

## De la nécessité de réinventer les parcs à thèmes

Marc Grodwohl

Paru dans la revue ESPACES, N° 86, p. 191-198, (septembre 2005)

L'Ecomusée d'Alsace : il a vingt ans, et « Espaces » en a jalonné l'évolution, au fil de ses parutions depuis 1988. A relire les contributions successives parues dans la revue, on s'aperçoit que dans une société qui a incroyablement bougé, la problématique du sens et de la fonction des espaces culturels ouverts à une pratique de loisirs essentiellement familiale a peu évolué. La longévité de l'Ecomusée d'Alsace, par rapport à nombre d'initiatives comparables qui n'ont pu se maintenir et se développer sur la durée, permet d'identifier ces constantes fondamentales, tout en mesurant les difficultés croissantes auxquelles elles doivent se mesurer.

Les besoins sociétaux auxquels répondent ces espaces culturels semblent inhérents aux groupements humains des pays urbanisés, et certainement nécessaires à la respiration mentale des individus et à l'amélioration des liens sociaux. Aujourd'hui, pas davantage qu'hier, il n'y a beaucoup de place au doute sur le fond et la forme de la démarche. Mais aujourd'hui plus qu'hier, et assurément moins que demain !, l'emballlement de la machine des loisirs se conjugue aux difficultés croissantes d'un grand nombre de nos concitoyens à subvenir à leurs besoins élémentaires. Nous ne sommes pas en questionnement sur le bien fondé de la démarche, mais bien sur l'accessibilité du public à celle-ci.

Ce texte va tenter d'apporter sa contribution, par des allers- retours entre ce que l'on entend dire en général des parcs à thèmes, des grands écomusées ou musées de plein air en général, et ce que l'on peut observer et identifier dans le laboratoire Ecomusée d'Alsace.

L'Ecomusée d'Alsace est une création ex nihilo, sur une friche, à partir de 1980, d'un musée de plein air (ou « musée du village ») selon un principe initié en Scandinavie à la fin du XIXe siècle : conserver, en les regroupant, des exemples d'architecture paysanne ou vernaculaire et à travers cela des modes de vie, des techniques de production en voie de disparition du fait de changements visibles de la société. Depuis l'Europe septentrionale, le modèle se diffuse très largement en Europe centrale, en Amérique du Nord. Son absence du monde latin est remarquable, à l'exception de Marquèze (Parc régional des Landes de Gascogne- 1972), réalisation qui ne fait quasiment pas école, mais qui popularise pour la première fois le vocable « écomusée ».

La réalisation alsacienne se placera sous la même dénomination. Historiquement, le concept d'écomusée est venu théoriser un bouillonnement d'initiatives spontanées issues du « terrain » et lui a donné un cadre opérationnel à travers une « charte ».

Dans la zone d'influence de l'Ecomusée d'Alsace et par assimilation au modèle qu'il véhicule, le terme « écomusée » a eu un tel succès qu'il désigne maintenant, dans le langage courant, les musées de plein air des pays voisins, en Suisse et Allemagne.

Nombre de professionnels s'interrogent encore sur le fait de savoir si l'Ecomusée d'Alsace est vraiment un écomusée au sens doctrinal du terme et s'il est bien légitime quand il opère sous ce nom. D'autres font part de leur inquiétude devant l'attachement de l'Ecomusée d'Alsace à sa dénomination, qui leur semble être un mot du passé pour désigner une réalisation d'aujourd'hui.

Ce qui ne fait pas doute, quelle que soit la marque : la contemplation de formes anciennes ou rustiques d'habitat est une permanence depuis la cabane de Romulus reconstituée au Capitole, attraction que nous décrit déjà Vitruve, en passant par le hameau de Trianon. On notera au passage que l'habitat ainsi exhibé renvoie avant tout à cette synthèse nature- fonctions-culture qu'est la maison paysanne, sujet de fascination romantique, de construction du mythe des origines saines et rustiques, mais aussi d'études encore insuffisamment amples et sérieuses.

