d'abord perçue avec un certain scepticisme du fait de la nouvelle approche des problèmes. Elle est apparue en définitive comme une initiative novatrice qui a conduit à une réflexion interdisciplinaire très riche sur le thème du tourisme et du patrimoine. De fait, il s'agit d'un thème obligé dans le débat sur les aspects fondamentaux de la préservation et de la mise en valeur du patrimoine culturel et naturel, dans l'optique contemporaine d'un développement durable.

A cet égard, l'UNESCO accorde un intérêt particulier à une telle recherche et ne cache pas son inquiétude devant le phénomène touristique qui, se fondant, sous toutes les latitudes, sur l'exploitation



© Pedro Pares Freites, Barquisimeto Museum

du patrimoine naturel et culturel, exerce une action sur le développement économique, social et culturel des communautés. L'Organisation a donc réaffirmé la nécessité de donner une dimension culturelle aux processus sociaux et économiques, déclarant que la culture est un moyen idéal de transformer les flux touristiques de masse en énergie positive, et elle a attribué un rôle central au thème du tourisme culturel. Contribuant ainsi à dépasser la vision pessimiste du phénomène touristique, elle s'est déclarée prête à promouvoir une forme de tourisme qui concilie la nécessité de protéger le patrimoine culturel et naturel, la culture, le développement social et économique des populations concernées, et la nécessité d'un authentique dialogue interculturel. C'est dans cet esprit que s'est tenue la Rencontre internationale sur le tourisme culturel en Amérique latine et dans les Caraïbes, organisée par l'UNESCO à La Havane (Cuba), au mois de novembre 1996, qui s'est employée à parfaire l'harmonie des relations entre le tourisme et le patrimoine.

« *Homo touristicus* ». Une nouvelle étape

Le tourisme culturel doit être envisagé comme une forme nouvelle d'utilisation du temps libre, comme un facteur de détente, de divertissement et d'épanouissement de l'individu. Et il convient d'accorder une grande attention à la « personne » dissimulée derrière le touriste. Il ne s'agit pas seulement d'offrir un service de qualité, de proposer un bon produit, de faire une offre séduisante. Il est également nécessaire de prendre en compte la personne qui va s'y intéresser et en profiter, en d'autres termes, se demander à quel public, à quelle clientèle on s'adresse. Dès lors que l'on parle de tourisme, il faut sa-

voir qui est le touriste. Auparavant, il paraissait suffisant de faire à celui-ci une offre intéressante d'hébergement, de transport et de loisirs généralement attrayants, alors qu'on tend désormais à voir en lui un consommateur et à s'interroger : Qu'est-ce qui satisfait le touriste ? Qu'est-ce qui le motive ? Que recherche-t-il ?

Toutes les stratégies de commercialisation appliquées à ce jour doivent donc être modifiées, face à la nécessité de tenir compte du profil du touriste, lequel, afin de rompre avec la quotidienneté, recherche le changement, ce qui est différent, ce qui est nouveau par rapport à son environnement habituel. Il existe une tendance évidente à humaniser le marché touristique et à mettre l'accent sur la personnalisation des modes et des habitudes de voyage. C'est un retour au point de départ : le tourisme est tenu pour une forme de rupture avec le quotidien, une situation festive et ludique, une volonté de découvrir et de communiquer.

Les spécialistes évoquent la possibilité d'opter pour une nouvelle et troisième phase, celle de l'*Homo touristicus*, distincte des étapes antérieures de l'aventure solitaire, puis du troupeau aveugle des voyages de groupe, et qui aurait, quant à elle, pour caractéristiques le fractionnement de l'offre, la différenciation de la demande, la diminution des différences entre les loisirs et le travail. Les documents de l'UNESCO invitant à réfléchir sur la question soulignent l'intérêt de considérer l'utilisation du temps libre comme un attribut fondamental du tourisme culturel, une façon créative de vivre le tourisme, au lieu de tenir ce dernier pour un fléau.

Le tourisme traditionnel, ou tourisme de masse, considère le patrimoine comme un moyen de développer l'activité touristique ; il va à la recherche du soleil, du sable des plages des Antilles ou de la Mé-

diterranée, et s'oriente vers des destinations consacrées — Paris, New York, l'Égypte. Il assure la promotion des bateaux ou des hôtels de luxe, et n'a que des liens très épisodiques avec les manifestations culturelles autochtones, auxquelles il n'a recours que pour son objectif principal : le plaisir hédoniste. Cette définition sous-entend néanmoins la reconnaissance que ce tourisme, outre qu'il satisfait le besoin de déplacement des intéressés, leur permet en général d'élever leur niveau culturel, ainsi que d'acquérir des savoirs nouveaux et de faire des expériences et des rencontres. Le vieux dicton populaire « les voyages forment la jeunesse » confirme l'hypothèse selon laquelle le tourisme enrichit la personnalité grâce aux informations qu'il apporte, aux pensées et aux sentiments nouveaux qu'il suscite. Au sens large, le tourisme de masse est aussi un tourisme culturel.

Stricto sensu, le tourisme culturel apparaît comme une forme nouvelle de tourisme spécialisé : il est ciblé sur des « niches » dans l'optique de l'écotourisme, qui considère le patrimoine comme une fin en soi et suppose une harmonie fondée sur le respect des différentes cultures, sur l'utilisation rationnelle des ressources naturelles, sur la participation des communautés concernées et sur une juste répartition des bénéfices.

Dans certains cas, le tourisme culturel s'est dissocié de l'écotourisme pour se développer seul, comme une option viable pour opérer sur ce secteur du marché en gardant son autonomie d'action et d'évolution ; ce tourisme-là peut se définir comme un moyen de découverte et d'appréhension de toute activité culturelle due à l'homme, et il obéit le plus souvent aux motivations suivantes : faire des voyages d'étude ou de formation artistique et culturelle, assister à des festivals et à des événements culturels, visiter des

sites intéressants, des musées et des monuments, prendre part à toute manifestation originale, tangible ou intangible, de la culture universelle. Les personnes qui pratiquent ce type de tourisme recherchent ce qui est différent, voyagent en petits groupes et se nourrissent des produits locaux. Elles attachent de l'importance à l'investissement que constitue le voyage, refusent la médiocrité, n'acceptent pas ce qui est faux. Ce sont ces touristes-là que nous devons attirer. A l'appui de cette affirmation, je citerai un ami écologiste, selon lequel « le touriste n'est pas seulement, n'est pas nécessairement une créature exploitable : c'est une personne à la recherche de bien-être ».

Écotourisme, tourisme culturel, tourisme ciblé sur des niches ou tourisme spécialisé, l'important est l'existence d'un public motivé par des objectifs culturels, et qui fait preuve de bonnes dispositions d'esprit et de respect envers le patrimoine et la communauté qui l'accueille.

Le musée, un acteur essentiel de la politique touristique

Les musées doivent instaurer les meilleures relations possibles avec le tourisme s'ils veulent acquérir une dimension nouvelle en Amérique latine à l'aube du XXI^e siècle. La Déclaration de Caracas, acte final de la réunion qui s'est tenue dans cette ville du Venezuela en 1992, sur le thème « Musées : les nouveaux défis », précise en effet que « le musée se doit d'être un acteur de son temps, il doit relever le défi d'être non seulement l'institution qui met en valeur le patrimoine, mais aussi un instrument utile pour accéder à un développement humain équilibré, à un meilleur bien-être collectif », dans lequel s'inscrit forcément le tourisme. Le point de départ est un changement nécessaire des mentalités ; les deux



© Pedro Pares Freites, Barquisimeto Museum

Présentation d'un groupe de musique traditionnelle du quartier du musée Los Soneros de Antaño, lors de l'inauguration de l'exposition Les places de Barquisimeto.

secteurs doivent établir des relations qui tiennent compte de leurs particularités propres, et qui débouchent sur la formulation de propositions originales et véritablement novatrices reposant sur une excellente connaissance de la profession. Pour ce changement d'orientation, il faut surmonter l'indifférence et le rejet de l'activité touristique, qui a sacrifié une partie de sa capacité de communiquer un savoir à un public qui mérite de connaître et d'admirer le patrimoine du lieu qu'il a choisi de visiter.

C'est au professionnel des musées qu'il appartient de concevoir le touriste comme un allié qui doit être conquis pour assurer la préservation et la jouissance des biens culturels, ainsi que de favoriser le dialogue interculturel. Ce changement d'attitude repose sur l'idée que le musée doit désormais être tenu pour un moyen de communication entre le patrimoine et le public par l'intermédiaire de l'objet, au lieu d'être uniquement conçu comme un sarcophage d'objets fameux à tout jamais sacralisés et momifiés. C'est la



Une grande attraction touristique : la danse du Tamunangue en l'honneur de saint Antoine de Padoue, le 13 juin.

vision globale du musée en tant qu'institution vouée à la conservation du patrimoine culturel, naturel et environnemental qui permet de faire le lien avec le secteur du tourisme, lequel doit tenir compte des potentialités et des risques liés à l'utilisation du patrimoine culturel et naturel dans l'élaboration de produits touristiques ; elle oblige également les musées à situer dans une perspective contemporaine l'appréhension interculturelle des biens patrimoniaux.

Si le musée est tenu pour un instrument de communication, s'il est considéré non pas uniquement comme une source d'informations, mais aussi comme un élément d'interaction entre le public et les phénomènes et produits culturels, la force d'un langage est mise à profit, un langage qui n'est pas verbal, mais qui se fonde sur l'articulation objet-signes et transmet des signifiés, qui suscite des idées et des émotions chargées de valeurs et des contenus susceptibles d'être appréhendés et assimilés par le public. Vu sous cet angle, le musée ne se met pas seule-

ment au service du patrimoine : il dessert aussi le public dans une optique holistique. Le touriste figure au nombre des destinataires des messages du musée, et, si ceux-ci sont mieux compris et mieux diffusés, le musée remplit pleinement sa mission, qui est d'établir un lien entre le patrimoine et le public. Le tourisme apparaît ainsi comme un facteur susceptible d'engendrer d'importants bénéfices économiques qui contribuent à gérer et à préserver le patrimoine, et aussi comme un moyen valable de favoriser le développement global des communautés locales qui détiennent ce patrimoine.

Dans le secteur du tourisme comme dans n'importe quel autre domaine, certaines notions fondamentales doivent être abordées systématiquement. Cela conduit à considérer globalement tout l'ensemble de leur interactivité, toute la part active qui est la leur parmi les éléments constitutifs des activités touristiques : l'aménagement des sites, les personnels, les infrastructures et les superstructures. Si l'on passe en revue les différents sites touristiques, on trouve le musée. C'est souvent le premier lieu dans lequel le visiteur d'une ville souhaite se rendre. La préférence accordée par le public à l'institution muséale donne à celle-ci la possibilité de remplir au mieux sa mission : préserver et présenter un patrimoine qui témoigne du savoir-faire des hommes à un endroit et à un moment donnés, ce qui permet au touriste qui parcourt le musée de découvrir les caractéristiques et les spécificités culturelles du lieu.

Le musée sait-il qui est le touriste ?

Selon certaines prévisions, le nombre de touristes qui, dans le monde entier, visiteront chaque année les musées, au début du prochain millénaire, se situera aux

alentours de 600 millions. Ce phénomène est étudié scientifiquement depuis plusieurs dizaines d'années, et l'on connaît notamment avec une relative exactitude le nombre de personnes qui arrivent chaque mois dans un lieu donné, le nombre de nuits qu'elles passent à l'hôtel, le montant de leurs dépenses lors de chaque visite, le moyen par lequel elles se rendent dans la région visitée, le montant des recettes que leur venue engendre, ainsi que leur degré de satisfaction.

En règle générale, ces statistiques et les études de marché ont été produites et réalisées par le secteur privé du tourisme, soucieux de programmer sa croissance et la qualité de ses services, en fonction des différentes parts du marché actuel, et d'évaluer la rentabilité de ses activités. Le souci de ne pas tuer « la poule aux œufs d'or » l'a conduit à repenser son offre et à modifier celle-ci en fonction de la demande.

Il est intéressant de constater que certaines enquêtes sur le public sont parvenues à définir un certain nombre de catégories permettant de connaître la fréquence des visites et le sexe ou l'origine des visiteurs ; elles se sont en outre intéressées à l'étude comportementale du public, allant jusqu'à préciser certaines conduites : ainsi, le touriste observe les objets sans s'attarder, se déplace rapidement dans l'espace du musée et fait preuve d'une grande curiosité à l'égard de ce qu'il voit.

Combien de musées ont-ils entrepris des études pour savoir qui sont leurs visiteurs ? Combien d'entre eux tirent-ils les leçons de l'expérience pour modifier leurs expositions et leurs activités ? Ont-ils connaissance du nombre de touristes qu'ils pourront attirer au XXI^e siècle ? Certains établissements ont-ils envisagé d'être partie prenante dans les plans de développement touristique habituelle-

ment mis en œuvre dans leur région ou attendent-ils passivement la rituelle visite des touristes ?

Attardons-nous un instant sur la façon dont nos musées ont envisagé la relation musée-public. Nous avons toujours analysé la crise des musées en parlant des contraintes budgétaires et des conflits nés des relations avec d'autres secteurs, mais nous avons rarement pris le temps d'accorder la même attention au public qui nous rend visite en vue d'établir un dialogue avec lui et de lui donner la possibilité d'être un interlocuteur actif, en vue aussi de connaître ses besoins, ses attentes ou ses inquiétudes en ce qui concerne notre action. Je pense véritablement qu'il importe de connaître les personnes qui viennent nous voir. Les enquêtes concernant le public constituent à cet égard un instrument précieux. Or, malgré leur intérêt, on y a peu recours et, s'il faut en croire les spécialistes, elles ont été rares en Amérique latine. Remarquons que, dans ces enquêtes, les variables sur la nationalité et l'origine des visiteurs, certes étudiées, ne sont pratiquement pas exploitées, et que, en général, les résultats restent dans les tiroirs : aucune information en retour ne suscite l'élaboration de nouveaux produits muséaux.

Il est important pour une entreprise privée de connaître les goûts de ses clients ; ainsi, une information parue dans un journal local montre plaisamment comment les entreprises qui dépendent de leur clientèle étudient et analysent son niveau de satisfaction. La société American Express a mené une enquête sur les goûts des détenteurs de ses cartes, et les résultats ont été stupéfiants : par exemple, 20 % des personnes de l'échantillon considèrent que la pression de l'eau dans les salles de bains des hôtels est ce qui contribue le plus à rendre leur séjour agréable ; 17 % apprécient davantage un

bon oreiller ; 15 % s'expriment en faveur de la qualité de la chambre ; 12 % estiment que la qualité des repas est essentielle ; 8 % déclarent préférer un lit confortable ; 6,6 % l'existence de doubles rideaux et 5,8 % un service attentif.

Du point de vue d'un musée, sur quoi devrait porter une enquête cherchant à évaluer le degré de satisfaction des touristes ? Divers paramètres viennent immédiatement à l'esprit : l'information, le degré d'attention, les services, les guides, l'atmosphère, la muséographie, la librairie, le café, la boutique, les publications, les textes et l'information dans les salles, la signalisation et les manifestations annexes. Il faut bien comprendre, dès le départ, que c'est de la réponse qu'il donnera à ces questions que dépendront les bénéfices que le musée est censé tirer de son insertion dans le circuit touristique. Parmi ces avantages figurent évidemment les retombées économiques : une augmentation des ventes entraîne une augmentation des recettes. Mais ce n'est pas la seule raison pour les musées de vouloir se rapprocher des touristes : mentionnons également la plus grande diffusion des contenus muséologiques, la diversification de l'offre de destination touristique, la présentation d'un produit plus authentique et plus original que seul peut offrir le tourisme culturel, la prise en compte des attentes des visiteurs, l'établissement d'alliances et la mise sur pied de réseaux de relations entre ceux qui partagent la responsabilité de la conservation et de la défense du patrimoine culturel et, enfin, le développement de l'amitié entre les peuples.

Si l'on situe dans cette perspective la relation tourisme-musée, il convient de recourir à des méthodes qui garantissent l'intégration du musée dans l'offre touristique, sans que l'établissement perde sa spécificité. L'application des recomman-

dations suivantes devrait permettre au musée d'optimiser cette relation :

- Connaître son public, afin d'être en mesure de concevoir des activités qui correspondent au profil des visiteurs, non seulement dans le cadre des expositions et des publications, mais aussi sous la forme d'activités particulières, telles que des manifestations diverses, des visites de sites intéressants, et l'organisation de circuits.
- Considérer les touristes comme faisant partie de son public : les reconnaître, les différencier, les respecter et leur vendre les productions du musée s'ils le souhaitent.
- Gérer correctement les programmes destinés aux touristes : déterminer qui l'on souhaite attirer, quels espaces et quels services on veut offrir, quels horaires et quel calendrier il y a lieu de programmer pour les touristes et quels liens il convient d'établir.
- Nouer des rapports avec le secteur du tourisme. Le musée ne pourra jamais se vendre seul et doit donc faire en sorte que les entreprises touristiques et les agences de voyages s'intéressent à ce qu'il produit.
- Bien assurer la promotion de l'établissement, notamment en mettant en place une signalisation attrayante et en offrant une bonne image dans les lieux de passage obligé des touristes. Donner les informations essentielles, si possible dans la langue des touristes. La visite d'un musée peut amener le touriste à s'intéresser à l'histoire du lieu. L'établissement doit donc être suffisamment captivant pour retenir l'attention du visiteur, d'autant que le passage de celui-ci est généralement bref. Les textes doivent donc être courts et précis. L'affichage d'une notice peut être le moyen de donner aux touristes de langue étran-

gère le sentiment qu'ils n'ont pas été oubliés.

- Avoir recours aux services de guides pour diffuser des connaissances sur les moyens de gérer et de préserver dans de bonnes conditions le patrimoine environnemental ; le guide doit donc être un bon interprète qui sache communiquer et transmettre, et non un perroquet qui répète sa leçon, ne permet pas de voir ce qu'il décrit et fait plus penser à un magnétophone qu'à un intermédiaire utile entre le visiteur et le patrimoine.

En appliquant ces méthodes, le musée s'assurera la bienveillance de son public de touristes, qui ne se sentira pas étranger à l'endroit visité et appréciera ce qu'il y aura appris. Pour orienter cette réflexion, rappelons le proverbe qui dit : « On ne peut aimer que ce que l'on connaît. » Le touriste que l'on informe et dont on s'occupe bien comprend, respecte et apprécie ce qu'il visite. Surtout, c'est quelqu'un qui reviendra ; par conséquent, c'est un nouvel ami. ■

Un aperçu bibliographique regroupant des ouvrages qui se rapportent à ces problèmes a été établi par l'auteur. Il est, sur simple demande, à la disposition des lecteurs de *Museum international*.

Professionnels et visiteurs : l'indispensable rapprochement

Frans Schouten

Pour que le tourisme culturel devienne une expérience véritablement enrichissante pour un public toujours plus nombreux, il est essentiel que les musées, que les sites patrimoniaux soient des lieux plus accueillants, qu'ils racontent des « histoires » au lieu de transmettre des « messages », pense Frans Schouten. L'auteur, qui donne des conférences sur la gestion du patrimoine culturel à l'Institut néerlandais des études sur le tourisme et le transport (NHTV) de Breda, est également un associé de Synthesis International, cabinet d'experts-conseils en matière de gestion des musées et du patrimoine établi à La Haye.

