

Lambert, Roma (2021), **Le musée d'entreprise. Genèse et expansion d'un genre muséal**, Paris : L'Harmattan, 278p.

Roma Lambert est diplômée de l'École du Louvre. Cet ouvrage est une version publiée de son travail de master réalisé sous la direction de François Mairesse. L'ouvrage est décomposé en deux parties distinctes.

La première partie correspond à son travail de master. Elle est divisée en deux sections, à savoir une approche diachronique du musée d'entreprise de 1790 à nos jours en France ainsi qu'une analyse du corpus constitué. Une riche bibliographie clôture cette première partie.

L'histoire de ce genre muséal, marginalisé par les muséologues et les milieux scientifiques, est passionnante. Roma Lambert s'attache à démontrer que la notion de musée d'entreprise prend forme à la fin du 18^e siècle, qu'elle évolue au gré de l'histoire industrielle et du développement des moyens de production. Parallèlement, elle se nourrit des concepts muséographiques de son temps. Exposant prioritairement des produits manufacturés (objets) et des machines-outils, les musées d'entreprise sont tour à tour des lieux de mémoire, des collections d'échantillons commerciaux à valeur juridique, des catalogues à grande échelle, des espaces pédagogiques et de formation, des lieux de promotion du progrès industriel et des savoir-faire, des vitrines économiques nationales, des outils de communication visant le client final, des lieux d'expérience et d'expression d'une marque.

Dans l'analyse de son corpus de musées d'entreprise, Roma Lambert fait ressortir une grande diversité dans les modalités d'exposition et admet qu'il est encore difficile d'en saisir des contours précis. Pour exemple, la diversité des lieux d'exposition retenus : hors des murs, dans les anciennes bâtisses, près des actuels ateliers de production, etc. En revanche, une certaine similarité se retrouve tant dans les modalités de visites (guidées pour la plupart), que dans les thématiques retenues (histoire des fondateurs, des savoir-faire, des produits et des moyens de production) ou encore dans l'exposition des différents patrimoines (bâti industriel, archives sociétales, archives audio-visuelles, archives publicitaires et packaging). À noter qu'un musée d'entreprise est un outil de communication et qu'à ce titre, il est plus vulnérable qu'un musée public. Certains d'entre eux sont fermés lorsqu'ils ne répondent plus à la vision et aux attentes de son management.

La seconde partie équivaut au corpus des 211 musées d'entreprise retenus pour cette analyse. Les fiches sont ordonnées par régions géographiques françaises. Ce qui ne facilite pas son utilisation hors des frontières hexagonales, d'autant plus que le lexique en fin d'ouvrage ne reprend pas toujours exactement la nomenclature utilisée dans la première partie pour désigner les entreprises. Il aurait été intéressant de connaître les raisons qui ont amené l'auteur à privilégier ce découpage plutôt qu'un regroupement par typologie de secteurs industriels. Les fiches ont une structure similaire (histoire de l'entreprise, descriptif de l'espace muséal, type d'exposés et informations complémentaires). Elles ont été probablement rédigées par « les membres des entreprises qui ont accepté de contribuer à la constitution du corpus ». Cet élément, évoqué brièvement et uniquement dans les remerciements, est intéressant. Il donne de précieuses indications, avant même d'entrer dans les espaces muséaux, sur la manière dont l'entreprise se met en image et s'expose. À noter, la présence très pratique des liens URL, qui permettent aux lectrices et lecteurs de pousser un peu plus loin les recherches.

Au final, cet ouvrage correspond à un état des lieux précis du sujet sur le territoire français en 2020. Dans sa conclusion, Roma Lambert ouvre des pistes de réflexions intéressantes et pertinentes sur ce genre muséal. Car à l'heure où les musées publics opèrent une mue commerciale (avec la création de leur propre marque), il est intéressant d'observer comment les musées d'entreprise évoluent dans leur manière de s'exposer ainsi que dans leur choix des mediums phygitaux.