



ASSOCIATION
LRSH

LABORATOIRE DE RECHERCHE EN SCIENCES HUMAINES

Étude sur les visiteurs individuels du Musée d'Orsay

Analyse du dispositif d'information et d'orientation et des parcours de visite

Synthèse

2 avril 2007

Astrid Fontaine - Cécile Bouchet - Wenceslas Lizé - Harold Moreau

Association Laboratoire de Recherche en Sciences Humaines (LRSH)

213 rue Sadi Carnot – 93170 Bagnole

SIRET : 44323326700030

APE : 732 Z

<http://asso.lrsh.free.fr>, courriel : asso.lrsh@free.fr

<u>RAPPORT AU DISPOSITIF D'INFORMATION ET D'ORIENTATION</u>	3
L'INTRODUCTION AU MUSÉE	3
L'IDENTITÉ VISUELLE DU MUSÉE	4
PROMOTION ET PRÉSENTATION DES OUTILS DE MÉDIATION, LOCALISATION DES DISPOSITIFS	5
DES OUTILS QUI NE FAVORISENT PAS L'INTERACTION ENTRE VISITEURS	6
DES USAGES DIFFÉRENTS SELON LE TYPE DE VISITE	6
L'IDENTIFICATION DES COMPÉTENCES DU PERSONNEL	7
DES LACUNES DANS LES INFORMATIONS DONNÉES AU VISITEUR	9
<u>LES PARCOURS DE VISITEURS</u>	10
COMMENT LES VISITEURS DÉBUTENT-ILS LEUR VISITE ?	10
LE RÔLE DES NŒUDS DÉCISIONNELS DANS LES ITINÉRAIRES DE VISITE	10
PERCEPTION DE L'ESPACE ET PARCOURS CONTRAINTS	11
APPROPRIATION DE L'ESPACE ET FRÉQUENTATION	12
DES FORMES DE CIRCULATION LIÉES AUX TYPES DE VISITES	13
LES ESPACES SOUS FRÉQUENTÉS	16
1) DES ESPACES PEU MIS EN AVANT PAR LE MUSÉE	16
Les galeries d'arts graphiques et de photographies	16
2) DES ESPACES DIFFICILES À REPÉRER	17
Les salles d'arts décoratifs (Art nouveau, Japonisme et Orientalisme) et la salle des fêtes	17
3) DES DONNÉES COMPORTEMENTALES : LA FRÉQUENTATION DES SALLES EST LIÉE À LEUR POSITION	
DANS UN ENSEMBLE	18
La sous-fréquentation des salles de seconde position	18
Spécificité du niveau 4	18
<u>TYPOLOGIE DE VISITES</u>	19
LA VISITE CONSCIENCIEUSE	20
LA VISITE CIBLÉE	20
LA VISITE VAGABONDE	21
LA VISITE ACCOMPAGNÉE COMME PRATIQUE DE SOCIABILITÉ	21
LA VISITE TOURISTIQUE D'UN LIEU PATRIMONIAL	22
<u>LA QUESTION DES USAGES SOCIAUX DE LA VISITE : UNE PISTE À EXPLORER</u>	22

SYNTHÈSE ET CONCLUSIONS

Sur le parvis, lieu du premier contact avec le musée, le visiteur est accueilli par les éléments du dispositif d'information et d'orientation qui vont le guider tout au long de sa visite. Après s'être introduit, par la marquise, dans une zone de transition dédiée aux formalités pratiques (contrôle de sécurité, billetterie, vestiaire) il entre dans le secteur de présentation des œuvres (collections permanentes ou expositions), la nef.

A partir de là, il va construire un parcours adossé à la fois à ses intentions et au contexte de visite, à ses acquis culturels, aux contraintes architecturales de l'ancienne gare et de son réaménagement, et enfin aux aides et à l'accompagnement proposés par le musée¹.

RAPPORT AU DISPOSITIF D'INFORMATION ET D'ORIENTATION

L'introduction au musée

En entrant dans le musée, le visiteur prend donc connaissance, intuitivement et de façon automatique, de l'environnement et de la signalétique, et entre en contact avec le personnel. La qualité de l'accueil repose sur des éléments mobiliers mais aussi sur la nature du « message de bienvenue » qu'adresse l'institution à son public.

Par quel discours introductif le musée accueille-t-il ses visiteurs ? Que dit l'institution d'elle-même, comment se présente-t-elle au visiteur, comment l'introduit-elle dans l'espace muséal ? Comment l'institution répond-elle aux questions que le visiteur se pose à son propos : à quoi ai-je affaire ? Quelle est l'offre du musée ? Comment s'organise le parcours de visite ? Quel est le fil conducteur ? Existe-t-il un parcours type (ou idéal) ? Que dois-je savoir pour comprendre et apprécier ce que je vais voir ?

Le visiteur occasionnel, peu familier de l'art et éventuellement primo-visiteur, peut se sentir mal à l'aise et impressionné par l'institution, qui gagne à le rassurer², à se présenter à

¹ Nous rappelons que les constats et analyses ci-dessous sont fondées uniquement sur le point de vue du visiteur, et ne prennent pas en compte les multiples contraintes propres à la gestion d'un établissement de l'envergure du musée d'Orsay, qu'elles soient économiques, humaines ou en lien avec l'architecture même de cet espace.

² Sur ce point, voir DEBENNETTI S., 2003, p273-278, *op. cit.*

lui de façon à ce qu'il se sente outillé pour comprendre ce qu'il va voir. Le discours introductif passe à la fois par une présentation du bâtiment, de son architecture et de son agencement, de la logique qui préside à la présentation des collections.

Si le visiteur passe à côté des dispositifs d'accompagnement et des outils d'interprétation que propose le musée, si les informations qui lui sont adressées sur différents supports ne sont pas vues ou pas comprises (ceci est d'autant plus vrai pour les visiteurs étrangers), il peut alors se sentir livré à lui-même et éprouver la désagréable sensation de ne rien y comprendre, voire le sentiment de ne pas être à sa place dans ce haut lieu de la culture.

Des informations succinctes livrées en début de visite seraient peut-être utiles à mettre en place : langues parlées par le personnel, organisation et contenu de chaque niveau, parcours possibles, et éventuellement emplacement des œuvres majeures. Afin de faciliter l'appréhension de l'espace du musée et la localisation des œuvres, il semble également judicieux de faire en sorte que les visiteurs disposent du plan-guide avant même d'entrer dans l'enceinte du musée. Pour ce faire, un employé pourrait être chargé de distribuer les guides dans la file d'attente. Cela aurait le double avantage de faire patienter le visiteur et de lui permettre de préparer son itinéraire de visite, plutôt que de découvrir le plan au moment même où il se trouve confronté à l'impressionnant espace du musée.

