

De la restauration des œuvres du patrimoine au soutien de la création contemporaine, les amis des musées jouent un rôle majeur. En voici la preuve.

Et dire que certains se plaignent de ne compter leurs vrais amis que sur les doigts d'une main. A priori, ce n'est pas le cas des musées, châteaux, fondations privées et Frac de notre pays. La Fédération française des sociétés d'amis de musées, qui regroupe une bonne partie de ces associations, rassemble plus de 90 000 bénévoles fiers d'afficher leur amitié au monde des arts. Encore ne compte-t-elle pas celle des amis du Louvre, 60 000 adhérents à elle seule. Depuis des décennies, qu'il s'agisse du château de Versailles (6 300 affiliés), du musée d'Orsay (580 membres actifs) ou du musée du Peigne et du Plastique d'Oyonnax (350 fidèles tout de même), les amis de musées sont les fidèles soutiens de leur établissement fétiche. Passionnés, disponibles, érudits, souvent généreux, ils entendent bien se rendre utiles. Mais concrètement, à quoi servent ces associations ?

1. À donner du temps et de l'argent, voire plus

La principale motivation des amis de musées ? L'amour de

l'art, tout simplement. Et c'est bien connu, quand on aime, on ne compte pas. Les amis donnent de leur temps en organisant pour leurs adhérents, mais aussi pour le grand public, des visites, des ateliers, des conférences, parfois même des voyages culturels. Ils prêtent en outre un sérieux coup de main lors de certains événements comme les Journées du patrimoine ou la Nuit des musées : certains établissements ne pourraient pas participer à ces grandes manifestations sans leur aide. Enfin, ils donnent de l'argent, par le biais de leur adhésion (souvent entre 50 euros et 250 euros par an) ou quand ils le peuvent, sous forme de don. Les amis de musées achètent des toiles, des sculptures ou encore des objets qui rejoignent les collections du musée, ou participent à la restauration ou à la rénovation de certaines œuvres. « Les sociétés d'amis sont là pour accompagner au mieux les musées, souligne ainsi Jean-Michel Raingeard, président de la Fédération française des sociétés d'amis. Ce sont des réseaux très actifs, soucieux de partager un patrimoine commun, de le valoriser et de le faire connaître. » D'ailleurs, qui dit patrimoine, ne dit pas forcément musée ou château. Prenons l'exemple de la société des amis du musée de

Ville-d'Avray. Elle s'est créée en 1985 en vue de rassembler une collection de documents et d'œuvres d'art propres à l'histoire de la ville avec l'espoir d'en faire... un musée, qui pour l'instant, n'existe pas. La société a réussi à constituer une belle collection de photos, de livres mais aussi de peintures du XVIII^e siècle au XX^e siècle, grâce à des dons ou des achats en ventes

publiques. Le tout est précieusement stocké en attendant le grand jour.

2. À occuper les retraités (mais pas seulement)

Pas de langue de bois : il est vrai que les sociétés d'amis de musée recrutent rarement leurs adhérents dans les écoles primaires. Et dans la majorité des cas, la moyenne d'âge est assez élevée. Les adhérents ont souvent plus (voire beaucoup plus) de 50 ans. « En fait, nous avons beaucoup de mal à recruter parmi les 30-40 ans, regrette Gaby Pallares, présidente



DISPOS POUR LES GRANDES OCCASIONS

Chaque année, les sociétés d'amis donnent un sérieux coup de main aux musées pour accueillir et informer les visiteurs, notamment pour la Nuit des musées, ici au musée du Louvre (Paris).

À quoi servent les amis des musées ?

du Groupement régional des sociétés des amis de musées du Languedoc-Roussillon. Car nous nous heurtons, comme beaucoup d'associations reposant sur des bénévoles, aux questions de disponibilité des personnes. Ceci étant, je pense qu'il faut que les sociétés se posent la question du vieillissement de leurs adhérents. Nous devons impérativement envisager la relève. » D'où de nombreuses actions proposées par certaines sociétés à destination des jeunes. C'est le cas des amis du musée Fabre de Montpellier qui visent carrément les enfants (et les parents) à travers un programme d'actions spécifique, baptisé « Art-musons-nous ». Si le pitchoun adhère à

l'association, il se voit proposer des visites d'expositions, des ateliers de dessin ou encore des rencontres avec des dessinateurs de bande dessinée et des créateurs de jeux vidéo. Autre exemple, la société des amis du musée national d'Art moderne, vouée au centre Pompidou de Paris, qui compte environ 800 adhérents. En 2007, la société a créé une catégorie d'adhérents sous l'intitulé « Perspective pour l'art contemporain ». Public visé : les moins de 40 ans. « Nous voulons ainsi approcher une autre tranche d'âge, explique Marie-Stéfane de Sercey, directrice de la société des amis, en leur signifiant qu'ils peuvent s'investir dans la vie du musée. En ●●●



GÉNÉREUX, VOIRE, TRÈS GÉNÉREUX

Merci qui ? Merci les amis. Grâce à la générosité de leurs sociétés respectives, le centre Pompidou dispose désormais d'une superbe sculpture du Britannique Anish Kapoor, tout comme le musée du Louvre du Grand Nœud de diamants de l'impératrice Eugénie. Dans le passé, les amis du musée lui avaient offert – entre autres – le célèbre Bain turc de Jean Auguste Dominique Ingres.

