

### « L'identité lyonnaise » au risque de ses musées

*Nous sommes ce que nous racontons sur nous-mêmes.* P. Ricoeur (1998)

Lyon s'est récemment convertie au volontarisme touristique : longtemps elle resta en lisière des destinations attractives, et, hormis le tourisme aujourd'hui dit d'affaires lié à ses activités économiques, la question touristique ne faisait pas l'objet de soins assidus. Les décennies 1980-1990 constituent donc un réel tournant : la montée en puissance de la métropolisation lyonnaise et son inscription au Patrimoine Mondial de l'Unesco (1998) sont intervenues concomitamment à l'explosion des pratiques de courts séjours – *city break* - dont bénéficient aujourd'hui les destinations urbaines. Ce classement a constitué un événement et marqué une bifurcation dans l'histoire touristique lyonnaise (Prats, 2010)<sup>1</sup> : en concourant à l'inscrire dans les flux récréatifs et touristiques contemporains, il a nourri une synergie jusque là marginale, enclenché des stratégies de valorisation, de requalification et de promotion territoriales qui ont sensiblement modifié la donne de son projet et de son offre touristiques (Barthon et alii., 2002). Ceux-ci comptent désormais dans la stratégie de l'agglomération : Lyon fait partie du « club des grandes villes » (Atout France), et cherche à modifier une image que les dernières enquêtes effectuées dessinent encore comme problématique<sup>2</sup>.

Ce faisant, l'image et la communication de la ville ont profondément évolué vers l'affirmation d'une ville festive, culturelle, multicarte touristique, le tout allié à une stratégie événementielle substantielle et calendairement disposée pour assurer au mieux un tempo touristique annualisé. Dans ce contexte, les actions menées dans le domaine muséal tiennent une place significative (Saez, 2004). Non pas qu'il faille y trouver une spécificité lyonnaise : en la matière, les dynamiques enclenchées sont représentatives de ce qui s'est passé dans nombre d'autres métropoles européennes<sup>3</sup>. Mais l'absence de traditions municipale et professionnelle touristiques d'une part et la diversité des opérations menées d'autre part font de l'exemple lyonnais un laboratoire territorial particulièrement efficace pour analyser les modalités de la fonction de commutateur touristique urbain que recouvrent les musées. Dans le contexte concurrentiel des eurocités, ce cas illustre quelques uns des choix opérés pour construire une offre singulière, s'adossant à la revendication d'une « identité » porteuse de valeur ajoutée au sein d'un marché international standardisé. En participant à la fabrication et à la visibilité d'une « identité » particulière, affirmée comme telle par les acteurs territoriaux,

---

1 : « Les villes les plus visitées en dehors de Paris, qui bénéficie de son prestige international, sont des villes moyennes jouissant d'une forte image culturelle. Celles inscrites au Patrimoine mondial ont en général connu un fort développement touristique dans les années suivant leur inscription (le chiffre est très variable : de 20 à 30%, mais on manque de données fiables) », p. 15.

2 : Etude Touriscopie pour l'Office du tourisme et des congrès du Grand Lyon, 2003 ; *Les touristes à Lyon*, étude Tremplin pour la ville de Lyon, 2003 ; Les Carnets de la Mitra n°3 : Lyon, 2005, [www.crt-mitra.com](http://www.crt-mitra.com) ; *Image et notoriété du Rhône par la clientèle française*, 2004, Observatoire du tourisme du Rhône, [www.rhonetourisme.com](http://www.rhonetourisme.com) rubrique le CDT Espace Pro/Chiffres et études). Ces enquêtes dessinent une image où coexistent des représentations pénalisantes (ville peu lisible, difficile à pratiquer, austère et insuffisamment sécurisée) et valorisantes (gastronomie, culture) essentiellement attachées aux valeurs du passé (gastronomie/cuisine/restaurant, Beaujolais/Bouchons : 33% ; Vieille ville/vieux quartier : 18,5% ; dynamisme/innovation/variété/diversité : 18% ; grande métropole : 16% ; patrimoine/histoire/passé/souvenirs : 15% ; Architecture/monuments : 12,5% ; culture/expositions/ spectacle/fêtes : 9,5% ; Musées/Art /résistance : 9% ; Croix Rousse/Canuts/Soie/Murs peints : 9%. Source : *Les carnets du tourisme en ville, Lyon*, Les carnets de la MITRA N°3, 2005.

3 : « Tourisme en villes », 2000, *Espaces et Sociétés*, n° 100

le dispositif muséal se retrouve partie prenante de l'offre culturelle requise par ce type de séjours<sup>4</sup>.

Or, entre insertion sur le marché international et recherche de singularité, les dynamiques muséales lyonnaises illustrent la difficulté, pour une grande métropole sans identité touristique installée et porteuse, de s'appuyer avec efficacité et pertinence sur cette offre. Elles éclairent également sur les limites du « 'triangle magique' culture-territoire-identité » (Debarbieux, 2006) pourtant instrumentalisé, et avec force, par la promotion d'un tourisme urbain, culturel en particulier, et de ses ressources patrimonialisées.