De tout temps, la culture a joué un rôle important dans le tourisme : le « Grand Tour » en est l'exemple patent. A une échelle plus modeste, elle a toujours été un facteur déterminant dans le choix d'une destination. Mais, avec la progression du tourisme de masse, cette place prépondérante de la culture a semblé quelque peu éclipsée ; tout en continuant de jouer un rôle important dans le comportement des voyageurs, la « consommation » culturelle a cessé de donner le ton. Toutefois, au cours des dernières années, un regain d'intérêt s'est manifesté pour la culture, ou pour les autres cultures, qui recommencent à peser dans le choix des destinations, pour les grandes vacances comme pour les séjours de courte durée ou les excursions d'une journée.

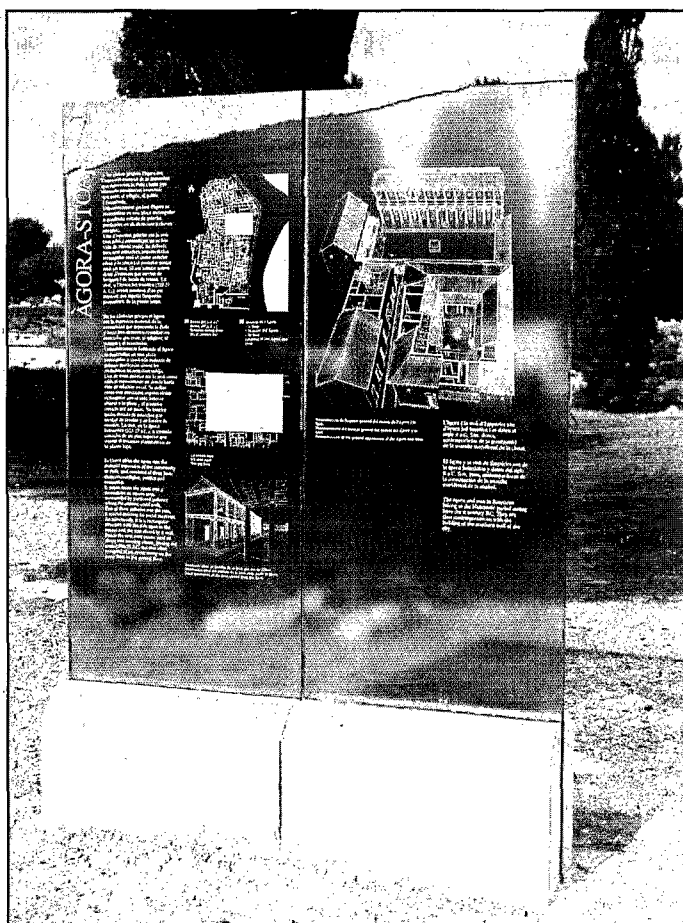
En matière de tourisme international, ce sont précisément la diversité culturelle et la richesse du patrimoine qui font la différence entre une destination et une autre. Le marché du tourisme et des loisirs est encore loin d'avoir donné toute sa mesure, le consommateur étant de plus en plus souvent à la recherche d'activités et de produits qui lui donnent l'occasion de faire des choses que les autres ne font pas. Il manifeste un intérêt croissant pour ce que l'on nomme communément le « tourisme patrimonial » ou « culturel » ; il s'agit d'une part de marché promise à une formidable explosion. Le voyageur Coopers et Lybrand estime qu'aux Pays-Bas environ 50 % de toute l'activité touristique est motivée par le désir d'aller à la rencontre du patrimoine et de la culture. Le patrimoine, qui attire un nombre croissant de visiteurs, est en train de devenir l'un des piliers de l'industrie touristique et, à ce titre, un facteur économique d'importance dans tel ou tel pays, dans telle ou telle région.

Plusieurs publications récentes qui traitent de la demande croissante dont

font l'objet les hauts lieux du patrimoine mettent l'accent sur la demande plus que sur l'offre. L'allongement de la durée des loisirs des personnes âgées, une élévation générale du niveau d'instruction qui se traduit par une augmentation de la demande de visites culturelles, le marché en développement des vacances plus courtes et plus fréquentes, une mobilité toujours plus grande sont autant de critères avancés du côté de la demande. En ce qui concerne l'offre, ces publications insistent surtout sur la progression constante du nombre de visiteurs, qui exerce d'assez fortes pressions sur les ressources. Au Royaume-Uni, le National Trust a même choisi de décourager les visiteurs de se rendre sur certains sites afin de préserver le patrimoine, compte tenu de la mission qui est la sienne de les protéger tout en y donnant accès au public. Or, ces deux objectifs peuvent se révéler assez incompatibles. Dans certaines villes célèbres comme Venise¹ ou Oxford², la présence des touristes et des excursionnistes est désormais source d'une telle nuisance que les riverains ont choisi de désertir leur propre ville pour la laisser à l'« envahisseur ». Dans d'autres cas, certains sites ont dû être fermés parce qu'ils étaient surexploités : ainsi la tombe de Toutankhamon, où il était devenu impossible d'éliminer chaque jour les 25 litres de sueur des touristes, ou bien l'Acropole, dont les marches sont foulées chaque année par des centaines de milliers de touristes.

Au-delà de la question des dangers, qui ne concerne qu'un petit nombre de musées et de sites célèbres, une opinion très répandue conduit à penser que l'offre est suffisante et qu'aucune amélioration n'est nécessaire, si bien que la plupart des attractions culturelles et historiques sont plus souvent sous-utilisées que surexploitées. Nombre de villes historiques, de musées, de monuments, de châteaux et

Avec l'aimable autorisation de l'auteur



Voici un exemple remarquable d'explication du site à Ampurias, sur la Costa Brava, en Espagne : le dessin de la reconstruction sur le panneau en verre coïncide exactement avec les vestiges montrés au visiteur.

de fortifications, ainsi que de nombreuses manifestations culturelles, des églises ou des temples intéressants, sont loin d'avoir atteint la pleine mesure de leur potentiel touristique.

L'exploitation du patrimoine

Le patrimoine est d'ores et déjà une entreprise qui rapporte gros, et les profits ne vont généralement pas aux professionnels : ce sont les voyageurs qui utilisent sans bourse délier la multitude de sites intéressants de par le monde. Ils emmènent les touristes d'un lieu à l'autre, souvent sans bien comprendre ni expliquer les vestiges du passé qu'ils ont sous les yeux. Aussi, dans le monde des musées, les loisirs et le tourisme restent-ils un sujet qui suscite une certaine défiance. La plupart des professionnels des musées choisissent de faire comme s'ils ne voyaient pas le danger que fait peser sur leurs ressources la demande croissante des touristes et des

excursionnistes. Préférant tenir leurs clients pour des amateurs, pour des connaisseurs d'art et d'histoire, ils les traitent comme tels. Toutefois, cette attitude est sur le point de changer, et la question a été étudiée dans deux publications récentes de la Museums and Galleries Commission du Royaume-Uni : *Quality of service in museums and galleries, customer care in museums, guidelines on implementation* et, en collaboration avec l'English Tourist Board, *Museums and tourism, mutual benefit*.

Certains professionnels soulignent l'explosion, au cours des dernières décennies, de la fréquentation des musées, qui montrerait que nul problème ne se pose. Or, un examen plus attentif des chiffres fait en effet apparaître une progression du nombre de visites, mais pas nécessairement du nombre de visiteurs³. Autrement dit, les habitués vont plus souvent au musée, mais les publics se renouvellent très peu. Nombreux sont ceux qui continuent de penser que les musées « ne sont pas faits pour eux », et ce pour plusieurs raisons. Rappelons d'abord que, pour s'instruire, il faut être curieux, il faut s'interroger sur le monde extérieur et non se laisser intimider par les expositions à visée dite éducative ou pédagogique. Une grande part de la communication dans les centres d'exposition ou dans les musées n'a absolument rien d'engageant, elle est tout simplement pédante. Pourtant, les choses commencent à évoluer, même si un fossé subsiste entre la façon dont la plupart des professionnels du patrimoine envisagent leur « produit de base » et leurs visiteurs, et la façon dont leurs clients perçoivent les services rendus : du point de vue de la gestion de la qualité, les attentes des visiteurs ne correspondent pas toujours à la réalité du produit proposé. Dans bien des cas, l'évaluation de l'attrait du site patrimonial est fondée

non pas sur l'exactitude scientifique du produit, mais sur la mesure dans laquelle le lieu ou l'exposition réussit à susciter la curiosité, à frapper l'imagination, à « interpeller », sans parler d'éléments tels que la propreté des toilettes, les facilités de stationnement, le choix des articles en vente à la boutique et la qualité des nourritures proposées.

Il ne faut pas oublier non plus que l'univers représenté par les musées n'est pas le monde tel que le perçoit le grand public. Il s'agit d'un univers structuré par des lois scientifiques, par une taxinomie et par un ordre chronologique — toutes notions étrangères au profane. Les professionnels des musées ont tendance à oublier que ce qui est évident pour eux ne l'est pas nécessairement pour autrui : les conservateurs, qui passent leur temps à lire, considèrent l'écrit comme le seul support susceptible de véhiculer une idée, mais l'ère de la télévision et des ordinateurs, des CD-ROM et de l'Internet a donné naissance à une génération pour laquelle la lecture n'est qu'un mode d'information annexe. Cette génération apprend surtout au contact du visuel et elle est habituée à recevoir des images parfaitement orchestrées. Pour les familiers de la télévision et du cinéma, la présentation des musées n'est pas seulement pauvre, elle est souvent incompréhensible⁴.

Dans de nombreux établissements, la communication reste assez conventionnelle : chacun est censé commencer sa visite à partir du même point de départ et vivre la même expérience enrichissante, au même rythme. Ainsi, le visiteur joue le rôle passif et le musée le rôle actif. Ce sont les professionnels des musées qui structurent, prédéterminent et contrôlent l'accès aux collections en cherchant à présenter un ensemble « correct », « compréhensible », « éducatif⁵ ». Il est courant, dans les musées et dans les sites patrimoniaux,



Avec l'aimable autorisation de l'auteur

Borobudur, célèbre temple bouddhique indonésien du IX^e siècle, est l'un des grands chefs-d'œuvre de l'art religieux et le plus vaste monument du bouddhisme. Restauré avec l'aide de l'UNESCO, il est aujourd'hui visité par de nombreux touristes.

de présumer que les visiteurs sont venus pour apprendre. En fait, telle n'est pas la principale motivation de ces derniers, même s'ils continuent à le dire en répondant aux enquêtes, et plusieurs études récentes montrent que le public n'apprend pas grand-chose dans les musées⁶ : il vient y chercher une certaine forme de divertissement agrémentée d'un peu d'éducation. Et puis, on omet souvent de prendre en compte le fait que l'une des principales raisons de se rendre dans un musée est d'ordre social : les recherches de Paulette MacManus, au Natural History Museum et au Science Museum de Londres⁷, montrent clairement que la visite d'une exposition constitue une forme d'activité sociale. Les visiteurs s'y rendent rarement seuls, ils se présentent au musée en petits

groupes, en famille, avec des amis, etc. La visite des salles est une occasion d'avoir des relations avec autrui.

Tout est question de concept

L'histoire ne surgit pas spontanément des vestiges historiques du passé : elle doit être recréée. Dans la plupart des musées et des sites, la démarche est cognitive, cérébrale, chronologique, au lieu d'être thématique, et de faire appel à la narration et à l'émotion, tout en tenant compte des cadres auxquels le visiteur se réfère. Ce qui fait surtout obstacle à la participation, c'est le manque de sentiment de l'espace et du temps, c'est l'absence de l'histoire qui se cache derrière les vestiges physiques



L'adaptation des monuments aux exigences du tourisme de masse peut contribuer à leur survie : ici, un château du sud-ouest de la France a retrouvé une nouvelle jeunesse grâce à sa conversion en restaurant.

du passé. Dans la mise en valeur des sites touristiques, il est primordial de partir d'un bon concept. Canadian Heritage démarre toute opération de mise en valeur d'un site en se posant les questions suivantes : « Quel est l'esprit du lieu ? » et, dans un deuxième temps, « Comment le communiquer aux visiteurs ? ». Une telle démarche peut paraître plutôt vague, mais elle résume malgré tout la mission essentielle d'une attraction touristique.

Dans son article « Story technology⁸ », Bob Rogers indique que l'idée de « faire vivre une histoire » est l'élément central de la mise en valeur d'un site et le principe directeur de l'élaboration du concept. Trop souvent, le « message » est placé au premier plan de la communication. Et Rogers de citer un dicton répandu dans le milieu des rédacteurs de scénarios de cinéma : « Si vous voulez envoyer un mes-

sage, appelez la Compagnie des télégraphes. » Rogers souligne que, pour le visiteur, il faut vouloir le « faire changer d'avis ». Il s'agit, en racontant une « histoire », non de transmettre tout uniment de l'information, mais de faire que l'explication ne se limite pas à l'apport de renseignements, qu'elle devienne une révélation à partir de l'information donnée : les faits sont un moyen de parvenir à une fin, non une fin en soi.

La pierre angulaire de toute politique de prise en charge des visiteurs, dans le cadre de la gestion des musées et du patrimoine, doit être avant tout le plaisir. Il faut que l'expérience soit véritablement unique, inhabituelle, en ce sens qu'elle sort de l'ordinaire, nouvelle, source d'inspiration, stimulante et provocante ; elle doit être de qualité, ciblée et de nature à enrichir la connaissance de celui qui la

vit, et faire appel à l'émotion ; le visiteur doit se sentir impliqué⁹.

Notre politique de communication doit « interpeller » le visiteur, frapper son imagination, lui donner le sentiment de découvrir un lieu, et la volonté de s'informer et de vivre une expérience nouvelle. Le professionnel du patrimoine dispose d'une multitude d'outils et de techniques modernes pour l'aider à sortir son site de l'ordinaire, à attirer sur lui l'attention du touriste en quête de divertissement. Mais, ce qui est plus important encore que la technologie, c'est l'approche du thème et des objets, qui doivent être présentés dans l'optique du profane et non du point de vue du professionnel. Une telle attitude pourrait contribuer à faire des musées et des sites patrimoniaux des lieux où les visiteurs aient davantage de plaisir à rester, et à donner aux musées et à leurs richesses la place qu'ils méritent dans l'industrie des loisirs et du tourisme. ■

1. John Julius Norwich, « Tourist pollution. The future's most pervasive problem », *Museum Management and Curatorship*, vol. 10, 1991, p. 45-52.
2. John Glasson, « Oxford : a heritage city under pressure », *Tourism Management*, vol. 15, n° 2, 1994.
3. Jos De Haan, *Het gedeelde erfgoed*, Rijnsijk, SCP, 1996.
4. Frans Schouten, « The future of museums », *Museum Management and Curatorship*, vol. 12, 1993, p. 381-386.
5. Michael Ames, « Déscolariser le musée : les musées et leurs ressources à la portée de tous », *Museum*, n° 145, 1985, p. 25-31.
6. Roger Miles, « Museum audiences », *Museum Management and Curatorship*, vol. 5, n° 1, 1986, p. 73-80.
7. Paulette McManus, « Communication with and between visitors to a science museum », Université de Londres, 1987. (Thèse de doctorat.)
8. Bob Rogers, « Story technology », Maastricht, *TILE'96 Conference Proceedings*, 1996.
9. Frans Schouten, « Improving visitor care in heritage attractions », *Tourism Management*, vol. 16, n° 4, 1995, p. 259-261.

La gestion de site : la réponse aux problèmes du tourisme

Zahi Hawass

L'élaboration soignée d'un plan de gestion et sa mise en œuvre rigoureuse sont les seuls moyens de préserver les sites exceptionnels que chaque touriste espère visiter un jour. Au premier rang d'entre eux figurent les monuments de l'Égypte antique, qui, sans conteste, font partie du patrimoine le plus spectaculaire de l'humanité. Zahi Hawass est directeur général du plateau de Gizeh et de Saqqara, où il a lancé le concept de gestion de site. Auteur de nombreux ouvrages et articles sur les pyramides, sur l'Égypte pharaonique et sur les problèmes posés par les monuments égyptiens, il a donné des conférences dans le monde entier. Il enseigne également l'archéologie à l'Université de Californie (UCLA), à Los Angeles, à l'Université américaine du Caire et à l'Université du Caire.

En Égypte, les archéologues semblent généralement ne pas être conscients de l'urgente nécessité de protéger les sites contre les effets du tourisme. Il pourrait être salutaire de présenter le concept de « gestion des sites » à tous ceux qui ont en charge l'administration des sites archéologiques dans l'ensemble du Moyen-Orient, afin de préserver ceux-ci des dangers inhérents à leur fréquentation par le tourisme de masse. Ce concept englobe aussi l'aménagement des lieux pour les opérations de conservation ou de restauration, le recensement des objets et l'organisation de programmes de formation, et il serait d'une grande utilité pour les archéologues appelés à effectuer des travaux de recherche.

Le cas du plateau de Gizeh offre à cet égard un exemple de réussite : les seules des Sept Merveilles de l'Antiquité qui aient survécu jusqu'à nos jours sont les pyramides de Gizeh, site où se trouvent la plus grande pyramide de Khoufou (le Khéops des Grecs), celles de Khafré (Khéphren) et de Menkaouré (Mykérinos), huit pyramides secondaires et des milliers de tombes datant de l'Ancien Empire. C'est également sur ce plateau que se dresse le Grand Sphinx, dans une carrière de l'Ancien Empire, sculpté dans le roc même, avec ce qui restait de pierre une fois construits les temples et les tombes des différents ensembles pyramidaux¹.

Le plateau des pyramides de Gizeh est également le seul site d'Égypte où soit appliqué depuis 1988 un plan de gestion de site. Sa mise en œuvre a été rendue difficile par l'accroissement des populations dans les villages alentour, par l'afflux de visiteurs égyptiens pendant les vacances, par la présence sur le site (aujourd'hui encore totalement libre) de chameaux et de chevaux pour promener les touristes, et par d'autres problèmes liés au tourisme et à la conservation².

A ma connaissance, avant 1988, aucun plan de gestion de site n'avait jamais été appliqué où que ce soit en Égypte. Dans le cas de Gizeh, le plan prévoyait quatre phases. La phase 1, menée à bien en un an, s'est déroulée sans encombre, en dépit des obstacles évoqués, grâce notamment à un soutien politique considérable. L'un des succès obtenus concerne l'accès au site. Jusque-là, les touristes sans billets pouvaient se promener sur le plateau (mais non pénétrer à l'intérieur des monuments) : les agences de voyages conduisaient sur le site des visiteurs qui étaient ensuite autorisés à y flâner sans verser de droits d'entrée. Le plan de gestion a prévu la mise en place d'une porte d'accès, afin de pouvoir surveiller l'arrivée des autobus ou des voitures, et de veiller à ce que tous les touristes admis sur le plateau aient acquitté un droit d'entrée. Il est ainsi apparu que la diminution du trafic pédestre et l'augmentation des recettes compensaient amplement le coût et l'entretien de la porte d'accès.

Le programme de conservation prévoyait la fermeture annuelle d'une pyramide, afin de permettre la réalisation de réparations et de travaux de conservation, ainsi que l'installation de dispositifs de sécurité, sans interrompre les visites touristiques. La pyramide de Khafré a été fermée la première, puis celle de Khoufou, la Grande Pyramide : l'annonce de sa fermeture (la première jamais décidée dans l'histoire du site) a fait le tour du monde. La troisième pyramide, celle de Menkaouré, fut fermée au public le 1^{er} mai 1997, pour une durée de neuf mois environ, et la décision fut communiquée à l'avance aux agences de voyages et aux autorités touristiques. Cette période a aussi été mise à profit pour restaurer les pyramides annexes de Khoufou. (Je reste convaincu que les touristes ne devraient pas avoir accès à l'intérieur des pyra-



Avec l'aimable autorisation de l'auteur

Le site d'Abou Simbel, avec le Grand Temple de Ramsès et celui de Néfertari.

mides, puisque la destination première de celles-ci était de servir de sépultures.) La dernière partie du programme de restauration du Sphinx devrait être terminée d'ici peu, mais il importe de savoir que la conservation exige des procédés d'intervention permanents qui prennent beaucoup de temps.