EN HT : SANS TITRE, ANISH KAPOOR, POMPIDOU, PARIS. AU MILIEU : LE BAIN TURC, INGRES, 1862, LOUVRE, PARIS. À DR. : GRAND NŒUD DE CORSAGE DE L'IMPÉRATRICE EUGÉNIE, FRANÇOIS KRAMER, 1855, LOUVRE, PARIS.



« Les sociétés d'amis constituent un bras armé indispensable aux musées qui leur permettent d'agir parfois avec encore plus d'efficacité »

Danièle Devynck, conservatrice en chef du musée Talouze-Lautrec d'Albi

Les amis des musées sont aussi des passeurs : il tiennent à rapprocher tous les publics du monde de l'art

●●● deux ans, nous avons ainsi recueilli environ 180 nouvelles adhésions de personnes de moins de 40 ans. »

3. À conquérir de nouveaux publics

Les amis ont le sens du partage. Certes, leurs adhérents constituent leurs premiers clients, mais le grand public n'est pas oublié et beaucoup de leurs événements et de leurs animations sont ouverts à tous. Certaines sociétés vont plus loin, en proposant, par exemple, aux écoles des concours, des découvertes d'œuvres ou bien des conférences. Leur action prend alors une tournure encore plus pédagogique. Le monde de l'entreprise est aussi visé comme à Nantes. La société des amis du musée des Beaux-Arts de Nantes (environ 400 adhérents) a signé une convention avec une importante entreprise de BTP et une banque régionale pour organiser des visites-conférences destinées aux salariés. « Nous sommes aussi là pour rendre l'art accessible, explique André Ozenne, son président. Par nos actions, nous voulons contribuer à le mettre à la portée de tous. » Un discours qui plaira à Jean-Michel Raingeard, convaincu de « l'utilité sociale des associations ». « Nous devons être des passeurs de culture », clame-t-il haut et fort. Pour la société des amis du musée d'Art contemporain et du musée des Beaux-Arts de Nîmes, cette dimension sociale est une évidence. « Sans prendre la place d'autres acteurs sociaux et culturels, nous souhaitons simplement rapprocher certains publics du monde de l'art », explique Hélène Deronne, la

présidente de cette société qui organise des rencontres, des ateliers découverte et des visites avec des femmes maghrébines vivant dans les ZUP de la ville.

4. À accroître les collections

Et pas avec des brouilles. Prenez le cas des amis du musée Fabre qui y consacrent en moyenne environ 25 000 euros par an, soit l'équivalent du quart du budget d'acquisition du musée. Dernièrement, les amis de Fabre lui ont offert une toile de Jean Raoux, peintre du XVIII^e siècle, d'une valeur de 16 000 euros. Même constat avec les amis du musée des Beaux-Arts de Nantes, qui ont acquis pas moins de 200 œuvres

depuis sa création en 1919. Et pas des moindres. Des toiles signées Derain, Dufy ou encore Monet. Chaque année, les amis dépensent environ 20 000 euros. Sans commune mesure avec le million d'euros dépensé en 2008 par les amis du musée national d'Art moderne de Paris. Cette même année, la société qui affiche un budget d'acquisition constant, voire à la hausse, a permis au centre Pompidou de disposer d'une impressionnante sculpture en demi-sphère d'Anish Kapoor, l'audacieux artiste britannique d'origine indienne. La crise bride-t-elle la générosité des amis ? Pas vraiment. Deux raisons principales. Les adhérents des sociétés sont toujours aussi nombreux, et la défiscalisation du don à hauteur de 66% incite

à la libéralité. Certaines sociétés ont affiché en 2008 une belle vitalité, voire des hausses spectaculaires du montant de leurs acquisitions. Ce fut le cas des amis du musée du Louvre (60 000 membres, voir l'encadré page 18). Chaque année, cette illustre société dispose d'environ 3 millions d'euros, soit une enveloppe équivalente au tiers du budget d'acquisition du musée. Toutefois, l'année dernière, les amis ont dépensé autant que le musée, à savoir 8 millions d'euros. La société a consacré ainsi une grande partie de son budget à l'acquisition du Grand Nœud de diamants de l'impératrice Eugénie réalisé par le joaillier François Kramer. Prix d'achat : 5 millions d'euros ! Dans des proportions moindres, les amis du musée d'Aquitaine ont eux aussi connu une année 2008 exceptionnelle en dépensant la somme de 28 000 euros, bien supérieure à leur moyenne habituelle de 5 000 euros par an. C'était pour la bonne cause : ils ont acheté une superbe pendule dite « Pousse- ●●●



BIENVENUE LES JEUNES AMIS

Les sociétés des amis cherchent de plus en plus à séduire les jeunes générations. Au musée Fabre (Montpellier), en plus des initiatives propres au musée, les amis ont créé « Art-musons-nous », un programme d'animations destiné aux plus pitchouns.