### **1) Etat des lieux : visibilité et attractivité des musées lyonnais**

En 2003, une étude du Comité départemental du Tourisme<sup>5</sup> a établi un bilan de l'offre muséale dans le Rhône dont les principaux éléments soulignent de significatifs déséquilibres. Territoriaux tout d'abord, puisque sur les 31 musées que compte le Grand Lyon (soit la moitié de ceux du département du Rhône), 21 sont situés à Lyon et 17% dans le site historique. Chronologiques ensuite, puisque les trois quarts des musées ont été créés durant les 3 dernières décennies. De fréquentation également, la moitié d'entre eux ne dépassant pas 5000 visiteurs par an, sachant par ailleurs qu'un musée sur deux ne réalise aucune promotion. Enfin, l'assiette de fréquentation est également fort disparate puisque 60 % des sites n'offrent aucune prestation en langue étrangère et 4 sites sur 5 sont d'une portée locale, voire régionale.

L'hétérogénéité qualifie également les statuts de ces musées ; elle constitue nécessairement une variable dans la mise en place d'une synergie globale des acteurs et des structures. En l'absence de musées nationaux donc, les musées lyonnais relèvent des statuts municipaux (musées de l'Imprimerie, des Beaux Arts, Gadagne, d'Art Contemporain – MAC -, Centre d'Histoire de la Résistance et de la Déportation – CHR -, associatif de 1965 à 1992), départementaux (Musée gallo-romain de Fourvière, Confluence) ou privés, sous statut associatif (Musée africain, Institut Lumière) voire consulaire (musée des Tissus). Le label Musée de France est par ailleurs transversal à cette classification (CHR, MAC, Musée de l'Imprimerie, Musée des Hospices civils, des Arts décoratifs, des Beaux Arts, des Tissus entre autres).

Au delà de cette pluralité et de cette hétérogénéité, somme toute assez banales dans les grandes villes françaises, anciennes capitales provinciales, une forte disparité caractérise de surcroît la nature et l'identité mêmes des collections proposés par ces musées. Ainsi, même si les sites internet de la Ville, du département et de l'Office de tourisme en proposent une répartition selon des critères apparemment distincts et thématiques (Musée d'Art et d'Histoire, musée d'Histoire et des civilisations, musées des Métiers et des Sciences), cette nomenclature d'ordre communicationnel est parasitée par la redondance de certaines catégories, celle des musées d'histoire par exemple, ce qui explique que certains musées apparaissent dans plusieurs cadres. Si l'effet en est d'enrichir visuellement l'offre, il pénalise de fait une lecture susceptible d'identifier la spécificité de l'offre muséale à Lyon. L'analyse des modalités de présentation de l'offre indique aussi assez clairement qu'au delà d'entrées par « type de musée », il n'en existe aucune organisation structurée, ni par espace (quartier), ni pas thématique.

Il est donc assez difficile dans un premier temps et pour un touriste potentiel, de distinguer ce qui, dans l'offre muséale, est susceptible de distinguer et de différencier la

---

4 : 88 % des touristes d'agrément prévoient, en effet, de visiter la ville et 71 % de découvrir la gastronomie, faire du shopping (57 %) et visiter des musées (42 %), *Tourisme urbain, une ambition renouvelée pour l'agglomération lyonnaise*, Les synthèses Millénaire 3, 2007.

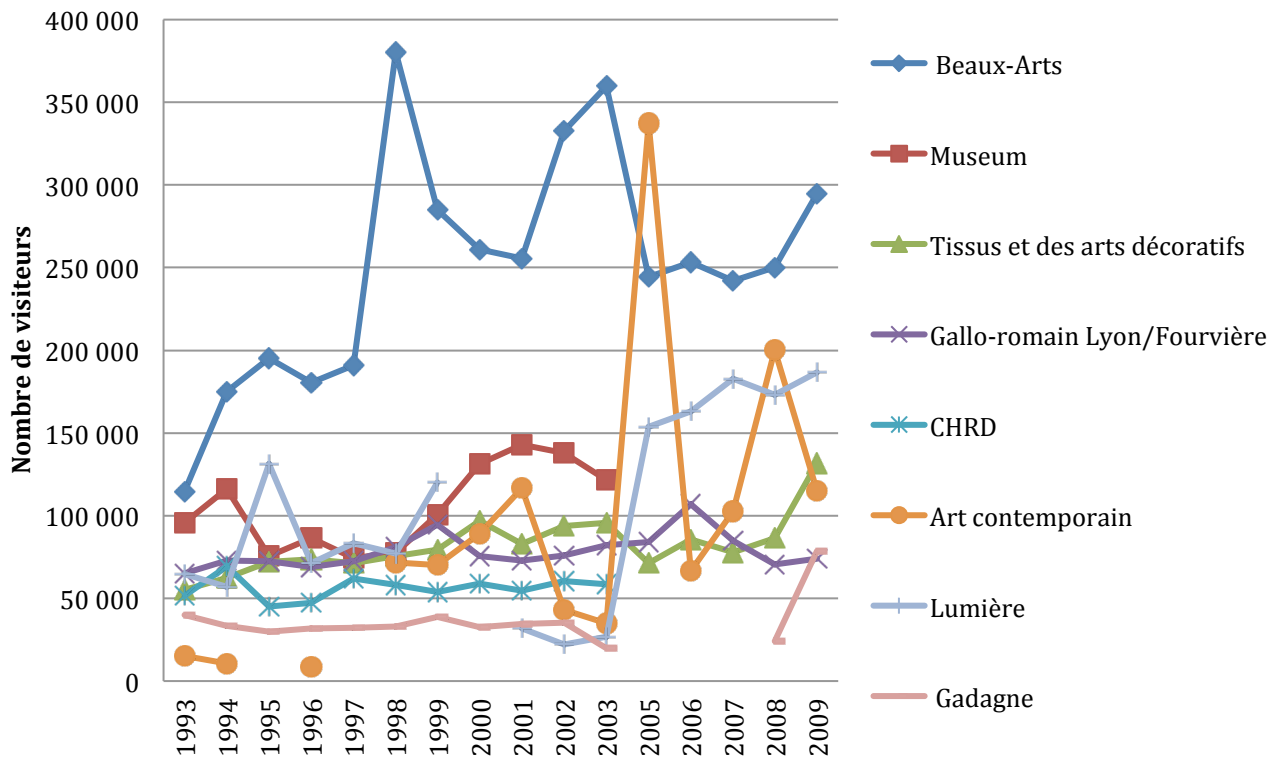
5 : Rhône Tourisme, Synthèse de l'audit musée et sites assimilés, fréquentation des musées et des sites patrimoniaux, CDT Rhône, 2003.

