

APPEL À COMMUNICATION AU COLLOQUE

NOUVEAUX MUSÉES,
NOUVELLES ÈRES URBAINES,
NOUVELLES MOBILITÉS TOURISTIQUES

Paris, 20 et 21 janvier 2011



CO-ORGANISATION SCIENTIFIQUE

E.I.R.E.S.T. (EQUIPE INTERDISCIPLINAIRE DE RECHERCHE SUR LE TOURISME)

– UNIVERSITÉ PARIS 1 - PANTHÉON-SORBONNE

ET CHAIRE UNESCO « CULTURE, TOURISME, DÉVELOPPEMENT »

Du musée traditionnel, parvenu jusqu'à nous sans grande transformation depuis le XIX^e siècle, au musée «événement» instrumentalisé par les politiques urbaines et l'économie touristique, les musées connaissent une transformation profonde depuis une trentaine d'années. Ils se présentent de plus en plus comme une opportunité de conduite d'une transformation de la ville. C'est ainsi que la fin du XX^e siècle voit naître un nouveau modèle d'établissement muséal, impulsé par un changement d'enjeu, un changement d'échelle et le développement de « l'ère gestionnaire ». Les très grands musées, guidés par une démarche entrepreneuriale, bénéficient d'une autonomie renforcée ; ils déploient leurs activités hors les murs, vers Bilbao, Metz, Lens, Abou Dhabi, Atlanta, Hong-Kong, ... créant des filiales. Ces projets de création de musées correspondent à de véritables événements culturels à l'échelle locale, nationale ou internationale instruisant une nouvelle ère urbaine. La culture devient une composante majeure du projet de ville et un musée dit « de référence » est désormais considéré comme un produit d'appel, qui peut aider à requalifier une ville et son territoire et à qualifier une destination touristique.



Musée Guggenheim New-York /// Abou Dhabi /// Bilbao

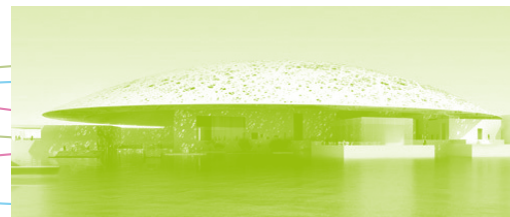
OBJECTIF DU COLLOQUE

Ce lien entre tourisme et fréquentation des musées, a priori marqué par l'évidence, est cependant assez rarement questionné. Or, si le musée « produit » du tourisme, il n'en est pas moins vrai que le tourisme « produit » du musée. En effet, il semble que le musée ne puisse pas être pensé sans se référer au tourisme, même si le musée ne peut être considéré comme un simple artefact au service de l'attractivité touristique. De même, la ville produit des musées et du tourisme, mais réciproquement, le musée et le tourisme produisent de la ville. Cette dialectique inaugurée à la fin du XIX^e siècle se reconfigure aujourd'hui sous l'effet de la métropolisation. L'objectif est d'étudier cette relation complexe entre musées, tourisms, et villes, selon les « modèles » de musées, les contextes, et les époques.

Il s'agira, d'une part, de voir ce que le musée en tant que production culturelle spécifique doit au tourisme, à travers ses stratégies de localisation et de développement, et ses mutations, et d'autre part, de voir comment l'analyse du lieu spécifique qu'est le musée permet d'apporter un éclairage sur le tourisme et les pratiques touristiques.

Les contributions attendues visent tous types de musées, mais particulièrement les grands musées à l'échelle internationale permettant de mieux comprendre la nécessaire coopération entre musée et tourisme. Les réflexions menées à partir d'une approche diachronique, tenant compte des processus et temporalités, sont encouragées.

Ce colloque sur les liens entre grands musées et tourisme pose la question des mutations des musées, du point de vue de leur rénovation, de leur impact territorial, de leur prise en compte du tourisme, des mutations muséologiques et des nouvelles pratiques touristiques qui y sont associées.



Musée du Louvre Paris [Pyramide] /// Atlanta /// Abou Dhabi





CINQ AXES MAJEURS STRUCTURERONT LES ATELIERS DU COLLOQUE

1. LE TOURISME, UNE DIMENSION CACHÉE DE L'ÉTUDE DU MUSÉE ?

Ce premier thème se propose d'analyser la Muséologie dans ses rapports au tourisme, en questionnant les regards épistémologiques. Quelle articulation est proposée entre muséologie, musées et tourisme dans les sciences sociales ou la littérature relative à la muséologie ? Le tourisme est-il une dimension cachée du musée ?