Les travaux de l'Ecomusée d'Alsace –préparés par une décennie d'autres chantiers au sujet de la maison paysanne- ont débuté en 1980 sur une base essentiellement bénévole, accompagnée par le Conseil Général du Haut-Rhin, puis la Région Alsace et le Ministère de la culture. Ouvert au public en 1984 le noyau (10 hectares) de l'Ecomusée actuel (110 hectares) est dédié principalement à l'architecture vernaculaire. Son succès populaire a renforcé sa dimension associative. Les contributions de milliers de donateurs et de centaines de bénévoles ont orienté le développement du musée vers une présentation plus globale. Le sujet initial, les modes d'habitat et de vie, s'élargit alors aux productions, tant agricoles qu'artisanales voire industrielles : le musée s'est intégré progressivement dans son environnement minier, jusqu'à en absorber des monuments significatifs.

A la fin des années 1980 et au début des années 1990, l'Ecomusée était clairement positionné sur les changements de la société alsacienne ; d'une voix caustique et piquante, il tempère les excès des retours identitaires nostalgiques. Cette phase correspond, grosso modo, à la fin de vie professionnelle de la génération alsacienne qui a directement connu la dernière guerre mondiale, a été acteur des grandes mutations des 30 glorieuses, et enfin témoin de l'érosion du modèle économique et des valeurs sociales qu'elles véhiculaient. Cette évolution est bien sûr partagée avec quelques variantes locales par la plupart des régions non seulement françaises mais aussi limitrophes étrangères.

Après une quinzaine d'années de montée en puissance, portant sa fréquentation jusqu'aux alentours de 400 000 entrées annuelles, l'Ecomusée d'Alsace souffre d'un affaiblissement de sa fréquentation à partir de 1998. Les causes d'un tel déclin sont multiples, mais les racines en avaient été identifiées très en amont (1991) pour l'ensemble de cette génération de nouveaux musées, dits « musées de société », et dont les écomusées ne sont qu'une composante.

Déjà, il nous semblait que les rapports entre ce genre de musées et leur indispensable actionnariat public, posaient question sur le fond. Ces musées appuient l'essentiel de leur légitimité sur leur capacité à changer en fonction des besoins sociétaux. La relation avec la puissance publique, le politique, n'est pas exempte de nombreux malentendus et incompréhensions, du fait de l'obligation de changement qui s'impose à ces musées de façon quasi permanente.

Aussi, il était déjà flagrant voici quinze ans que ce genre de musées, prenant en compte à la fois des nouveaux types de patrimoines (notamment le patrimoine immatériel des savoirs techniques, ou autres éléments incorporels) et des nouveaux publics, posaient des problèmes de financement –et plus encore, d'angle de vue- particuliers.

Sont en cause notamment le saucissonnage des aides en investissement et fonctionnement, qui conduit à traiter ces établissements comme des contenants à périmètre et morphologie fixe, alors que c'est le contenu vivant et changeant qui en façonne l'image physique. Sans

mentionner le paradoxe plus classique d'investissements parfois non optimisés, par carence des moyens de fonctionnement, et une réciproque qui peut être vraie aussi.

Certainement n'est-il pas nécessaire de revenir sur cette problématique amplement posée dans des publications antérieures. Elle laisse le regret d'un rendez-vous en partie manqué entre des populations, des lieux conçus pour lui permettre d'élaborer son auto-représentation, et tout cela dans un cadre éthique évitant les grandes dérives communautaristes, raciales ou autres.

Pour comprendre pourquoi la réussite de ce secteur nouveau n'a pas –encore ?- été à la hauteur de l'espérance qu'on pouvait placer en lui, il faut rappeler combien ce nouveau genre de musées a exercé de fascination -répulsion. Les modalités d'appropriation du patrimoine par le visiteur n'étaient plus celle de Malraux : de l'élitiste « délectation » devant les chefs d'œuvre qui définissait pour lui la relation des individus aux musées, on est passé à des attitudes moins distanciées, collectives.

Dans ce genre de nouveaux musées, la culture de nombreux visiteurs était leur âge et leur expérience : le travail du musée n'était pas de leur expliquer les objets traces de leur propre vie, mais de transposer ces traces dans un plan plus général et actuel.

De cette proximité entre l'objet et le visiteur, et du travail de combinatoires du musée, est né un véritable engouement populaire pour quelques lieux d'excellence qui ont fait référence. Les scores de fréquentation obtenus par cette nouvelle génération de musées n'ont pas été correctement interprétés. Beaucoup ont cru que c'était le genre de patrimoine exposé qui faisait recette...alors qu'évidemment ce patrimoine est un matériau. Il ne prend sens que par le travail : véritable interrogation anthropologique du professionnel, apport du bénévole qui transmet les savoirs techniques d'élaboration de l'objet, ses valeurs d'usage, écoute du public et invitation faite à celui-ci à participer.