L'identité visuelle du musée

L'introduction du visiteur dans le musée est une étape cruciale puisque c'est à cet instant qu'il prend connaissance des outils qu'on lui propose et des signaux sur lesquels il pourra s'appuyer tout au long de son parcours. L'identité visuelle (relation nature du contenu / support, homogénéité des couleurs et des signes graphiques) du musée doit être immédiatement lisible, les fonctions et compétences du personnel également (agents de sécurité, agents d'accueil susceptibles de parler différentes langues, d'orienter et de renseigner le visiteur). De fait, le non-respect du principe de la systématique concernant les supports d'orientation et de médiation peut immédiatement engendrer une confusion chez le visiteur.

L'enquête montre que, pour le visiteur, l'ensemble du bâtiment forme un tout : il ne perçoit pas nécessairement l'existence d'espaces différenciés au moment où il s'y introduit comme peuvent le faire les services qui ont en charge leur administration et leur animation. Si la signalétique qui s'offre à lui dans ces différents espaces n'est pas homogène, il ne peut qu'être perturbé et tenu d'adapter sans cesse son point de vue et sa lecture de l'espace.

Or, à son entrée dans le musée, le visiteur est immédiatement confronté à une multitude d'informations présentées sur différents supports, relevant de chartes graphiques différentes et dont le positionnement peut parfois lui paraître aléatoire : plots divers et variés sur le parvis et

à proximité des caisses, kakémonos au-dessus des caisses et derrière celles-ci, affichettes posées sur les caisses elles-mêmes mais aussi derrière les caissiers, textes apposés sur différents supports (vitres, parois en bois).

Promotion et présentation des outils de médiation, localisation des dispositifs

Submergé par une foule d'informations disparates et dispersées, les visiteurs ne prennent pas toujours connaissance des différents outils mis à leur disposition par le musée. Ils omettent bien souvent de voir les comptoirs d'information sous la marquise, ce qui occasionne pour une part d'entre eux une visite sans plan-guide. Ainsi ces deux visiteuses (22G) sont-elles passées au travers des mailles du dispositif et éprouvent le besoin de consulter un plan ou une carte à l'occasion de chaque changement de niveau, pointant le problème du passage entre les différents niveaux dans l'orientation du visiteur. Ou encore ces deux visiteurs (6, 8A), qui, en cours de visite, retournent aux comptoirs d'information sous la marquise pour y chercher un plan. Plusieurs visiteurs passent également à côté de la possibilité de louer un audioguide et en apprennent l'existence par l'utilisation qu'en font d'autres visiteurs.

L'enquête porte à penser que la promotion et la présentation des différents services et outils de médiation gagneraient à être centralisées sur un même lieu, dans un même espace, permettant l'identification immédiate des services proposés, de leur coût et des langues disponibles.

Les plots, de formes multiples, supportent des informations de nature différentes, ne font pas l'objet d'une charte graphique unifiée et leur emplacement est variable. Pour les visiteurs observés ou interrogés, ils ne représentent pas une « balise » fiable à laquelle on peut se référer régulièrement pour trouver son chemin ou glaner une information. Il en va de même pour les outils de médiation que le visiteur rencontre au cours de sa circulation dans l'espace muséal : cimaises-textes pour les expositions temporaires, cartels et fiches du musée.

Les fiches du musée d'Orsay trouvent leur utilité essentiellement dans trois espaces (allée centrale, terrasse Seine et salle 33) où l'environnement invite à la lecture (bancs ou chaises, éclairage) tandis que les autres présentoirs semblent parfois à la dérive dans le musée, poussant le visiteur à s'interroger sur leur lien avec les œuvres qu'ils sont en train de voir et sur l'enrichissement qu'elles pourraient représenter. Plusieurs visiteurs les découvrent

tardivement dans leur parcours, à un moment où la fatigue prend le dessus sur le désir d'apprendre : en somme, elles n'arrivent « pas au bon endroit, pas au bon moment ».

Enfin, les cimaises-textes, exclusivement dédiées aux expositions et présentations temporaires, sont essentiellement lues par les visiteurs dont l'intention initiale était centrée sur ces expositions et non sur les collections permanentes. Mais vers quel support le visiteur des collections permanentes peut-il se tourner, à l'exception des fiches ?

Des outils qui ne favorisent pas l'interaction entre visiteurs

La visite du musée est aussi associée à un temps de sociabilité. Les visiteurs viennent fréquemment accompagnés de leur conjoint, d'amis, de membres de leur famille. Les échanges entre visiteurs venus partager ensemble ce moment font partie intégrante de l'expérience de visite. La prise en compte de cette dimension collective des visites dans la conception des outils de médiation est donc un élément important, car s'ils demandent une trop grande attention et ne peuvent être manipulés que par une seule personne, les visiteurs auront tendance à les délaisser, leur préférant par exemple les textes muraux qui autorisent la lecture à plusieurs. Or, à ce jour, ces textes muraux concernent uniquement les expositions temporaires.

On observe cependant que les visiteurs développent des stratégies de contournement et d'appropriation de ces objets conçus pour un usage solitaire, tout comme ce couple qui n'a loué qu'un audioguide pour deux, mobilise les fiches du musée pour comparer les informations fournies par ces deux supports, et en profite ainsi pour « garder le contact », maintenir l'échange durant leur parcours.

Des usages différents selon le type de visite

Selon que le visiteur effectue une visite consciencieuse, ciblée, vagabonde, touristique ou familiale³, selon aussi qu'il s'agit d'un primo-visiteur ou d'un visiteur expérimenté, ses besoins en termes d'accompagnement à la visite diffèrent. A condition d'être bien informé sur le panel d'outils proposé par le musée, il y piochera ceux qui apporteront une réponse adaptée à son projet initial.

³ Voir Typologie de visites.

Ainsi, la visite consciencieuse appelle-t-elle généralement un usage scrupuleux de tous les outils d'aide à l'interprétation : cartels, cimaises-textes, dépliants, fiches du musée, vérification des salles sur le plan-guide, mais aussi librairie, éventuellement audioguide.

De son côté, le visiteur engagé dans une visite ciblée n'hésitera pas à laisser de côté des pans entiers du musée, ne s'encombrera pas nécessairement d'un plan-guide mais cherchera davantage des informations détaillées situées à proximité des œuvres qui l'intéresse. Au musée d'Orsay, il utilisera donc les fiches du musée, puisque les cimaises-textes et les dépliants sont consacrés aux expositions temporaires. S'il s'agit d'un artiste ou d'un expert, il cherchera peut-être une documentation précise, faisant la jonction entre la visite au musée et son domaine d'expertise ou de pratique. L'enjeu pour le musée est alors de tenir le rôle d'un centre de ressources.

À l'inverse, le visiteur « en promenade », celui qui effectue une visite vagabonde, ne ressent pas le besoin d'outils d'accompagnement à la visite. Il se laisse guider par les œuvres elles-mêmes, dont il regarde éventuellement les cartels. Il peut éprouver le besoin d'en apprendre davantage sur tel artiste ou telle œuvre, mais peut aussi remettre à plus tard sa recherche d'information.

