

Kaouthar Najim
(16-415-531)
Julia Rochard
(21-301-585)

SPACE X WORLD MUSEUM OF SPACE: A FUTURE WITHOUT BOUNDARIES

متحف سبيس إكس العالمي: أفاق بلا حدود

Travail de session

Dans le cadre du cours 34G1305 « Globalisation et enjeux culturels au Moyen-Orient : l'essor
d'une scène artistique et muséale »

Enseignante: Silvia Naef

Assistante: Maddalena Zaglio

Global Studies Institute

Université de Genève

Mercredi 5 janvier 2022

Table des matières

<i>Introduction</i>	2
1. Imaginer l'inimaginable : la construction d'un nouveau musée	3
1.1 <i>Quel type de musée ?</i>	5
1.2 <i>L'Architecte et l'Architecture</i>	6
1.3 <i>La collection pièce par pièce</i>	8
1.3.1 <i>LA COLLECTION PERMANENTE</i>	9
1.3.2 <i>L'EXPOSITION TEMPORAIRE</i>	13
1.4 <i>Les bienfaits économiques</i>	14
2. Donner une Image à la Réalisation	15
2.1 <i>Le Branding</i>	16
2.2 <i>Stratégie de Marketing et de communication</i>	17
2.3 <i>La diplomatie culturelle</i>	20
3. Conclusion	22
Annexe — Idée musée	23
Annexe 1 : Architecture vue de haut	23
Annexe 2 : Architecture des pièces	23
Annexe 3 : Architecture de devant	24
Annexe 4 : Salle des spiritualités	25
Annexe 5: Salle des Sciences	26
Annexe 6 : Salle des Sens	27
Annexe 7 : Salle d'Art Moderne et Contemporaine	28
Annexe 8: Spot Promotionnel	29
Bibliographie	31
Bibliographie pour les tableaux -ordre alphabétique-	35

SpaceX World Museum of Space: A Future Without Boundaries

متحف سبيس إكس العالمي: أفاق بلا حدود

Introduction

Al-Waraqqa, dans la langue arabe dénote littéralement « la feuille ». Notre émirat a tenté pendant de longues années de tenir une place dans l'arbre du monde. Mais l'automne est arrivé et notre émirat s'est trouvé isolé, comme lorsqu'une feuille quitte son arbre pour se reposer au sol. Mais le printemps arrive et redonne espoir à notre émirat. Il existe au Japon une forme d'art réparatrice, l'art du *Kintsugi*. Cet art répare les objets brisés par les aléas du temps et leur redonne une seconde vie en valorisant leur blessure grâce à la poudre d'or (Loads 2019, 53). Les blessures visibles font partie de la seconde vie de l'objet. Comme cet art, notre émirat doit se régénérer tout en valorisant son passé, ses blessures qui font dorénavant partie intégrante de notre histoire. L'odeur printanière se fait sentir et notre émirat décide de redonner un second souffle à son émirat, qui s'est retrouvé isolé pendant de nombreuses années sur la scène régionale en raison de politiques complexes. C'est dans cette volonté de recoller les liens avec le monde, afin que chacun puisse trouver sa place dans l'arbre du monde, que le programme 2035 fut créé. Associant volonté de redorer l'image de l'émirat avec la visée de se placer comme un acteur incontournable. Devenir un acteur incontournable demande une transformation sur le plan symbolique : l'émirat souhaite alors passer d'un arbre saisonnier où les feuilles tombent et leur durée est éphémère, à un sapin, symbole de résistance, de longévité et d'éternité, puisque c'est le seul arbre qui ne meurt pas quel que soit le climat. Telle la Chine qui est une puissance millénaire et qui de nos jours s'est enracinée dans le monde. Pour s'élever dans les airs, il paraît alors essentiel de créer de nouvelles branches économiques, car comme beaucoup de nos voisins, l'émirat s'est essentiellement soutenu grâce aux revenus que lui a procurés l'or noir. La diversité économique se doit alors d'ouvrir de nouvelles portes et c'est soucieux de son avenir que l'émirat tente une diversification économique qui sera basée sur la culture. Ce renouveau doit passer par une régénération de la ville afin d'être de nouveau attractif et changer l'image de la ville suivant le modèle réussi de Bilbao (Sainz 2012, 100). Afin d'aider cet émirat à aller dans le sens du vent, il convient donc de créer un musée à visibilité internationale. Mais cette visibilité internationale s'inscrira dans une optique d'inclusion à la fois internationale et locale. En effet, le texte de Sainz met en avant les dangers d'une régénération

économique qui ne prendrait pas en compte la population locale, très facilement oubliée comme l'a montré le cas de Baltimore (Sainz 2012, 110). Ce musée, ainsi, visera à favoriser l'inclusion et tentera de n'exclure aucune partie de la population. Il convient alors de se poser la question suivante: *comment concevons-nous le musée d'Al Waraqa ?*

Ce travail se constituera en deux grandes parties. La première partie aura pour but d'établir et d'imaginer le musée afin de conceptualiser le type de musée, ainsi que son architecture, ses collections et les bienfaits économiques de notre projet. La deuxième partie sera quant à elle basée sur la volonté de ce musée de renvoyer une image positive. De ce fait, le *branding*, la diplomatie culturelle ainsi que les stratégies de marketing et de communication seront étudiées. Avant d'entamer ce travail il convient de préciser que ne pourront être présentés les plans d'architecture qui constitueront la deuxième étape de la mise en place du musée, suivant l'acceptation du projet par l'émir. Cependant les plans d'architecture pourront concerner une recherche ultérieure pour la réalisation concrète de notre musée.