La phase 2 du plan devait permettre la poursuite du programme de conservation et de restauration dans d'autres secteurs du plateau : trente tombes ont été documentées et restaurées chaque année, tandis que des dispositions étaient prises pour rendre accessible au public la zone située à l'est de la Grande Pyramide, qui abrite au total huit éléments architectu-

raux jusqu'ici négligés, dont la restauration devrait augmenter la fréquentation touristique et accroître le montant des recettes. Cette deuxième phase a coïncidé avec le lancement d'importants travaux d'archéologie et de conservation autour de la troisième pyramide de Mykérinos.

L'élaboration d'un schéma directeur pour Gizeh

La phase 3 ayant pour but d'assurer la protection du site, un schéma directeur a été élaboré par des experts égyptiens et des spécialistes de l'UNESCO ; il prévoyait les réalisations suivantes : aménagement d'une rocade autour du plateau pour limiter la circulation automobile et ses effets nocifs sur les monuments ; construction de deux centres culturels et éducatifs à l'intention des touristes, l'un à l'entrée du plateau, l'autre au sud de la troisième pyramide ; édification, au sud de celle-ci, d'écuries pour les chevaux et les chameaux, animaux bruyants, sales et malodorants, actuellement logés en face du plateau, à proximité de l'hôtel Mena House, ce qui défigure le paysage et contribue à faire perdre au site son caractère sacré ; aménagement d'une aire de pique-nique, pour écarter les visiteurs qui, ne s'intéressant ni à l'histoire ni à l'archéologie du lieu, souhaitent simplement y passer un moment ; construction d'un laboratoire de conservation pour la préservation des objets et, le cas échéant, de bureaux des antiquités, conçus selon les directives en cours d'élaboration par le Centre de génie archéologique de l'Université du Caire.

D'autres mesures importantes ont été adoptées, notamment la mise en œuvre d'une action de formation pour permettre à de jeunes archéologues, architectes, dessinateurs industriels, conservateurs et autres scientifiques de participer à

cet ambitieux programme de gestion du site, une fois qu'ils auront entamé leur carrière. Enfin, le gouvernement est intervenu, par l'entremise de celui qui était alors gouverneur de Gizeh, Omar Abdul Akher, auteur d'un décret destiné à interdire toute urbanisation dans un rayon de cinq kilomètres autour du plateau.

Les travaux suivants ont été terminés durant la période 1996-1997 :

- Élaboration d'un schéma directeur pour la place du Sphinx.
- Édification d'un mur pour séparer les habitations du flanc nord-est du Sphinx. Cette enceinte abrite de nombreux équipements touristiques : toilettes, postes de premiers secours, bureaux pour les archéologues attachés au site et pour la police touristique.
- Construction d'un parc de stationnement à une certaine distance du plateau de Gizeh, qui empêche les voitures de se garer sur la place du Sphinx.
- Aménagement d'écuries et d'aires de pique-nique.

D'autres mesures proposées dans le cadre de cette troisième phase devaient être achevées en 1998.

La phase 4 du plan a trait à la conservation et à la restauration des parties orientale et occidentale des tombes, autour de la pyramide de Khoufou. De nouvelles fouilles sont également prévues dans le cimetière de Menkaouré.

Le schéma directeur de Gizeh a été élaboré par une équipe d'archéologues, il y a une dizaine d'années. L'expérience acquise au cours de sa mise en œuvre nous apprend qu'il faut aujourd'hui tenir compte de nouveaux facteurs, inconnus à l'époque.

D'abord, les nombreux spécialistes qui interviennent dans un programme de gestion de site doivent travailler en équipe. Par exemple, les schémas directeurs

doivent être discutés avec les autorités touristiques, et, une fois qu'un accord a été conclu entre toutes les parties en présence, il convient d'inviter les médias et toutes les autres sources d'information touristique à faire connaître les programmes de conservation ou de restauration susceptibles d'avoir une incidence quelconque sur les possibilités pour les touristes de visiter l'un ou l'autre des monuments concernés.

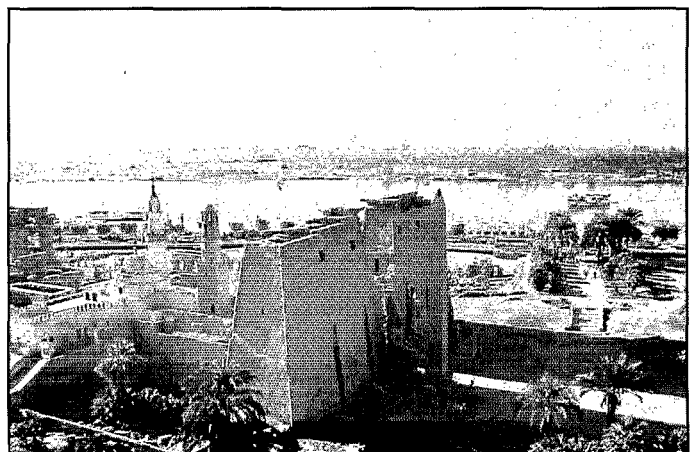
Il ne faut pas oublier non plus que les ruines archéologiques doivent rester des ruines : rien ne doit faire l'objet de grands travaux de reconstruction. D'autres formes de reconstitution peuvent être proposées par le biais de l'animation, de l'iconographie et de films Imax sur écran géant. Les architectes appelés à concevoir des constructions nouvelles ne doivent pas tenter de rivaliser avec l'architecture ancienne. Leurs œuvres doivent rester modestes, elles doivent se fondre dans le paysage : il ne saurait être question d'ériger une construction pharaonique nouvelle sur un site pharaonique. Les reproductions de statues, d'obélisques et d'entrées à pylônes sèment la confusion dans l'esprit des touristes : la plupart d'entre eux ne peuvent distinguer la copie de

l'original et sont désolés d'apprendre qu'ils ont été induits en erreur.

Il est essentiel aussi que la gestion de tous les sites soit confiée à des archéologues, car ils sont les seuls spécialistes susceptibles de connaître les raisons valables de faire des modifications. Un comité général devrait être mis sur pied pour chaque site ; il passerait en revue toutes les stratégies et s'assurerait du caractère convenable de tous les financements.

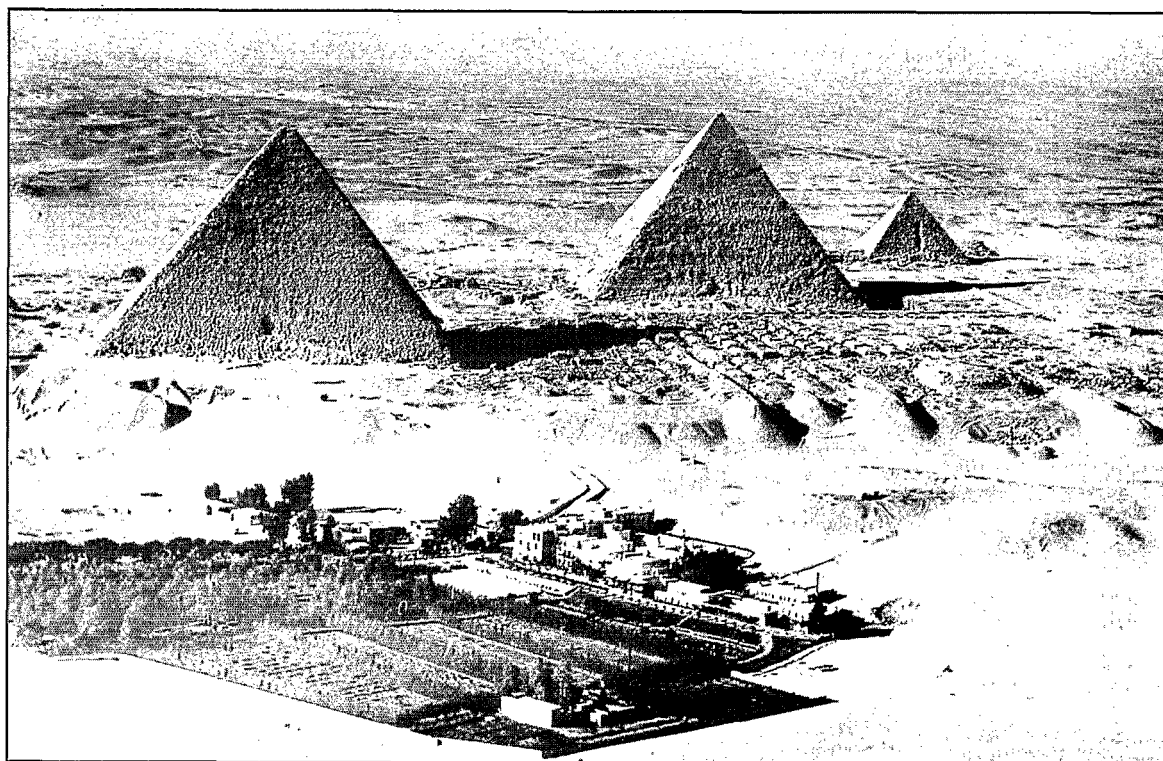
Enfin, il convient de disposer sur le site d'infrastructures touristiques propres, modernes et bien entretenues. Toutefois, leur conception, leur fonction et leur emplacement doivent répondre aux impératifs liés à la préservation du site ; elles doivent être érigées à l'extérieur des murs d'enceinte — sous terre, si possible. Quelle que soit l'importance du tourisme, notre patrimoine est tout aussi précieux, et notre souci premier doit être de le préserver. Sur le plateau de Gizeh, de nombreuses dispositions ont été prises en faveur des touristes dans le programme de gestion, telles que la possibilité pour les groupes qui en font la demande d'accéder au site après l'heure de fermeture, l'ouverture de la Grande Pyramide aux

Le temple de Louxor, sur la rive orientale du Nil.



Avec l'aimable autorisation de l'auteur

Avec l'aimable autorisation de l'auteur



Les pyramides de Gizeh
en 1939.

groupes New Age deux heures après l'heure de fermeture normale (moyennant un droit d'entrée non négligeable), l'aménagement d'une zone spéciale pour les activités touristiques ou les spectacles culturels, et d'un autre espace dans le désert, où les visiteurs peuvent dîner à la tombée du jour, avec les pyramides en toile de fond.

Gizeh n'est qu'un grand site parmi d'autres en Égypte, qui ont assurément besoin d'être protégés. Deux des plus importants sont ceux d'Abou Simbel et de Louxor.

Abou Simbel : sauvé par l'UNESCO, menacé par le tourisme

Plus au sud, le site d'Abou Simbel abrite deux temples importants, ceux de Ramsès II et de l'une de ses épouses, Néfertari. En 1972, l'UNESCO a parrainé une campagne mondiale pour sauver ces monuments mis en péril par la construction du barrage supérieur d'Assouan. Cette initiative a montré que de nombreux pays étaient prêts à coopérer pour préserver le patrimoine commun de l'humanité. On ne peut que rendre hommage à

l'UNESCO d'avoir sauvé ces temples d'une destruction qui n'est que trop souvent le corollaire de l'urbanisation.

Les dommages causés par le tourisme, sur le site d'Abou Simbel, sont désormais bien connus. Il n'est pas rare de voir les temples envahis par plus de 2 000 visiteurs, en l'espace d'une heure et demie seulement. Récemment, un énorme bloc de pierre s'est même détaché du plafond du temple de Ramsès, sans doute en raison de l'effet conjugué des voix trop fortes des guides touristiques, des mains des touristes qui touchent les murs, des flashes des appareils photographiques, de la chaleur et de l'humidité provoquées par la présence, dans un espace réduit, d'un si grand nombre de personnes. De plus, le gaz carbonique rejeté dans l'air nuit à la pérennité même de la pierre.

Le manque de communication entre les autorités responsables du tourisme et le personnel de la Direction des antiquités complique encore le problème. Le site d'Abou Simbel est simple à gérer, et un schéma directeur d'aménagement pourrait facilement lui être appliqué, dans l'intérêt à la fois du tourisme et de la préservation des temples³. Les membres du gouvernement d'Assouan, les responsables

du tourisme, les services de police des antiquités, les responsables du développement et les compagnies aériennes devraient se rencontrer pour discuter d'un plan préliminaire de gestion du site en relation avec le tourisme. Dans le cas d'Abou Simbel, ce schéma devrait comporter les éléments suivants :

- L'aménagement à proximité du site d'un centre culturel où seraient exposés aux touristes des rudiments de l'histoire et de l'archéologie des temples, et où serait retracée l'évolution des techniques modernes auxquelles l'UNESCO a eu recours pour les déplacer et les sauver ; un court documentaire ou un film Imax sur écran géant pourraient être utilisés à cette fin. Le centre devrait encore proposer des guides touristiques et vendre des reproductions d'objets se rapportant à Ramsès II, ce qui aurait pour double effet d'attirer les touristes et de constituer une source de financement des travaux de préservation.
- L'aménagement, autour des deux temples, d'une « zone de sécurité » interdite à la circulation automobile. C'est une mesure qui devrait être prise à Abou Simbel et sur d'autres sites, tels ceux des temples d'Edfou, de Kom Ombo et d'Esna. Entourés de villes modernes, ces temples sont en effet menacés par certains effets de l'urbanisation : absence d'installations appropriées d'évacuation des eaux usées, fumées des cuisines et des fours, gaz d'échappement des automobiles. Le temple d'Esna souffre également de l'humidité due au niveau élevé de la nappe phréatique. Ces trois sites ont besoin en urgence d'un plan de gestion.
- L'organisation d'activités de promotion destinées à faire connaître le village d'Abou Simbel, un endroit mer-



Les pyramides de Gizeh en 1997.

Avec l'aimable autorisation de l'auteur

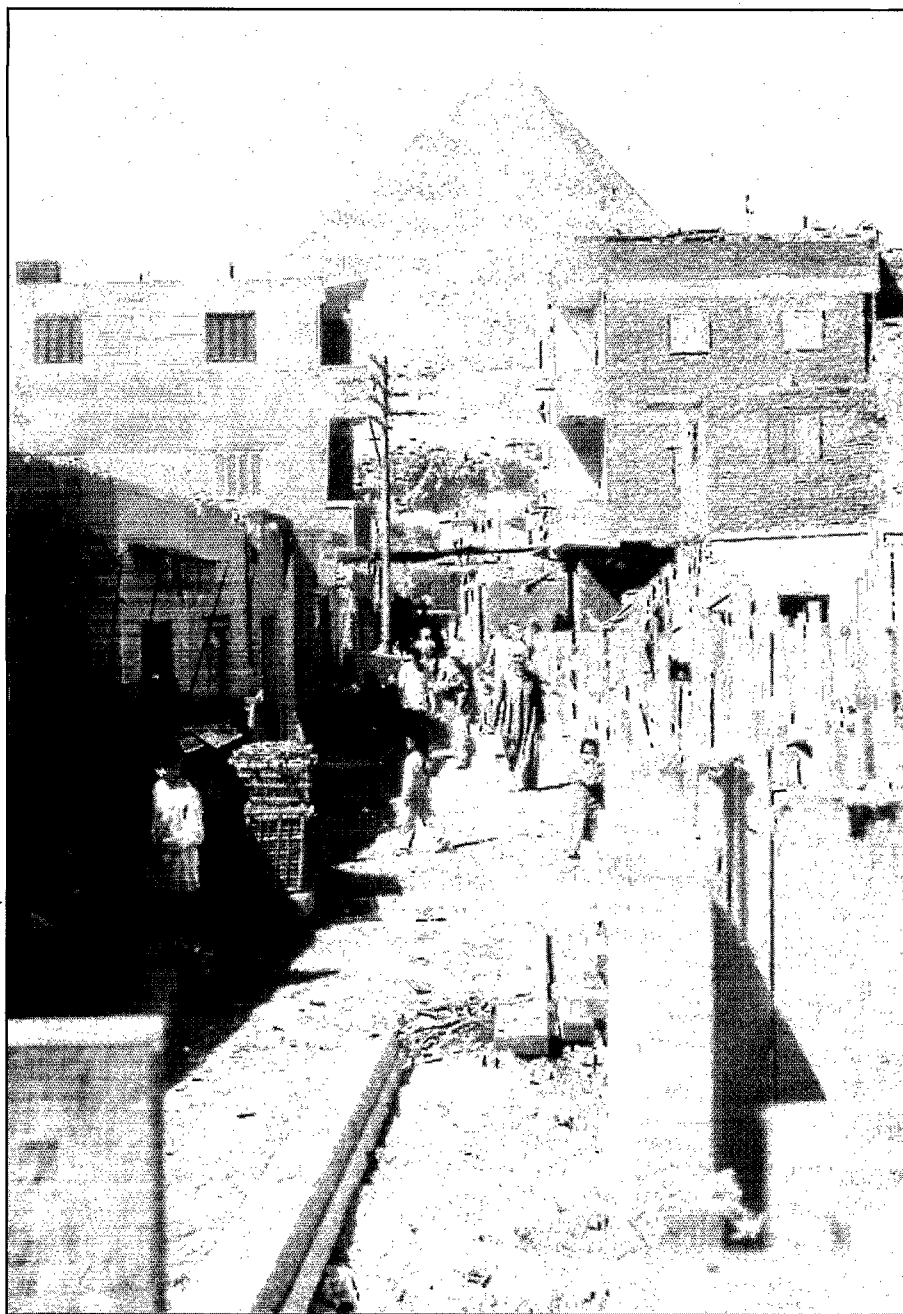
veilleux qui mérite bien plus que les traditionnelles deux heures de visite que les touristes lui consacrent généralement. Il serait très important de concevoir un plan de gestion touristique qui prévoit, entre autres, la construction de motels et l'offre de distractions nocturnes, par exemple des danses folkloriques nubiennes. Les touristes pourraient aussi pêcher dans le lac Nasser⁴.

- L'organisation de spectacles son et lumière, qui seraient réalisés en plusieurs langues et seraient supervisés par les responsables de la gestion du site.
- L'adoption de mesures immédiates pour réguler la fréquentation touristique, par l'élaboration d'un calendrier qui permettrait d'étaler les visites tout au long de la journée. En 1996, le Conseil suprême des antiquités a décidé d'exiger des guides qu'ils fassent leurs commentaires à l'extérieur des temples avant d'y pénétrer avec leurs groupes : cela évite que ne règne à l'intérieur une sorte d'atmosphère de fête foraine. De telles décisions, certainement utiles, devraient, dans l'idéal, être prises d'un commun accord par les autorités touristiques et culturelles,

et non imposées de manière unilatérale. Une fois un calendrier définitif mis au point, il convient d'inviter les agences de voyages à coopérer à son application.