destination lyonnaise. D'autant que - où l'on retrouve la question de l'identité lyonnaise - cette offre ne renvoie que de façon très partielle et très lacunaire aux archétypes culturels traditionnellement associés à la ville : le guignol, la soie ou la gastronomie. Le message communicationnel de l'offre pâtit donc, à la fois, d'un brouillage dans la qualification de l'offre muséale et d'un décalage par rapport aux représentations historiquement cristallisées. Si les musées génériques, présents dans toutes les anciennes capitales provinciales, ne sauraient proposer une offre singulière en la matière, les musées territorialisants, c'est-à-dire ceux qui expriment une spécificité lyonnaise et convoquent une mémoire partagée, ne constituent en aucune manière des « locomotives » muséales. Parmi ces derniers (CHRD, musée gallo-romain de Fourvière, musée des tissus, musée de l'imprimerie, institut Lumière, musée urbain Tony Garnier) et à l'exception de l'institut Lumière, aucun d'ailleurs n'enregistre une fréquentation dépassant les 150 000 entrées par an. En revanche, les musées classiques, hérités et rénovés (Beaux Arts, Gadagne) ou les musées de métropole (Art contemporain, Confluence à venir) y tiennent un rôle moteur (cf. figure 1). Pour le dire autrement, ce sont les musées génériques qui constituent le fer de lance de l'offre muséale (portés par ailleurs par des coups événementiels) et non les musées dont les collections et les thématiques correspondent aux éléments identifiants de la ville.

Ce faisant, les musées lyonnais construisent une offre essentiellement commune et pour le moins thématiquement éclatée, certes adéquate - ou en passe de le devenir - aux standards des métropoles européennes, mais sans ligne de force identitaire structurante, ni organisation spatiale délimitant un quartier de musées, à l'instar des grandes villes allemandes par exemple (Berlin ou Munich). A Lyon, les musées sont des « points » dont la seule cohérence effective est de marketing (pass uniquement pour les « grands » musées lyonnais). Point de cohérence donc, ni thématique, ni spatiale.

Figure 1

## Fréquentation des principaux musées lyonnais



### 2) L'offre muséale en voie de mutation : la mise aux normes d'une métropole européenne et la dilatation du périmètre muséal

Le graphique ci-dessus met en évidence un accroissement de la fréquentation, inégale certes, mais sensible à partir de la fin des années 1990. En effet, les créations et rénovations ont été nombreuses depuis le début de cette décennie et ont participé d'une métropolisation muséale, conformément aux dynamiques ubiquistes engagées par et dans d'autres eurocités. Les musées doivent jouer, ici comme ailleurs, un rôle de commutateur privilégié dans le triangle destination/identité/territoire, dont les trois sommets correspondent tout à la fois à la mise sur le marché internationalisé des destinations touristiques et à la recherche d'une singularisation de chacune. La mondialisation induisant une tension dialectique - standardisation/spécification -, les acteurs territoriaux cherchent à transmuter l'ensemble des qualifications - historique et culturelle, matérielles et immatérielles - de leurs territoires en ressources économiques, en particulier en remonétisant patrimoniallement la valeur des lieux et des espaces. "Lyon 2010", Projet d'Agglomération, publié par l'Agence d'Urbanisme de la Communauté Urbaine de Lyon en 1989, est explicite : il s'agit de "faire de Lyon une grande métropole culturelle de niveau européen. (...) Il faudra, en particulier, compléter l'équipement muséographique, mettre mieux en valeur le patrimoine existant, archéologique, architectural, artistique ».

Dans ce cadre, les musées revêtent une place nodale, à la croisée des pratiques touristiques et culturelles en particulier (effet de levier), représentative aussi des néo-mobilités (tourisme) et des néo-territorialités (métropolisation) mais problématique à plus d'un titre. Les musées en effet peuvent se lire comme un médium territorial de choix, comme une institution à fonctionnalités interne et externe tout à la fois. Interne et donc renvoyant à l'espace local, parce que les collections qu'ils abritent s'inscrivent dans une temporalité plus ou moins

longue, mais toujours dans la durée et que l'historicité de leur constitution est indissociable des acteurs qui en sont à l'origine (figures emblématiques, archives, donations). Externe également, dans la mesure où les murs qui les abritent sont, plus ou moins majeurs dans le paysage urbain, mais constituent des marqueurs, localisés et identifiants. Un musée, comme institution, comme collection, comme bâti, revêt ainsi une double dimension, renvoie nécessairement à l'historicité du collectif (dedans) et à sa visibilité (dehors). Comme une porte, toujours Janus bifrons, ils sémantisent l'espace urbain.