1. Imaginer l'inimaginable : la construction d'un nouveau musée

L'émirat d'*Al-Waraqa* abrite dans ses frontières 3 musées. Deux de ces musées sont des musées construits à la suite de l'indépendance. Ces musées archéologiques s'inscrivent dans la mouvance des indépendances de la région. En effet, on peut retrouver des musées similaires au Qatar, Bahreïn, mais aussi à Dubaï. Tirant d'une volonté de construire un récit national unifié ainsi qu'une identité de la nation (Naef 2016, 69), ces musées s'inscrivent dans ce que Alexandre Kazerouni nomme les *Musées-Racine*. Les musées racines peuvent être définis ainsi : « Le musée racine fait partie des outils de propagande moderne employés dans cette opération de légitimation par la tradition de l'autorité des Cheikhs. » (Kazerouni 2017, 78). Le troisième musée, lui, émerge en 2012, il connaît une forte visibilité internationale, mais l'isolement de cet émirat lui fait perdre sa renommée. C'est dans cette optique et avec l'avènement de notre nouvel émir le Sultan Abdel Rahman qu'il convient de construire un nouveau musée. Cette nouvelle construction vise à rebâtir une nouvelle image qui se doit aussi d'apprendre des erreurs du passé. Le musée de 2012 s'inscrivait dans ce que Alexandre Kazerouni nomme les musées miroirs. Ces musées, voulant acquérir une visibilité internationale surtout vis à vis de l'Occident, semblent cependant avoir des limites. Pour Kazerouni, les musées-miroir comme le Louvre d'Abu Dhabi et le musée d'art islamique de Doha ont opté pour des projets

à fortes visibilité internationale, pour lui ses projets sont alors devenus des « (...) *marques réceptacles*. Ils peuvent alors être proposés aux pays occidentaux à la recherche de modes de légitimation de leur point de vue sur le monde, et sur le monde musulman en particulier. » (Kazerouni 2017, 187). Le Louvre d'Abu Dhabi en est un bon exemple où lors de l'annonce du projet en France des critiques ont émergé sur le devant de la scène et ont dénoncé : « une marchandisation de la culture » (Kazerouni 2017, 158). Avec conséquence pour le Louvre : une vente et une perte de son âme (Derderian 2017, 15). De plus, la thèse de Kazerouni a mis en avant la stratégie des États du Golfe en ce qui concerne ces nouveaux musées. Ce dernier écrit à cet égard que les nouveaux musées ne sont en réalité qu'un dédoublement de l'État qui effacerait petit à petit l'autonomie politique du pays déguisé sous une forme de libéralisme : « L'exclusion des classes moyennes fonctionnaires s'est institutionnalisée au Qatar et à Abou Dhabi bien au-delà des seuls musées. Elle aboutit à la création d'un embryon d'État parallèle qui vise à éclipser à l'étranger l'État moderne, mais non à l'anéantir. » (Kazerouni 2017, 201). Afin de pallier cela et les limites d'un musée miroir, il convient alors de créer une convergence entre les musées-miroir, définis comme tel : « un effet miroir, consistant à renvoyer au public qu'ils visent l'image de ses attentes vis-à-vis du monde musulman contemporain qui le caractérise » (Kazerouni 2017, 15) et un musée racine. À noter que ce musée miroir prendra des formes nouvelles et ne se veut pas essentiellement tourné vers les attentes occidentales, mais vers le monde. Étant donné que l'espace est universel, l'universalisme mis en avant pour le Louvre d'Abu Dhabi sera à conserver. En effet, une des raisons de l'appellation de ce musée comme "universel" est de lui permettre d'« (...) élargir le périmètre thématique au-delà de l'"art classique" et s'associer à une dizaine d'autres établissements publics permet[tant] en effet de diminuer la pression sur les collections. » (Kazerouni 2017, 161). Par ailleurs, l'universalisme mis de l'avant inscrira le musée dans l'élan de la mondialisation, dans le marché de l'offre culturelle mondiale d'un monde de plus en plus interconnecté (Heilbron 2001, 154), réussissant à attirer une clientèle de chaque coin du globe. Pour répondre aux soucis de l'émir, de sa volonté de rétablir une bonne image à travers le domaine culturel, nous avons trouvé dans le ciel des solutions à ses politiques aussi bien internes qu'externes. Le ciel sera le point d'unité favorisant une bonne image en véhiculant un message universel. L'universalité mise en avant aidera la diplomatie culturelle et la réalisation d'une ouverture économique conformément aux objectifs de l'émir. Le ciel est alors vu comme un moyen d'unir les hommes au-delà des frontières terrestres. À la suite de ces réflexions, qui nous sont parvenues, l'idée d'un musée portant sur

l'espace a émergé. C'est alors dans les lignes qui suivent que nous élaborons le musée imaginaire, ainsi que la conception, c'est-à-dire l'architecture, l'architecte et sa collection, pour finir dans cette première partie sur les bienfaits économiques.

1.1 Quel type de musée ?

Dans une volonté de satisfaire ce que les autres États du monde attendent de nous, tout en consolidant notre unité nationale, cela passe alors notamment par la modernité, la mise en valeur des technologies et l'unité. Même si l'émirat a déjà une identité forte en raison de la présence des musées racines qui ont évité la prolifération d'idéologies contestataires (Kazerouni 2017, 30), il convient lors de l'élaboration de ce nouveau musée de faire un lien avec l'identité nationale afin que la population reconnaisse l'œuvre mise en place par le nouvel émir. Pour ce faire, le musée s'inscrit dans une perspective partiellement nationale à travers l'imaginaire du ciel comme élément que l'on retrouve dans l'histoire bédouine : les étoiles comme guide dans le désert. Mais aussi les étoiles comme guides pour la navigation maritime durant les expéditions commerciales. Par ailleurs, ce musée aura une visée aussi régionale, puisque le monde arabe fut carrefour de connaissance et de développement dans le domaine astronomique. Ce musée se voudra alors un musée moderne qui ne s'inspire pas seulement du passé, mais qui propose de regarder vers le futur puisque comme le dit Mohammed Amer Al Nayadi :

« Les musées modernes éveillent à la recherche de la vérité (...) dans l'océan du temps passé, puisant [leur] inspiration de la sagesse et des leçons du passé, comme le meilleur viatique avant de se mettre en route à la rencontre des horizons du futur. »

(Al Nayadi 2013, 26-27).