Le visiteur accompagné, qu'il s'agisse d'amis, de conjoints ou de famille avec enfants, cherchera davantage des outils de médiation prenant en compte la dimension collective de la pratique et son caractère convivial. Si la visite des enfants est prioritaire, des outils d'accompagnement spécifiques, comme le livret que propose le musée, seront appréciés.

Enfin, le visiteur attiré par le musée comme lieu patrimonial dans le cadre d'une visite touristique sera davantage intéressé par l'emplacement des chefs-d'œuvre qu'« il faut avoir vu », mais aussi par le bâtiment en lui-même. Ce visiteur-là, fréquemment primo-visiteur, se montrera particulièrement sensible au discours introductif et au « message de bienvenue »⁴ que lui adresse l'institution. Il attend également que l'ensemble du dispositif d'information et de médiation soit accessible sur le plan linguistique, c'est-à-dire que les traductions des informations soient présentes et lisibles. De nombreux enquêtés ont manifesté leur mécontentement à ce sujet (notamment pour les cartels). Enfin, l'aménagement de l'espace favorisant la prise de photographies pourra également améliorer le confort de sa visite.

L'identification des compétences du personnel

Les agents Cave Canem sont les premières personnes que rencontrent les visiteurs sur le parvis, aux abords des entrées puis au passage sous le portique de sécurité. Ils sont par

⁴ Voir DEBENEDETTI S., 2003, p273-278, *op. cit.*

conséquent sollicités pour répondre à des questions relevant de l'accueil (horaires, tarifs, orientation, modes de transports...), ce qui, en principe, ne relève pas de leurs fonctions.

La deuxième personne que rencontre le visiteur est le caissier. Sa fonction est claire et bien identifiée du fait du dispositif spatial dans lequel il est intégré. Au moment de l'achat du billet, visiteur et caissier se trouvent suffisamment proches l'un de l'autre pour que le visiteur étranger voit le badge indiquant les langues parlées par le caissier et s'autorise à s'exprimer dans sa langue maternelle ou en anglais. Ce qui n'est pas le cas pour les autres agents croisés dans l'espace muséal.

Le temps de passage à la caisse est relativement long, ce qui peut s'expliquer par plusieurs raisons :

- Le caissier est la première personne « de la maison » auquel s'adresse le visiteur.
- Le visiteur n'est bien souvent pas informé des tarifs avant son passage en caisse. Les indications aux abords des caisses (affichettes, plots, textes apposés au dos des caissiers) ne sont pas forcément lisibles lorsque le visiteur est dans la file d'attente.
- Le visiteur n'a pas nécessairement connaissance des modalités de paiement spécifiques concernant l'exposition temporaire principale et les présentations temporaires gratuites.
- Plusieurs visiteurs s'attendent à se voir distribuer lors de leur passage en caisse un plan-guide. Suivant cette logique, ils s'attendent plus largement à ce que leur soient données des informations relatives à ce qu'ils s'apprêtent à voir.

Après s'être acquitté du prix de son billet, le visiteur peut éventuellement s'adresser à un agent posté aux comptoirs d'information. Mais, comme on l'a vu, ceux-ci sont parfois repérés lors de la sortie plutôt qu'à l'entrée. L'insuffisance de personnel ne permet pas d'identifier ces espaces comme des lieux d'information. Ils se présentent souvent comme des comptoirs vides faisant office de présentoirs pour les plans-guide.

Le visiteur peut ensuite s'engager vers la librairie, passe éventuellement par le vestiaire, avant de traverser la barrière climatique, ultime frontière avant l'espace muséal. Nous avons observé que c'est souvent auprès des contrôleurs que les informations principales sont demandées.

Sur le haut de nef, le visiteur est amené à rencontrer des supports variés : cimaises sur rail, plots, kakémono de Maurice Denis en milieu de nef. Son champ visuel intègre également plusieurs comptoirs de part et d'autre de l'escalier central : librairie, comptoir de distribution de l'audioguide, amis du musée – comptoir d'information. L'observation montre que, de son point de vue, toutes les personnes postées derrière un comptoir (dont il n'identifie pas

immédiatement la fonction, excepté pour la librairie), appartiennent au musée et sont *a priori* susceptibles de lui donner l'information qu'il recherche, qu'il s'agisse de la localisation des services, des œuvres, du parcours éventuellement suggéré par le musée ou des outils de médiation. Si la confusion ne porte pas nécessairement ici à conséquence, en revanche, la difficulté à identifier le statut du personnel qui circule dans l'espace muséal nuit à la qualité et au confort de visite : s'agit-il d'agents de sécurité ou d'agents d'accueil ? Sauront-ils fournir des indications sur les collections ? Parlent-ils la langue du visiteur ? Faute sans doute d'indication en ce sens, les visiteurs étrangers supposent la plupart du temps qu'ils ne la parlent pas.

L'absence de codes vestimentaires clairement identifiables (variations dans le port du badge et dans le vêtement, absence du logo du musée d'Orsay, manque de visibilité des drapeaux indiquant les langues parlées) contribuent à maintenir la confusion du visiteur quant à la fonction et aux compétences du personnel.

Des lacunes dans les informations données au visiteur

L'enquête fait apparaître des carences dans les informations transmises au visiteur. L'existence d'un parcours chronologique pourrait notamment être présentée plus clairement, que ce soit sur le plan-guide ou sur un autre support (cimaise) à l'entrée de la zone muséographique. C'est bien souvent l'intention qui préside à la muséographie mise en œuvre qui échappe au visiteur : l'exposition des œuvres impressionnistes au niveau 5 en vue de bénéficier de la lumière zénithale et de voir ces œuvres dans des conditions proches de celles de leur création est un élément important pour les apprécier, mais aussi pour comprendre l'agencement des collections et la spécificité du parcours chronologique. Or, plusieurs visiteurs interrogés n'avaient pas du tout saisi la logique selon laquelle s'organise l'exposition.

Nombreux sont ceux également qui déplorent le manque d'informations susceptibles de les aider à l'appréciation et à la connaissance des œuvres. À l'exception des cartels et des fiches du musée, qui comme on l'a vu n'arrivent pas toujours « au bon endroit et au bon moment », le visiteur n'a pas accès à des informations plus détaillées à proximité des œuvres.

LES PARCOURS DE VISITEURS

Comment les visiteurs débutent-ils leur visite ?

L'accueil comme le discours introductif ont un impact sur les parcours. Les visiteurs entrent dans l'espace muséal par la plateforme située derrière la barrière climatique⁵. Cette terrasse introduisant dans la nef a deux fonctions : c'est à la fois le lieu de repérage et d'appropriation visuels de l'espace et le premier pivot d'orientation. Le visiteur y dispose d'informations et d'aides à la visite (personnel, plan-guide, POG, plots, cimaises sur rail) qui potentiellement vont l'aider à décider de son itinéraire parmi plusieurs choix possibles. Les voit-il ? Comprend-il leur usage ou leur intérêt ?