La métropole lyonnaise a donc mené, depuis le dernier quart de siècle, des projets multiples et d'ampleur très variable dans le domaine de la réhabilitation et/ou de la création de musées. Dans cette trajectoire, et en tenant compte de la localisation héritée des musées déjà présents à Lyon, on peut distinguer les opérations de requalification (musée Saint Pierre ouvert en 1803 et rénové à partir de 1998), Musée Gadagne (rénové entre 1998 et 2009), l'Institut Lumière (rénové en 1995), des créations (Musée d'art contemporain en 1995) et le projet du Musée de la Confluence qui hérite des collections du Museum (créé entre 1771 et 1777).

Il est spatialement notable et significatif que les centralités secondaires dont la ville s'est successivement dotée depuis presque trois décennies sont allées de pair avec des équipements muséaux (Cité internationale, Confluence), à l'exception de l'opération Gerland (la Part Dieu dont la chronologie est sensiblement antérieure, années 1970, n'a pu suivre les mêmes standards). Toutefois pour Gerland, dans le cadre de la politique de la ville, la rénovation non loin de là du quartier des Etats-Unis s'est finalisée par la création du Musée urbain Tony Garnier. Ces évolutions dessinent donc une mutation sans précédent de l'offre muséale lyonnaise. Spatialement, les mutations sont marquées par la dilatation du périmètre muséal mis en tourisme, de l'hypercentre aux centralités secondaires et au péricentre.

Ces projets ont enfin été conçus pour estampiller architecturalement le paysage urbain de nouveaux atours, jouant tout à la fois de l'embellissement des bâtis historiques (Gadagne et Beaux Arts) et d'une iconi-cité internationale (R. Piano pour la Cité Internationale) à la poursuite aussi d'un « effet Bilbao » (Musée des Confluences). Ces opérations, conjointes en particulier à un déploiement d'événementiels, élaborent un nouveau positionnement de l'offre touristique lyonnaise, clairement inscrit dans le tournant culturel et d'une « mise en désir » de la ville (Cazes, 2005 ; Cousin, 2006), patente du côté des acteurs territoriaux, sans doute moins appuyée du côté de la demande<sup>6</sup>, le « désir touristique » de Lyon révélé par les enquêtes de notoriété dessinant encore dans les années 1990 la résilience de représentations indurées de la Capitale des Gaules (gastronomie, soie et... guignol).

Le paysage muséal lyonnais contemporain dessine donc un périmètre potentiellement touristique élargi, excédant largement les limites du classement de 1998. Cela souligne

---

<sup>6</sup> Saskia Cousin, « De l'Unesco aux villages de Touraine : les enjeux politiques, institutionnels et identitaires du tourisme culture », *Autrepart* 2006/4 (n° 40). « Selon les dernières enquêtes de l'Insee, seul 1 % des Français interrogés donnent pour motif de leurs séjours personnels en France une manifestation culturelle ou un festival (à titre d'exemple, la visite à la famille représente 41 % des motifs). (...) Dans le cas du tourisme culturel français, « secteur » très peu prisé par les entreprises privées, tout se passe comme si le *désir* ne se situait pas du côté de la demande mais du côté de l'offre<sup>19</sup>. Il faut donc distinguer le discours promotionnel qui vise à séduire la potentielle clientèle touristique – dire au touriste que l'offre est désirable –, et le besoin de tourisme émis par les localités, que j'interprète comme un *désir* inexprimé de constitution de soi par une altérité abstraite. Abstraite car, dans le cas du tourisme culturel, il est très rarement fait mention « des touristes » : les institutions et collectivités concernées parlent « du tourisme », et il semble que l'activité touristique puisse exister sans la venue effective de « touristes ». Dans le cas des discours que j'ai examinés, tout se passe comme si ce qui était important était le fait de pouvoir s'imaginer en objet de désir pour devenir sujet ».

simultanément la persistance de la centralité et les stratégies de dilatation de ses marges, un peu à la manière du passage d'une frontière symbolique, entre hauts lieux urbains, désormais reconnus et fréquentés comme tels, et requalification des marges banales (le 7<sup>ème</sup> arrondissement avec l'Institut Lumière) ou en déshérence fonctionnelle (Cité Internationale). Les dernières années ont été marquées enfin par l'extension plus vaste encore aux marges (Musée urbain Tony Garnier, MAC de Villeurbanne en particulier durant les biennales d'Art contemporain) et par une mise en réseau des architectures remarquables du XX<sup>ème</sup> siècle (Les Utopies réalisées) ou des traditions soyeuses, à la charnière de l'histoire technique et sociale que met en scène la première édition du Festival Label Soie (2011).

Ce faisant, cette offre muséale pose la question de l'assiette spatiale estampillée comme « lyonnaise » et conjointement de l'identité qui la soutend et donc la pertinence de l'identité lyonnaise construite à l'échelle métropolitaine, celle-ci même qui constitue aujourd'hui la maille de stratégie et de promotion touristiques. Rappelons que le Grand Lyon avant d'acquérir la compétence touristique en 2010, est depuis les années 1990 l'échelle de projet en la matière. *« Aujourd'hui, les enjeux ne se jouent plus à l'échelle de la ville-centre, mais à celle de l'agglomération, de la métropole. Ainsi, dans ce contexte nouveau, la compétence tourisme a été transférée au Grand Lyon, un service public est en train de se constituer, et l'Office du tourisme est devenu, depuis le 1er janvier 2010, l'Office du tourisme du Grand Lyon. Il s'agit de développer une politique du tourisme en ville qui certes n'oublie pas les outils traditionnels que sont l'accueil des visiteurs, la gestion des flux, la promotion de la ville etc. mais qui permette également aux touristes de sortir du site historique en proposant une lecture culturelle qui ne se limite plus à la ville patrimoniale, mais s'étende à la ville-territoire c'est-à-dire à la métropole. Au passage, cela présente l'immense avantage de diffuser les flux sur un plus vaste territoire, mais fondamentalement c'est un nouveau métier à inventer »* (Delas, 2010).