En d'autres mots, le choix du musée moderne veut articuler l'histoire singulière de l'émirat dans une projection vers un futur universel. La recherche de vérité dans l'espace, se basant sur les découvertes que le monde a faites jusqu'à ce jour, ne peut alors créer de division. Notre objectif c'est qu'à la sortie du musée, chaque visiteur regardera vers le futur et l'espace pour y développer les technologies nécessaires pour comprendre notre galaxie.

1.2 L'Architecte et l'Architecture¹

L'architecture joue un rôle central (Van den Berg 2017, 185). Il est alors essentiel de créer un bâtiment « iconique[s] isolé[s] (...) chargé[s] de représenter le patrimoine moderne d'un pays désireux de s'insérer dans l'économie mondiale. » (Rab 2013, 43). C'est dans cette optique que nous proposons que l'architecture de ce musée prenne la forme d'une étoile. L'étoile est en lien direct avec le thème spatial du musée, mais étant aussi un symbole de l'islam, ça permettra de toucher plusieurs visiteurs à la fois régionaux et internationaux. L'étoile pour l'Occident peut faire référence de prime abord à la mythologie grecque, notamment avec Orion. Orion est le nom d'une constellation, mais est aussi le nom d'un chasseur dans la mythologie grecque (de Callataÿ 2008, 218). Mais l'étoile dans l'imaginaire populaire en Occident peut faire référence de manière plus simple au *Petit Prince*, le livre de Saint Exupéry. Ce livre, se situant dans un imaginaire philosophique, permet de toucher plusieurs publics. Que ce soient les enfants, émerveillés par ce petit prince et ses rencontres étonnantes, mais aussi les adultes en raison de la réflexion philosophique qu'engage ce livre. Chaque étoile est unique et a ses forces et ses faiblesses. Comme le mentionne Korsia-Meffre en prenant une citation de Saint-Exupéry :

« “Je me demande, dit-il, si les étoiles sont éclairées pour que chacun puisse un jour retrouver la sienne. (§ XVII)” Pour Saint-Exupéry, l'objet de la quête, l'étoile, est étroitement lié à la personnalité et à l'expérience de chacun d'entre nous. “Les gens ont des étoiles qui ne sont pas les mêmes. (§ XXVI)” Guides, petites lumières, problèmes, métal précieux... selon que l'on est pilote, spectateur, savant ou businessman. »

(Korsia-Meffre 2015, 70).

L'architecture du musée aura alors une résonance en Occident et sa volonté de diversité. Pour le monde asiatique, de multiples références peuvent être faites concernant les légendes et la mythologie, qui trouvent une résonance. L'exemple de la Chine est à ce titre significatif. Dans la Chine de l'ancien temps un concept existait pour légitimer la présence de l'empereur, ce concept était celui du Mandat du ciel. L'empereur dans la Chine impériale devait alors être désigné par le ciel ainsi que ses divinités (Pages d'Histoire 2018). Ce « choix » du ciel devait alors répondre aux quatre principes qui ne sont autres que : « le ciel accorde le droit de régner ; il y a seulement un ciel donc il ne peut y avoir qu'un seul dirigeant ; le droit de régner est basé sur la vertu du dirigeant ; le

¹ Voir Annexe 1 à 3 : les trois premiers desseins.

droit de régner n'est pas limité à une dynastie (...). » (Pages d'Histoire 2018). Par ailleurs, dans la mythologie chinoise, la Déesse Chang'e est la déesse de la Lune (Yacine 2020). Au Japon aussi, nous pouvons retrouver la fête des étoiles, correspondant à une mythologie ou « (...) la septième nuit du septième mois, Orihime et Hikoboshi, séparées le reste de l'année par la Voie lactée, peuvent se retrouver... » (*Nippon* 2015). Cette fête évolua à travers le temps et de nos jours elle permet à chaque Japonais de faire un vœu en l'accrochant sur un bambou :

« Lorsque Tanabata a été transmis au Japon, il consistait en une cérémonie de cour durant laquelle les nobles s'adonnaient à la poésie en admirant les étoiles. Mais au cours de l'époque d'Edo (1603-1867), la coutume s'est élargie à tout le peuple, et une tradition véritablement japonaise est née, consistant à écrire un vœu sur une carte et à l'accrocher à un long bambou. » (*Nippon* 2015)

Le monde asiatique pourra alors retrouver une résonance dans l'architecture de notre musée. Au niveau régional, l'étoile est le signe de l'islam, mais l'étoile fait aussi référence à la Mésopotamie. À travers un récit d'un voyage en Irak Jacques Ferrandez et Alain Dugrand relate : « Salah Stétié, poète et diplomate, nous relate l'histoire d'Ishar. C'est l'étoile, la déesse du ciel des Mésopotamiens. C'est Vénus, déesse de la beauté des Grecs, qui deviendra symbole de la féminité. Ishtar-Astarté a donné *Astre*, *star* en anglais. » (Ferrandez et Dugrand 2001, 24).

La réalisation d'une architecture trouvant un sens dans chaque coin du monde selon l'histoire des pays, permettant de toucher un public régional mais aussi international, est au cœur de nos ambitions pour ce musée. Par ailleurs, en raison des préoccupations mondiales au sujet de l'environnement, notre stratégie vise la construction d'un musée au développement durable. C'est dans cette optique que ce musée sera construit avec l'aide de l'architecte Shigeru Ban, connu pour ses architectures ayant peu d'impact sur l'environnement, notamment en utilisant des énergies renouvelables et des matériaux durables, comme le montre *La Seine Musicale* à Paris situé sur les Hauts-de-Seine (Landa 2017, 23-26). C'est aussi suivant les valeurs de Shigeru Ban et de son architecture de *La Seine Musicale* à Paris qu'il a utilisé la « technologie Solaire » (Landa 2017, 23). Le bâtiment du musée utilisera alors de l'énergie solaire. Le soleil nourrira alors notre musée et avec la luminosité changeante, la conception en verre du bâtiment permettra, comme pour *La Seine Musicale*, de changer l'atmosphère du bâtiment qui ne sera jamais le même selon l'heure et le jour (Landa 2017, 23). Le bâtiment sera alors en perpétuelle régénérescence grâce au soleil et au ciel qui permettent de faire changer le temps. Par ailleurs, les changements de lumières permettent aussi