Louxor et la vallée des Rois

Le site de Louxor est peut-être le plus important au monde, que ce soit du point de vue de l'archéologie ou du tourisme. Bâtie sur la rive occidentale du Nil, Louxor était appelée Thèbes par les Grecs et Ouaset par les Égyptiens de l'Antiquité. Thèbes connut son apogée sous le Nouvel Empire (1570-1085 av. J.-C.). Sur la rive occidentale du Nil se trouvent aussi des sépultures royales et quelque 400 tombes privées, sur une superficie totale de 7,5 km². Les tombes sont situées à Dra Abou el-Naga, à Deir el-Bahari, à el-Khokha, à l'Asasif, à Sheikh Abd el-Gurna, à Deir el-Medineh et à Qurnet Murai. De l'autre côté du fleuve, les grands temples de Karnak et de Louxor étaient des lieux de culte des dieux Amon, Montou, Mout et Khonsou. A l'ouest, enfin, se trouvent les nécropoles de la vallée des Rois, el-Tarif, Dra Abouel-Naga, et la vallée des Reines⁵.



La destruction des constructions modernes sur le plateau de Gizeh en 1995.

Ce site d'une importance primordiale doit de toute urgence faire l'objet d'un plan de gestion. Grâce au financement de la Banque mondiale, de nombreux experts qui se sont penchés sur ses problèmes ont constaté que les tombes situées sur la rive occidentale du fleuve avaient besoin d'être protégées, et ils ont créé un centre des visiteurs chargé de limiter le nombre de touristes autorisés à visiter les tombes en même temps. Pour des raisons qui ne nous sont pas connues, le centre a été fermé, et l'édifice fait désormais office de musée de momies.

Les tombes les plus touchées sont les plus populaires : celles de Toutankhamon et de Séthi I^{er} dans la vallée des Rois, de Sennedjem à Deir el-Medineh, de Néfertari dans la vallée des Reines. Vient ensuite celle de Ramsès VI, dans la vallée des Rois, qui est très visitée du fait de sa proximité avec l'entrée de la vallée.

Certes, les idées ne manquent pas concernant la manière de préserver les sites et de les mettre en valeur sur le plan touristique, mais il n'existe pas encore de plan général, soigneusement réfléchi et élaboré en vue de la gestion du site tout entier. Voici les quelques points que les chercheurs et les responsables chargés de discuter et de concevoir ce plan devraient garder à l'esprit :

- Louxor est une cité unique en son genre. Sa quiétude, ses vieilles rues et sa population, très particulière sur le plan culturel, sont autant d'éléments qu'il convient de sauvegarder. Il serait horrible, en effet, de tomber sur un terrain de golf ou sur un gratte-ciel au bord du Nil. Par ailleurs, il serait extrêmement utile, sur le plan esthétique, d'interdire la circulation des autobus et des voitures le long du fleuve, au cours de la soirée. On pourrait alors imaginer sans mal la beauté et le son des calèches sur la corniche.
- Autour des temples de Louxor et de Karnak, une « zone de sécurité » pourrait être aménagée, où les habitations modernes seraient démolies — de même que dans la vallée des Rois.
- Un centre de conservation devrait être créé sur la rive occidentale du Nil. Les archéologues pourraient étudier et diagnostiquer les problèmes et y apporter leurs solutions, superviser les fouilles dans les sépultures, et décider de l'ouverture et de la fermeture des tombes aux touristes. Ce centre serait l'endroit idéal pour centraliser la ges-

tion archéologique de la zone de Louxor.

- Il conviendrait d'instituer un laboratoire ouvert à des conservateurs et à des restaurateurs professionnels ; ce centre pourrait servir de lieu de collecte et d'enregistrement de données sur les tombes et sur les temples de la vallée.
- Un centre des visiteurs devrait répondre aux besoins des touristes et fournir des informations d'ordre éducatif et culturel.
- Certaines tombes devraient être reproduites dans un site éloigné de la vallée, à Malkata, par exemple. Ces répliques permettraient aux touristes de voir l'intérieur des sépultures, sans pour autant les endommager. Les tombes de Néfertari dans la vallée des Reines, de Séthi I^{er} et de Toutankhamon dans la vallée des Rois, de Senedjem à Deir el-Medineh seraient plus faciles à protéger s'il en existait des copies.
- Les autorités responsables du tourisme devraient établir un plan pour la gestion du site. Si, par exemple, les nombreux bateaux de plaisance s'amarrèrent au sud du nouveau pont, l'atmosphère du vieux village serait mieux préservée. En outre, le silence à l'intérieur des tombes et des musées contribuerait à un plus grand respect des monuments. Si, enfin, les guides se servaient de radios équipées de systèmes en circuit fermé ou faisaient leurs exposés à l'extérieur des temples et des musées, avant que leurs groupes n'y pénètrent, il régnerait sur le site une plus grande déférence.

Les chercheurs, les spécialistes estiment à 200 ans, à peine, la durée de vie des monuments archéologiques dans le monde. En tant que directeur général du plateau de Gizeh et de Saqqara, et en ma qualité

d'archéologue spécialiste de la conservation, j'estime qu'il ne reste guère plus d'un siècle de vie aux monuments d'Égypte, en particulier à ceux de la vallée des Rois.

En 1995, les sites archéologiques du monde ont reçu la visite de quelque 534 millions de touristes, et ce nombre devrait dépasser les 661 millions en l'an 2000. La majorité des visiteurs veut voir les sites culturels de l'Antiquité, en particulier ceux d'Égypte. Comme l'ont déclaré certains participants à la Conférence de l'UNESCO en 1996, le tourisme peut être à la fois la meilleure et la pire des choses. Je suis convaincu que, dans la mesure où une grande propension au travail d'équipe existe au sein des groupes de personnels responsables des sites archéologiques et des autorités touristiques, une solution est à portée de la main. Une fois mise en œuvre, la gestion des sites contribuera fortement au règlement des problèmes de conservation, de restauration et de tourisme posés par les monuments archéologiques en Égypte. ■

1. Pour une bibliographie sur Gizeh, voir Z. Hawass, *The pyramids of Ancient Egypt*, Carnegie Institute, 1990 ; Z. Hawass, *Pyramids in Ancient Egypt* (sous la direction de D. Silverman), Duncan and Baird, 1997 ; Z. Hawass et M. Lehner, « The Sphinx : who built it and why ? », *Archaeology Magazine*, septembre-octobre 1994.
2. Z. Hawass, « La gestion touristique sur le plateau de Gizeh », in *Actes de la table ronde organisée par l'UNESCO sur « Culture, tourisme et développement : les enjeux du XXI^e siècle »*, UNESCO, Paris, 26-27 juin 1996. Voir aussi Z. Hawass, *Master plan for the conservation of the Giza plateau*, Getty Conservation Institute, 1997.
3. Voir Z. Hawass, « The Egyptian monuments : problems and solutions », *Journal of Law* (Londres), n° 3, 1995.
4. Pour une description plus détaillée, voir J. Baines et J. Malek, *Atlas of Ancient Egypt*, Oxford, 1980, p. 84-107.
5. *Ibid.*

La Déclaration de Tshwane : des normes nouvelles pour le tourisme culturel en Afrique du Sud

Amareswar Galla

Au moment où la nouvelle Afrique du Sud exerce un puissant attrait sur des touristes de plus en plus nombreux, élaborer une politique du patrimoine responsable et en prise sur les réalités apparaît comme une urgence nationale. Amareswar Galla, directeur du Centre australien de recherche et de développement sur la diversité culturelle à l'Université de Canberra et professeur invité, en 1997, à l'Université d'Afrique du Sud, a été chargé par celle-ci de participer, en qualité de conseiller spécialisé, de chercheur et de médiateur, à la rédaction de la Déclaration de Tshwane. Ses travaux lui ont valu d'être le premier lauréat du prix présidentiel, décerné par l'Association des musées sud-africains pour services éminents rendus dans le domaine de la transformation, de la planification et de la formation. Fondateur en Australie d'un programme national d'études interdisciplinaires et holistiques sur la gestion du patrimoine, il est également directeur du Conseil national du service spécial de radiodiffusion de ce pays, ainsi que secrétaire général de l'Organisation de l'ICOM pour l'Asie et le Pacifique, et président du Groupe de travail de l'ICOM sur le multiculturalisme.

Selon le président de la République d'Afrique du Sud Nelson Mandela, « la culture doit être le langage qui guérira la nation de ses plaies et la transfigurera ». Le mahatma Gandhi, quant à lui, voyait dans la culture « la sagesse authentique des fins et des moyens humains ». En harmonie avec cette vision profonde de la culture, la Stratégie macro-économique pour la croissance, l'emploi et la redistribution du Gouvernement sud-africain, mettant l'accent sur la reconstruction et la restructuration, appelle les partenaires sociaux à s'engager en faveur du développement¹. Équité, participation, décentralisation et productivité en sont les maîtres mots².

Fonder le développement sur les valeurs et sur les traditions culturelles en usage, c'est offrir aux communautés des moyens accrus. L'identification d'objectifs communs favorise la coordination et la coopération, et elle renforce l'efficacité. Les projets de développement permettraient ainsi de réduire les tensions qui subsistent et de susciter une dynamique collective positive propre à stimuler la productivité et à encourager la tolérance face aux différences, et la recherche de la paix dans une Afrique du Sud libre et démocratique³.

C'est dans un tel contexte que le gouvernement et l'Association des musées sud-africains (SAMA) ont décidé d'inclure la maîtrise du potentiel touristique du patrimoine culturel national au nombre des priorités en matière de reconstruction et de développement⁴. Le tourisme culturel et la gestion des ressources et du patrimoine culturels sont décrits comme des enjeux cruciaux dans les publications officielles présentant les grandes orientations politiques dans les domaines des arts, de la culture et du patrimoine, de l'environnement et du tourisme⁵.

Soucieuse d'élaborer un cadre coordonné à l'échelon national, de nature à

guider le tourisme culturel et patrimonial, la SAMA (branche du Gauteng Nord) a convoqué en février 1997, dans le Parc muséologique de Pretoria, une conférence nationale sur le thème « La voie de l'avenir : maîtriser le tourisme culturel et patrimonial en Afrique du Sud ». Cette initiative était partie intégrante d'un programme triennal (1997-1999) de mise en valeur du tourisme sud-africain intitulé « La culture : exploration de l'Afrique du Sud ». La conférence était organisée en partenariat avec les différents organismes concernés de l'industrie touristique et ceux du secteur du patrimoine — Conseil sud-africain du tourisme, Université d'Afrique du Sud, institutions culturelles nationales reconnues, en particulier le Musée national d'histoire culturelle, la municipalité de Pretoria, etc. Elle était parrainée principalement par le Ministère des arts, de la culture, de la science et de la technologie, dont la vice-ministre, Mme B. Mabandla, a prononcé l'allocation d'ouverture. Les travaux étaient présidés par Andries Oliphant, qui, à la tête de l'Équipe spéciale sur les arts et la culture, avait dirigé les consultations en vue de la publication du Livre blanc sur les arts, la culture et le patrimoine dans une Afrique du Sud libre et démocratique.

« La voie de l'avenir » s'articulait autour de trois grands thèmes : « Des partenaires en marche pour un tourisme responsable » ; « Les enjeux vitaux en matière de tourisme culturel et patrimonial » ; « Débouchés et développement créateur ». Les séances de travail étaient entrecoupées par des ateliers consacrés à des études de cas sur le tourisme culturel et patrimonial, sur les relations entre le commerce des arts et le développement culturel. Un colloque/atelier sur les normes et principes éthiques avait été organisé, avant la conférence, avec la branche sud-

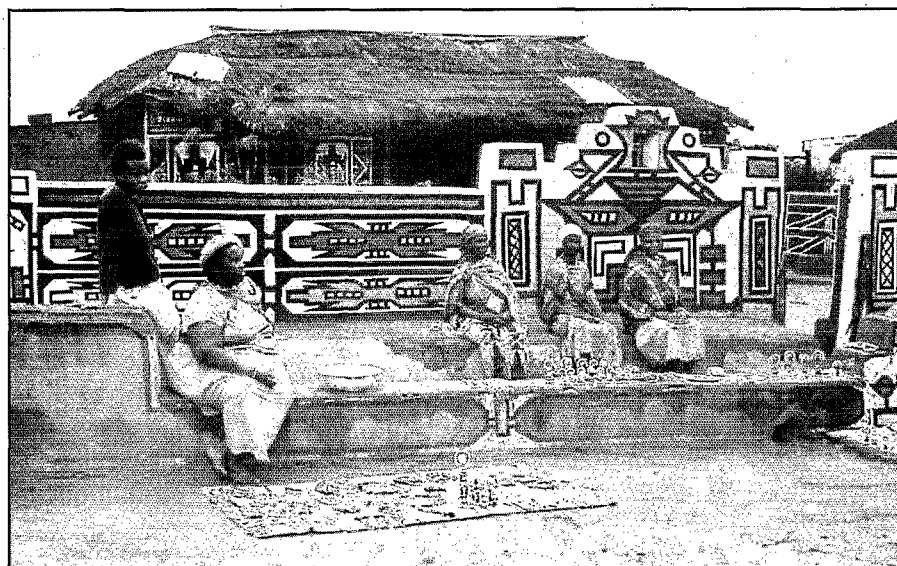
africaine du Conseil international des monuments et des sites (ICOMOS) et le Conseil sud-africain des monuments nationaux. Un dernier atelier, qui s'est tenu à l'issue de la conférence, a réfléchi au renforcement des compétences dans les communautés jusque-là défavorisées, en vue de la planification de centres culturels communautaires appelés à devenir les pivots d'un tourisme culturel et patrimonial ancré dans le Programme de reconstruction et de développement de l'Afrique du Sud libérée de l'*apartheid*.

La Déclaration de Tshwane sur la mise en valeur touristique des éléments significatifs du patrimoine culturel est le principal résultat de la conférence et des ateliers. Les lecteurs sont conviés à en diffuser ou à en reproduire dans leurs bulletins ou revues le texte intégral, accompagné de la présente introduction. Le texte définitif des actes de la conférence est en cours de rédaction en vue d'être publié⁶.

DECLARATION DE TSHWANE SUR LA MISE EN VALEUR TOURISTIQUE DES ELEMENTS SIGNIFICATIFS DU PATRIMOINE CULTUREL

Préambule

Le patrimoine culturel est l'objet d'une exploitation croissante à des fins touristiques. Cette évolution suscite de graves inquiétudes quant à la perpétuation des valeurs liées à la préservation de l'environnement et des traditions culturelles. Si les éléments de ce patrimoine servent de thèmes à la réalisation d'un certain nombre de produits, le tourisme facilite la promotion et la commercialisation de ces produits. En tant que branche d'activité connaissant la plus forte croissance dans le monde, l'industrie touristique a la responsabilité, la capacité et la vocation d'assurer la préservation des éléments significatifs du patrimoine, de mieux en faire



Avec l'aimable autorisation de l'auteur

Le tourisme culturel a créé des débouchés pour l'art et l'artisanat autochtones, qui sont encouragés dans le cadre d'une politique visant à asseoir le développement culturel sur une infrastructure durable.

apprécier l'intérêt et de contribuer au développement des communautés.

Les industries du patrimoine et du tourisme sont responsables vis-à-vis des générations présentes et futures de la préservation, de la perpétuation, de l'interprétation et de la gestion des éléments significatifs du patrimoine. Les organismes habilités à élaborer des produits destinés au tourisme culturel, et à présenter et à interpréter les éléments significatifs du patrimoine, ainsi que les visiteurs qu'ils accueillent, se doivent de respecter les valeurs communautaires qu'incarnent les ressources dont ils font usage.

Les principes directeurs exposés ci-après ont été élaborés par les représentants de divers groupes d'intérêt s'occupant de tourisme patrimonial et culturel en Afrique du Sud, au cours de l'atelier qui a précédé la conférence organisée en février 1997 sur le thème « La voie de l'avenir : maîtriser le tourisme culturel et patrimonial » et a réuni une fraction importante des participants à la conférence. La Déclaration dont le texte est reproduit ci-après a été amendée, puis adoptée en séance plénière durant la session de clôture de la conférence.

Convaincus que le tourisme culturel :

- constitue une occasion unique de promouvoir le patrimoine de l'Afrique du

Sud tout en développant son industrie touristique en vue de générer des retombées sociales, économiques et écologiques ;

- offre aux Sud-Africains et à leurs visiteurs des possibilités de mieux comprendre la nature profonde de l'Afrique du Sud ;
- nourrit l'esprit aux sources du patrimoine culturel, artistique et naturel de l'Afrique du Sud ;
- peut contribuer à garantir un accès équitable aux ressources patrimoniales et financières ;
- pourrait, s'il était maîtrisé, assurer en Afrique du Sud une répartition plus équitable des moyens de développer les systèmes économiques et culturels.

Conscients qu'un partenariat entre le secteur du patrimoine et celui du tourisme favoriserait :

- la fourniture aux visiteurs de produits, d'informations et de services de qualité ;
- une diversification des produits touristiques permettant aux visiteurs de découvrir toute la richesse de la culture et du patrimoine sud-africains ;
- la promotion de systèmes de commercialisation coopératifs autorisant une utilisation efficace et rationnelle des équipements et des ressources ;



Les Ndebele du village de Klipgat, dans la province du Nord-Ouest, s'inquiètent de savoir jusqu'à quel point le tourisme culturel améliorera le bien-être des femmes.

- une responsabilisation de l'industrie du tourisme, amenée à contribuer à la préservation du patrimoine ;
- un renforcement des résultats sociaux et économiques, propice à la reconstruction et au développement de l'Afrique du Sud.

Principes applicables au tourisme culturel

Nous, participants à la conférence organisée du 5 au 7 février 1997 sur le thème « La voie de l'avenir : maîtriser le tourisme culturel et patrimonial », représentants de différentes branches du secteur du patrimoine et de l'industrie du tourisme, arrêtons et recommandons à l'unanimité les principes ci-après pour la promotion de partenariats constructifs visant à offrir aux visiteurs un séjour de qualité, sans mettre en péril les ressources patrimoniales ainsi exploitées ni en altérer la signification.

Identité, image et représentation

- L'Afrique du Sud étant un pays de cultures diverses, il convient que toutes les activités touristiques intéressant le patrimoine reflètent pleinement cette diversité culturelle ;

- que tous les documents d'information touristique, tels que des documents imprimés, des matériels audiovisuels, des films et des vidéos, ainsi que les nouveaux produits multimédias, fassent à l'avenir une place aux arts, à la culture et au patrimoine ;
- que toutes les branches de l'industrie touristique fondent l'image qu'elles propagent de l'Afrique du Sud sur les symboles et les formes de communication autochtones en utilisant des matériaux locaux ;
- que le soin de dépeindre les attractions naturelles et les éléments du patrimoine soit confié aux artistes et aux acteurs culturels sud-africains ;
- que soient encouragés la communication et des échanges significatifs entre cultures ;
- que soit encouragée une présentation de l'Afrique du Sud conforme aux priorités nationales, régionales et locales.

Préservation

- Il convient de reconnaître dans le tourisme un effort visant à préserver et à améliorer de manière responsable la présentation des éléments du patrimoine, qu'il s'agisse de biens maté-

riels, tels que les sites, les collections et les œuvres d'art revêtant un intérêt particulier, ou de biens immatériels, tels que les formes d'expression, les valeurs et les traditions populaires ;

- le développement du tourisme doit servir la préservation, la présentation et l'interprétation de ces ressources dans un souci d'authenticité, et en accord avec le caractère local et avec les impératifs du développement communautaire. La préservation du patrimoine n'est pas incompatible avec une promotion de développement économique fondée sur une exploitation touristique scrupuleuse et respectueuse de ces ressources, de façon à les transmettre intactes aux générations futures ;
- on veillera à ce que les stratégies de gestion des visiteurs soient élaborées en conformité avec les lois, conventions et règlements relatifs à la préservation des éléments significatifs du patrimoine, et dans le respect des règles et des protocoles adoptés par les communautés qui sont les dépositaires et les gardiens des sites importants, et en assurent l'entretien ;
- toutes les dispositions législatives en matière de préservation des sites natu-



© Charles Lénars

Toutes les activités touristiques liées au patrimoine doivent refléter pleinement la diversité des cultures en Afrique du Sud. Un Zoulou en costume de cérémonie.

ristiques, afin qu'ils aient les moyens de participer aux activités de mise en valeur du patrimoine, sans être exploités par des intermédiaires ou spoliés de leurs droits d'auteur ;

- de mettre en place un cadre politique qui garantisse aux communautés une part des retombées économiques du tourisme culturel.

