

www.magazine-decideurs.com

Pays : France

Dynamisme : 7



Page 1/4

[Visualiser l'article](#)

Bruno Monnier (Culturespaces): « Notre rôle est de partager la culture avec plusieurs millions de visiteurs »



© Culturespaces Sofiacome

Bruno Monnier

L'exposition Klimt à l'Atelier des Lumières, qui mêle art et numérique, rencontre un succès populaire considérable. À l'origine de cette réussite, Culturespaces dont la vocation est de proposer des manifestations artistiques sortant des sentiers battus. Son fondateur et P-DG, Bruno Monnier, décrit à Décideurs sa vision de la culture.

Décideurs. Vous êtes à l'origine de Culturespaces. Quelle était votre ambition en 1988, au moment de créer cet organisme ?

Bruno Monnier. Passionné d'histoire de l'art et de vieilles pierres, mon projet était de faire vivre le patrimoine, et de transmettre la passion de l'art et de l'histoire à un large public. Après avoir fait Sciences-Po, suivi d'un MBA de HEC, j'avais approché ce secteur d'activités, essentiellement public. Il me semblait qu'il était géré de façon archaïque et que l'on avait une marge de progression très importante avec un mode de gestion privée. J'ai eu la chance d'être remarqué par le ministre de la Culture. Après deux ans de cabinet, j'ai créé Culturespaces en 1990 dans le but d'offrir un modèle alternatif de gestion de sites culturels, moderne et centré sur l'expérience du visiteur. Au départ, l'entreprise culturelle a mené des missions d'assistance et de conseil pour des monuments et des musées, avant de passer à la gestion globale, culturelle et économique, sans subventions publiques. Notre slogan « *le visiteur d'abord* », perçu à l'époque comme révolutionnaire, a été très efficace pour augmenter la fréquentation et ne plus dépendre des subventions.

[Visualiser l'article](#)

Aujourd'hui, quel est le rôle de Culturespaces ?

Notre rôle est de partager la culture avec plusieurs millions de visiteurs dans des monuments historiques, des musées, des centres d'art classiques ou numériques, que nous gérons en totalité et sur le long terme. Avec treize sites de tout type, Culturespaces est devenu le premier opérateur privé français. Pour y parvenir, nous restaurons et mettons en valeur les musées et monuments ou les jardins qui nous sont confiés. Mais nous créons aussi nos propres centres d'art, où des visites sont organisées, ainsi que des expositions permanentes ou temporaires et nous gérons tous les services. La gestion est globale et ne pose pas de problème d'équilibre économique. Depuis cinq ans, le groupe participe à la révolution numérique en développant des centres d'art dédiés à l'art numérique immersif. Culturespaces crée des lieux, en France et à l'international, et présente des expositions immersives en images et en musique. Ces projets innovants diffusent la culture hors des lieux traditionnels, vers de nouveaux publics.

Pouvez-vous nous décrire le rôle et l'activité de la fondation Culturespaces créée en 2009 ?

La fondation Culturespaces, placée sous l'égide de la fondation Agir Contre l'Exclusion, reconnue d'utilité publique, a pour objectif de combattre l'exclusion culturelle dont sont victimes certains enfants malades, en situation de handicap ou fragilisés par la pauvreté et l'exclusion sociale et qui ne bénéficient généralement pas des visites scolaires. Elle fait donc converger culture, éducation et solidarité. La fondation Culturespaces est une référence en France en matière d'accès aux arts et à la culture pour les enfants qui en sont exclus.

Combien d'enfants peuvent bénéficier de ce programme ?

Avec sept programmes pédagogiques, adaptés à chaque lieu ou expositions temporaires, déjà 4 000 enfants, dans quatre régions en France, ont bénéficié de ces actions depuis le début de l'année 2018. Pas moins de 280 visites de site et 150 ateliers ont été organisés. Ces programmes s'adressent aux établissements scolaires situés en zone d'éducation prioritaire, aux structures sociales, aux associations mais aussi aux hôpitaux pédiatriques, aux IME et aux structures d'accueil d'enfants en situation de handicap. Cette année, la fondation a développé, à l'occasion de l'ouverture de l'Atelier des Lumières, un nouveau programme pédagogique clé en main pour les enfants de 6 à 10 ans, « *Art en immersion* ». Ce projet constitue une façon novatrice d'approcher l'art en offrant aux enfants un nouveau regard sur la technologie. Il se divise en quatre étapes : un atelier pédagogique, une visite libre de l'Atelier des Lumières, un atelier créatif et une mini exposition dans l'école ou la structure d'accueil. Nous travaillons avec 70 structures sociales pour ce projet et près de 2 300 enfants y participent. L'action de la fondation prolonge mon combat depuis plus de vingt ans avec Culturespaces pour la démocratisation culturelle. Les nouvelles technologies vont nous permettre d'aller plus vite dans cette direction.