de renvoyer au symbolisme de la lumière, qui est une source de vie partagée à travers le monde, mais aussi symbole de divinité dans plusieurs religions (Bonnéric 2012, 761 ; Masson 1985). L'argument est doublement pertinent et efficace : le souci écologique s'inscrit dans la modernité des préoccupations humanitaires - renvoyant une image positive de l'émirat - ainsi qu'il participe par son choix architectural dans une économie visant des objectifs écologiques. L'engagement écologique permet d'améliorer la qualité des cieux, leur donnant une meilleure visibilité, qui rentre dans les préoccupations d'un musée portant sur l'espace. Améliorer la visibilité des cieux pour rendre observables les étoiles et les météorites devient d'autant plus actuel que l'année 2022 s'inaugure avec une pluie de météorites : les *Quadratis* (Carter 2022). Dégager le ciel, lui redonner sa splendeur d'antan est un message sur lequel notre stratégie de marketing s'appuyera. Par ailleurs, le fait d'intégrer à notre projet un architecte de renom contribuera à augmenter la visibilité internationale du musée, dont découlent plusieurs considérations économiques importantes que nous verrons par la suite.

1.3 La collection pièce par pièce

La collection est un moment crucial dans la conception d'un musée. Kazerouni mettait de l'avant une problématique des musées-miroir avec laquelle nous adhérons. Souvent conçue pour être visible à l'internationale, la collection des musées miroir est orientée et construite « (...) à partir d'achats sur le marché de l'art occidental et correspondent aux segments de l'art et de l'archéologie les plus valorisés par les institutions culturelles productrices de normes en Occident. » (Kazerouni 2016, 129). Afin de pallier ce problème, le musée se comportera de 5 pièces, pour chaque branche de l'étoile et les 5 piliers de l'islam, dont 4 pour les expositions avec des œuvres venant de tous les continents. Par ailleurs, les œuvres décrites plus loin dans le travail donnent l'impression de s'orienter exclusivement sur trois pôles : « l'Orient chrétien, l'islam et l'Asie » (Kazerouni 2017, 162). Mais pour éviter que notre musée soit le reflet des « trois blocs » de Samuel Huntington (Kazerouni 2017, 162), il est aussi essentiel de trouver pour le futur du musée des œuvres qui proviennent aussi de l'Afrique, l'Amérique latine et d'Océanie. À l'intérieur de l'étoile qui sera développée dans la section ci-dessous, le choix de la collection doit aller en adéquation avec le mot d'ordre du musée qui est : l'espace et l'unité.

1.3.1 LA COLLECTION PERMANENTE

L'axe de l'exposition sera « l'histoire de l'expérience humaine avec l'espace ».

Depuis le cœur de l'étoile, trois chemins vers trois directions — des trois pointes de l'étoile — mèneront les visiteurs vers trois parcours thématiques de cette histoire : le premier chemin explorera la dimension spirituelle de l'expérience de l'homme avec l'espace à travers le temps ; la deuxième proposera d'explorer cette histoire à travers la dimension rationnelle et donc à travers le développement des sciences astronomiques; et le dernier chemin, proposera un itinéraire de l'histoire de l'expérience de l'homme avec l'espace à travers la perception des sens. Chaque parcours présentera des artefacts artistiques produits par différentes cultures selon le thème de la salle : spiritualité, science et la sensorialité. Les trois couloirs procéderont d'une luminosité partielle provenant du sol - sauf pour la lumière qui révélera chaque œuvre d'art - à toujours plus de luminosité, comme métaphore du temps qui coule, et à l'accumulation des connaissances éclaircissant la vision des visiteurs au fur à mesure qu'ils parcourent le chemin.

La première salle se concentre alors sur la relation de l'homme et de sa spiritualité². La lumière en sera le fil conducteur. En effet, la lumière est un symbole partagé entre différentes cultures, représentant le bien, le savoir en opposition à l'ignorance, la source de la vie et finalement la divinité (Al-Khemir 2013, 14). De ce fait, l'art présenté dans cette salle essaiera de faire le lien entre la spiritualité, la divinité et l'art provenant de différents endroits à travers la planète. Pour l'Occident, des tableaux et des sculptures seront mis en exposition. Par exemple, le tableau intitulé « Saint Bruno est enlevé au ciel » par Eustache Le Sueur qui se trouve actuellement au Louvre. Une deuxième œuvre pourrait être celle d'une statue grecque comme Zeus qui au temps des Grecs était le dieu du ciel. La sculpture serait alors une qui se trouve au Louvre, comme le montre le plan de la salle des spiritualités dans l'Annexe. En ce qui concerne l'Asie, une œuvre de l'Inde pourrait être exposée. En effet, le Louvre d'Abu Dhabi propose une œuvre intitulée « Prince with a Consort Watching the Moon » (Louvre d'Abu Dhabi, s d). La région du Moyen-Orient sera elle aussi mise de l'avant à travers différentes œuvres. De ce fait, une lampe de mosquée serait exposée, comme celle pouvant être observée au Louvre, qui date du XI^e siècle, originaire du Proche-Orient (Louvre

²Afin de mieux visualiser la salle, il convient d'aller voir dans l'annexe la partie intitulée Annexe 4 : Salle des Spiritualités », la bibliographie des œuvres y apparaissent également. A noter que toutes les œuvres décrites ici-bas ne seront pas toutes présentées. Si elles ne sont pas présentées, leur bibliographie se trouvera avec les autres références académiques.