Malheureusement n'ont été retenus que des volumes et des scores d'entrées, rapportés à des coûts d'investissement et de fonctionnement modestes, une fois mis en rapport avec ceux d'autres institutions. Et puis, ce genre de patrimoine, il y en a partout ! La combinaison économie touristique – écomusées allait de soi. Le cours impétueux de ces nouveaux musées a été assez rapidement endigué sur les deux rives à la fois : sur l'une par une normalisation administrative qui les a éloignés progressivement de leur légitimité bénévole et associative, sur l'autre par une intégration au discours du développement touristique ; de cette dernière a pu résulter une hyperdépendance au politique sur le plus miné des terrains : celui du tourisme d'incantation, dernière issue pour la survie économique d'un territoire, et non celui du tourisme choisi, volontaire et durable, vigilant à créer la ressource renouvelable au lieu que d'exploiter un existant chancelant.

Une fois endigué, le phénomène a été modélisé et reproduit de façon quasi mécanique. En cela la multiplication tant des écomusées et autres lieux patrimoniaux tels les centres d'interprétation, musées de sites etc, que des parcs à thème s'inscrit clairement dans le même temps et procède de la même culture décisionnelle. Il n'y a rien d'étonnant que le marché ait été conduit à saturation. On même pu entendre dire que la saturation de l'offre créait le besoin ! L'encombrement présent ne serait qu'une illusion d'optique, due à la limitation de la consommation à une clientèle avertie et encore réduite : le boom de la vraie démocratisation étant à venir sous peu...

Mais déjà, des Etats Unis d'où est parti le modèle de la marchandisation des loisirs culturels, viennent les autocritiques, d'une génération qui a trop sacrifié à l'événement, au spectaculaire et à la communication<sup>1</sup>. Elle se réveille aujourd'hui dans la douleur, en se demandant où sont passées ses valeurs, comment reconquérir ses ressources à présent que la surenchère, calquée sur celle de l'économie marchande, a banalisé l'exception. Et ce jusqu'à détourner les grands sponsors qui s'orientent vers le social et l'humanitaire, plus lisibles.

La nouvelle génération de lieux patrimoniaux s'est emballée dans une course à l'audimat, devenue essentiellement un enjeu économique. Le nombre de visiteurs –de clients ?- devrait être en premier lieu un sain moyen de mesure, parmi d'autres, de l'efficacité du travail de l'équipe en charge du lieu patrimonial, au service du public. L'efficacité de la gestion financière est un autre sujet, qui demande d'autres outils d'évaluation et d'analyse.

Partager son initiative d'ordre culturel et sociétal avec beaucoup de public, et le rendre coproducteur de cette culture, c'est bien. Etre contraint à chasser à tout prix le client tant local que touristique pour pouvoir financer une surenchère promotionnelle sans fin, c'est évidemment suicidaire. Cela conduit à un épuisement des ressources et énergies propres de nos lieux et à une interdépendance des financements publics et privés croissante : elle fait dire aux bureaux d'études que la viabilité des projets même à pure vocation économique passe par des interventions publiques. Et c'est aujourd'hui largement le cas dans le secteur des parcs à thèmes.

Le praticien de l'Ecomusée d'Alsace doit gérer, comme tous ses pareils, ces logiques devenues absurdes par leur interpénétration et leur confusion : toujours plus de marché libéral et toujours davantage d'aides publiques. On peut s'interroger sur le sens de tout cela, ce que cela veut dire et où cela mène.

On ne peut alors que persévérer dans la conviction qu'un parc, qu'il soit muséal, patrimonial ou simplement ludique, n'est pas, ne devrait pas être, un produit comme un autre. Qu'il en revendique ou non la mission, les sociologues sont là, pour nous rappeler -depuis longtemps- que ce sont des bulles fictionnelles, matrice de recomposition de l'identité de l'individu dans un corps social lisible. On pourrait bien entendu débattre longuement de la valeur éthique de la projection proposée, suivant les lieux.