Concomitamment aux dynamique, étalement et recomposition des métropoles, les activités et les pratiques culturelles ont remonétisé la centralité (Burgel, 1995), et plus particulièrement les consommations touristiques, maintenant une prégnance singulière de l'hypercentre et son urbanité singulière : *« La ville culture, la ville spectacle, la ville festive accentuent le rapport au centre et le revivifient, ce qui permet de maintenir la figure de la ville, donc d'une certaine centralité et d'une urbanité »* (Gravari-Barbas, 1998). Il s'agit là de consommations symboliques de l'espace, dont les pratiques touristiques sont simultanément et fortement demandeuses et pourvoyeuses. Toutefois, à l'échelle d'une agglomération, qui de surcroît a fait le choix d'une polycentralité, et face à la nécessité fonctionnelle et économique de diffuser des flux touristiques en augmentation (sans doute plus de 6 millions depuis 2007), les musées comme lieux pivots d'attractivité se retrouvent confrontés à une double nécessité : faire reconnaître leur image propre, comme lieux-structures identifiants et attractifs, tout en alimentant des circulations touristiques réticulaires - faire circuler les touristes sur l'ensemble du territoire métropolitain – dans des lieux *« qui ne souffrent pas la dilution, qui ne supportent pas l'éparpillement, sauf à s'inscrire dans un schème organisationnel bien précis »* (Di Méo, 2001). Or, le dispositif muséal « lyonnais » souffre de l'absence effective d'un tel schéma, qui donnerait sens et lisibilité à l'offre. Si le déploiement muséal participe du déploiement métropolitain, il ne construit pas pour autant une « identité lyonnaise » en la matière, seulement une image de marque métropolitaine qu'illustrent des scores (nombre et diversité de l'offre).

Parallèlement, ce déploiement ne mobilise pas non plus, ni complètement, l'ensemble des offres de l'agglomération (Musée de l'Imprimerie, Musée d'Art Contemporain de Villeurbanne), ni avec la même intensité (Musée urbain Tony Garnier, longtemps resté de fait en dehors des circuits de l'office de tourisme), traduisant en cela les obstacles inhérents aux différents statuts des musées. L'organisation spatiale de l'offre muséale se caractérise donc

par un principe de déploiement spatial, enrichi récemment de nouvelles structures, et non par celui d'une connexité pourtant possible et élaborable des lieux muséaux. Si, dans les quartiers historiques, les musées s'inscrivent dans des pratiques touristiques facilitées par la continuité de l'espace urbain, en revanche, au delà de ce périmètre, il est difficile de considérer qu'ils puissent donner effectivement sens et vie au site par la visite des collections. La maille muséale, parce que fort médiocrement thématisée et fonctionnellement réticularisée (pour le dire autrement, en mettant en œuvre autre chose que le *pass* d'entrées combinées) peine finalement à recouvrir la maille métropolitaine au delà de sa simple autopromotion communicationnelle et des discours institutionnels territoriaux. Cela ne participe donc guère non plus d'une élaboration d'identité singulière, pourtant recherchée comme telle.

B. Debarbieux (2006) distingue quatre types d'identité, forgées notionnellement et utilisées dans les sciences sociales et humaines, et en particulier par les géographes : l'identité numérique (relevant du champ sémantique de l'individualité, de la singularité voire de la « personnalité »), l'identité sociale, classificatoire sur la base de critères catégoriels, l'identité personnelle résultant d'une conscientisation des rapports entre moi et les autres et enfin l'identité collective qui « désigne le sentiment et la volonté partagés par plusieurs individus d'appartenir à un même groupe » renvoyant au principe d'identification. Les relations musée-identité-territoire-tourisme font travailler ici (et sans doute aussi ailleurs) inégalement ces quatre modalités. Si les stratégies d'acteurs, territoriaux et touristiques, se réfèrent à une singularité lyonnaise, nécessaire au positionnement marketing de la destination, ils ont aussi la volonté de produire une identité collective de leur territoire (faire des Lyonnais les « ambassadeurs » de leur ville). Les acteurs muséaux quant à eux ont pour cible deux catégories identifiées, résidents et touristes, comme l'attestent la pluralité de leurs « produits », visant soit les populations résidentes (produits-familles, produits-enfants...) soit les touristes ou les excursionnistes (événements-expositions).