Collections, s.d). Le Coran comporte plusieurs versets faisant référence entre la lumière et la divinité (Bonnéric 2012, 762-763). La lumière qui découle des cieux est alors vue comme une « émanation de Dieu » (Bonnéric 2012, 763). Et c'est dans cette perspective que la lampe est alors vue et utilisée, notamment dans les mosquées « (...) pour faire référence au Prophète, qui diffuse la Lumière divine. (...) La lampe est quasi systématiquement de forme globulaire. » (Bonnéric 2012, 768), peut être que pour montrer que si la Terre existe, c'est Dieu qui la fait vivre à travers la lumière qu'il transmet des cieux. C'est aussi à travers ce même registre que se fera l'acquisition, par le biais de maisons de vente aux enchères *Artcurial*, d'un tapis iranien du 20^e siècle qui met de l'avant l'importance de la lampe au sein d'une mosquée. Il est à noter que cette vente aux enchères a vendu récemment une œuvre qui paraît cruciale pour notre musée qui tentera de la récupérer ou de se la faire prêter. Cette œuvre n'est autre que le « Manuscrit poétique Herat, Art timouride, daté 881 A.H./1476 A.D. » (*Artcurial* s.d). Cette œuvre est essentielle, car elle montre comment, à travers la poésie, nos ancêtres pouvaient décrire les cieux et créer un imaginaire collectif grâce à une feuille et de l'encre. La poésie est au cœur de notre culture. À travers les siècles, telle une science, elle s'est développée, transformée, des styles différents pourront alors être mis en avant dans notre musée. Des poèmes pouvant aller de l'ère pré-islamique comme Labid b rabi'a, ou post-islamique, comme Al-Mutanabbî qui est connu pour ses panégyriques. Comme le mentionne Albert Hourani : « Bien naturellement, un intérêt particulier fut porté au panégyrique, qui n'était plus tant l'éloge de la tribu du poète que de son souverain ou protecteur. » (Hourani 1993, 80). Al-Mutanabbî en faisant, l'éloge d'un prince écrit :

« (...) Nous avons jusqu'à toi fait un très long voyage.
Inaccessible, oui la lune et le soleil,
Plus que toi, et pourtant ton astre sans pareil
Soleil et lune éclipsent. (...) » (V73-76 ; Rahman 2020, 24).

La poésie est alors le reflet de l'homme et sa relation avec l'espace, la spiritualité et l'art; elle évolue et change de forme selon les siècles. La poésie et l'art ne sont pas fixes, elles sont comme le désert, elles changent au gré du vent et des tendances. Mais notre première salle de musée aura comme objectif de tenter de figer pendant quelques secondes, un instant harmonieux entre les différentes spiritualités du monde qui se retrouvent unies par le thème de l'espace, et sa lumière. En somme, il est à noter que cette description de la salle permanente comme les autres salles qui suivront peut aussi subir des modifications selon les acquisitions. De plus, il n'est pas non plus à

exclure la venue d'art africain ou encore amérindien, qui avaient eux aussi leur façon de représenter leur relation avec l'espace à travers la spiritualité.

La deuxième salle consistera en l'évolution du savoir astronomique³. Cette salle accueillera autant des objets astronomiques que des manuscrits. En effet, l'évolution des objets est propre à chaque continent qui a développé au fil des siècles différentes façons de mesurer ou représenter l'espace. Il convient alors de créer une collection internationale avec des objets provenant des quatre coins du monde afin de mettre en avant que le savoir évolue au fil des siècles dans différentes sociétés, mais qu'il apporte des bénéfices finalement pour tous.

En ce qui concerne les manuscrits : des manuscrits comme ceux se trouvant aux Louvre d'Abu Dhabi seront mis en exposition. Parmi ceux-ci, deux œuvres de littérature germanique s'intitulant « Collection of Texts on Astronomy, Medicine and Logic 1500-1524 attributed to Hieronymus Pauli of Limburg » et « Astronomicum Caesareum, Treatise on Astronomy 1540 Petrus Apianus » (Louvre Abu Dhabi, s d). Aussi, même si certaines œuvres se trouvent déjà vendues, il convient pour notre musée de trouver leur nouveau propriétaire. Il est en effet mentionné que dans la maison de vente aux enchères *Artcurial* que ces derniers possédaient une œuvre intitulée « Claude Ptolémée (100 ? -170 ?) Le premier atlas "moderne", 1513 » (Artcurial, s.d.). Cette œuvre paraît alors essentielle puisque Ptolémée fut l'un des pionniers dans l'avancée de l'astronomie à travers son livre *Almageste* où il développe la théorie de l'épicycle qui consiste à décrire que « La Terre y est redevenue fixe au centre du Monde. La Lune et le Soleil gravitent autour d'elle sur des orbites circulaires. » (Lequeux s. d, 5). À noter que ce livre fut d'ailleurs traduit par les Arabes et que cela se trouvera aussi dans notre exposition. Cette traduction permet alors de garder une trace de ce livre qui dans les années à venir fit aussi avancer la recherche en Europe (Lequeux s. d, 5). C'est suivant cette vision que sera présentée l'œuvre d'Al-Sufi qui, s'inspirant très fortement du livre de Ptolémée, écrit son *Livre des étoiles fixes* (Weill-Parot 2006, 169). Des cartes du ciel seront aussi mises en avant. En ce qui concerne les objets astronomiques, astrolabe, des compas, boussoles, sextant, des sphères armillaires, des télescopes seront exposés dans un ordre chronologique. Par ailleurs, il est intéressant de mentionner que chez Christie's il se

³Afin de mieux visualiser il convient d'aller voir l'annexe intitulée Annexe 5 : Salle des Sciences ». Les œuvres décrites ici-bas, auront aussi leur bibliographie sous la représentation de la salle de musée. A noter que toutes les œuvres décrites ici-bas ne seront pas toutes présentées. Si elles ne sont pas présentées, leur bibliographie se trouvera avec les autres références académiques.

trouvait un recueil essentiel pour le musée intitulé « The Apollo 11 Lunar Module Timeline Book (...) » (Christie's, 2019) que nous chercherons d'obtenir.