Citons cet extrait d'un témoignage récent sur l'Ecomusée d'Alsace<sup>ii</sup> : « ...tu devrais te sentir bien dans ce village. Tout est faux et pourtant tout est vrai puisque tout est revendiqué. Les faux vrais habitants semblent heureux de changer de costume et de quitter leur lotissement de banlieue... ». Après Umberto Eco, après Marc Augé, déjà cités, voici qui ne peut que nous conforter dans notre vision de notre lieu : lieu de conservation, de patrimoine, certes... cadres déontologiques et scientifiques d'autant plus efficaces qu'ils ne sont pas brandis comme une bannière, et grâce à cela ou malgré cela, par-dessus tout lieux d'élaboration de la ville idéale. Car vivre une expérience à l'Ecomusée d'Alsace, c'est déjà la transposer en esprit dans d'autres temps et lieux ; là commence évidemment l'utilité d'un tel endroit pour la modification des rapports sociaux.

S'auto-interdire cette contribution au bien commun, sous prétexte de réalisme, serait anti-civique. La fonction sociale doit être assumée, quand bien même elle serait davantage effet du hasard, qu'application d'une doctrine et d'un programme affichés à priori. C'est probablement sur ce point précis que viennent s'entrechoquer les logiques. L'apport social des lieux comme le nôtre est en général peu considéré. Les critères d'analyse sont faussement rationnels : ils

relèvent soit des standards des métiers culturels recensés, soit de jugement touristico-économiques, et le plus souvent des deux à la fois. La poursuite des raisonnements économiques conduirait à ce que l'écomusée, entreprise de main d'œuvre, soit au plus vite délocalisée !

Les questions qui se posent à nous aujourd'hui sont d'une autre nature. En quoi le contenu du parc offre-t-il une alternative positive aux visiteurs, dans leur vision du monde et particulièrement du futur ? Comment le fonds culturel local qu'il valorise est-il renouvelé, réinventé pour ne pas s'enliser dans la reconduction mécanique de stéréotypes : comment ne pas nous infliger nous mêmes les désastres de la folklorisation touristique que nous avons provoqués dans les pays pauvres ? Quels sont les bons chemins créatifs, entre l'outrance et la standardisation ?

Et question cruciale : dans le contexte d'un niveau de vie dont personne ne croit qu'il puisse durablement se stabiliser, comment notre lieu peut-il être, ou rester dans le futur, accessible à tout le monde : ce qui sollicite l'imagination tant sur les contenus, que sur la médiation, et par-dessus tout les prix et modalités d'accès.

Les incompatibilités entre un marché aujourd'hui saturé et artificiellement concurrentiel, la réalité de la problématique présente des parcs et partant leur capacité à anticiper les vrais besoins du futur, sont patentes... pour peu que l'on veuille prendre un peu de recul par rapport aux conventions et conformismes issus de constats du passé, et érigés en règles.

Comme si un certain volume d'investissement générerait mécaniquement un certain volume de visiteurs, un panier moyen donné et du bénéfice si la masse salariale est cantonnée à 35% du chiffre d'affaires... Un projet c'est plus complexe que cela.

Face aux idées reçues on ne peut pas poser de contre-modèle. On ne peut que résister, et s'obstiner à multiplier les expérimentations. A l'Ecomusée d'Alsace, chaque occasion est saisie pour rendre les visiteurs acteurs du fonctionnement du lieu, en développant une appartenance citoyenne. Les publics issus de quartiers, de milieux réputés difficiles, ou souffrant d'un handicap moral, physique ou social sont accueillis et valorisés. En échange de la gratuité d'accès, accordées dans le cadre de conventions de partenariat, ils doivent contribuer, par exemple sous la forme de rapports d'expériences, de propositions d'amélioration.

Les tarifs pratiqués visent la fidélisation, à travers la validité des billets pendant deux jours, des tarifs réduits pour les accompagnateurs de visiteurs fidèles, des abonnements individuels et familiaux etc... Cette politique est prescriptrice d'un retour régulier à l'Ecomusée, qui assure une sorte de fonds invariable de visiteurs fidélisés, de l'ordre de 100 000 à 120 000 personnes par an, constante depuis une décennie quelle que soit la fréquentation totale du lieu.