L'analyse du cas lyonnais révèle de ce point de vue un très médiocre rapport « isomorphe » entre la maille muséale « lyonnaise » (identité numérique), qui professionnellement mobilise deux catégories identitaires différentes, et la maille métropolitaine (identité collective). *A contrario* même, ce sont les structures les moins concernées par la mue muséale et muséographique qui pourraient être les plus porteuses de références localisées et localisantes (Musée de l'Imprimerie, Musée des Tissus, Musée gallo-romain de Fourvière). La communication territoriale portant la réification métropolitaine performe l'évidence de cette maille, sans mobiliser et valoriser effectivement toutes les ressources muséales structurantes de cette offre, dont on peut considérer qu'elle n'est pourtant pas insignifiante dans la sémantisation de l'espace lyonnais. Ce n'est donc pas tant dans le champ territorial pérenne que les musées participent de la construction « identitaire » de la destination que comme « lieux liés » (Retailé) au rythme de la temporalité de leurs activités, ponctuelles et/ou récurrentes (« la nuit des musées » ; grandes expositions) ou événements phares (Biennale d'Art Contemporain, disposée sur plusieurs sites, centraux ou péri-centraux). Ce sont donc davantage les temps des musées, plus que leurs territorialités iconographiques (Gottman), qui deviennent singularisants à l'échelle métropolitaine, jouant, mais de façon là encore problématique, des nouvelles temporalités urbaines.

### 3) la collection, le collectif et le rapport au(x) temps dans les musées lyonnais

Si on a pu interpréter et lire les effets spatiaux des nouvelles mobilités contemporaines en termes de « désémantisation » de l'espace (Piveteau, 1995), de création de « non-lieux » (Augé, 1992) et de « dis-location » de la territorialité (Turco, 2000, p. 292), les modalités de la consommation touristique culturelle s'effectuent pourtant en suivant des itinéraires (plus ou moins formalisés ou conscientisés... mais toujours présents) ponctués par des lieux

(emblématiques, attractifs, obligés...) convoqués pour structurer le temps du séjour. Dans ce cadre, les musées demeurent des pièces spatio-temporelles importantes du puzzle du séjour touristique, alors même que leur nature intrinsèque – condensés ponctuels de l'espace visité - leur assigne un rôle tout particulier. Ils peuvent alors s'analyser comme des marqueurs lestés des singularités locales, reconnues comme légitimes et légitimantes par la durabilité même de leur existence ou de celle de leurs collections. Les musées, intrinsèquement, mobilisent donc tout autant un rapport aux temps de l'espace visité qu'à son dispositif territorial. A Lyon, le classement par l'Unesco a de surcroît retenu des critères essentiellement temporels (longévité et continuité de l'occupation des sites et reconnaissance d'un tissu urbain historiquement vivant)<sup>7</sup>. Quelques uns des musées lyonnais, par leurs collections et leurs longévités, composent dès lors des condensés hologrammatiques de certains moments de cette histoire (Fourvière, Gadagne, Musée des tissus) et disent, pour reprendre la corrélation entre collections et collectifs (Micoud), les rapports historiques successifs que ces collections entretiennent avec leurs « collectifs » lyonnais respectifs.

A l'exception sans doute du Musée Gadagne, musée d'histoire de Lyon, dont c'est le cœur thématique, l'historicité que les musées entretiennent avec l'identité lyonnaise n'est guère structurante. L'Antiquité gallo-romaine est ainsi touristiquement problématique (muséographie non renouvelée du musée de Fourvière, sites archéologiques de la ville insuffisamment mis en cohérence - Tables claudiennes de la Croix Rousse touristiquement « invisibles » - musées départementaux de Lyon et de Saint Gall peu articulés). L'histoire technique et sociale de la soie relevant de sites muséaux spatialement et statutairement fort éclatés (riche Musée consulaire des Tissus dans la Presqu'île, Musée associatif des Canuts à la Croix Rousse) n'a finalement pas donné lieu au « pôle muséal de la soie » un temps imaginé, mais à un festival, Festival Label Soie (2011). La période de la Seconde Guerre mondiale en France, alors même que Lyon y tient un rôle historique particulier, se retrouve dans les collections du Centre d'Histoire de la Résistance et de la Déportation. Dans un premier temps conçu et porté par d'anciens résistants et déportés et autour de la Résistance et de la déportation, il a progressivement élargi le périmètre géographique de ses expositions temporaires (*Tchéchènes hors sol* en 2009, *Ghetto de Lodz* en 2011) et son périmètre thématique (*Prisonniers de guerre* en 2009). Le tournant ne fut pas aisé à prendre, eu égard à l'engagement des membres fondateurs. Il semble aujourd'hui acté, et ce faisant diffracte la spécificité lyonnaise pour la faire résonner à d'autres échelles historiques et géographiques. Le cas est intéressant, puisqu'il fait coexister, dans le même lieu, le cas lyonnais et celui du monde, le local et l'universel. La valorisation d'une autre icône lyonnaise, le Guignol, a certes sa place au Musée Gadagne rénové mais, dans le virage métropolitain, son profil, son histoire, ses rites, se dissolvent dans un Musée des Marionnettes du monde, dans lequel il ne tient qu'une place mineure. Si on peut dès lors considérer que l'historicité lyonnaise ne constitue guère de ligne rectrice dans les discours que les musées construisent autour du rapport au(x) temps de la Capitale des Gaules, à quel collectif temporellement mobilisé l'offre muséale lyonnaise renvoie-t-elle aujourd'hui ? Deux constatations résultent de l'analyse de l'offre en la matière.