Chiffres clés :

13 sites

Près de 3,5 millions de visiteurs chaque année

300 collaborateurs

42 millions d'euros de budget

[Visualiser l'article](#)**Culturespaces a généré un chiffre d'affaires de plus de 40 millions d'euros en 2017 et emploie 300 personnes. Quels sont vos objectifs pour 2018 et au-delà ?**

Poursuivre notre politique de gestion déléguée de grands sites et continuer les activités de la fondation Culturespaces en parallèle sont nos priorités. Notre démarche d'ouverture au numérique et le développement de notre procédé Amiex®, en France et à l'international est bien engagé. Des projets de création de nouveaux lieux d'expériences artistiques et de nouveaux types de musées du 21 e siècle sont en cours. Le secteur de la culture est en plein développement. Nous visons à court terme cinq millions de visiteurs et un C.A. de 70 millions d'euros.

En quoi consiste Amiex ® et pourquoi le numérique est-il si important ?

Amiex® (Art & Music Immersive Experience) est un concept qui s'appuie sur une installation vidéo et son hors normes avec la projection d'expositions numériques immersives et musicales de grande qualité. Ce système, mêlant art et technologie numérique, repose sur la conception d'une expérience multimédia originale, à partir d'œuvres d'art dématérialisées, projetées sur toutes les surfaces d'un lieu. Un véritable spectacle dans lequel les images s'animent au rythme de la musique et immergent le visiteur dans l'œuvre.

Ces expositions ouvrent une nouvelle voie, très puissante, pour la démocratisation culturelle.

Ces créations numériques proposées par Culturespaces suscitent des réactions d'indignation chez certains « puristes ». Que leur répondez-vous ?

Le numérique serait dégradant. Ce n'est que l'éternelle querelle des anciens et des modernes. Les « puristes » doivent comprendre que l'on est entré dans une autre époque. Les pratiques évoluent. L'offre culturelle doit être en phase avec son siècle. D'où l'ouverture de l'Atelier des Lumières, ce nouveau lieu d'expositions numériques qui vient d'être inauguré au cœur du 11 e arrondissement de Paris, et non dans le 8 e arrondissement.

Nos expositions immersives s'adressent à tous les publics, toutes générations confondues. Cette année, la production imaginée autour de l'œuvre de Gustav Klimt propose une découverte inédite et originale de la peinture viennoise. C'est un formidable point de départ pour recevoir et comprendre les œuvres et présentations plus traditionnelles. Nous nous adressons à la jeune génération. Ouvrir l'accès à la culture aux non-initiés et mieux encore, les amener à l'apprécier, ou leur donner envie d'aller plus tard au musée, sont notre vocation.

De tels centres d'art numérique pourraient-ils représenter une menace pour les musées ?

Les musées traditionnels posent aujourd'hui une vraie question de politique culturelle. Malgré tous les investissements, toutes les politiques de « démocratisation », les gratuits pour les jeunes, ils n'attirent pas dans leurs murs plus de 40 % de la population. L'Atelier des Lumières remplit un vide et touche 60 % de la population. La fréquentation de l'Atelier a explosé avec 350 000 visiteurs en deux mois et demi ! L'Atelier permet de découvrir l'art ancien sans avoir besoin d'entrer dans un musée classique et de suivre une visite traditionnelle, fondée sur une approche pédagogique, perçue comme rébarbative pour certains. Le centre d'art numérique offre une nouvelle approche, plus accessible, plus libre et plus émotionnelle qui légitime la démocratisation culturelle tant espérée. Culturespaces gère aussi des musées traditionnels à Paris et en région où se déroulent en ce moment des expositions classiques autour de Mary Cassatt et Foujita et bientôt, à l'automne, de Caravage, Giacometti ou Chagall. Les visiteurs ne cessent pas d'aller au musée. Ces derniers ne sont pas menacés. En revanche, nous avons inventé une nouvelle voie, complémentaire, afin de donner envie d'aller voir les œuvres originales dans les musées.

www.magazine-decideurs.com
Pays : France
Dynamisme : 7

[Visualiser l'article](#)

Que découvrent alors les visiteurs dans l'Atelier des Lumières ?

L'expérience est difficile à décrire. Le mieux est d'y aller. Les spectateurs découvrent d'abord quelque chose d'extraordinaire mis en images et en musique ; une œuvre à part entière, créée autour du travail de Klimt par des artistes géniaux du numérique. Les visiteurs vivent souvent alors une grande émotion. En complément, ils peuvent également découvrir l'œuvre de Hundertwasser, un artiste viennois du 20 e siècle dans une autre expérience numérique plus courte, et enfin, l'œuvre saisissante d'un collectif d'artistes de la nouvelle génération : Ouchhh.

Un développement hors de nos frontières de l'activité de Culturespaces est-il envisageable ?

Pour les monuments et musées publics, malgré de nombreuses tentatives, c'est presque impossible. Les pays sont très attachés au caractère national de la gestion de patrimoine. En revanche, avec des expositions numériques innovantes et de qualité, cela devient envisageable avec des partenaires privés locaux. L'ouverture d'un centre d'art numérique similaire en Corée du Sud est prévue en fin d'année. Il sera installé dans un ancien bunker sur Jeju, île de l'océan Pacifique, à une heure d'avion de Pékin, Shanghai, Séoul et Osaka. Et dans nos cartons, l'ouverture d'un autre site Amiex® aux États-Unis est déjà projetée.