Les communications peuvent s'inscrire dans une dimension épistémologique, envisageant ce lien, ou analyser des cas localisés de réflexion sur cette relation problématique à travers l'étude des stratégies de positionnement des musées, notamment la façon dont le fait touristique est explicitement individualisé au sein de la réflexion sur la médiation culturelle et l'interprétation.

2. LE MUSÉE ET SES ÉCHELLES D'INSCRIPTION, ENTRE ICÔNE URBAINE ET MOTEUR DE DÉVELOPPEMENT TERRITORIAL

Deux points essentiels seront développés dans cet axe : le Musée « starchitecturé », label territorial et lieu d'urbanité et le Musée, point d'appui du développement touristique.

Le comité de sélection sera particulièrement attentif aux propositions insistant sur le lien entre musées, tourisme, métropolisation et mondialisation.

3. LE TOURISTE AU MUSÉE

Les communications apporteront un éclairage sur la prise en compte de nouvelles mobilités touristiques par les musées, sur les pratiques touristiques au sein du musée et sur la construction d'un imaginaire territorial. Par ailleurs, elles ne négligeront pas la prise en compte des nouvelles stratégies et possibilités liées à l'ère digitale et aux nouveaux usages scientifiques numériques.

4. L'ÉVOLUTION DE LA PRATIQUE TOURISTIQUE, RENVOYANT À L'HORIZON HYPERMODERNE DE LA MIXITÉ DES PRATIQUES ET LA COMBINAISON DES DIFFÉRENCES

Quatre approches guident cet axe : de la constitution de la Collection, à l'origine des Musées, à la quête de la nouveauté : nouveaux lieux et événements, Musées et tourisme à l'heure de la diffusion de masse des images, territorialisation et déterritorialisation des musées.

5. L'ARTICULATION MUTATIONS URBAINES, MUSÉES ET TOURISME

Cet axe cherche à articuler les mutations urbaines, tant fonctionnelles qu'urbanistiques et les transformations muséales et touristiques. L'hypothèse sous-jacente voit dans la mondialisation le vecteur de la transformation tant de la ville que du patrimoine et des mobilités. Les contributions attendues prendront en compte les musées de ville, les musées face à la reconversion urbaine, les musées face à la nouvelle filière culturelle et les villes-musées.

La rhétorique du développement/renouvellement urbain est au centre des grands projets muséaux. L'offre culturelle est devenue un facteur incontournable de développement d'une ville ou d'un territoire, une opportunité pour le développement du tourisme, un générateur de retombées économiques.

Les musées se transforment en multinationales de la culture, au risque d'une perte d'ancrage local et d'une standardisation. La consommation culturelle influe de plus en plus sur la consommation touristique et la vitalité de la culture conduit les grands musées à commercialiser leur marque. Les projets de musées « estampillés » à l'exemple du Guggenheim à Bilbao ou du Louvre à Abou Dhabi s'inscrivent dans cette tendance à l'exportation des musées et la marque confirme ce lien significatif entre culture et tourisme. Mais, certains responsables du monde de l'art dénoncent la tendance actuelle aux dérives commerciales de l'art. Régulièrement, le débat rebondit sur les dérives supposées d'institutions uniquement préoccupées par leur « attractivité touristique » et des critiques mettent en avant des stratégies de développement fondées sur la communication, le spectaculaire et les choix culturels démagogiques, glissant vers la marchandisation de la culture (expositions « blockbusters ») au détriment d'autres finalités traditionnellement attribuées aux musées, du moins dans leur conception française : démocratisation culturelle, diffusion du savoir, valorisation du patrimoine... L'opposition par ailleurs fustigée entre tourisme et culture semble refaire surface dans ces débats contemporains.

Si les musées apparaissent de plus en plus comme des acteurs du développement, il s'agit d'en évaluer les impacts sur le plan touristique. C'est dans cette lignée que s'inscrit ce colloque. Il s'agit de mieux comprendre la relation aujourd'hui renouvelée entre musées et tourisms, dans le contexte de développement ou de renouvellement urbain et métropolitain.

RESPONSABLES SCIENTIFIQUES

- E.I.R.E.S.T. (Equipe Interdisciplinaire de REcherche Sur le Tourisme) - Université Paris1 - Panthéon-Sorbonne.