Présentation et interprétation

- L'interprétation adéquate d'un élément du patrimoine importe grandement à l'élaboration de messages attrayants, instructifs et authentiques. Les visiteurs souhaitent connaître l'histoire et les éléments du patrimoine liés à chaque bien culturel et à son environnement. Il convient de les aider à apprécier avec respect la signification des éléments du patrimoine ;
- il importe de former des guides interprètes, des personnels éducateurs et des volontaires, grâce à la mise en œuvre de programmes accrédités, afin d'assurer des présentations de qualité qui rendent sensibles aux visiteurs la multiplicité des perspectives et les valeurs véhiculées par le patrimoine ;
- le développement d'un tourisme culturel durable suppose que la documentation soit rendue accessible sur divers supports et dans les langues appropriées, et que l'on recoure aux services de membres des communautés locales ;
- le savoir dont sont dépositaires les communautés doit être reconnu et le public encouragé à participer à la représentation des identités culturelles.

rels et culturels devront être appliquées.

- le développement du tourisme doit être fondé sur la reconnaissance des droits culturels et économiques des communautés.

Participation des communautés

- Il importe d'assurer l'adhésion à un mode de développement communautaire fondé sur les principes inscrits dans le Programme de reconstruction et de développement, y compris l'iden-

tification des donateurs et la mise en place de possibilités de formation appropriées, afin que les emplois aillent en priorité aux habitants du lieu ;

- d'encourager le respect et la considération à l'égard des normes, des coutumes et des croyances spirituelles et religieuses, lors de l'élaboration des produits et des programmes touristiques ;
- d'assurer le renforcement des capacités des artistes et des artisans locaux, ainsi que des gestionnaires des sites tou-

Patrimoine et partenariats touristiques

- Il est nécessaire de promouvoir la participation active des secteurs publics et privés si l'on veut tirer le meilleur parti des compétences, des ressources et des possibilités locales ;
- il importe de définir des critères de qualité et des normes de gestion tenant compte des caractéristiques de chaque environnement physique, des valeurs et des aspirations communes, lors de l'élaboration des méthodes de planification des sites faisant partie du patrimoine ;
- on veillera à ce que les retombées économiques du tourisme servent également à financer la préservation, la mise en valeur, l'entretien, l'interprétation du patrimoine et le renforcement des capacités des communautés, au moyen de fonds alimentés par les recettes touristiques ;
- la mise en valeur du patrimoine touristique d'une région implique la cartographie de ses ressources patrimoniales, l'évaluation de leur potentiel commercial et l'établissement de partenariats avec les services régionaux, de façon à s'assurer le concours des communautés et à renforcer les capacités organisationnelles ;
- il convient d'encourager les politiques, les exercices de planification et les programmes conjoints entre les différents services gouvernementaux nationaux, provinciaux et locaux responsables des arts et de la culture, de l'environnement et du tourisme, du commerce et de l'industrie, du sport et des loisirs, de l'éducation, du logement et de l'urbanisme, de la sûreté et de la sécurité, et des affaires étrangères.

Mise en œuvre

- L'assemblée des participants est convenue de créer un forum du patrimoine et du tourisme chargé de promouvoir et de mettre en œuvre ces principes.
 - Tous les organismes, institutions, organisations et personnes s'occupant du patrimoine et du tourisme sont invités à approuver la présente déclaration. ■
1. Namane Magau, « Rolling the drum : culture and development in South Africa », allocution prononcée lors d'une réception dans le grand hall du Parlement national australien, le 27 juillet 1996.
 2. Voir aussi *Principles for reconstruction and development programme*, Johannesburg, Congrès national africain, 1994.
 3. La Déclaration de Tshwane s'inspire du rapport de la Commission mondiale de la culture et du développement, *Notre diversité créatrice*, Paris, UNESCO, 1995. La Commission, présidée par Javier Pérez de Cuéllar, a tenu une réunion à Johannesburg dans le cadre de ses consultations régionales en Afrique.
 4. *Shifting the paradigm*, plan interne de l'Association des musées sud-africains adopté lors de l'assemblée générale annuelle de l'Association, à Pietermaritzburg, en avril 1997 (texte établi sous la direction du professeur Amareswar Galla).
 5. *Development and promotion of tourism in South Africa*, Ministère des questions environnementales et du tourisme, juin 1996. *All our legacies, all our futures*, Livre blanc sur les arts, la culture et le patrimoine, Ministère des arts, de la culture, de la science et de la technologie, juin 1996. *Towards a new environment policy for South Africa*, Ministère des questions environnementales et du tourisme, juin 1996.
 6. A. Galla et K. A. Denison (dir. publ.), *The way forward : harnessing cultural and heritage tourism in South Africa*, Pretoria, Association des musées sud-africains, 1997. (Des exemplaires peuvent être obtenus auprès de l'auteur ; télécopie : 61 6 201 5999 ; courrier électronique : galla@science.canberra.edu.au)

Emblématique et fonctionnel : le musée de la Corse

Jacqueline H. Poirier

Un peuple profondément attaché à son patrimoine culturel, un site d'une force exceptionnelle et d'une rare beauté, une approche ethnologique qui jette une vive lumière sur le passé autant que sur le monde d'aujourd'hui — le musée de la Corse, créé il y a peu, va jouer un rôle de tout premier plan dans la vie de l'île. Jacqueline H. Poirier, journaliste indépendante à Paris, raconte l'histoire de sa création.

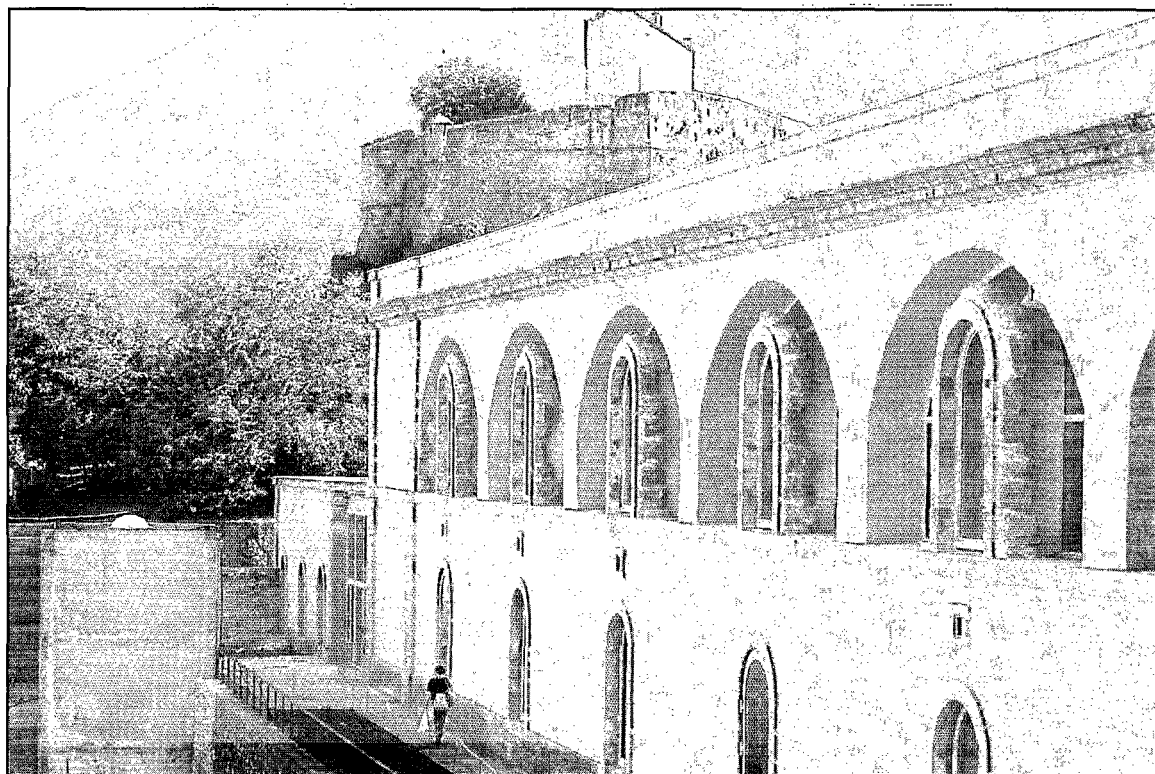
Situé dans le centre de la Corse, dans un paysage idyllique, au cœur de la citadelle de Corte, une cité chargée d'histoire qui accueille également une université prestigieuse, le musée de la Corse, premier et unique musée régional de France, a ouvert ses portes le 21 juin 1997.

L'architecte turinois Andrea Bruno, expert auprès de l'UNESCO et spécialiste de la réhabilitation des bâtiments anciens, a été chargé d'une lourde mission : concevoir un programme d'aménagement pour rénover ce haut lieu historique du XI^e siècle, perché au sommet de la vieille ville et naturellement protégé par de vertigineux à-pic. La transformation de cette place forte érigée selon les principes de Vauban — l'un des monuments historiques les plus visités de Corse — a nécessité un travail dont le résultat est aussi étonnant que la transformation de

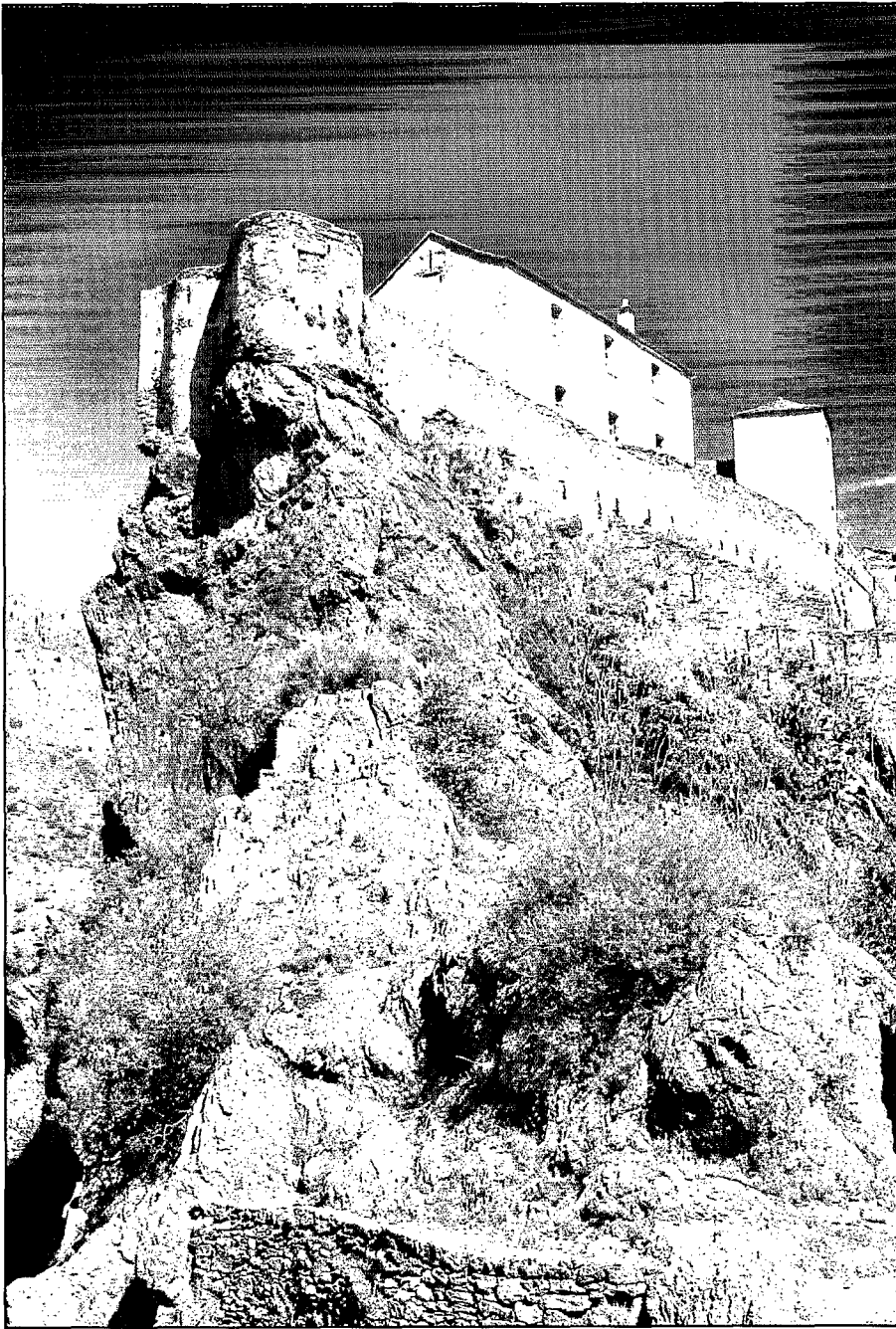
la gare d'Orsay en musée du XIX^e siècle. C'est ainsi qu'il a aménagé la caserne Sérurier en un espace esthétique et fonctionnel, où est situé l'essentiel de l'ensemble muséographique. En installant de larges baies vitrées sans pour autant dénaturer le site, Andrea Bruno a su modeler les lieux en fonction des lumières et adoucir ainsi l'austérité initiale avec la maîtrise et le bonheur qu'on lui connaît, en même temps qu'il a répondu aux exigences les plus strictes en matière de collections publiques. Une rénovation totale des bâtiments militaires et des remparts est programmée pour les années à venir.

Édifice culturel de haut niveau, le musée retrace les modes de vie d'une société à travers l'exposition d'objets, et il donne aussi les bases historiques à partir desquelles le visiteur peut appréhender le présent : « La visite du musée doit sur-

© Musée de la Corse/C. Andreani



*Une vue du musée.
A l'arrière-plan,
la citadelle.*



*L'iconothèque et la phonothèque
du musée sont situées
dans les locaux du promontoire,
le Nid d'aigle.*

prendre les visiteurs, déclencher en eux une interrogation critique, leur permettre de se situer dans un temps historique, les aider à construire une image d'eux-mêmes, à structurer le regard qu'ils portent sur la Corse », déclarait, le jour de l'inauguration, le conservateur, Jean-Marc Olivési.

Le bâtiment où sont présentées les collections permanentes se partage en deux : la galerie « Louis Doazan » et la galerie « Musée en train de se faire ». La première est constituée de cinq salles, où sont ex-

posés 3 500 objets relatifs à la vie pastorale et agricole du XVIII^e siècle au XX^e siècle, rassemblés pendant une trentaine d'années par le père Doazan, ethnologue, professeur de sciences naturelles à Ajaccio, qui, à l'instar de l'entomologiste Jean-Henri Fabre, rapportait des objets évoquant la flore et la faune de l'île afin d'illustrer ses cours. Liés à l'agriculture, à l'élevage, à la chasse, au pastoralisme, à l'artisanat et à différents savoir-faire (dont le tissage), ces objets constituent la mémoire des Corses ; ils racontent la vie des bergers, des paysans, leurs coutumes et leurs croyances.

La seconde galerie se rapporte à la Corse d'aujourd'hui — à ses problèmes sociaux, économiques, culturels. Les tentatives d'industrialisation, les entreprises, le développement du tourisme et la recherche d'identité des Corses en sont les thèmes essentiels. Cinq autres salles sont consacrées aux diverses images de la Corse contemporaine — des archaïques pressoirs à torsion aux dernières innovations en passant par le tourisme et le renouveau des confréries, témoignage d'un engagement jadis spirituel, surtout identitaire de nos jours. Une exposition, *Images et mémoire du Maure*, qui s'est tenue jusqu'au 31 décembre 1998, s'interroge sur la figure du Maure qui orne les armes de la Corse, très présente dans l'imagerie insulaire.

« Un carrefour de découverte »

Dans cette île, où la forte identité culturelle et la richesse patrimoniale sont âprement revendiquées, la création du musée de la Corse témoigne de l'attachement que la communauté insulaire porte à son patrimoine et de sa profonde détermination à en promouvoir toute la richesse. C'est au cœur de sa mémoire, étincelle

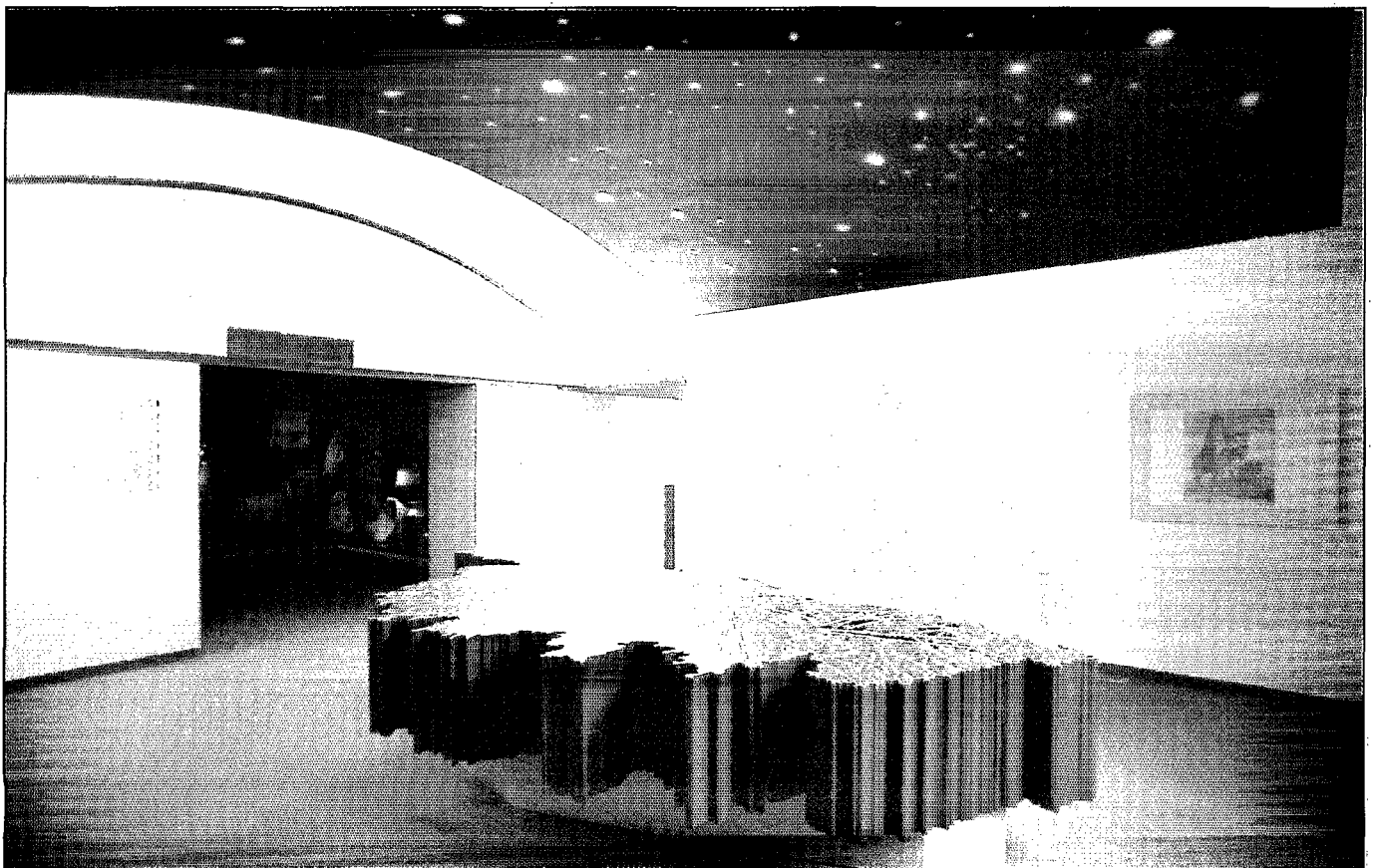
d'énergie en même temps que lieu de rencontre privilégié avec la culture de la région, qu'il devient un carrefour de découverte, de recherche et d'échanges, pour une plus grande conscience de son identité méditerranéenne ouverte sur l'univers.