La troisième salle proposera un parcours à travers la perception sensorielle⁴. Cette salle, moderne, comportera des murs interactifs, représentant la galaxie où chaque visiteur pourra appuyer sur une étoile et découvrir son nom et son étymologie. Afin de rendre cette salle plus immersive, cette dernière sera notamment dotée d'un système de son. Ceci réalisera une expérience sensorielle de l'espace par l'ouïe: nous transmettrons le son du vide à travers des fréquences spatiales⁵. Pour une expérience plus immersive, cette salle reproduira un système d'apesanteur, par lequel les visiteurs pourront s'immerger dans l'expérience spatiale connue par les astronautes, toujours dans la logique de retracer l'histoire de l'expérience de l'homme à travers les sens. De plus au fond de la salle, les visiteurs pourront apercevoir un bout de la lune qui est actuellement en vente chez Christie's intitulé « NWA5000 — A Complete Slice of the Moon » ainsi qu'une sculpture « An Important Private Collection of Sculptural Iron Meteorites » (Christie's s.d). Cette salle vise à recréer un contact sensoriel entre l'homme et l'espace comme en font l'expérience les astronautes d'aujourd'hui.

Chaque pièce s'inspirera de la conception d'une Biennale. Le but étant de répartir les œuvres, les objets et les textes selon leur appartenance géographique dans une pièce unique, mais aussi selon leur ordre chronologique, sous un même grand thème de la salle. Ceci poussera les visiteurs à engager une réflexion active sur les différents artefacts très variés présentés, allant des tapis, aux manuscrits, aux tableaux, pour extraire la dimension spirituelle, rationnelle ou sensorielle que l'humanité nous précédant a voulu exprimer dans cette panoplie d'expressions artistiques. (Exemple d'une question que pourront avoir les visiteurs dans la première salle de spiritualité: comment ce tapis iranien⁶ exprime-t-il une réflexion spirituelle avec l'espace? Connaissant le fil conducteur de la lumière, les visiteurs pourront se mettre en jeu et extraire la signification des œuvres en suivant les jeux de lumière représentés dans les tapis iraniens et contempler les artefacts à travers la symbolique de la lumière dans l'art (Al Khemir 2013, 32)).

⁴ Afin de mieux visualiser il convient d'aller voir l'annexe intitulée Annexe 6 : Salle des Sens ». Les œuvres décrites ici-bas, auront aussi leur bibliographie sous la représentation de la salle de musée. A noter que toutes les œuvres décrites ici-bas ne seront pas toutes présentées. Si elles ne sont pas présentées, leur bibliographie se trouvera avec les autres références académiques.

⁵Échantillon de son: <https://www.youtube.com/watch?v=UChzxK9gknM> “Jupiter sounds NASA Voyager Recordings”

⁶ “Ardabil Carpet originaire du Nord-Ouest Iran, datant de l'année 946. Victoria and Albert Museum, London [272-1893]” (Al-Khemir 2013, 31).

1.3.2 L'EXPOSITION TEMPORAIRE

L'exposition temporaire se trouvera dans la quatrième salle du musée⁷. Elle aura comme objectif d'exposer des œuvres d'art moderne et contemporain ayant un lien avec l'espace. Conscientes que l'art moderne peut être bien complexe et définie de plusieurs manières, selon des époques différentes, dans ce travail nous nous référerons à la définition qu'en donne le texte de Millet selon lequel : "L'art moderne qui a triomphé, c'est l'art avec lequel la société se sent enfin en synchronie, c'est l'art *contemporain*. L'art contemporain opère une soudure là où la modernité marquait une rupture." (Millet 2021, 30). L'art moderne s'exprime alors dans un art contemporain. L'art contemporain, selon un consensus généralisé aurait officiellement émergé entre les années 1960-1969 (Millet 2021, 26). Cet art qui suit les mouvements de la société, peut être défini ainsi : "L'art que les conservateurs du musée désignent comme "contemporain" est principalement l'art qui, par la nature de ses matériaux et procédés, les contraint à profondément modifier leur rôle et leur mode de travail." (Millet 2021, 28). L'art contemporain se veut alors en rupture avec d'anciens modes d'expression artistique. Une de ces expressions contemporaines trouve alors sa source dans la modernité, rendant un art contemporain aussi un art moderne.

L'art exposé dans cette salle le sera alors de manière temporaire, car la modernité ne cesse de jour en jour d'évoluer. Ce qui pouvait être moderne hier ne le sera peut-être pas demain. C'est dans cette optique que l'annexe met de l'avant un aperçu de cette salle avec des œuvres qui, comme pour la salle de la science ou de la spiritualité, viendront de plusieurs coins du globe. La particularité de cette salle, que nous chérissons particulièrement, sera de la dédier comme espace pour l'exposition de collections provenant de collectionneurs privés. De cette manière, nous voulons ouvrir le champ d'expression artistique, et permettre à des collectionneurs privés de monter leurs propositions de parcours artistique d'art moderne et contemporain autour du thème de l'espace. Ce choix, non seulement favorisera de nombreux partenariats avec les nombreuses Fondations d'art régionales, et les artistes régionaux, mais aussi, elle attirera de l'expertise artistique novatrice, et réalisera l'objectif de ce musée, d'être un espace vivant, ouvert à des collaborations enrichissantes et finalement, un musée à grande valeur ajoutée, aspirant à constituer un patrimoine universel (Naef 2016, 82). En effet, la *Barjeel Fondation* propose plusieurs œuvres

⁷ Afin de mieux visualiser il convient d'aller voir l'annexe intitulée Annexe 7 : Salle d'Art Moderne ». Les œuvres décrites ci-bas, auront aussi leur bibliographie sous la représentation de la salle de musée.

pouvant être intéressantes, comme celle de Mahmoud Hammad intitulé « Islamic Scientist ». Ou encore, de Menhat Helmy avec son œuvre intitulée « Space Exploration/Universe ». Par ailleurs, pour représenter aussi la diversité de conception de l'espace de nos jours, il convient aussi de mettre en avant des artistes venant aussi d'Asie comme du Japon ou encore originaires de l'Inde. L'artiste Li Chevalier avec son œuvre « Stèle des lumières »⁸ pourrait, si elle le souhaite, exposer son œuvre. Mais aussi, Vija Celmins avec son œuvre « Alliance » ou encore son livre coécrit avec l'auteur Eliot Weinberger intitulé « The Stars » (MoMA, s.d).