RESPONSABLES SCIENTIFIQUES : Edith FAGNONI, Maria GRAVARI-BARBAS

- Chaire UNESCO « Culture, Tourisme, Développement »

RESPONSABLE SCIENTIFIQUE : Maria GRAVARI-BARBAS

PARTENAIRES

- Société de Géographie

- IPAG-Paris

COMITE SCIENTIFIQUE

- Marie BERDUCOU, Histoire de l'Art, Maître de conférences à l'Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne
- Géraldine DJAMENT, Géographie, Maître de conférences à l'Université de Strasbourg
- Edith FAGNONI, Géographie, Maître de conférences à l'Université Paris-Sorbonne (IUFM), laboratoire EIREST, Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne
- Gilles FUMEY, Géographie, Professeur à l'Université Paris-Sorbonne (IUFM), laboratoire ENeC
- Nelson GRABURN, Anthropologie, Professeur à l'Université de Berkeley
- Maria GRAVARI-BARBAS, Architecture, Géographie, Professeur à l'IREST et Directrice de l'IREST, Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne, directrice du laboratoire EIREST, Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne
- Denis GUILLEMARD, Histoire de l'Art, Maître de conférences à l'Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne
- Anne HERTZOG, Géographie, Maître de conférences à l'Université de Cergy
- Sébastien JACQUOT, Géographie, Maître de conférences à l'IREST, laboratoire EIREST, Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne
- Isabelle LEFORT, Géographie, Professeur à l'Université Lyon 2, laboratoire EIREST, Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne
- Christine MENGIN, Histoire de l'Art, Maître de conférences à l'Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne, laboratoire EIREST
- Dominique PAGES, Littérature et médias, Maître de conférences au Celsa, Université Paris-Sorbonne, laboratoire Gripic
- David PICARD, Anthropologie, Maître de Conférences à l'Université de Lisbonne
- Valéry PATIN, Sociologie, Professeur associé à l'IREST, Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne
- Dominique POULOT, Histoire, Professeur à l'Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne
- Mike ROBINSON, Géographie, Professeur à la Leeds Metropolitan University
- Fabrice THURIOT, Droit, Ingénieur de Recherche, Université de Reims
- Jean-Michel TOBELEM, Gestion, Directeur d'Option Culture
- Jean-Didier URBAIN, Linguistique, Professeur à l'Université Paris Descartes-Paris 5
- Michèle VIROL, Histoire, Maître de conférences HDR à l'Université Paris-Sorbonne (IUFM), Laboratoire Roland Mousnier, UMR 8596

COMITE D'ORGANISATION

- E.I.R.E.S.T. (Equipe Interdisciplinaire de REcherche Sur le Tourisme) - Université Paris1 Panthéon-Sorbonne :

Edith FAGNONI, Maria GRAVARI-BARBAS,

- I.P.A.G. (Institut de Préparation à l'Administration et à la Gestion): Frédéric TEULON

MODALITES DE PARTICIPATION

- L'appel à communication, largement interdisciplinaire, s'adresse à des chercheurs de différentes disciplines.
- Une version plus détaillée de l'appel à communication en français est disponible sur le site internet du colloque <http://www.univ-paris1.fr/ufr/institut-de-recherche-et-detudes-superieures-du-tourisme/actualites/>
- Les personnes qui souhaitent soumettre une proposition de communication sont invitées à envoyer un texte d'environ 2 500 signes à la fois à e.fagnoni@wanadoo.fr et à maria.gravari-barbas@wanadoo.fr avant le 10 juillet 2010 date de rigueur.
- Les propositions doivent insister explicitement sur la manière dont elles prennent en compte un des questionnements du colloque présentés plus haut. Elles doivent être accompagnées d'une présentation courte de l'auteur (environ 500 signes).
- Le Comité Scientifique confirmera les communications retenues avant le 15 septembre 2010.
- Le programme définitif sera diffusé avant le 20 octobre 2010.

CALENDRIER

20 et 21 janvier 2011

CONTACTS

Edith Fagnoni : e.fagnoni@wanadoo.fr

Maria Gravari-Barbas : maria.gravari-barbas@wanadoo.fr

SITE INTERNET

<http://www.univ-paris1.fr/ufr/institut-de-recherche-et-detudes-superieures-du-tourisme/actualites/>