Parallèlement à l'ouverture du musée, une exposition temporaire, *Mesure de l'île*, propose au public la mise en valeur du précieux plan terrier de la Corse : le premier grand plan de « régénération », formidable inventaire géographique, démographique et économique de l'histoire et de la culture corses au XVIII^e siècle. Lancée en plein siècle des Lumières, cette entreprise a nécessité vingt-cinq années d'études (1770-1795) par d'éminents

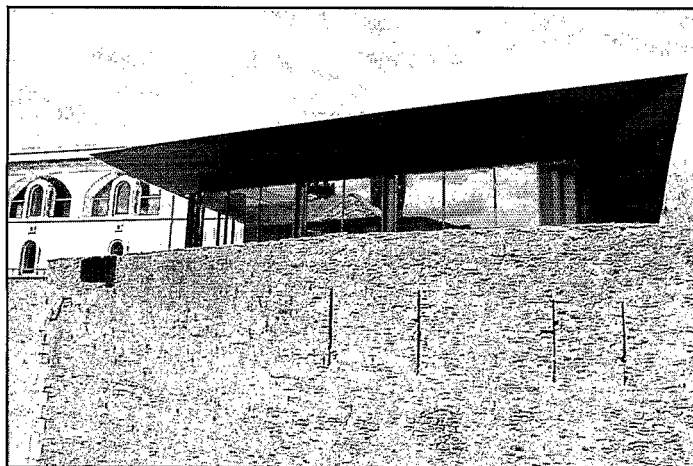
scientifiques qui ont recensé les ressources du territoire, dans le but d'en programmer le développement.

Ce travail a débouché sur l'édition de trente-neuf rouleaux de cartes très précises sur parchemin et de dix-sept volumes de textes. Une fois ces rouleaux rassemblés, le gigantisme de cette carte (17 × 8,5 m) a fait apparaître la nécessité d'une approche radicalement différente. Elle a été incorporée à un plancher en verre sur lequel marche le visiteur, qui peut à sa guise rechercher son territoire, l'arpenter à la façon des géomètres du temps passé. Sur les murs, des textes et des dessins complètent le parcours, et les volumes qui accompagnent le plan terrier sont exposés en vitrine.

Dans la galerie « Musée en train de se faire », la salle de la fraternité.



© Musée de la Corse/C. Andreani



La récente extension du bâtiment, à la fois esthétique et fonctionnelle.

Enfin, à l'extrémité du rocher se dresse une énorme figure de proue, le Nid d'aigle, site fortifié en 1419 par un seigneur féodal corse, Vincentello d'Istria, futur vice-roi de l'île. Point culminant de la citadelle, il surplombe un panorama exceptionnel de la ville et des vallées de la Restonica et du Tavignano. C'est à cet endroit magnifique, pour ne pas dire « magique », que se trouvent l'iconothèque et la phonothèque, deux départements qui s'efforcent de collecter, de conserver et de diffuser :

- A l'aide d'images, de dessins, de gravures, de plans, de photographies, d'affiches, etc., la géographie mythique du paysage, celle de la tradition et de la légende, car la terre est façonnée par l'empreinte d'êtres mythiques dont la symbolique a mis ce monde en forme. Ainsi, le berger corse a une relation particulière avec la montagne sur les flancs de laquelle il affine ses fromages ; cavernes, cascades ou pierres entretiennent avec lui une mystérieuse communication.
- Le patrimoine musical de l'île, dont le précieux fonds d'archives (pas moins

de 8 000 documents sonores) constitue l'expression traditionnelle privilégiée de la région. Certains diront que ces chants, qui remontent à la nuit des temps, sont excessifs comme les Corses eux-mêmes peuvent l'être parfois. Harmonies austères quoique acrobatiques, étranges quoique familières, les jeux ornementaux de la polyphonie sont autant de défis aux équilibres scolastiques enseignés jusqu'à aujourd'hui. Au-delà des mots qu'elle irise, la polyphonie corse perpétue la vie communautaire et la mémoire du peuple dont elle est issue ; elle relève non pas de concepts, mais bien du domaine du vécu. C'est non pas seulement chanter à trois ou quatre voix, mais bien s'identifier aux racines communes, aux chemins communs, de la maison à l'église, du café à la foire, des travaux aux loisirs, sans altérer le lien profond avec la terre et la joie immense d'ouvrir portes et fenêtres pour partager le pain de châtaignes avec *u tutti*. Cette poignante polyphonie témoigne de la présence immémoriale du chant, ainsi que d'une volonté : celle de pouvoir se hisser sur les épaules du passé pour mieux regarder l'avenir.

« La décision de créer ce musée a été dictée par le souci et la nécessité d'étudier, de conserver et de mettre en valeur les signes tangibles de notre mémoire », a écrit Jean Baggioni, président du Conseil exécutif de Corse, au moment de l'ouverture au public. Ainsi, en traitant du passé, le musée s'ouvre aux problèmes de la Corse contemporaine, il est un lieu de questionnement, d'expérimentation, de propositions aussi bien pour les Corses d'aujourd'hui que pour les visiteurs de demain. ■

Au plus près : archéologie et interprétation du paysage en Écosse

Chris Hudson

Les traces de plus de 5 000 ans d'histoire de l'humanité subsistent dans la vallée de Kilmartin, dans l'ouest de l'Écosse. Plus de 150 sites préhistoriques se trouvent en effet réunis dans un rayon d'une dizaine de kilomètres, autour du paisible village de Kilmartin. Là ont été découverts d'énigmatiques rochers sculptés, de mystérieux menhirs et d'impressionnants cairns funéraires, là se dresse la forteresse des plus anciens rois d'Écosse. Mais qui étaient les premiers chasseurs, cultivateurs et guerriers du lieu ? Pourquoi ont-ils laissé d'aussi riches vestiges ? Le musée de Kilmartin House, ouvert en mai 1997, aide à répondre à ces questions. Son concepteur, Chris Hudson, fait le récit de sa création.

En 1993, Rachel et David Clough, de retour du Pérou où ils avaient participé à des recherches archéologiques, achètent une maison à Kilmartin, dans le but d'en faire un centre d'étude et d'information sur le paysage local. La région, qu'ils connaissaient bien, recèle sans doute la plus forte concentration de monuments préhistoriques d'Écosse continentale, mais les visiteurs trouvaient peu de renseignements à leur sujet. Aidés d'abord par un programme destiné à encourager les entreprises locales, les Clough élaborent un plan de travail et constituent une équipe de spécialistes pour mettre leur idée en pratique. Après avoir établi un projet et une estimation des coûts, ils prennent contact avec toute une série d'organismes locaux et nationaux pour obtenir un financement. Le musée et les installations d'accueil constituent le premier volet d'un projet visant aussi à fournir des moyens de recherche et d'étude qui permettront d'en savoir davantage sur Kilmartin, son paysage, son environnement et ses monuments.

La vallée de Kilmartin se trouve au nord de Lochgilphead, sur la route d'Oban, au milieu de l'Argyll, sur la côte ouest de l'Écosse. Jadis bras de mer, la vallée, après la dernière glaciation (il y a

quelque 10 000 ans) devint un lieu accueillant pour les humains, lesquels arrivaient peut-être d'Irlande. A l'époque néolithique, les habitants du littoral et de la forêt, qui pratiquaient la chasse et la cueillette, puis les premiers cultivateurs furent suivis par des populations extrêmement évoluées et puissantes : l'art rupestre, les menhirs, les cairns funéraires et les cromlechs témoignent de l'habileté et de l'organisation sociale des peuples de cette période. Des milliers d'années après leur création, certains de ces monuments furent réutilisés et disposés en un alignement de cinq cairns au centre de la vallée, la Nécropole linéaire. Des objets en pierre, en argile, en bronze ou en jais attestent la dextérité des habitants installés ultérieurement dans la vallée, à l'âge du bronze et à l'âge du fer. La détérioration des conditions climatiques et, peut-être, l'augmentation de la densité du peuplement vers 600 avant Jésus-Christ allaient conduire à la construction de structures plus défensives — *duns* (des forts) sur les affleurements rocheux et *cramnogs* (des îles artificielles) dans les *lochs* (les lacs) — qui contrastent avec les structures de caractère plus religieux du néolithique et de l'âge du bronze, au fond de la vallée. Le plus grand des forts, Dunadd, devint un

Il n'est jamais trop tôt : des jeunes se familiarisent avec l'archéologie en participant à une simulation de fouilles organisée avant l'inauguration du musée.



© Chris Hudson



*De la réplique à la réalité :
on peut voir par la fenêtre le cairn funéraire dont la maquette
est exposée dans la vitrine.*

centre politique important entre le VI^e et le X^e siècle de l'ère chrétienne, une importance favorisée, au VI^e siècle, par l'arrivée de moines venus d'Irlande. Le monastère Saint Columba, sur l'île d'Iona, au nord-ouest de Kilmartin, est encore aujourd'hui un lieu de culte et de pèlerinage.

Kilmartin House, qui fut le presbytère de l'église de Kilmartin, est un édifice du XVIII^e siècle situé dans l'est de la vallée ; il domine le cairn le plus septentrional de la Nécropole linéaire. La maison, qui a trois étages et des communs, dispose de suffisamment de terrain pour le stationnement des véhicules et l'accueil des visiteurs. L'équipe constituée pour la création du Kilmartin House Centre réunit une large gamme de compétences. Rachel Clough, archéologue, et David Clough, spécialiste en biologie marine, assurent la conservation du musée et la direction du projet, tandis que Paul Clough (frère de David) fait office de consultant pour l'information et le site Internet. J'avais fait la connaissance des Clough alors que je travaillais à la conception d'un musée au Pérou et je me suis occupé de leur projet dès les débuts, en collaboration avec l'architecte Jeremy Walker, qui devait superviser les travaux dans la maison, dans les communs et sur le terrain. (Nous sommes tous deux membres de l'Ecological Design Association.) Chris Maddox, qui avait auparavant travaillé pour le Wordsworth Trust, en Angleterre, dans le district des lacs, a été chargé du développement (collecte de fonds et publicité) ; Damion Wilcock a mis à profit son expérience d'enseignant et ses connaissances en histoire naturelle pour occuper le poste d'éducateur. Que Damion ait été nommé très tôt à ce poste (deux ans environ avant l'ouverture du musée) atteste l'importance que les Clough attachent à l'éducation et à la vulgarisation. Le professeur Peter Butter,

père de Rachel et éminent universitaire écossais, est devenu président du Kilmartin House Trust, qui compte parmi ses membres des archéologues et des personnalités de l'industrie et de la finance. Sir Ilay Campbell (ancien président de Christies, Écosse) a patronné la fondation, à laquelle Ralph et Lucy Clough, les parents de David, ont apporté une aide matérielle et morale sans faille. Parmi ceux qui ont participé au projet dès les débuts, il convient de mentionner aussi David Lyons, photographe chargé de produire une introduction audiovisuelle au musée et de prendre des clichés — superbes — de tous les monuments de la région, ainsi que Harry Morrison, artiste natif du lieu qui, au terme de recherches approfondies, a réalisé les illustrations pour les panneaux du musée et pour le matériel publicitaire. Le talent de Harry a aussi été mis à contribution pour d'autres travaux : il a peint des dioramas, colorié une carte en relief de la région, donné un aspect « géologique » aux plans inclinés et décoré les toilettes ! Quant à John Purser, écrivain et auteur d'émissions consacrées aux musiques d'Écosse, il a été consultant pour la sonorisation du musée et la production d'un disque compact qui restitue la musique écossaise ancienne. Peter Faulkener a donné des conseils pour la construction des bateaux, et John Lord a fabriqué des couteaux en silex et d'autres répliques ; il a aussi dirigé avec un grand succès un atelier d'éclatement de silex.

A partir de rien

Presque tous les objets provenant des fouilles de la vallée de Kilmartin avaient été entreposés dans des musées de Glasgow, d'Édimbourg et de Londres. Ayant été créée en tant que fondation à but non lucratif et agréée par la Museum and Galleries Commission, Kilmartin House a

été en mesure de solliciter des prêts d'objets auprès de ces institutions. Elle a pu ainsi obtenir des prêts importants de la part des musées nationaux d'Écosse (Édimbourg), du Hunterian Museum et du Museum and Art Gallery (Glasgow), du British Museum (Londres), de l'Argyll and Bute Museum Service et de l'East Fife Museum Service. Pour obtenir ces prêts, il a fallu respecter des normes très strictes, installer des vitrines de haute sécurité munies de systèmes d'alarme. Lorsque les originaux étaient trop réputés ou trop fragiles pour pouvoir être prêtés, des répliques de qualité ont été faites. Des pièces reconstituées, ainsi que des produits des ateliers d'éclatement de silex, de construction de bateaux et de vannerie ont été utilisés pour compléter l'exposition d'objets prêtés et de répliques.

Les collectes de fonds ont démarré lentement, mais elles ont donné de plus en plus de résultats à mesure que le projet prenait forme, qu'il était pris au sérieux sur le plan local et national. Au nombre des bailleurs de fonds figurent le Fonds européen de développement régional (par l'entremise du Highlands and Islands Partnership), le Scottish Natural Heritage, l'Argyll and Bute Council, l'Argyll and the Islands Enterprise, le Historic Scotland, le Scottish Museums Council, le Scottish Tourist Board, le Strathclyde Regional Council, ainsi que plus de trente-cinq associations caritatives et quatre-vingts donateurs privés. Un projet éducatif intitulé « Practically mesolithic » a été couronné par un Environmental Initiative Award, et un projet de simulation de fouilles archéologiques a reçu un Glenfiddich Living Scotland Award. La fondation a également obtenu un prix Grampian TV and Shell Nature pour la compréhension de l'environnement. Des manifestations locales pour la collecte de fonds ont été organisées, des tee-shirts et

Défoncer la terre : ancienne cave à vin, la salle 3, sonorisée et dotée d'un endroit pour s'asseoir, est consacrée aux débuts de l'agriculture.



© Chris Hudson

des œuvres d'art à tirage limité spécialement créées ont été vendus.

Dès les débuts du projet, des manifestations éducatives et promotionnelles ont été organisées pour valoriser l'image de Kilmartin House. Ainsi ont été fondés les Grands Pingouins, club écologique d'enfants affilié aux clubs nationaux des jeunes ornithologues et des jeunes archéologues. L'objectif était de promouvoir toute la région de Kilmartin, et pas seulement le travail de la fondation. La création d'un site Internet (<http://www.kht.org.uk>), grâce auquel des gens du monde entier peuvent se renseigner sur la vallée de Kilmartin, sur les activités de la fondation, puis faire des dons et des

achats, a constitué un élément important de cette activité de sensibilisation. Avant même l'ouverture, les gens ont pu accomplir une visite virtuelle des monuments de Kilmartin et visiter le musée !

La visite type de Kilmartin commence par la grange où est située l'entrée principale et où les visiteurs achètent leur billet, avant d'être dirigés vers la salle d'audiovisuel aménagée dans les combles. Là, ils assistent à une présentation de diapositives, accompagnée d'une bande son : seize minutes sur la région, sa préhistoire et son environnement. Intitulée *Vallée des fantômes*, cette présentation, qui évite le commentaire direct et les informations de détail, vise plutôt à créer une atmosphère

grâce à une sonorisation suggestive et à des images fortes. Quittant la salle par une autre porte, le visiteur descend par un escalier extérieur et, suivant un sentier qui domine la vallée, arrive dans le musée, installé dans le sous-sol de la maison. Dans le vestibule se trouvent un système informatique interactif et une exposition d'objets qui peuvent être manipulés. Après avoir vu le musée, les visiteurs retournent à la grange, où ils peuvent rejoindre la boutique, le bureau d'information et la cafétéria, qui propose des repas légers à connotation préhistorique et des spécialités locales. Le bureau d'information est équipé d'un écran tactile donnant des renseignements sur les sites et les endroits agréables de la région ; des ouvrages de référence, des cartes et des brochures y sont également proposés. On s'est efforcé d'éviter la panoplie habituelle d'objets à vendre et de présenter plutôt des produits locaux tels que des broches réalisées avec des moules découverts à Dunadd ou des objets fabriqués par des habitants de la région.

Le musée aménagé dans le sous-sol occupe ce qui était autrefois la cuisine, l'arrière-cuisine, la buanderie et les caves du bâtiment principal. Pour permettre une circulation rationnelle des visiteurs et une exposition convenable des objets, des murs non porteurs et un escalier en pierre ont été démolis, et une nouvelle ouverture a été pratiquée dans un mur de 80 cm d'épaisseur. Un mur central a été reconstruit, tandis que les poutrelles et les étais nécessaires étaient mis en place. Dans la mesure du possible, les éléments d'origine (fenêtres à volets, planchers, office avec lessiveuse et réservoir d'eau chaude) ont été conservés comme souvenirs ; ils contrastent avec le caractère plus abstrait des objets exposés. La nécessité d'enlever les dalles du sol pour appliquer un revêtement étanche a permis d'installer un système de chauffage par le sol et

des canalisations de sécurité encastrées, ainsi que des systèmes de contrôle de l'environnement. Un nouveau pavage constitué de dalles en pierre récupérées sur le site de Caithness a alors été posé à un niveau plus bas que le sol d'origine pour éviter la présence d'une marche à l'entrée. Ainsi, le plafond a pu être abaissé pour dissimuler les poutres et encastrer l'éclairage.

La visite s'effectue dans le sens des aiguilles d'une montre. Les salles abritant les collections les plus importantes — néolithique, âge du bronze et premières périodes historiques — sont bien éclairées, avec des vues de la vallée et de la Nécropole linéaire. Les vitrines ont été conçues pour tirer le meilleur parti de l'espace disponible et susciter la curiosité. A un endroit, des moniteurs vidéo ont été placés dans une cheminée désaffectée ; ailleurs, des ouvertures ménagées dans une cloison renforcent l'effet d'un diorama de forêt et permettent d'avoir un aperçu attractif de ce qu'il reste encore à visiter.

Intérieur/extérieur : une relation dynamique

Dès le début, il avait été décidé que le musée devait être accueillant, provocant, stimulant, simple, clair et accessible, qu'il serait exempt de dogmatisme et que l'ordre serait chronologique. Pour rendre la visite attrayante, il avait été prévu d'exposer des objets manipulables lorsque cela était possible, et des répliques ou des reconstitutions pour remplacer des originaux impossibles à obtenir, ou pour montrer quelle devait être l'apparence d'un objet lorsqu'il venait d'être fait. Les organisateurs se sont attachés à mettre en lumière l'enchaînement thématique de la visite et à choisir des titres appropriés pour les diverses sections. Les cinq

espaces du musée, reliés entre eux, sont utilisés comme suit.