Amis des Frac, de la fondation Maeght... la création contemporaine n'est pas en reste

●●● Tonneau » (début XIX^e), une pièce rare d'une valeur de plus de 20 000 euros.

5. À attirer les mécènes

Généralement, les amis connaissent bien les réseaux de leur ville et de leur région. Un appui toujours utile pour un conservateur amené à manœuvrer dans un paysage institutionnel complexe. Sans compter qu'ils aident les musées à se connecter au monde des entreprises, et donc à celui des mécènes potentiels. « Pour un conservateur, les sociétés d'amis constituent un bras armé important, explique Danièle Devynck, conservatrice en chef du musée Toulouse-Lautrec d'Albi. Dans le cadre d'opérations de restauration ou d'acquisition, ils ont une souplesse d'intervention bien plus

évidente que celles des musées. Ils n'ont pas les contraintes administratives, et peuvent, par exemple, intervenir rapidement sur une vente publique. » Les conservateurs apprécient donc beaucoup le dévouement de ces forces vives bien implantées sur leur territoire. « Ils sont non seulement nos amis fidèles, s'exclame Christophe Vital, président de l'Association générale des conservateurs des collections publiques de France, mais en plus, nos meilleurs ambassadeurs. »

6. À soutenir les artistes contemporains

Il n'est pas faux de dire que les sociétés d'amis de musées des beaux-arts ou encore de châteaux prestigieux recueillent

l'essentiel des suffrages. Mais les amis ne font pas tous une fixation sur l'ancien. La fondation Maeght, à titre d'exemple, est là pour en témoigner. Depuis 1966, ses amis comptent entre



« Notre action est indispensable pour l'acquisition ou la rénovation d'œuvres »

Anémone Wallet, directrice déléguée de la société des amis de Versailles

1 500 et 2 000 adhérents en France et dans le monde entier. Et ils ont acquis la bagatelle d'une centaine d'œuvres contemporaines (Barceló, Adami...). Quant aux Fonds régionaux d'art contemporain, non affiliés à la Fédération des sociétés d'amis, ils ne sont pas en reste. Le Frac Champagne-

Marcon, président des amis du Frac Centre. Ils sont certainement un peu plus jeunes que ceux des musées d'art ancien. Et ils ont tous en commun cette volonté d'ouvrir les portes de l'art contemporain. Un peu à l'image des Frac, ces associations d'amis rêvent aussi de mettre l'art dans la rue. » ■ CLAUDE FABER

Versailles, Le Louvre... des cercles d'amis comme personne



Les amis du château de Versailles ont financé un complément de passementerie pour le rideau de scène de l'Opéra.

Parmi les multiples associations d'amis, deux sociétés sont devenues de vraies institutions. Fondée en 1897, la société des amis du Louvre compte plus de 60 000 membres. C'est la plus importante en France et l'une des trois premières en Europe. Grâce aux cotisations, aux dons et aux legs, la société dispose chaque année d'environ 3 millions d'euros pour enrichir les collections du musée. C'est d'ailleurs grâce à elle qu'il dispose de pièces illustres comme Le Bain turc d'Ingres (acquis pour 150 000 francs en 1911). En 2008, les amis ont offert au musée

Vénus et Adonis, l'un des chefs-d'œuvre de Luca Cambiaso, le principal maître de l'école génoise du XVI^e. Aujourd'hui, la société des amis est le premier mécène privé du musée. Non loin de la capitale, le château de Versailles brille aussi par ses amitiés. La société des amis de Versailles, créée en 1907, réunit près de 6 300 membres. Très active, elle propose un programme d'animations, de conférences, de rencontres et de voyages culturels impressionnant. Le château lui doit aussi énormément. « L'État fait beaucoup pour le château, explique Anémone Wallet, directrice déléguée de

la société des amis. Mais notre action est indispensable pour l'acquisition d'œuvres ou leur restauration. » La société est à l'origine d'innombrables acquisitions de meubles, d'objets ou d'œuvres d'art qui avaient disparu du château. Elle est aussi à l'origine de restaurations majeures telle celle du cabinet de la Garde-robe de Louis XVI. Exemples récents, la société a pris en charge la restauration du balcon et l'aménagement d'un parcours de visite autour de la cour des Cerfs. Enfin, elle a participé financièrement à celle du rideau de scène de l'Opéra royal de Versailles.