Une partie des visiteurs prend le temps de découvrir l'espace s'ouvrant sous leurs yeux, de s'y repérer visuellement, d'étudier les éléments du dispositif d'information et d'orientation. D'autres visiteurs se dirigent immédiatement dans la nef par l'escalier central, sans tenir compte de ce palier introductif... quitte à revenir chercher un plan-guide en cours de visite. La moitié seulement des visiteurs suivis s'y sont arrêtés de façon significative.

Le rôle des nœuds décisionnels dans les itinéraires de visite

Au fil de son cheminement, le visiteur rencontre plusieurs de ces nœuds d'embranchement. Il doit opter pour un trajet parmi plusieurs proposés, avec l'aide des informations (la signalétique) dont il dispose à ces endroits. L'itinéraire de visite prend essentiellement forme lors du passage par ces pivots directionnels.

L'enquête permet de repérer quatre principaux nœuds décisionnels : deux au niveau 0⁶, un au niveau 2⁷ et un au niveau 5⁸. Nous avons vu que les choix opérés à ces grandes intersections déterminent le parcours du visiteur, lui permettant de découvrir tel ou tel secteur ou lui en faisant ignorer d'autres.

⁵ Un seul des visiteurs suivis entre dans la nef via le niveau - 1 (niveau dédié à l'accueil des groupes) vers lequel il a été dirigé par un agent du musée en raison de l'affluence au vestiaire du niveau 0. En conséquence de quoi il s'introduit dans la zone muséographique par le bas de nef (salle 'au lion') au débouché du niveau - 1.

⁶ La plateforme d'entrée à partir de laquelle nous avons relevé huit variantes d'itinéraires chez les visiteurs observés et le milieu de nef. Nous présentons les possibilités de déambulation auxquelles ouvrent ces carrefours dans la partie Combinatoire de parcours et carrefour d'orientation.

⁷ Le palier situé à proximité de l'escalator montant nord/ouest.

⁸ Le palier sur lequel débouche l'escalator situé au tympan nord/ouest.

Dans cette perspective, la visite peut être analysée comme le produit de choix réalisés successivement par le visiteur en fonction de ses intentions au sein de l'ensemble des orientations possibles, autrement dit au sein de la combinatoire de choix qu'offrent les multiples intersections du musée. Mais le visiteur n'a qu'une idée extrêmement restreinte de ces multiples itinéraires possibles et se décide généralement à mesure qu'il évolue dans le musée en fonction des informations dont il dispose pour s'orienter. C'est en effet dans la construction de ces parcours effectifs que l'écart se creuse parfois entre le projet du visiteur, la perception des orientations qui s'offrent à lui et la combinatoire d'orientations possibles.

À titre d'exemple : ce visiteur qui, souhaitant se rendre au niveau 2, s'est engagé dans l'escalator du fond de nef et s'est finalement retrouvé au niveau 5. Comme il l'a ensuite expliqué, rien ne pouvait lui laisser supposer l'escalator ne desservait pas le niveau 2⁹. Ou bien ces visiteurs qui sont montés au niveau 2 en pensant y trouver l'escalator reliant le niveau 5, pour finalement redescendre d'où ils venaient au niveau 0¹⁰. Ainsi l'enquête permet-elle de mesurer combien l'outillage proposé par le musée en termes d'information sur les collections ou opérations en cours, en termes de médiation culturelle et de signalétique d'orientation, joue un rôle déterminant dans l'élaboration de leur parcours par les visiteurs.

Perception de l'espace et parcours contraints

Les emboîtements de niveaux ou de demi-niveaux complexifient la compréhension de l'espace et peuvent induire les visiteurs en erreur. Cet aspect est renforcé par les lieux en passerelles, en terrasses, les sortes de ponts suspendus, comme en haut de la tour Seine, ou encore par les lieux ouverts comme ceux du niveau 0¹¹. Malgré le repérage visuel instantané, le visiteur a le sentiment d'être dans un labyrinthe, c'est-à-dire dans un lieu où il doit trouver son chemin. Dans la nef, au premier contact visuel, le visiteur doit organiser, hiérarchiser et mettre en adéquation ses intentions avec les outils dont il dispose : l'information et le dispositif d'orientation conçus par le musée. Il s'agit d'une adaptation cognitive importante, devant laquelle il peut renoncer, préférant déambuler 'au petit bonheur'¹². Mais lorsqu'il échoue à s'orienter et manque les œuvres qu'il souhaite voir, la déception le guette. Dans un contexte de désorientation, les visiteurs finissent par douter des informations rencontrées.

⁹ Observation 19E.

¹⁰ Observation 17.

¹¹ Hormis la galerie Lille.

¹² « Moi c'était plutôt les pancartes de direction, explique un visiteur. On a eu du mal à se diriger quand même. Sauf pour la donation, on a réussi à suivre. Mais le reste du temps, ça a quand même été nos plus grandes questions : vers où on va ? Vers où ça nous mène ? Souvent, on a avancé au pif. Tout le temps. » Entretien 22G.

Le réseau d'itinéraires, caractéristique du niveau 0 existe partiellement au niveau 2 où la circulation est relativement contrainte par la configuration architecturale. Cette contrainte est la plus forte au niveau 5. Toutefois, les variantes d'itinéraires existent. Elles sont rendues possibles par les modalités d'entrée à cet étage : selon que le visiteur s'introduit par le tympan ou par le fond de nef, son parcours s'en trouve modifié.

Les variantes d'itinéraires reposent en partie sur la façon dont le visiteur s'introduit aux différents niveaux. L'accès qu'il utilise pour passer d'un étage à l'autre a une influence potentielle sur son parcours et donc sur les espaces fréquentés. Quatre voies permettent l'accès au niveau 5 : deux en fond de nef (est : l'escalator depuis le niveau 0 et l'escalier dans la tour Seine depuis le niveau 2) ; deux au tympan (ouest : depuis le niveau 2, l'escalator ou l'escalier au nord, l'escalier au sud). Nous savons que selon la « porte » par laquelle le visiteur entre au niveau 5, le risque qu'il se trouve dans l'obligation de revenir sur ses pas, qu'il se sente désorienté ou peine à comprendre le « discours muséal », ou encore qu'il rate une partie des collections, peut être important.

Ainsi, disposer d'informations concernant non seulement l'orientation mais également le contenu des salles est essentiel aux nœuds d'embranchements où le visiteur décide de la suite de son parcours.

Appropriation de l'espace et fréquentation

A son entrée dans le musée, la plupart des visiteurs (dix-huit sur vingt-et-un) se dirige vers le bas de nef par l'escalier central. Le niveau 0 est le plus visité : seuls deux visiteurs sur vingt-et-un ne s'y rendent pas.