Une première se fonde sur la temporalité de l'offre muséale elle-même. Les musées, structures pérennes, réceptacles de collections par définition permanentes (et cumulatives), ne font plus aujourd'hui l'économie de l'événementiel. Afin d'assurer une visibilité accrue (objectif fonctionnel de fréquentation) la quasi totalité d'entr'eux a recours aux expositions temporaires, modalité pour construire de la rareté (alors que les collections n'en relèvent pas

---

7 Le périmètre du classement (document 2) correspond aux quartiers historiques (Fourvière, Croix Rousse et Presqu'île) comprenant 427 ha auxquels s'ajoutent 324 ha de zone tampon.



nécessairement) et donc de la valeur. Les temporalités muséales suivent dès lors le tempo des événements, dont l'astuce marketing est de les rendre récurrents (biennales ou festivals) afin de fidéliser les publics. Les musées font donc désormais coexister deux temporalités, celle du temps long (celui de l'élaboration continuée des collections et donc de leur « mémoire ») et celle du temps court (celui de l'événement), le second étant priorisé dans l'offre et s'inscrivant alors dans un calendrier plus global et un recyclage temporaire des icônes de Lyon. Des référents lyonnais indurés, retenus comme « marqueurs » à exploiter dans les stratégies touristiques (la gastronomie, la soie), ne sont ainsi pas ou très partiellement relayés par une offre muséale. Le Musée des tissus déploie certes une remarquable collection de soieries, mais le pôle muséal de la soie qui devait rendre compte de cette longue histoire, technique, commerciale et politique, se fera finalement par la mise en réseau d'une multiplicité de partenaires mobilisés dans le cadre d'un Festival Label Soie. Certes, il réticularise le territoire, mais ne le rend effectivement visible comme tel que durant le temps festivalier. Le glissement entre le projet initial et le choix final de valorisation de la mémoire soyeuse est de ce point de vue très significative, au delà même des contraintes, financières entre autres, qui ont été en jeu. De façon analogue, ce n'est que depuis deux ans que l'histoire lyonnaise du cinéma, indissociable de son histoire mondiale, se donne touristiquement et médiatiquement à voir sous la forme d'un événement, Le Festival Lumière (2009) après deux décennies de requalification muséographique de l'Institut Lumière.

Au final, la ressource muséale est effectivement mobilisée, mais dans le cadre d'un espace-temps « exceptionnel », qui la « scénarise » et l'insère dans le calendrier et la temporalité d'une ville festive (Garat, 1994) ; au prix d'une dilution fonctionnelle de ses singularités localisées, qui désormais se joue sur et avec le temps, inscrivant la valeur du lieu et de sa collection sur le curseur du temps et de la circonstance.

Une seconde enfin est clairement illustrée par le projet muséographique (M. Coté) du futur musée des Confluences qui, à partir des collections du plus vieux musée de Lyon, le Museum, a construit un programme/une programmation fondés sur des questions et des problématiques universelles : « *Le monde change et avec lui l'état des connaissances. Donner des repères fait partie des missions du Musée des Confluences. Les dix salles du Musée vont abriter dix expositions différentes, dont trois de synthèse et de référence donnant le fil conducteur du projet culturel : d'où venons-nous, où allons-nous ?, qui sommes-nous ?, que faisons-nous ? Les OGM, le clonage, le réchauffement de la planète, les comportements sociaux, la géopolitique sont autant de sujets qui posent débats et auxquels le Musée apportera des éclairages par ses expositions temporaires* ». Le projet Confluences, exploitant une symbolique du lieu (« *Le Département a choisi d'implanter le Musée à la confluence de deux fleuves, le Rhône et la Saône. Un lieu à la haute valeur symbolique : un lieu de rencontre, un lieu de partage* »), positionne le futur musée sur l'horizon d'un universel délocalisé : « *Si le développement des collections tient compte de cet aspect, il ne faut pas oublier que les citoyens du Rhône sont aussi français, européens et citoyens du monde. Le Musée des Confluences sera donc ouvert au monde et s'inscrira dans un réseau national et international, l'objectif étant de découvrir et connaître ce qui se fait ailleurs* »<sup>8</sup>.

Ce dernier exemple, à venir, constitue comme la synthèse de l'évolution muséale lyonnaise qui désingularise les collections, par les choix muséographiques comme par la temporalité muséale, pour mieux les rendre conformes aux standards d'image, d'icônicité et de temporalité de ces « nouvelles » destinations urbaines. Au gré de la mue muséale et

---

<sup>8</sup> Le choix de l'universel dans le projet muséographique du musée des Confluences : « Un musée ancré dans son milieu et ouvert sur le monde ; Des expositions qui évoluent au fil des préoccupations de la société ; Au cœur d'un réseau culturel et scientifique »

muséographique contemporaines, c'est un territoire et une temporalité imaginés, parce que essentiellement de projets, qui s'élaborent. Les musées mettent désormais moins l'accent sur la singularité de leurs collections que sur le coup de projecteur temporaire de l'exposition du même nom, sur une interlocution dans l'espace (-monde) et un questionnement sur le temps, pour que s'aboutent un « ici » et un « ailleurs », à la croisée d'ogives de la « mise en désir » des territoires. Ce faisant, le passage ou le dépassement, du paradigme de la collection à/par celui de la traduction (de L'Estoile, 2008) altère les liens localisés et localisants du couple collection/collectif.

## Conclusion

L'offre muséale lyonnaise actuelle, comme ressource identitaire et culturelle au service de la promotion et de la visibilité de la destination, mobilise finalement moins la dimension spatiale que la dimension temporelle. Certes, les ajouts au dispositif hérité redéployent la fréquentation hors des limites de la centralité historique et participent d'une maille métropolitaine en construction. Celle-ci cependant peine à instruire une « identité » lyonnaise en la matière. Notamment même, la synergie thématique et signifiante la plus aboutie, celle des *Utopies réalisées*, en excède sensiblement le périmètre ; qui y adjoint Givors, L'Arbresle et Firminy ; leur réalisation illustre d'ailleurs d'autres rapprochements, au titre d'une région urbaine dont la maille territoriale ne posera plus la question touristique dans les mêmes termes.