Ces 100 000 à 120 000 personnes pourraient, si l'on conservait l'image de la ville virtuelle, en être la population permanente. Elle développe en effet des relations quasi personnelles avec les bénévoles, les salariés. Elle connaît les animaux du parc par leur petit nom... On est entre voisins, ceux qui font se confondent avec ceux qui regardent, et c'est certainement ce qui rend l'endroit aussi très facile d'accès pour ceux qui s'y rendent pour la première fois. Cela s'exprime par l'augmentation continue des témoignages de satisfaction de l'*ambiance* : 70% des visiteurs se déclarent aujourd'hui très satisfaits de l'ambiance du musée, 25% assez satisfaits, et 85% ont envie d'y revenir.

Est-ce à dire que l'Ecomusée d'Alsace est voué à caler son rythme de croisière sur un public quasiment acquis d'avance, qui l'a déjà visité à un moment donné, et que les variations d'effectifs globaux ne seront assurés, en dents de scie, que par des facteurs d'ordre plus conjoncturels : pertinence de tel réinvestissement, efficacité de telle campagne de communication. On n'a pas aujourd'hui d'indicateur très apprenant sur ce sujet. Les courbes de fréquentation de l'Ecomusée montrent que pendant sa première décennie d'existence il s'est développé de manière autonome des musées et sites existants dans la grande région, avec des transferts de clientèle évidents. La deuxième décennie, qui s'est terminée en 2004, épouse le déclin général sur des profils quasiment superposables.

Il n'est pas inintéressant de constater que les différences de pratiques d'un site à l'autre ne font pas grand chose à l'affaire. L'Ecomusée d'Alsace, unique dans son concept en France, a deux confrères à proximité immédiate (respectivement à une et deux heures de route) en Suisse et en Allemagne. Ils sont fondés sur le même concept initial, des maisons paysannes transférées, et ne s'en sont guère éloignés. L'Ecomusée d'Alsace a fait au contraire d'énormes efforts pour élargir la vision patrimoniale à d'autres objets, industriels, urbains, et diverge fondamentalement par son offre de médiation et d'animation. Or rien dans la courbe d'évolution des publics n'indique une sorte de prime à celui qui diversifie, innove, anime en cultivant le même jardin.

Le constat n'a rien de décourageant : c'est une donnée. Il indique qu'il est très difficile de faire évoluer rapidement l'identité d'un grand site. Cette identité n'est pas seulement rendue lisible par la communication et la publicité, elle est façonnée par une antériorité qui rentre dans l'imaginaire collectif et s'y incruste, même au temps de l'immédiateté et du fugitif. Nous avons cru comprendre à travers nos discussions avec nos collègues de grands parcs plus ludiques que la question de cette identité secrète des lieux se pose ailleurs. Elle n'est sans doute pas la recette du succès économique. Du moins, elle permet de comprendre pourquoi certaines créations de lieux n'ont aucun succès alors que tous les éléments rationnels ont été pris en compte. Elle permet de comprendre aussi pourquoi les réinvestissements dans les lieux existants n'ont pas toujours l'effet immédiat escompté.

L'Ecomusée d'Alsace a fait l'expérience toute récente d'ouvrir au public, avec des moyens de communication adaptés, un nouveau lieu : « Clair de mine » est une mine de potasse en ruines, contenant un parcours multimédia de grande envergure, aux antipodes de la pratique habituelle du musée. Le pari n'était pas a priori de faire du neuf ou du spectaculaire dans une tentative éperdue d'exister dans le brouhaha de l'évènementiel. C'était le sujet traité –une mine dans laquelle il est impossible de descendre, des bâtiments non restaurables, qui avait justifié l'emploi de ces moyens. Au terme de la première saison, il est apparu clairement que très peu de visiteurs étaient venus spécialement dans le but de découvrir cette nouveauté pourtant spectaculaire, qui bénéficiait d'une entrée distincte à très petit tarif d'entrée. C'était un événement noyé parmi bien d'autres... Par contre, cette réalisation a été un puissant prescripteur pour la visite ou la revisite de l'ensemble de l'Ecomusée, et c'est dans ce cadre là, avec le billet le plus onéreux bien sur, que le public a découvert « Clair de mine ». Avec les 25% d'augmentation de la fréquentation de date à date obtenus en 2004, on se doute que nous suivrons avec beaucoup d'attention les motivations de nos visiteurs en 2005.