La grande majorité des visiteurs observés (dix-huit sur vingt-et-un) visite, au minimum, deux étages du musée. Seuls trois visiteurs parcourent un seul étage (le niveau 0)¹³.

- Le niveau 0 est le plus fréquenté par les visiteurs suivis (dix neuf des vingt-et-un visiteurs) et les salles 1, 2 et Opéra reçoivent le plus grand nombre de visiteurs.
- Puis vient le niveau 2 avec seize visiteurs dont une majorité (douze) se rend à la présentation temporaire de la donation Rispal et une grosse moitié (neuf) dans les salles d'arts décoratifs 61 à 66.

¹³ Sept visiteurs parcourent deux niveaux en appliquant l'ensemble des combinaisons possibles (niveaux 0 et 2, 0 et 5, 2 et 5) ; huit visiteurs parcourent les trois niveaux 0, 2 et 5. Le dernier tiers est composé de trois visiteurs ayant parcouru le musée sur ses quatre niveaux.

- Le niveau 5 est en troisième position avec quinze visiteurs qui, tous, visitent la galerie des Impressionnistes. La configuration architecturale et son effet de couloir joue sur cette régularité : un visiteur engagé dans la galerie la traverse jusqu'à son extrémité.

Ainsi, malgré la réputation de « musée de l'impressionnisme » du musée d'Orsay, les visiteurs ne se rendent pas forcément dans les salles dédiées à ce mouvement pictural, ou renoncent à le faire pour différentes raisons : saturation, fatigue, manque d'information. L'ordre dans lequel le visiteur construit sa visite, le fait qu'une majorité d'entre eux enchaînent le niveau 2 après le niveau 0¹⁴, semble pénaliser le niveau 5. Notons également que le premier espace accessible depuis l'entrée (le niveau 0) est valorisé par les visiteurs.

Sur la base de notre enquête, nous faisons l'hypothèse que s'ils ne visitent pas le niveau 5, c'est en raison des difficultés qu'ils doivent surmonter dans un univers de grande complexité déambulatoire. Nous avons souligné la vaste combinatoire d'orientations que recèle le musée : elle peut apparaître comme une richesse mais peut aussi devenir un handicap si le visiteur n'en possède pas la grammaire.

Des formes de circulation liées aux types de visites

Chaque niveau présente une organisation particulière qui influe sur les façons dont les visiteurs s'approprient l'espace.

Trois formes d'appropriation sont lisibles au niveau 0 :

- *L'axe central.* Une première catégorie de visiteurs parcourt la nef par son centre. Ils ne s'éloignent pas ou peu d'un axe central autour duquel se construit la visite.
- *Le pourtour.* Une seconde catégorie visite le rez-de-chaussée par son contour. En simplifiant, on peut dire qu'ils longent les murs et, à l'extrême, oublient l'allée centrale.
- *Le lacis.* La troisième catégorie témoigne de la volonté de tout voir, de cheminements qui fouillent l'espace en tous sens et pourraient tendre à l'exhaustivité chez certains visiteurs qui sont, par ailleurs, très attentifs aux œuvres et à leurs cartels.

Quatre formes d'appropriation de l'espace sont perceptibles au niveau 2 :

¹⁴ C'est le cas de neuf visiteurs, sur les quinze poursuivant leur visite au-delà du niveau 0. Nous rappelons que trois visiteurs ont limité leur visite au seul rez-de-chaussée et trois n'ont pas débuté leur visite au niveau 0 mais directement par le niveau 2 ou par le niveau 5.

- *L'incursion.* Une première catégorie de visiteurs ne fait qu'une brève incursion au niveau 2, soit par erreur (ils ne souhaitent pas vraiment se rendre à cet étage) soit parce qu'ils s'y rendent uniquement pour la donation Rispal et, leur visite terminée, redescendent au niveau 0.
- *Le repérage global.* La seconde catégorie de visiteurs prend possession du niveau 2 au cours d'une visite caractérisée par sa rapidité et son tracé linéaire. Le projet est moins tourné vers les œuvres que vers une appropriation de l'espace lui-même et une visualisation rapide pouvant s'apparenter à une prise de repères.
- *Procéder à des choix.* Procédant visiblement à des choix, la troisième catégorie de visiteurs s'intéresse davantage aux œuvres mais ne font qu'une visite partielle du niveau 2.
- *Voir le maximum.* Ces parcours témoignent d'une appropriation de l'espace et des œuvres visant à l'exhaustivité. Comme au niveau 0, tout se passe comme si l'objectif était de voir le maximum.

Enfin, trois types de cheminement peuvent être identifiés pour le niveau 5 :

- *La visite exclusive de la galerie des Impressionnistes.* Ici, le visiteur laisse de côté la moitié du niveau 5. Soit parce qu'il ne souhaite pas prolonger sa visite au musée¹⁵, soit parce qu'il n'a pas repéré la galerie des post-impressionnistes.
- *Le tour rapide.* Ces visiteurs parcourent rapidement mais en totalité le niveau 5 en accordant une attention parfois superficielle aux œuvres.
- *La visite fouillée.* Ces visiteurs font une visite fouillée du niveau 5, dans l'esprit de celles observées aux niveaux 0 et 2.

Cette analyse des formes d'appropriation de l'espace à chaque étage invite à se demander si chaque visiteur conserve ou non au fil des étages le même comportement. Parmi les dix-huit visiteurs observés qui ont visité plus d'un étage, on observe alors que sept d'entre eux changent de forme de circulation selon les étages et que la conduite des onze autres demeure constante. Outre les raisons déjà évoquées (saturation, motivation...), la mise en relation des formes de circulation avec la typologie de visite fournit des éléments d'explication des variations ou au contraire de la régularité des formes de cheminement entre les différents

¹⁵ A partir des déroulés de visite (voir Annexes) on observe que pour six visiteurs (sur les quinze qui se sont rendus au niveau 5) cet étage représente le dernier de leur visite à l'issu duquel ils rejoignent la sortie.

étages¹⁶. Il est en effet possible de discerner des régularités parmi les dix-huit visiteurs qui ont visité plus d'un étage :

- Onze montrent une régularité dans leur circulation d'un étage à l'autre, soit en procédant à une visite fouillée visant à l'exhaustivité ; soit en faisant une visite sélective plutôt rapide.

1/ Six visiteurs adoptent les formes de circulation suivantes : en « laxis » au niveau 0, « voir le maximum » au niveau 2, « visite fouillée » au niveau 5.

Du point de vue de la typologie de visite, on remarque que sont concernés ici les visiteurs éloignés du monde de l'art (type « visite consciencieuse ») ou les touristes, provinciaux ou étrangers (type : « visite touristique d'un lieu patrimonial »)¹⁷.

2/ Cinq visiteurs appliquent les formes de circulation typique des visites sélectives : « l'axe central » au niveau 0, « procéder à des choix » au niveau 2, « le tour rapide » au niveau 5.