Pour l'heure, on peut lire dans les relations lyonnaises entre musées, territoires et tourisme davantage les effets d'une stratégie marketing et communicationnelle visant à performer des identités institutionnelles (Dubet, 2002) et à fabriquer des communautés imaginées sinon imaginaires (Anderson, 1983). Son effectivité, en construction, n'est à ce jour que fort partielle, butant sur les résiliences des pratiques touristiques mais aussi sur la mise en œuvre d'une gouvernance à l'échelle métropolitaine obérée en particulier par l'hétérogénéité des statuts des musées.

Ces derniers, quand ils sont convoqués pour tresser la trame de l'offre touristique, participent d'une nouvelle nappe de sémantisation des espaces publics qui survalorisent le temps (de l'expérience personnelle) par rapport aux lieux (dans leurs composantes identitaires collectives). Pour assurer la continuité entre passé (collection) et avenir (attractivité), ils mettent donc en actes le présent par des événements et des rassemblements circonstanciels. « L'identité lyonnaise », telle qu'elle est pensée et promue par les acteurs touristiques, combine dès lors des territorialités et des temporalités identitaires hétérogènes et qui ne font de la singularité lyonnaise que le décor, voire l'alibi – terme dont l'étymologie dit clairement la contraction de l'ici et de l'ailleurs - de la mobilité touristique.

## Bibliographie.

- ANDERSON B., 1983, *Imagined Communities. Reflections on the Origin and Spread of Nationalism*, Londres, Verso.
- AUGE M., 1992, *Non-lieux*, Paris, Le Seuil.
- BARTHON C., FRAPPART V., GARAT I. (Dir), GRAVARI-BARBAS M., VESCHAMBRE V., 2002, *L'inscription territoriale et le jeu des acteurs dans les événements culturels et festifs*, 2 vol., 76 p. (synthèse) et 272 p.
- BURGEL G., 1995, *La ville aujourd'hui*, Hachette, collection Pluriel, 224 p.
- CAZES G., 2005, « Le désir, dimension trop occultée dans la recherche géographique. Considérations à partir du tourisme », *Géographie et Cultures*, n° 53.

- COUSIN S., 2002, *L'identité au miroir du tourisme. Usages et enjeux des politiques de tourisme culturel*, thèse de doctorat, EHESS.
- DE L'ESTOILE B., 2008, « L'anthropologie après les musées ? », *Ethnologie française*, 2008/4 (Vol. 38), 180 page.
- DEBARBIEUX B., 2006, « Prendre position : réflexions sur les ressources et les limites de la notion d'identité en géographie », *L'Espace géographique*, 2006/4 Tome 35, p. 340-354.
- DELAS B., 2010, « Lyon ou les quatre paradoxes du patrimoine urbain », *Les villes françaises du patrimoine mondial et tourisme protection, gestion, valorisation*, actes de la journée organisée par la chaire Unesco « culture, tourisme développement » l'IREST et l'EIREST, Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne la convention France-Unesco Icomos-France, Maria Gravari-Barbas et Sébastien Jacquot, Textes assemblés par Anne-Cécile Mermet, UNESCO, 27 Mai 2010.
- DI MEO G., (dir), 2001, *La géographie en fêtes*, collection Géophrys, 270 p.
- DUBET F., 2002, *Le Déclin de l'institution*, Paris, Le Seuil.
- GARAT I., 1994, Vivre sa ville intensément ou la mise en scène de l'identité et de la citoyenneté urbaine à travers la fête, *Les Cahiers du LERASS, La ville en questions* (2), p. 109-124.
- GRAVARI-BARBAS M., 1998, « Belle, propre, festive et sécurisante : l'esthétique de la ville touristique, *Norois*, n° 178, Villes et tourisme, pp. 175-193.
- PIVETEAU J.-L., 1995, *Temps du territoire*, Zoé, Genève.
- PRATS Michèle, 2010, « les conditions d'une bonne cohabitation tourisme / patrimoine » *Les villes françaises du patrimoine mondial et tourisme protection, gestion, valorisation*, actes de la journée organisée par la chaire Unesco « culture, tourisme développement » l'IREST et l'EIREST, Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne la convention France-Unesco Icomos-France, Maria Gravari-Barbas et Sébastien Jacquot, Textes assemblés par Anne-Cécile Mermet, UNESCO, 27 Mai 2010.
- RICCEUR P., 1998, « Vulnérabilité de la Mémoire », in Jacques Le Goff (dir.), *Patrimoine et passions identitaires*, Actes des Entretiens du Patrimoine, 6-8 janvier 1997, Palais de Chaillot, Paris, Fayard et Éditions du patrimoine, p. 17-31.
- SAEZ G., 2004, « La politique culturelle des villes », in SAEZ G (dir), *Institutions et vie culturelles*, Les notices de la documentation Française, p. 44-49.
- TURCO A., 2000, « Pragmatiques de la territorialité », in Levy, J. et M. Lussault (dir.), *Logiques de l'espace, esprits des lieux. Géographies à Cerisy*, Belin, Paris, pp. 287-298.