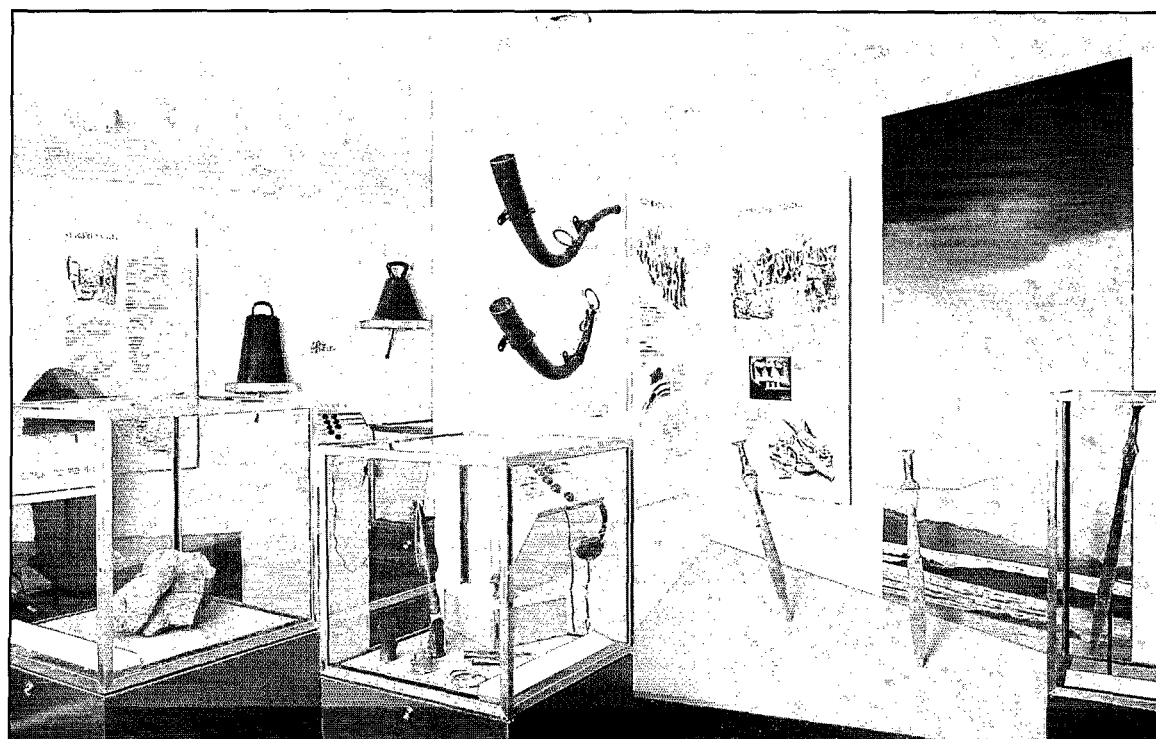
- Salle 1 — *Peuplement et paysage* : elle est une introduction à la géographie physique et culturelle de la vallée de Kilmartin, à sa formation géologique et à ses variations climatiques, aux diverses manières de comprendre le paysage, à la façon dont il évolue et comment l'activité humaine influe sur cette évolution.
- Salle 2 — *Au plus près* : elle évoque la population de la région, ceux qui y vivaient de la chasse et de la cueillette à l'époque néolithique, ceux qui tiraient leurs ressources de la mer et de la forêt.
- Salle 3 — *Défoncer la terre* : elle est consacrée aux débuts de l'agriculture, empreintes d'araies, charrue et jougs.
- Salle 4 — *Ciel et terre* : elle est consacrée au néolithique et à l'âge du bronze, au pouvoir, à la vision du cosmos, à la Nécropole linéaire, aux dessins rupestres, aux menhirs et aux cromlechs.
- Salle 5 — *Amis et ennemis* : elle fait la lumière sur les moyens de défense à l'âge du fer, sur les *duns* et les *crannogs*, sur les débuts de la chrétienté, sur le commerce, la politique et la religion à Dunadd.

Pour donner une unité à ces espaces somme toute disparates, fournir des surfaces pour les dioramas et pour les objets exposés, tout en dirigeant passivement la circulation des visiteurs, des plans inclinés ont été aménagés, disposés obliquement par rapport aux murs — une géométrie irrégulière qui se retrouve dans tout le musée. Les plans inclinés sont tous rectilignes, mais ils diffèrent les uns des autres pour créer un effet organique. Celui-ci est renforcé par un vinyle vert texturé qui recouvre les plans inclinés et par le traitement texturé donné à leurs parois verticales pour qu'elles aient un aspect « géologique ». L'effet recherché est de

transporter le visiteur au-delà des murs du musée jusque dans le paysage qui l'entoure. Cet effet est suffisamment abstrait pour n'être pas gênant. Les plans inclinés servent aussi à « ancrer » les vitrines à d'autres parties de l'exposition, avec lesquelles elles sont en rapport. Pour introduire un élément spectaculaire et un changement d'échelle, la désignation des sections est gravée sur des mégolithes, blocs bruts de pierre du pays pouvant atteindre 2 m de haut. L'éclairage est fourni par des spots halogènes au tungstène de faible voltage qui sont encastrés et par des systèmes spéciaux de projecteurs qui illuminent une carte circulaire en relief dans la salle 1, et créent des effets de mouvement pour les deux dioramas de la salle 2. L'éclairage de chaque salle peut être réglé séparément, afin d'obtenir l'intensité lumineuse voulue pour chaque partie de l'exposition.

Pour les vitrines, un système modulaire de cubes en verre a été conçu et fabriqué sur mesure. La hauteur et la dimension des vitrines varient selon le matériel exposé et aussi parce qu'on a voulu éviter l'uniformité. Des armatures en acier inoxydable et des panneaux en verre trempé de 6 mm d'épaisseur fournissent une sécurité maximale, et les socles sont solidement fixés aux plans inclinés ou aux dalles du sol. Chaque vitrine est munie d'un capteur invisible qui relève la température et le degré hygrométrique (il est relié à un terminal d'ordinateur placé dans une autre partie du bâtiment), auquel s'ajoutent un espace abritant du matériel de conservation et un système d'alarme. Les vitrines sont tendues de tissu de couleur unie ou de daim rouge.

En parcourant le musée, le visiteur peut entendre des sons recréés de l'Écosse préhistorique : pipeaux en os, brames du cerf, cors en bronze, cantiques chrétiens primitifs, etc. Une sonorisation gé-



© David Lyons/Kilmartin House Trust

nérale pouvant détourner l'attention du visiteur dans un espace aussi exigu, l'aménagement de quatre endroits seulement a été décidé, où une ou deux personnes peuvent choisir et écouter les sons disponibles avec un casque. Chaque bande-son doit ultérieurement être accompagnée d'images grâce à des écrans miniatures à cristaux liquides incorporés dans les tableaux de commande.

Soixante-quatorze panneaux d'information donnent des renseignements sur les objets exposés, dont neuf portent un agrandissement photographique en couleurs. Les autres sont des panneaux graphiques avec un texte, des images (photos et illustrations) et des légendes claires. Comme les désignations des sections gravées sur des mégalithes, les titres des panneaux ont été rédigés pour piquer la curiosité : ils sont plus énigmatiques et suggestifs que descriptifs, ce qui incite le

visiteur à lire le reste du panneau. Il n'a pas été facile de rédiger le texte des panneaux, mais les divers remaniements et mises au point ont abouti à une information claire et concise qui rend bien l'idée (interaction de l'homme et du paysage) ayant inspiré la création de Kilmartin House. Toutes les photographies et les illustrations comportent des légendes, parce que celles-ci sont souvent la première, voire la seule, partie du texte que lisent les visiteurs. En plus des informations visuelles « dures » (photographies, plans et illustrations techniques), des impressions bien documentées évoquant des scènes du passé de Kilmartin, dues à Harry Morrison, figurent sur la plupart des panneaux. Presque toutes les photographies avaient été commandées à David Lyons, y compris d'excellents clichés pris d'hélicoptère grâce à la générosité d'un homme d'affaires du pays.

Sons du passé : des casques permettent d'écouter de brèves bandes-son à proximité de répliques d'instruments de l'âge du bronze, dans la salle 5.

Dès le début, nous avons demandé à l'ADAPT Trust d'inspecter tout le bâtiment et de faire des recommandations pour qu'il puisse être fréquenté par des handicapés. Une fois les aménagements achevés, un fauteuil roulant a été emprunté au Centre sanitaire de Lochgilphead pour tester l'ensemble de Kilmartin House. On ne saurait trop conseiller à quiconque désire créer un espace destiné à accueillir des visiteurs de suivre cet exemple, car il est ainsi possible de vérifier comment sont placés les marches et les espaces disponibles, mais aussi d'autres éléments comme la hauteur des vitrines, l'éclairage ou la dimension des textes. La seule partie de Kilmartin House qu'il n'a pas été possible de rendre accessible aux visiteurs en fauteuil roulant est la salle audiovisuelle située sous les combles de la grange, mais une version vidéo de la présentation audiovisuelle est à la disposition de ces visiteurs au rez-de-chaussée.

La politique de Kilmartin House a été de faire appel dans toute la mesure du possible à des compétences et à des fournisseurs locaux. Des spécialistes hautement qualifiés ont été recrutés dans la région, notamment pour le bâtiment, la menuiserie, le travail des métaux, l'illustration, la construction de maquettes, le travail du bois et de la pierre, le tannage, l'électronique et les enregistrements sonores, ce qui a en outre permis de susci-

ter une adhésion très personnelle chez tous les intéressés. Les pierres pour les mégalithes ont été récupérées dans une carrière locale désaffectée, avec l'autorisation du propriétaire. Ce n'est que pour des travaux très spécialisés, telles la fabrication des vitrines, la production graphique ou les répliques d'objets qu'il a fallu faire appel à des compétences plus éloignées géographiquement.

La réussite d'un projet repose sur l'interaction entre le client et le concepteur. Chacun doit savoir écouter (et entendre) les vues de l'autre et y répondre en faisant preuve de créativité. David et Rachel Clough ont communiqué très efficacement les idées et l'enthousiasme qui avaient été à l'origine du projet tout en tirant pleinement parti des compétences de l'équipe. A maints égards, il s'agissait d'une expérience nouvelle pour tous ceux qui ont participé au projet — nous avons tous beaucoup à apprendre —, mais la collaboration a été très féconde. La volonté des Clough de faire les choses à fond et de se conformer à des normes de qualité élevées a permis de naviguer au plus près en termes économiques, mais leurs réactions positives, encore que non dénuées d'esprit critique, à nos suggestions (comme, nous l'espérons, nos propres réactions) ont eu pour résultat une visite de musée marquée par la qualité et par l'originalité. ■

Un avant-poste de l'art en Patagonie

Lucia Torres

Dans un coin perdu, balayé par les vents, de la légendaire Patagonie argentine, non loin de la Terre de Feu, un nouveau musée donne actuellement naissance à une génération d'amateurs d'art au cœur d'une population éparsée, en majeure partie rurale. Ce sont les circonstances de cette genèse que rapporte Lucia Torres, qui a participé à la fondation du musée d'art Eduardo Minnicelli, dont elle est maintenant la coordonnatrice.

Le 1^{er} novembre 1996, le musée d'art Eduardo Minnicelli, à vocation éducative, était créé à Rio Gallegos, en Patagonie argentine ; c'est le premier musée de la province et le plus méridional des Amériques dans sa spécialité. L'établissement est associé à la plus ancienne école du territoire, maintenant classée monument historique. Situé sur le terrain de l'école, il est aménagé dans un bâtiment distinct qui, à partir de 1930, avait d'abord été utilisé pour abriter de hauts fonctionnaires du Ministère de l'éducation, puis certains bureaux de celui-ci. A l'heure actuelle, l'Association coopérative de l'école accorde une aide financière au musée, qui ne bénéficie d'aucun budget pour ses activités.

Depuis la création de l'établissement, un gros travail a été accompli, avant tout dans le domaine de la formation. L'objectif essentiel est d'en faire un pôle de développement social et d'amener les enfants, les adolescents et l'homme de la rue à

considérer leur visite comme un élément familier de leur vie quotidienne. Dès le premier jour, nous avons donc lancé un programme intensif et systématique à destination de toutes les écoles, à tous les niveaux. Nous organisons des visites guidées et des activités éducatives en vue de former dès l'enfance les visiteurs de demain, en les mettant intelligemment en contact avec des œuvres d'art, et en leur apprenant à les regarder, à les analyser, à les apprécier et à les critiquer. Notre propos est de former graduellement leur sensibilité, de les aider à découvrir et à développer d'éventuels talents non encore révélés, ou simplement de chercher à en faire des hommes et des femmes plus sensibles à l'art, à la beauté et aux plaisirs de la contemplation.

Pour atteindre cet objectif ambitieux, il faut que la communauté fréquente le musée. Durant les premiers mois, nous avons observé que, bien que ce fût la saison la plus propice (l'été) et bien que le

Avec l'aimable autorisation de l'auteur



Le musée d'art Eduardo Minnicelli donne sur la place centrale de la ville.



Avec l'aimable autorisation de l'auteur

Le musée expose essentiellement des œuvres d'artistes locaux et nationaux.

musée donne sur la place centrale de la ville, nous n'avions accueilli que des écoles du voisinage, les salles d'exposition étant vides les jours de vent ou de pluie. Et nous nous sommes heurtés à cet obstacle la majeure partie de l'année. En effet, comme nous vivons dans une région de l'extrême Sud avec des froids intenses, des vents très forts, de la bruine et parfois de la neige, il reste très peu de jours où les enfants peuvent être amenés au musée.

Au début de 1997, notre premier objectif a été d'acquérir un minibus, d'organiser un programme mensuel de visites et d'atteindre toutes les couches sociales pour faire de cette égalité des chances tant vantée, et que proclame notre loi fédérale sur l'éducation, une réalité. A la fin du mois d'avril, un accord a été signé avec l'Administration routière de la province : un petit autobus de vingt-cinq places nous est ainsi prêté ; il permet d'organiser six visites guidées par jour à l'intention des écoles autres que les deux ou trois qui viennent par leurs propres moyens. Les établissements scolaires ont pu par conséquent faire figurer la visite du musée dans leurs emplois du temps en tant qu'élément de formation très important, car la visite a un rapport avec toutes les disciplines du programme scolaire. Grâce à ce projet d'animation scolaire, le musée accueille des enfants et des jeunes des zones environnantes qui n'avaient jamais eu l'occasion de prendre part à une excursion extrascolaire, ni, moins encore, de visiter un musée ou une exposition d'art. En juin 1997, nous nous sommes présentés à un concours organisé par la fondation d'une société pétrolière, afin d'obtenir des subventions destinées à soutenir des innovations muséales. Comme prix, nous avons demandé de disposer d'un autobus qui serait la propriété du musée et permettrait la poursuite de ce très important projet.

Au cours de cette brève phase initiale, nous avons cherché essentiellement à mettre les gens en contact plus étroit avec l'art, à éliminer l'idée préconçue selon laquelle un musée est un endroit austère où sont conservées des vieilleries et à remédier aux différences de milieu intellectuel ou social qui se traduisent par des attitudes et des réactions différentes vis-à-vis de l'art. Au musée, confortablement assis à même le sol, nous essayons de parler ensemble d'une œuvre d'art, de discuter à la fois de son apparence et de son thème et d'arriver ainsi à exprimer des idées, des sentiments à son sujet. A chacune des visites, qui pour le moment durent une demi-heure, nous ne faisons voir qu'une partie de la collection : une simple promenade devant les œuvres exposées ne permettrait pas d'atteindre nos objectifs.

Nous avons remarqué avec plaisir que, le week-end ou les jours fériés, les enfants, émerveillés, reviennent au musée en compagnie d'un parent ou d'un ami. Ils veulent ainsi avoir un contact plus étroit, plus personnel, avec le musée, ils souhaitent laisser un message personnel à l'artiste ou éprouvent le besoin de revoir la vidéo qui figure au programme de la visite. Certains viennent même avec des œuvres de leur cru, pour la réalisation desquelles ils ont utilisé les techniques, les matières ou les sujets de l'artiste exposé.

Dans un premier temps, nous concentrons nos efforts sur la population scolaire, mais nous nous ouvrirons graduellement à d'autres couches de la population. La prochaine étape consistera à toucher des groupes du troisième âge, dans des foyers ou dans des maisons de retraite, à les faire venir périodiquement en autobus et, par la suite, à organiser spécialement des ateliers à leur intention. L'autobus permettra aussi d'atteindre des écoles dans les zones rurales en y appor-

tant des œuvres ou en amenant les enfants au musée.

La création d'un patrimoine artistique

Notre ville, qui n'a que cent quinze ans d'existence, a toujours été caractérisée par la mobilité de sa population, ce qui explique que son patrimoine artistique soit peu important et dispersé. Le musée se propose de réunir des œuvres d'artistes qui, à un moment ou à un autre, ont vécu dans la province depuis que celle-ci est devenue un territoire, en 1884, ou qui y sont nés et se sont fixés ailleurs, mais qui ont fait une carrière artistique. Lors de sa création, le musée n'avait pas de patrimoine artistique propre, mais cela n'était pas un obstacle majeur, puisque son objectif premier est non pas de conserver des œuvres très anciennes, mais de commencer à éduquer le public, de lui faire apprécier des œuvres d'art et d'établir un rapport avec elles. Depuis l'ouverture, nous avons organisé des expositions temporaires renouvelées chaque mois, qui rassemblent des œuvres d'artistes de la province, de Patagonie et d'Argentine. C'est là un stimulant pour les artistes locaux qui, grâce à un tel contexte, peuvent nouer des relations plus étroites avec la communauté et engager un dialogue avec elle.

Dans le domaine pédagogique, un autre projet : « Le musée, un moyen d'élargir vos connaissances », vise principalement à faire de l'institution un pôle de développement artistique. A cette fin, un plan a été élaboré, pour 1997-1998, qui porte sur « la gravure et l'éducation par l'art » : la gravure, parce que c'est une discipline peu connue dans la région et qu'elle figure dans le programme minimal défini par la loi fédérale sur l'éducation ; l'éducation par l'art, parce que

*Un groupe scolaire s'essaie
au dessin après une visite guidée
du musée.*



Avec l'aimable autorisation de l'auteur

celle-ci fournit un cadre philosophique à l'expression artistique, aux divers niveaux de l'enseignement.

A ce jour, nous avons organisé un cours élémentaire et les premières « Journées patagoniennes de la gravure », avec les concours d'éminents graveurs, avec des universitaires venus de Buenos Aires, qui ont donné des conférences et dirigé des ateliers. En complément de ces Journées, nous avons mis sur pied dans les centres culturels de la ville des activités liées à la gravure : le premier Salon de gravures mi-

niatures, préparé par la municipalité ; l'Exposition des graveurs de Patagonie, organisée par la galerie El Rincón del Arté ; l'Exposition de gravures d'enfants et de jeunes, réalisée par le musée d'art, enfin l'exposition, au musée, des œuvres des graveurs qui avaient participé aux Journées. Ces Journées, tout comme les cours qui seront donnés (l'art dans l'enseignement rural, la gravure à l'école secondaire, l'initiation aux techniques d'impression, les premières journées d'éducation par l'art), sont destinées aux

enseignants, aux artistes, aux étudiants en art et au grand public.