1.4 Les bienfaits économiques

Ce musée s'inscrira dans un objectif de diversification économique favorisant la création d'emplois et de ce fait réduira la pauvreté tout en amenant à une croissance économique (OMC et OCDE 2021, 150). En effet, la construction d'un nouveau musée permettra de stimuler plusieurs secteurs comme les secteurs économiques tertiaires ou secondaires. Le Louvre d'Abu Dhabi par exemple, souhaitait stimuler autant le domaine touristique, que le développement de ses infrastructures, dans la mesure où le musée nécessitait la mise en place « (...) d'une infrastructure culturelle utile au développement touristique (...) » (Tétart 2017, 164). Il paraît aussi essentiel pour éviter toute protestation et médiatisation négative venant de l'Occident que notre musée ne cause pas de scandale sur le traitement fait au personnel du chantier comme cela a pu être le cas pour nos voisins qatariens ou émiratis. En effet, le système de *Kafala* fut fortement médiatisé et contesté par des ONG ou encore par l'OMC (Tétart 2017, 175). Il convient donc d'améliorer nos conditions de travail par la mise en place d'un salaire minimum, et l'amélioration des conditions comme ce fut mis en place doucement par plusieurs pays (Tétart 2017, 176-177). Le personnel du musée sera composé de personnes à la fois locales, mais aussi internationales, car cela contribuera à créer des offres d'emploi sur le marché du travail, puisque, comme le mettait en avant Sainz, il est essentiel lors d'une régénération économique de ne pas délaissier la population locale (Sainz 2012, 110). De plus, nous voulons instaurer un système de distribution de postes basé sur la méritocratie, selon les compétences de tout un chacun en établissant tout de même des quotas de représentativités pour

⁸ *Les stèles de lumière* Installation, Base sous-marine de Bordeaux - 2014. Lafitte, Priscille. 2021. « Li Chevalier, artiste plasticienne ». *France musique*, 23 mai 2021. <https://www.francemusique.fr/emissions/musique-emoi/li-chevalier-artiste-peintre-et-plasticienne-95049> .

les femmes, leur réservant 50% des postes dans l'administration du musée à toutes les échelles. Étant donné le fort taux d'étrangers dans notre royaume, il convient alors de stimuler notre population « locale ». Ce musée aura alors un double sens: s'adressant au monde pour venir sur notre territoire, mais s'adressant aussi à la population locale, suivant la politique de notre voisin émirati, qui souhaite « *émiratiser* » son pays afin que sa population participe plus activement au développement du pays (Hainaut 2019, 40). Notre musée s'inspire alors de ce registre. Puisque, ce musée vise aussi la population locale, notre message de *Soft Power* est alors « (...) le message des autorités est donc que les citoyens doivent s'approprier le destin de leur pays et participer activement à la construction de leur avenir. » (Hainaut 2019, 40), mais seulement dans le secteur de la recherche, du développement ou de la technologie. Cette stimulation visera alors à créer une diversification de l'économie, mais aussi à la stimuler. De plus, l'infrastructure de ce musée permettra de créer une économie viable. En effet, étant donné que les budgets annuels d'un musée peuvent être « serrés », il convient que le musée comporte un faible coût de fonctionnement en ce qui concerne l'infrastructure (Gob et Drouguet 2021, 340). C'est dans cette optique que le musée opte pour une approche écologique notamment grâce à l'énergie solaire, qui permettra de limiter les coûts de chauffage et de climatisation.

De plus, au niveau international, la mise-en achat d'œuvres d'art à l'international permettra de créer des liens, qui pourront dans le futur amener à des liens économiques plus étroits, comme l'a réalisé le *Mathaf*, le musée d'art moderne au Qatar qui a permis de redynamiser la scène artistique dans le monde arabe (Naef 2021). L'achat d'œuvres permettra alors peut-être de mettre en valeur certaines œuvres, augmentant leur valeur économique et de ce fait, contribuera à augmenter la valeur de notre musée ainsi que sa popularité.

2. Donner une Image à la Réalisation

Suite à la mise en place physique du musée, la seconde étape du musée consiste à mettre en avant les aspects qui vont permettre d'aider à valoriser le musée. Dans cette section, il sera alors mis en avant le *branding*, la diplomatie culturelle, mais aussi les stratégies de marketing et de communication.

