

IDÉES • CULTURE

« Le virtuel va se tailler une place de plus en plus grande dans l'art. Il faudra donc s'y habituer »

CHRONIQUE



Guillaume Fraissard

Le débat qui oppose accrochages classiques et expositions immersives n'a sans doute pas lieu d'être, observe Guillaume Fraissard, chef du service Culture du « Monde ». Réel et virtuel constituent les deux facettes d'une même ambition : exposer l'art au plus grand nombre.

Publié le 28 février 2020 à 10h56 | Lecture 4 min.

Article réservé aux abonnés

Chronique. Sur les cartons d'invitation, les codes du genre sont bien respectés. De belles reproductions d'œuvres d'art et la mention « vernissage » comme il est de rigueur pour les avant-premières d'expositions. Sauf que les tableaux présentés ici ne sont pas encadrés comme dans un musée mais s'affichent sur d'immenses surfaces, du sol au plafond, dans un dispositif visuel où le visiteur fait corps avec les toiles projetées. Vendredi 28 février, l'Atelier des Lumières, à Paris, présente ainsi ses deux nouvelles expositions immersives – *Monet, Renoir... Chagall, voyages en Méditerranée* et *Yves Klein, l'infini bleu* – six jours avant que Dali et Gaudi ne viennent illuminer les murs en calcaire des Carrières de Lumières aux Baux-de-Provence (Bouches-du-Rhône), là encore pour deux « accrochages » numériques inédits.

Grâce aux vidéoprojecteurs réquisitionnés, les peintures deviennent des fresques animées taille XXL

Ces lieux d'exposition sont gérés par la société Culturespaces également aux commandes des musées Jacquemart-André et Maillol à Paris, de l'Hôtel de Caumont à Aix-en-Provence et, au total, de quatorze centres d'art et monuments historiques en France et à l'étranger. Cette filiale du groupe Engie (41 millions d'euros de chiffre d'affaires en 2017) est devenue en à peine dix ans l'une des grandes spécialistes de ce qu'on appelle désormais des « expositions numériques immersives ».

Grâce aux dizaines de vidéoprojecteurs réquisitionnés pour animer ces spectacles sons et lumières, les peintures de Picasso, Klimt, Chagall ou Bosch deviennent des fresques animées taille XXL, bien loin des dimensions imaginées à l'époque par leurs créateurs. Et ça marche. En 2019, seul Toutânkhamon à la Villette (1,4 million de personnes) à fait mieux que Van Gogh à l'Atelier des Lumières et ses 1,3 million de visiteurs.

Outil de démocratisation ou divertissement ?

L'irruption dans le paysage culturel, au début des années 2010, de ces événements à la frontière entre le musée et le mapping – ces spectacles visuels qui animent régulièrement les façades des cathédrales et des bâtiments historiques – s'accompagne d'un violent débat esthétique. Doit-on considérer les expositions virtuelles comme un formidable outil de démocratisation de l'art ou, au contraire, comme un simple divertissement qui instrumentaliserait les chefs-d'œuvre à des fins commerciales ?

Lire aussi | [Culturespaces met ses habits de lumières à Paris](#)

Le record absolu de fréquentation obtenu par le musée du Louvre pour sa très belle exposition consacrée à Léonard de Vinci (1,1 million de visiteurs, soit deux fois plus que le précédent record détenu par l'exposition Delacroix en 2018) tendrait à prouver que le débat n'a sans doute pas lieu d'être. Et que réel et virtuel composent au final les deux facettes d'une même ambition : celle d'exposer l'art au plus grand nombre.

La grammaire picturale des expositions immersives colle manifestement très bien aux attentes d'un public jeune – 36 % des visiteurs de l'Atelier des Lumières ont moins de 35 ans –, familial, nourris d'écran et peut être moins coutumier des musées traditionnels. La mise en perspective d'une œuvre ou d'un artiste au regard de l'histoire de l'art ou de l'évolution des sociétés s'y efface au profit de la spectacularisation par le biais de l'agrandissement et du mouvement. Et l'émotion n'est plus provoquée par la confrontation avec le matériau artistique tel que voulu par le peintre mais par le gigantisme enveloppant d'un détail, le tout rehaussé de musique.

Technologies prisées par les municipalités

Finis les cartels et leurs explications parfois ardues, terminée la foule qui se presse devant une petite aquarelle ou un dessin minuscule, gênant la contemplation : la proposition immersive offre une facilité d'accès en phase avec l'immédiateté des modes de consommation de la culture ainsi qu'une explosion saisissante de couleurs, parfaite pour nourrir ses réseaux sociaux en belles images.

Et le phénomène n'est pas prêt de s'arrêter. Ces technologies sont en effet de plus en plus prisées par les municipalités en quête de projets culturels pour habiller des lieux hors normes. Le 17 avril, Culturespaces, toujours elle, va inaugurer à Bordeaux les Bassins des Lumières dans une partie de l'ancienne base sous-marine de la ville. Il s'agira du plus grand centre d'art numérique au monde avec 12 000 mètres carrés de surface d'exposition et un investissement de 14 millions d'euros pour 400 000 visiteurs attendus chaque année. A Lyon, la Sucrière vient de connaître un beau succès avec *Imagine Picasso*, conçue entre autres par l'architecte Rudy Ricciotti. A Paris, le Grand Palais convoquera également le virtuel pour une exposition immersive sur les trésors archéologiques de Pompéi à partir du 25 mars. Et les amateurs pourront se rendre du 4 mars au 20 septembre dans le « musée instagrammable Mad dimension » avec la promesse affichée d'un voyage interactif... « *entre art et cinéma* ».

Entre business de la nostalgie et volonté de toucher un public plus large, la culture des lumières à de beaux jours devant elle.

Il faudra donc s'y habituer. En art plastique comme en musique, où les stars disparues ressuscitent telles des fantômes le temps d'une tournée en hologrammes, le virtuel va se tailler une place de plus en plus grande dans la culture, qu'il s'agisse d'art numérique ou d'« expositions » sans œuvres autour de grands noms de la peinture, du dessin ou de la photographie. Entre business de la nostalgie et volonté de toucher un public qui ne fréquente pas les musées traditionnels, la culture des lumières à de beaux jours devant elle. La question importante n'est peut être pas tant de savoir ce qui relève de

l'art ou du divertissement que de comprendre comment ces nouvelles formes de propositions culturelles façonneront durablement les goûts et les attentes du public.

Lire aussi | [« Le public qui va voir Klimt numérisé a-t-il envie de pousser la porte du musée ? »](#)

Guillaume Fraissard