La réaction de la communauté a été excellente, avec un nombre croissant de visiteurs aux manifestations et aux expositions. De février à juin 1997, en plus des adultes, 5 500 enfants des écoles sont venus au musée, chiffre relativement élevé pour une population aussi peu nombreuse que la nôtre. Le profil des visiteurs est très varié, et le public ne se limite pas aux artistes : l'un de nos objectifs est donc atteint, qui est de toucher les gens ordinaires, l'homme de la rue. Notre projet tend aussi à faire connaître les cours, les ateliers, les séminaires sur l'art et sur l'éducation par l'art. Nous communiquons régulièrement des informations sur toutes les manifestations organisées, tant dans le pays qu'à l'extérieur, aux médias, aux artistes et aux enseignants spécialisés dans ce domaine.

Comme la direction du musée veut voir celui-ci se développer et prospérer, elle met en œuvre un plan de formation et de perfectionnement des personnels en activité, avec une participation à des cours et à des ateliers, avec la préparation

d'un diplôme de muséologie à laquelle deux personnes ont déjà participé, tandis que d'autres s'y inscriront ensuite tous les ans. Chacun se spécialisera ainsi dans un domaine, et il sera possible d'assurer efficacement toute une gamme de services.

Parmi les autres projets, la création d'une bibliothèque d'art où la communauté puisse consulter une documentation, la création d'une vidéothèque pour compléter les expositions ou pour stimuler l'intérêt des élèves et les aider dans leur travail, enfin la constitution d'archives photographiques pour établir un répertoire des œuvres des artistes de la région, ce qui permettra également de jeter les bases de l'histoire artistique de Santa Cruz.

L'idée qui m'a conduite à concevoir ce projet de musée était qu'en ma qualité de professeur d'art je pouvais contribuer à former un être humain qui soit tout à la fois digne, sensible et bon ; à créer une société dans laquelle nos enfants et leurs descendants puissent vivre en paix et s'épanouir spirituellement au sein d'une culture vivante. ■

Forum

Sous une forme légèrement modifiée, Museum international reprend la formule de son forum de réflexion sur les grands problèmes des musées d'aujourd'hui. Nous invitons nos lecteurs à répondre aux questions qui figurent en fin de rubrique pour nous permettre de publier leurs points de vue sur les sujets les plus significatifs, et peut-être aussi les plus controversés, de l'heure. Directeur de l'European Museum Forum et du prix du Musée européen de l'année, auteur de cinquante-trois ouvrages sur les musées, sur l'histoire sociale et industrielle, et sur la sociolinguistique, dont le célèbre Museum of influence, Kenneth Hudson va de nouveau jouer pour nous les agents provocateurs. Il exposera sa façon personnelle d'aborder les problèmes, afin de susciter débats et commentaires qui devraient constituer une mine d'idées nouvelles pour la communauté muséale internationale. N'hésitez pas à nous écrire !

Les bâtiments qui abritent les musées sont-ils un obstacle au progrès ?

La qualité de tout bâtiment dépend de deux facteurs : la majorité des personnes qui sont obligées de le contempler jour après jour le juge-t-elle agréable de l'extérieur ? Dans quelle mesure répond-il aux besoins de ceux qui doivent l'utiliser ? Les constructions qui satisfont pareillement à ces deux critères sont rares, et la plupart ne satisfont ni à l'un ni à l'autre. Tel bâtiment communément tenu pour une réussite architecturale peut être un enfer pour ceux qui y travaillent et, bien souvent, tel autre dont la conception rationnelle est couverte de louanges offense le regard.

Le problème est toutefois plus complexe : une réalisation architecturale qui répond aux exigences d'une époque peut être tout à fait inadaptée à une autre — et souvent elle l'est. Les besoins et les goûts évoluent : ce qui était rationnel en 1800 ou en 1900 sera source de désagréments et d'irritations en l'an 2000. Les bâtiments des musées n'échappent pas à la

règle. Pour les juger, il faut se demander s'ils conviennent à la situation et aux exigences actuelles, ce qui, à mon avis, n'est pas le cas pour la plupart d'entre eux. En ce sens, ils font obstacle au progrès s'ils ne peuvent être rénovés ou réaménagés, en fonction de conditions parfois complètement différentes de ce qu'elles étaient lorsque l'architecte chargé de leur conception s'est mis au travail.

Bien des éléments entravent le changement. Ainsi, des musées tels que le Natural History Museum ou le Victoria and Albert Museum, à Londres, sont des monuments historiques classés et protégés. Aussi irrationnels et incommodes soient-ils, nul ne peut donc en réaménager l'intérieur que dans des limites strictement définies. De telles constructions sont, pour ainsi dire, officiellement condamnées à demeurer pour toujours inadaptées. Et un bâtiment qui ne répond pas à son objectif est bien entendu coûteux à entretenir et inapte à produire les bénéfices culturels et financiers qu'on pourrait théoriquement en attendre. Il suffit de parler au personnel des musées anciens — grands ou petits — pour comprendre à quel point il est décourageant de devoir mener à bien les tâches d'aujourd'hui dans des locaux d'un autre âge.

Un grave problème est aussi posé par l'emplacement de ces bâtiments anciens, presque tous situés dans le centre, ou près du centre, des villes. Construits à une époque où les visiteurs étaient relativement peu nombreux et s'y rendaient à pied ou en empruntant quelque moyen de transport public, ils sont totalement inadaptés à l'ère de l'automobile ; ce sont des îlots inaccessibles dans une civilisation où cette caractéristique les condamne à une mort lente. Les visites en famille, en particulier, deviennent très compliquées.

Le troisième défaut, qui n'est que trop apparent, de ces solides et vieux musées est qu'ils ont été conçus pour des visiteurs qui regardaient passivement, passant méthodiquement d'une vitrine à l'autre, observant, mais sans jamais participer. Ils reposaient sur deux principes fondamentaux : présenter des expositions permanentes qui demeuraient inchangées et

permettre au visiteur d'apprendre en regardant. La philosophie des musées modernes est tout autre. Elle veut que l'on sélectionne et présente sans cesse de nouveaux objets extraits des collections, et que les visiteurs participent activement. L'ancienne conception des musées que les visiteurs parcouraient galerie après galerie, en s'arrêtant pour admirer, va se démodant un peu plus chaque année. Les clients des musées d'aujourd'hui veulent pouvoir poser des questions et discuter de ce qu'ils voient — ce qui exige un nouveau type d'aménagement intérieur infiniment plus souple, sans cloisons mais avec beaucoup de chaises ou de banquettes qui peuvent être constamment disposés ou regroupés différemment.

Les mentalités ont changé, et le personnel des musées change lui aussi peu à peu de nature. Aux personnages lointains, bien à l'abri dans leurs bureaux, se substitue de plus en plus une nouvelle race d'employés, plus visibles, plus abordables, qui passent une grande partie de leur temps « sur le terrain », se mêlant aux vi-

siteurs et s'intéressant directement à leurs besoins et à leurs souhaits. D'où la nécessité d'un aménagement plus aéré, où les objets exposés favorisent le dialogue. Alors que les musées deviennent de plus en plus des lieux de débat, les bâtiments qui les accueillent doivent changer radicalement. Il est impossible de prévoir l'avenir avec quelque certitude, mais on peut affirmer sans risque de se tromper que les musées de demain devront être conçus avec beaucoup de souplesse pour répondre facilement à de nouvelles exigences sociales et éducatives, ce qui n'est pas le cas de la plupart des anciens bâtiments.

Seul un irresponsable détruirait délibérément un bel édifice (il n'y en a que trop peu), mais il existe de bonnes raisons de penser que beaucoup de musées d'hier ne sont plus adaptés aux besoins de demain et que leur destin désormais est de servir de centres administratifs ou de dépôts, leur mission créatrice s'accomplissant ailleurs.

Kenneth Hudson

Questions au lecteur

1. Quels sont à votre avis les avantages et les inconvénients de votre bâtiment actuel ?
2. Dans quelle mesure ce bâtiment gêne-t-il votre travail ?
3. Voyez-vous des solutions aux problèmes que pose le bâtiment ? Si oui, lesquelles ?
4. Estimez-vous que la meilleure — peut-être la seule — réponse à vos problèmes consisterait à quitter le bâtiment dont vous avez hérité et à recommencer à zéro ailleurs ?
5. Avez-vous d'autres observations à formuler au sujet de l'article de Kenneth Hudson ?

Merci d'adresser vos réponses, avec la référence « Expositions permanentes », à :

Museum international

UNESCO

7, place de Fontenoy, 75352 Paris 07 SP (France).

Informations professionnelles

Les techniques muséographiques au centre d'une exposition internationale

Le cinquième Salon international des techniques muséographiques (SITEM) doit se tenir à Paris du 10 au 12 février 1999. Le SITEM se veut avant tout une vitrine pour les petites entreprises qui souhaitent faire connaître leurs nouveaux produits ou leurs nouveaux services, et tenter d'obtenir le « label de l'innovation muséographique », objet de toutes les convoitises. Pour les fabricants et les fournisseurs plus importants, c'est une occasion unique de rencontrer les principaux responsables des musées ou ceux des équipements culturels, et de participer à un certain nombre de séminaires professionnels. Ses organisateurs ayant décidé de l'ouvrir aux arts de la scène, le SITEM accueillera également des stands consacrés à l'éclairage, à la sonorisation, aux décors et à la billetterie. Le Salon, qui reçoit en moyenne plus de 3 000 visiteurs, attire un public international venu de pays aussi lointains que le Mexique, Israël ou le Ghana. Afin de faciliter la participation des artisans et des petites entreprises, le Ministère français de l'éducation nationale offre une subvention de 350 francs français par mètre carré aux spécialistes agréés des muséums et des musées des sciences et des techniques. Cette aide sera attribuée à un nombre limité d'exposants en fonction de la date de réception de leurs dossiers.

Pour plus de renseignements, s'adresser à :

SITEM, Provinciales
18, rue de la Michodière
75002 Paris (France)
Tél. : (33) 01.42.68.15.68
Télécopie : (33) 01.43.12.91.63

Nouvelles publications

The textile conservator's manual [Manuel de conservation des textiles], par Sheila Landi. Publié par Butterworth/Heinemann, Linacre House, Jordan Hill, Oxford OX2 8DP (Royaume-Uni), 2^e éd. 1997, 360 p. (ISBN 0-7506-3897-4).

Cette nouvelle édition, révisée et désormais disponible en format de poche, fait un tour d'horizon complet des pratiques, des principes éthiques et des matériels actuellement mis en œuvre pour la conservation des textiles. Axée sur les objets d'art décoratif des grandes cultures du monde, elle propose des conseils pratiques et des études de cas très variées. Malgré une présentation simplifiée, le texte a été enrichi et mis à jour afin de prendre en compte les dernières avancées dans ce domaine. Ce supplément d'information aidera le lecteur à mieux déceler les signes de vieillissement des textiles et les marques révélatrices de leur traitement antérieur. Les nouvelles études de cas apportent de précieuses lumières sur l'évolution des techniques. Destiné à développer les compétences pratiques, l'ouvrage couvre un large éventail d'objets décoratifs, allant d'un fragment de lin vieux de 4 000 ans à une toile de fond du XX^e siècle.

Adresser les commandes à :
Customer Services Department
Heinemann Publishers Oxford
PO Box 382
Halley Court, Jordan Hill
Oxford OX2 8RU (Royaume-Uni)
Tél. : (44) 0 1865 314301
Télécopie : (44) 0 1865 314029

Laser cleaning in conservation : an introduction [Le nettoyage par rayon laser appliqué à la conservation : une introduction], par Martin Cooper. Publié par Butterworth/Heinemann, Linacre House, Jordan Hill, Oxford OX2 8DP (Royaume-Uni), 1998, 112 p. (ISBN 0-7506-3117-1).

Les applications pratiques du laser constituent un important pas en avant dans le perfectionnement des techniques de conservation. Il n'y a guère plus de cinq ans que les conservateurs ont pris pleinement conscience des possibilités offertes par la technologie du laser qui, en permettant un nettoyage extrêmement sélectif, donne des résultats de très grande qualité tout en réduisant au minimum les dommages causés aux objets. Œuvre pionnière, cet ouvrage, où sont exposés

les techniques de base du nettoyage par rayon laser, leurs avantages et leurs limites, devrait intéresser les professionnels des musées et du patrimoine du monde entier.

Adresser les commandes à :
Customer Services Department
Heinemann Publishers Oxford
PO Box 382
Halley Court, Jordan Hill
Oxford OX2 8RU (Royaume-Uni)
Tél. : (44) 0 1865 314301
Télécopie : (44) 0 1865 314029

Conservación y restauración : materiales, técnicas y procedimientos de la A a la Z [Conservation et restauration : les matériaux, techniques et procédures de A à Z], par Ana Calvo. Publié par Ediciones del Serbal, Francesc Tàrraga, 32-34, 08027 Barcelone (Espagne), 1997, 256 p. (ISBN 84-7628-194-3).

Cette somme de connaissances en matière de conservation, présentée sous la forme d'un glossaire alphabétique des termes et des concepts, est le premier travail de ce type publié en espagnol. Reflet de l'état de la technique dans le domaine de la conservation préventive comme de la restauration, c'est avant tout un ouvrage de référence et un manuel sur le patrimoine culturel mobilier. Une vaste bibliographie recense les publications et les revues spécialisées.

Appel à contribution

Museum international accueille toutes suggestions et contributions intéressant la communauté internationale des musées. Les propositions d'articles ou de thèmes de dossiers spéciaux sont à adresser à la rédaction,
Museum international, UNESCO,
1, rue Miollis, 75732 Paris Cedex 15, France.
Télécopie : (+33) 01.45.68.55.91.
Réponse immédiate assurée.

museum *international*

Revue trimestrielle publiée
par l'Organisation des Nations Unies
pour l'éducation, la science et la culture,
Museum international est une tribune
internationale d'information et de réflexion
sur les musées de tous genres, destinée à
vivifier les musées dans le monde entier.

Les versions espagnole et française
sont publiées à Paris ; la version anglaise
à Oxford ; la version arabe au Caire ;
la version russe à Moscou.

N° 200 (vol. 50, n° 4, 1998)

Couverture, p. I :

La reconversion d'un monument en
structure pour touristes : à Khiva, en
Ouzbékistan, une ancienne *madrasa* —
école coranique — est devenue un hôtel.

© Frans Schouten

Directrice de la publication :

Milagros Del Corral Beltrán
Rédacteur en chef : Marcia Lord
Secrétaire de rédaction : Christine Wilkinson
Iconographie : Carole Pajot-Font
Rédacteur : Fawzy Abd El-Zaher
(version arabe)
Rédactrice : Tatiana Telegina (version russe)

COMITÉ CONSULTATIF

Amareswar Galla, Australie
Gaël de Guichen, ICCROM
Yani Herreman, Mexique
Nancy Hushion, Canada
Jean-Pierre Mohen, France
Stelios Papadopoulos, Grèce
Manus Brinkman, Secrétaire général
de l'ICOM, *ex officio*
Roland de Silva, Président de l'ICOMOS,
ex officio
Tomislav Šola, République de Croatie
Shaje Tshiluila, République démocratique
du Congo

Composition : Éditions du Moufflon,
94270 Kremlin-Bicêtre

Impression : Imprimerie Jouve,
53100 Mayenne, France

© UNESCO 1998

CPPAP n° 74565

Les articles signés expriment l'opinion de
leurs auteurs et non pas nécessairement celle
de l'UNESCO ou de la rédaction.

Les appellations employées dans *Museum
international* et la présentation des données
qui y figurent n'impliquent de la part du
Secrétariat de l'UNESCO aucune prise de
position quant au statut juridique des pays,
territoires, villes ou zones, ou de leurs
autorités, ni quant au tracé de leurs frontières
ou limites.

Il est interdit de reproduire intégralement
ou partiellement sur quelque support que ce
soit le présent ouvrage sans autorisation de
l'éditeur (loi du 11 mars 1957, art. 40-41 ;
Code pénal, art. 425).

CORRESPONDANCE

Questions d'ordre rédactionnel
Museum international
UNESCO
7, place de Fontenoy
75352 Paris 07 SP, France
Tél. : (33.1) 45.68.43.39
Télécopie : (33.1) 45.68.55.91

Abonnements (anglais)
Blackwell Publishers
108 Cowley Road
Oxford OX4 1JF
Royaume-Uni

Abonnements (français et espagnol)

Jean DE LANNOY
Service abonnements
202, avenue du Roi
B-1060 Bruxelles, Belgique

Abonnement institutionnel 1998

Les quatre numéros : 436 FF
Prix au numéro : 130 FF

Abonnement individuel 1998

Les quatre numéros : 216 FF
Prix au numéro : 64 FF

Pays en développement

Abonnement institutionnel 1998

Les quatre numéros : 198 FF
Prix au numéro : 55 FF

Abonnement individuel 1998

Les quatre numéros : 126 FF
Prix au numéro : 39 FF

Exemplaires d'articles parus dans *Museum*
Institute for Scientific Information
Att. of Publication Processing
3501 Market Street
Philadelphia, PA 19104
États-Unis d'Amérique

L'art égyptien au temps des pyramides

9 avril - 12 juillet 1999
Galeries nationales
du Grand Palais

www.expo-egypte.com

L'exposition les livres

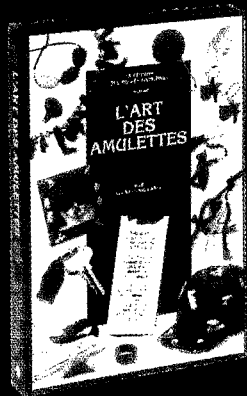
LE CATALOGUE DE L'EXPOSITION,

ouvrage collectif, sous la direction
de Christiane Ziegler,

23 x 30,5 cm, 416 pages, 550 illustrations
dont 400 en couleur, relié.

Prix de lancement : 290 F (11,45 €)

pour le Mai du Livre d'Art
jusqu'au 30 juin 1999, ensuite 340 F (13,43 €).



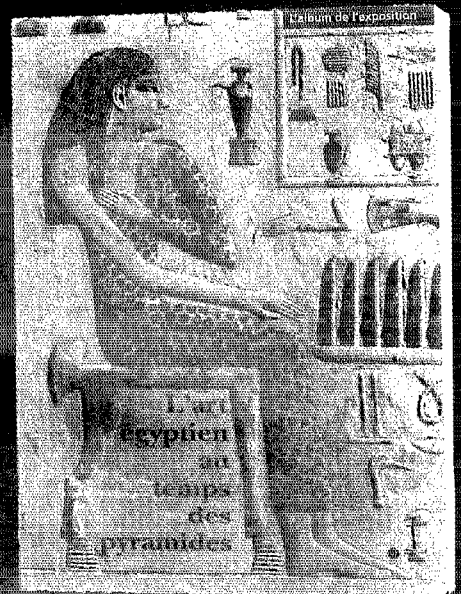
J E U N E S S E

L'ART DES AMULETTES,
par Diana Craig Patch,
livret de 64 pages,
24 moules,
21,5 x 18,5 x 2,5 cm,
185 F (28,20 €).

MEMORY ÉGYPTE

dans la collection
Jeux des musées de France,

jeu de mémoire visuelle, à partir de 3 ans,
17 x 17,5 cm, 60 cartes, livret de 8 pages.
75 F (11,43 €).



L'ALBUM DE L'EXPOSITION,

par
Christiane Ziegler,

Une nouvelle collection
Récré-musées,
Premier titre :

LES JEUX DE L'ÉGYPTE
par Philippe Dupuis,

à partir de 10 ans,
13 x 20 cm, relié.
29 F (4,42 €).

23 x 30,5 cm,
80 pages,
75 illustrations
couleur, broché.
60 F (9,15 €).



Réunion
des Musées
Nationaux