Au regard de la typologie de visite, il s'agit des visiteurs procédant à une visite à plusieurs (type : « visite accompagnée »), ou bien une « visite de type vagabonde », ou encore la visite de touristes pressés (type : « visite touristique d'un lieu patrimonial »)¹⁸.

- Sept visiteurs changent de style de circulation à chaque étage¹⁹.

On remarque que tous les types définis dans la typologie de visites sont présents ici, à l'exception de « la visite consciencieuse ».

Sont concernés ici les visiteurs qui ont un projet de visite défini (type : « la visite ciblée »). Mais une fois l'objectif dépassé, ils peuvent éventuellement poursuivre leur parcours avec un niveau d'attention et de rythme très différents.

Par définition, la « visite vagabonde » des visiteurs qui agissent par coup de cœur est ici pleinement concernée. Mais on rencontre aussi la visite de touristes moins soucieux que d'autres de tout voir et de porter la même attention aux œuvres du premier et du dernier niveau (type : « la visite touristique d'un lieu patrimonial »).

¹⁶ Les formes de circulation et la typologie de visite ne se confondent pas : cette dernière est construite sur la base d'un ensemble d'éléments empiriques parmi lequel figurent les formes de circulation. Nous présentons plus bas une synthèse de la typologie de visite.

¹⁷ Observations 3, 5, 10C, 15, 19E, 21.

¹⁸ Observations 11, 12, 13, 17, 20F.

¹⁹ Observations 2, 4, 6, 7, 8A, 9B, 22G.

Les espaces sous fréquentés

Différents secteurs du musée sont sous fréquentés. Ils ont été identifiés lors d'une réunion de cadrage avec le commanditaire. Il s'agit principalement des salles d'arts décoratifs, de la salle des fêtes, des galeries d'arts graphiques et de photographies, et enfin du niveau 4.

L'étude permet d'identifier les raisons de cette sous-fréquentation. Ce sont des secteurs difficiles à repérer visuellement, peu soutenu par le dispositif d'orientation et d'information. Ils peuvent aussi faire l'objet d'une promotion plus limitée, dans l'enceinte même du musée et dans les communications extérieures (presse, affichage...). Enfin, leur position géographique se heurte à des habitudes comportementales observées chez les visiteurs.

1) Des espaces peu mis en avant par le musée

Les galeries d'arts graphiques et de photographies

Pour certains visiteurs, la découverte des présentations temporaires fait partie du projet initial de visite. Ces galeries font alors l'objet d'une recherche active.

D'autres visiteurs découvrent ces salles au hasard de leur parcours ou à l'occasion d'erreurs d'orientation. Venu au musée sans autre intention que de découvrir ce lieu prestigieux doté essentiellement, selon eux, de collections liées à l'Impressionnisme, ils poussent leur curiosité jusque dans ces espaces²⁰.

Ces deux salles de présentation temporaire (salles 8 et 10) sont situées dans la galerie de Lille, un secteur lui-même difficile à repérer, particulièrement depuis le haut de nef. Une sorte de claustra occulte en partie son entrée et n'invite pas à s'y engager malgré la signalétique. Nous avons pu observer des visiteurs s'orienter dans sa direction puis, doutant de leur itinéraire, revenir sur leur pas.

La galerie Lille vue comme un espace confiné et intime, particulièrement si on le compare au secteur de la galerie Seine, pourrait être une identité spécifique à explorer conjointement à un dispositif offrant au visiteur une information incitative faisant la promotion de ces collections. Ceci ne semble pas être le cas pour l'instant. Car si les collections de photographies du musée d'Orsay font l'objet de promotion dans la presse, elles souffrent en

²⁰ Parmi les visiteurs qui fréquentent la galerie de photographie et/ou la galerie d'arts graphiques on retrouve ceux qui, au rez-de-chaussée, procèdent à une déambulation par le pourtour ou en lacis. Et notamment les étrangers qui manifestent le souci d'une visite complète.

revanche d'un manque de visibilité à l'intérieur du musée. Peu de visiteurs se dirigent vers ces galeries à l'issue de l'exposition Maurice Denis, alors que ces présentations dialoguent entre elles (l'œuvre picturale d'un côté, l'œuvre photographique et graphique de l'autre) et malgré les plots directionnels situés devant la passerelle dite « de service ».

2) Des espaces difficiles à repérer

Les salles d'arts décoratifs (Art nouveau, Japonisme et Orientalisme) et la salle des fêtes

La salle des fêtes est handicapée à la fois par sa position en retrait et sa proximité du nœud d'embranchement du niveau 2. Elle est d'autant moins repérable qu'elle est cachée par un POG qui fait écran et capte l'attention des visiteurs. L'ajout d'un deuxième POG quelques mètres plus loin n'apporte aucun éclaircissement pour les visiteurs qui, nous l'avons constaté, cherchent la salle 51 alors même qu'ils se trouvent à côté. Le POG écran, la signalétique contradictoire (une flèche semble orienter dans un sens puis le deuxième POG oriente vers le sens opposé), le pivot d'orientation incitant les visiteurs à se diriger vers l'étage supérieur, vers la terrasse Seine ou vers la galerie sous tympan, pénalisent cette salle qui présente pourtant le double intérêt d'introduire le visiteur à l'histoire de la gare d'Orsay et de faire une diversion dans les collections picturales.

Toutefois, le changement de « genre » peut déconcerter une partie des visiteurs qui se détourne de collections auxquelles elle n'est pas, ou pas suffisamment préparée. Là entre à nouveau en jeu le dispositif d'information mais aussi de médiation. Mais le mélange de disciplines apporte un nouveau souffle à d'autres : « c'est bien, ça change » précise une visiteuse à propos des salles d'arts décoratifs qu'elle a découvert par hasard et dans lesquelles, elle et ses deux fils adolescents, sont restés une bonne vingtaine de minutes. Quoi qu'il en soit, la majorité des enquêtés découvrent les salles d'arts décoratifs sans intention initiale, au hasard de leur cheminement.

Une partie de notre enquête s'est déroulée concomitamment à la présentation de la donation Rispal, qui a fait l'objet d'une communication importante dans la presse mais également sur le haut de nef (cimaises sur rail) et à l'entrée de l'exposition (attractivité des cimaises de passage colorées). Cette exposition d'un ensemble d'Art nouveau était localisée au même niveau que les collections permanentes d'arts décoratifs. En l'absence de promotion incitative pour ces salles et de signalétique invitant le visiteur à longer la terrasse Rodin pour se rendre dans les salles 61-66, l'impact de la présentation temporaire sur les collections permanentes d'Art nouveau paraît mineur mais pas négligeable pour autant : sur les douze

visiteurs qui ont vu la donation Rispal (seize visiteurs se sont rendus au niveau 2), cinq se sont rendus dans les salles permanentes d'arts décoratifs dans la continuité de leur visite.