Evoquer cette campagne qui a communiqué l'Ecomusée comme un simple lieu, accueillant une réalisation qui a la rigueur pouvait être comprise comme entièrement externe, est l'occasion de mettre le questionnement sur la façon de nommer les choses. Un lieu comme l'Ecomusée d'Alsace, avec la spécificité de son ancrage régional, est confronté bien sur à un

épineux problème de marque. Il n'est pas facile de porter le nom d'écomusée, on le sait bien : ce nom recouvre une certaine communauté de projets, la référence à des principes de travail nullement obsolètes, mais ce qui en est rendu visible et vivable par le public est de nature très différentes suivant les lieux qui se placent sous ce vocable. Le terme lui-même, qui a bénéficié d'un effet de nouveauté, concordant avec la nouveauté des musées qu'il désignait, n'a pas duré au-delà de cette vague fondatrice. Il véhicule peu de sens par lui-même pour un public pas nécessairement averti des mouvements d'idées de la muséographie de la 2<sup>e</sup> moitié du 20<sup>e</sup> siècle ... et même si cela reste blasphématoire, on ne peut ignorer qu'en dépit des efforts considérables réalisés dans la présentation, la médiation et les animations des musées, le terme qui les désigne continue à poser problème à beaucoup de nos concitoyens. Il est patent que nombre de grands musées de création récente ne portent plus le nom de musées. Ils ont une marque spécifique. Et de grands musées plus anciens, au profit d'une rénovation, misent sur un changement de nom. Posée depuis plus de dix ans, la décision de changer le nom de l'Ecomusée d'Alsace n'est toujours pas prise...

Une certitude : le terme d'Ecomusée induit une spécialisation et par voie de conséquence une diminution des publics : près de 70% des visiteurs de l'Ecomusée d'Alsace déclarent aujourd'hui visiter régulièrement des écomusées et musées de plein air, contre 50% voici dix ans. Pour spécialisé qu'il soit, ce public est aussi celui de son temps : près de 50% des visiteurs de l'Ecomusée d'aujourd'hui fréquentent aussi, régulièrement, des parcs d'attractions. Ils n'étaient que 40% voici dix ans. Ces quelques indicateurs à une dizaine d'année d'intervalle, sont à eux seuls expressifs de la multiplication de l'offre et à l'augmentation de la consommation. Ce qui, nous le répétons, ne nous rassure nullement sur la fiabilité du modèle économique.

En conclusion, nous sommes dans une période de transformation dont nous ne connaissons pas les forces favorables. Lorsque Michel Serres affirme que notre temps est celui de la sortie de l'ère néolithique, et que nous savons tous que ce n'est pas une boutade si grandes sont les ruptures maintenant visibles avec le passé, il ne faut pas s'étonner sur un regain d'interrogations sur les parcs. Nous ne savons pas bien comment faire, mais ce secteur et à l'intérieur de celui-ci les lieux patrimoniaux ont une fonction essentielle pour redonner à nos concitoyens la possibilité non pas de supporter le présent à l'intérieur de parenthèses, mais bien de se mettre en marche vers le futur qu'ils veulent, eux. Le parc de demain ne sera sans doute plus ce camp retranché derrière des clôtures, paradis à accès payant. Les visiteurs de demain –comme ceux d'aujourd'hui à l'Ecomusée d'Alsace- seront des co-auteurs et des co-acteurs. Leur contribution ne sera pas toujours nécessairement monétarisée. Du reste de moins en moins d'entre eux en auront les moyens financiers. Des formes nouvelles de rapport au public sont à inventer, à expérimenter, ce sera difficile et passionnant. De plus en plus la question des identités sera centrale : les parcs, ouverts sur la vie réelle de la population et de l'économie vont être constituants de l'identité des territoires réels, et de leur populations telles qu'elles sont quelles que soient les bonnes paroles sur l'intégration et le refus du communautarisme.

A quand de nouveaux observatoires du public qui ne soient pas seulement ceux des cibles, des taux de pénétration et du panier moyen ? Pas si facile que ça à délocaliser – encore que – l'industrie des parcs, et en tout cas des parcs patrimoniaux, pourrait être un formidable laboratoire d'innovation sociale et culturelle, au lieu de camper sur l'indéfendable position « du pain et des jeux...culturels » qui ne porte aucune ambition pour notre temps !

Marc GRODWOHL

---

<sup>i</sup> KREISBERG Luisa, *L'avenir des musées américains : le développement durable*, in « L'ami de musées » N° 28, Paris 2004

<sup>ii</sup> GWIAZDZINSKI Luc et RABIN Gilles, *Si la ville m'était contée*, Paris 2005