Et pourtant, l'intérêt manifeste des visiteurs découvrant ces salles au hasard de leur cheminement mérite que l'on s'y arrête. En majorité primo-visiteurs et provinciaux, ces visiteurs témoignent de l'attrait de ces collections. Les œuvres des salles d'arts décoratifs exposent des objets (notamment le mobilier) qui peuvent être reliés à l'univers quotidien. De ce point de vue, ils peuvent être considérés comme plus « accessibles » que des œuvres d'art devant lesquels le visiteur néophyte peut se sentir déconcerté, voire ignorant. La scénographie montrant des ensembles cohérents (salon, salle à manger, bureau...) est spectaculaire : elle peut ainsi plaire aux familles et aux visiteurs accompagnés qui y trouvent matière à échanger. Le passage par ces salles correspond souvent aussi à un moment de détente.

3) Des données comportementales : la fréquentation des salles est liée à leur position dans un ensemble

La sous-fréquentation des salles de seconde position

Nous constatons que les premières salles rencontrées sont les plus fréquentées (les salles 1, 2, 3, à l'entrée de la nef ; la salle 15, à l'entrée de la galerie Seine ; la salle 65 à l'entrée de la terrasse Seine). A l'inverse, les salles de second rang enregistrent les plus bas scores aux niveaux 0 et 2. Au niveau 2, six visiteurs au plus sont enregistrés dans les salles longeant le mur Nord²¹.

Spécificité du niveau 4

Seuls trois des vingt-et-un visiteurs suivis parcourent les salles 49 et 50²². Ce niveau cumule les handicaps relatés plus haut : il n'est pas visible à l'œil nu pour le visiteur, le dispositif d'orientation n'incite pas à le visiter, sa localisation et les œuvres qui y sont présentées ne sont pas clairement identifiables sur le plan-guide et enfin, le nom du collectionneur n'évoque rien pour les visiteurs.

²¹ Ce sont les salles 52 à 54, puis les salles 56, 62, 63, 66. Au niveau 0, les salles de « second rang » enregistrant les plus bas scores sont, galerie Seine, les salles 15 à 23.

²² Pourtant, dans leur trajet entre les niveaux 2 et 5, les visiteurs passent à proximité : treize des visiteurs que nous avons suivis utilisent les escaliers situés au tympan. Et neuf d'entre eux sont descendus par l'escalator Lille à l'angle S/O de la nef. Deux s'y arrêtent, tandis que les autres continuent leur descente. Le troisième visiteur des salles 49-50, les a découvertes en montant à pied par les escaliers situé au même angle S/O, côté Lille.

Les informations orientant vers la collection Kaganovitch sont inscrites sur un POG posé latéralement sur la gauche du palier, et donc difficilement repérables. Elles ne sont pas non plus visibles depuis l'escalator descendant.

Certains visiteurs ne s'arrêtent pas car ils ont vu suffisamment d'œuvres et ne peuvent pas « tout absorber ». Dans ces conditions, les espaces muséaux arrivant au terme d'un parcours déjà bien rempli sont défavorisés²³.

De façon générale, lors des changements de niveaux, les visiteurs doivent adapter leur compréhension de l'espace et ont besoin de repères. Ils peinent à comprendre que les étages 3, et 4 en fond de nef, n'ouvrent sur aucun espace muséal.

Ces expériences, parfois réitérées, désorientent les visiteurs, le font douter de ce qu'il est possible de voir ou pas, et brouillent les messages d'orientation.

TPOLOGIE DE VISITES

La typologie est le fruit d'un effort de synthétisation des données qui met en relation l'ensemble des critères suivants :

- la forme et de la durée de l'itinéraire parcouru au sein du musée,
- les modalités d'appropriation de l'espace et des œuvres,
- le rapport au dispositif d'orientation et de médiation,
- la motivation et les attentes des visiteurs,
- le bénéfice attendu de la visite.
- certaines caractéristiques du visiteur : son degré de familiarité avec le monde de l'art ; sa fréquentation du musée d'Orsay ; son lieu de résidence ; le contexte (touristique, professionnel, etc.) dans lequel s'inscrit la visite ; enfin, la présence ou l'absence de compagnons de visite.

L'analyse des données nous a permis de dégager cinq types de visite dont nous avons défini les caractéristiques.

²³ C'est le cas de la salle 48 au niveau 5.

La visite consciencieuse

Sur le plan comportemental, il s'agit de la visite méticuleuse d'un visiteur appliqué à regarder méthodiquement œuvres et cartels. Dans les formes d'appropriation de l'espace, elle renvoie à la catégorie de cheminement en 'lacs' (*cf. supra*) qui tend à couvrir la totalité de la surface du musée. Du point de vue de la motivation, c'est un visiteur soucieux de ne rien manquer. Cherchant à voir le maximum, il est l'antithèse d'un visiteur procédant préalablement à une sélection des artistes, des mouvements artistiques, voire des œuvres.

Faisant preuve de bonne volonté culturelle, ce visiteur s'en remet aux prescriptions de l'institution muséale (plan, guide, etc.) pour organiser sa visite. A la limite, il attend qu'on lui dise ce qu'il doit voir, et comment : certains évoquent l'idée d'un parcours idéal privilégiant l'exhaustivité, auquel ils semblent avoir voulu se conformer. Du point de vue des pratiques culturelles, ce n'est pas un habitué du musée, ni même un familier du monde de l'art. Parce qu'il manque souvent d'instruments cognitifs pour interpréter les œuvres, la quête de significations (registre heuristique) ou, plus simplement, le désir de connaissance (registre cognitif), sont assortis d'une demande et parfois d'une critique de la faiblesse du dispositif d'aide à l'interprétation des œuvres. De longue durée, la visite prend la forme d'une entreprise d'acquisition culturelle et vise en priorité, en termes de bénéfices, un enrichissement des connaissances sur l'art.

La visite ciblée

En terme de motivation, cette visite est gouvernée par une intention précise, un projet préalablement défini : voir ou revoir des œuvres, découvrir une exposition temporaire. A la différence du visiteur précédent, celui-ci procède à des choix, il opère une sélection au sein de l'offre du musée, et il s'y tient. Ces visiteurs font un usage parcimonieux des supports de médiation, les informations sur les œuvres venant généralement en complément d'une culture artistique éprouvée.

On retrouve le plus souvent dans cette catégorie les visiteurs en singleton. Il s'agit parfois de la visite d'un habitué ou d'un adhérent, dans tous les cas d'un familier de l'art. Les bénéfices attendus par ces visiteurs renvoient principalement à des valeurs cognitives, de stimulation esthétique ou expérientielle (plaisir du contact direct avec les œuvres, rapport intime à l'art).

La visite s'inscrit dans certains cas dans le cadre d'une pratique professionnelle ou amateur de l'art. Cette fonction du musée génère, ici aussi, des attentes particulières. Ces visiteurs attendent de disposer à la librairie d'une documentation ciblée faisant la jonction entre la visite au musée et leur domaine d'expertise ou de pratique. Ce type de visite rend manifeste un usage social du musée comme centre de ressources pour professionnels ou amateurs éclairés.

La visite vagabonde

Il s'agit d'une visite souvent rapide qui s'oppose en tout point à la visite consciencieuse. À l'ascétisme et à la quête d'exhaustivité de cette dernière, la visite vagabonde oppose en effet une conduite hédoniste sur le mode de la déambulation. Manifestement peu sensible aux différentes espèces de prescriptions (institution muséale, presse, entourage), l'appréciation de ce qu'il faut voir est conduite par l'intuition et le coup de cœur. À l'entreprise d'acquisition de savoirs que constitue la visite appliquée, la visite vagabonde substitue la découverte et le plaisir de l'instant. Privilégiant le contact direct, sans médiation, avec les œuvres, elle ne s'embarrasse pas de guides ou de quelconques outils d'accompagnement à la visite.

Rapport à l'exposition candide du néophyte ou déambulation cultivée du mondain, il est en tout cas un point qui l'oppose à la visite ciblée : elle n'apparaît jamais comme subordonnée à un objectif précis qui lui préexiste, sinon celui de vagabonder au sein du musée. C'est une visite rythmée par des ralentissements et des accélérations qui fait l'impasse de pans entiers du musée. Dans ces modalités d'appropriation de l'espace, elle rejoint l'itinéraire par l'axe central vue plus haut. Ainsi, contrairement à d'autres types de visites, elle se préserve de la saturation et de la fatigue.

La visite accompagnée comme pratique de sociabilité

Véritable moment d'échange et de convivialité, la visite accompagnée, en famille ou entre amis, relève davantage d'une pratique de sociabilité que d'une expérience esthétique introspective. Chez certains interviewés, la volonté d'être ensemble joue d'ailleurs un rôle aussi important que la motivation culturelle dans la décision de se rendre au musée.

Dans la visite accompagnée, le groupe est un élément central du contexte social de réception des œuvres et des choix qui déterminent l'itinéraire de visite. Médiation fondamentale qui produit à la fois des contraintes et des ressources pour l'appréciation, le collectif contribue à façonner l'expérience esthétique sur les plans comportemental, cognitif et

émotionnel. Les préoccupations inhérentes à la relation avec les proches, l'environnement social, les comportements ludiques sont alors très présents et partagés. A la limite, dans ce type de visite, les œuvres tiennent une place secondaire : elles sont un prétexte à l'échange et au partage entre amis ou en famille.

La visite touristique d'un lieu patrimonial

Ce dernier type de visite renvoie à une visite circonstanciée, réalisée dans le cadre d'un séjour touristique, et motivée par la réputation du lieu. L'intérêt du musée d'Orsay considéré comme un 'site' au même titre que les Catacombes ou les Châteaux de la Loire, est aussi important pour le visiteur que son intérêt artistique. Là, le musée d'Orsay sort de la sphère d'influence traditionnelle des musées d'art pour intégrer celle du tourisme culturel.

Pour comprendre la visite de type touristique, il faut prendre en considération la dimension d'accumulation intensive de connaissances et d'expériences culturelles que possède le séjour touristique. Les bénéfices attendus de la visite touristique du musée d'Orsay relèvent de cette logique d'accumulation qui passe par l'appropriation symbolique de lieux et d'œuvres rares.

La place dans une communauté de voyageurs qui a « fait » Orsay, le sentiment d'appartenance à un groupe partageant une situation ou une condition commune de touriste participent également des bénéfices enregistrés dans ce type de visite. Cette situation engendre des conduites communes et des formes de reconnaissance mutuelle au sein du musée par le biais des attributs et comportements caractéristiques du touriste.

Ainsi, pour les étrangers comme pour les provinciaux, la découverte du musée d'Orsay est bien souvent un moment d'exception. Concernant les formes d'appropriation du musée, on retrouve, aux deux pôles, les visiteurs soucieux de voir le maximum mais aussi ceux qui, venus par simple curiosité pour un lieu recommandé dans leur guide, procèdent à une visite courte allant à « l'essentiel ».

LA QUESTION DES USAGES SOCIAUX DE LA VISITE : UNE PISTE À EXPLORER

Chacun des types de visite analysés précédemment correspond à un ou plusieurs usages sociaux du musée. Du centre de ressources pour les artistes au lieu d'éducation et de pratique artistique des enfants, le musée d'Orsay se prête à des formes d'appropriation diversifiées qui

dépassent la simple contemplation des œuvres artistiques et se laissent parfois difficilement réduire à la notion de « visite ».

La question des usages sociaux de la visite permet de focaliser l'attention sur les logiques singulières selon lesquelles s'organise le rapport au musée et à ses collections. Qu'il s'agisse des amies pour lesquelles la sortie au musée est avant tout une expérience amicale et conviviale, de l'autodidacte qui parcourt minutieusement l'espace muséal jusque dans ses moindres recoins, ou encore du jeune rugbyman qui arpente au contraire d'un pas pressé l'ensemble du musée et dont l'attention est centrée sur les sculptures représentant des êtres ailés, ce sont là autant d'usages hétérogènes au travers desquels différentes catégories de public inventent ou reproduisent des façon de se comporter avec les œuvres au sein du musée. Offrant la possibilité de saisir ce que ces comportements doivent aux caractéristiques, aux motivations et aux bénéfices attendus des spectateurs, la question des usages sociaux du musée nous semble être une piste féconde en vue de l'amélioration des dispositifs d'orientation et de médiation, mais aussi de façon générale pour tout ce qui touche à l'aménagement du musée et à la muséographie.

Intéressante d'un point de vue sociologique, cette problématique répond à certaines demandes des institutions culturelles et des entreprises²⁴. Par ailleurs, l'approche qualitative que nous mettons en œuvre est particulièrement ajustée à ce type de problématique : cette dernière ne peut en effet se passer des méthodes d'enquête capables d'observer des pratiques singulières et d'en ressaisir le sens.

²⁴ Par exemple, l'enquête à l'origine de l'ouvrage de Pierre Bourdieu et ses collaborateurs sur les usages sociaux de la photographie fut commandée par Kodak, et celle sur les usages sociaux de la lecture de Gérard Mauger, Claude Poliak et Bernard Pudal par l'observatoire de France loisirs. Voir BOURDIEU P. (dir.), *Un art moyen. Essai sur les usages sociaux de la photographie*. Paris, Minuit, 1965. Et plus récemment, MAUGER G., POLIAK C., « Les usages sociaux de la lecture », *Actes de la recherche en sciences sociales*, n°123, 1998. Ou MAUGER G., POLIAK C., PUDAL B., *Histoires de lecteurs*, Paris, Nathan, 1999.