2.1 Le Branding

La conception du branding est une étape capitale dans le musée. La raison en est que cela touche l'imaginaire des visiteurs et comme le met en avant Sainz : « The brand resides in customers' minds and has to deal with a promise and the totality of perceptions and experiences. » (Sainz 2012, 112). C'est dans cette optique que le musée adoptera le nom « *SpaceX World Museum of Space : a future without boundaries.* ». Ce nom vise alors à rentrer dans la définition mentionnée, puisque le but de cette appellation est que le nom puisse aussi refléter la personnalité du musée, combinant alors technologie, espace et homme. Le nom *SpaceX* qui figure sur le titre s'inscrit dans l'objectif de développer un partenariat avec cette institution. *SpaceX* est un acteur privé dans l'espace, permettant alors de ne pas seulement développer des liens avec les États unis, mais aussi avec d'autres acteurs à la fois étatiques et privés. L'importance du nom est d'ailleurs mise de l'avant par Thomas Krems (Mencarelli 2008, 70). À noter que pour aller en adéquation avec le mot d'ordre du musée qui est l'unité, il est essentiel que le nom du musée apparaisse en 5 langues sur les 5 côtés de l'étoile. La première langue sera évidemment l'arabe, viendra ensuite l'anglais, le chinois, le russe et l'espagnol. Ces différentes langues permettront à chaque visiteur de se retrouver dans le musée. À noter que l'Afrique n'y est pas exclue puisque l'arabe mais aussi l'anglais se retrouvent dans ce continent. Kazerouni écrit « L'ordre des langues reflétait la nationalité des équipes en charge de sa réalisation. » (Kazerouni 2017, 192). Cherchant à promouvoir la participation locale, c'est pour cette raison que notre musée mettra de l'avant d'abord le nom en arabe. Le développement de partenariats permettra alors d'accroître la visibilité de notre musée, cela s'insère dans une stratégie de marketing. Le Branding est un moment capital, en raison du coup d'envoi qu'il donnera au musée, il permettra de le positionner dans les marchés (Scott 2000, 36). Le Branding du musée s'insère alors dans une stratégie de marketing, puisque comme le met en avant l'auteur Scott :

« Museums fall into the category of value. A value brand has an enduring core purpose, which creates a long-term bond with those sectors of the market sharing the same values. There are two other important dimensions of a value brand. First, there is a desire for a lasting future for the brand because of customer allegiance to the brand's underlying values. Second, the permanence and stability of a value brand does not preclude flexibility. The brand is free to move into other areas as long as the core principles can be discerned in any new ventures. » (Scott 200, 36).

Il convient alors, dans les lignes qui suivent, après avoir élaboré le branding, de décrire la stratégie de communication et de marketing du musée.

2.2 Stratégie de Marketing et de communication

Le musée est en soi un instrument de communication (Al Nayadi 2013, 27). Mais avec les différents partenariats notamment avec la *SpaceX* et par la renommée de l'architecte, cela contribuera à donner à notre musée une visibilité internationale. Par ailleurs, le style d'architecture atypique aidera à la communication de nos ambitions écologiques et de grandeur. Or, outre le nom du musée qui met en avant sa volonté d'être mondial, et de représenter de l'art universel, il conviendra de communiquer cela concrètement et clairement au public venant du monde entier. Pour ce faire, nous réaliserons des *spots* de promotion du musée⁹, dans lesquels nous montrerons de près l'architecture majestueuse du musée, mais aussi notre objectif de concentrer le savoir mondial sur le thème de l'espace. Nous offrirons ainsi une première petite expérience aux visiteurs de ce qu'ils vivront dans le musée et de la valeur ajoutée qu'ils en tireront. Les cultures étant différentes, et le *spot* devant rester court pour créer de l'intérêt sans perdre l'attention du public - allant d'une durée de trente secondes à une minute maximum - nous proposeront des *spots* ciblés selon l'aire géographique et la culture visée. Dans cette logique de marketing ciblé, nous présenterons les références culturelles locales exposées dans le musée, de manière telle à permettre aux populations de s'y retrouver. Celles-ci, se sentant incluses, voudront en apprendre plus sur leur propre passé dans un musée magique qui leur propose une offre culturelle riche et à grande valeur ajoutée. Les *spots* permettent alors de créer et d'attiser l'intérêt du public.

Il y aura aussi une communication interne au musée. Cette communication se basera sur une immersion des visiteurs à la fois scientifique, spirituelle et sensorielle. Au cœur de l'étoile, où les visiteurs commenceront leur voyage dans l'histoire de l'expérience humaine avec l'espace, une voix sera transmise par des haut-parleurs, les informant des trois parcours qui leur sont proposées, selon le thème de la spiritualité, de la science, ou des perceptions sensorielles. Cette première information sonorisée permettra une immersion des visiteurs informés des chemins possibles, et leur donnera la possibilité de commencer avec l'expérience qu'ils préfèrent. Les visiteurs se

⁹ Le spot pour la promotion du musée se situe dans l'annexe 8.

sentiront alors inclus dans le musée, et seront des sujets actifs et engagés dans leur expérience de découverte du savoir sur l'espace que nous leur proposons.

Par ailleurs, lors de l'ouverture du musée de nombreuses stratégies de marketing seront mises en place afin d'assurer la pérennité de ce musée. En effet, l'auteur Cole révèle qu'il est essentiel de fidéliser les visiteurs, notamment par une communication de proximité en faisant en sorte que chaque visiteur se sente intégré et appartienne à une communauté (Cole 2008, 179-180). Des cartes de fidélité seront alors mises en avant permettant par ailleurs des avantages (Cole 2008, 180). Dans une optique de marketing régional, voire local, il paraît aussi essentiel d'inviter et organiser des événements qui incluent des personnalités locales (Cole 2008, 182). Notamment une avant-première, ou un grand événement pourrait être organisé et des invitations gratuites pour visiter le musée seront émises à des personnalités influentes comme des journalistes, des diplomates ou encore des scientifiques venant de notre émirat mais aussi d'autres horizons. Cela nous permettra de faire de la publicité pour notre musée. D'autres événements à la fois mensuels, mais aussi annuels pourront être développés. Proche du musée nous envisageons aussi la construction d'un observatoire. Ceci pourra être utilisé pour accueillir la population lors de nuits étoilées exceptionnelles, mais aussi il sera mis à disposition de scientifiques dans un cadre éducatif, et accessible à des visiteurs privés. Dans une optique éducative il est alors essentiel de développer des liens en partenariat avec des écoles ou des universités, cela permettra de rapprocher le musée du domaine de l'éducation (Cole 2008, 184). Ce point est particulièrement important pour notre émirat, car il contribuera aussi à avoir un impact sur l'éducation, notamment en développant une collaboration avec *SpaceX* pour rester en avant garde des avancées spatiales. Le partenariat avec les établissements éducatifs pourra proposer des visites offertes à des étudiants internationaux se distinguant par leur excellence académique dans le domaine de l'art et de la science astronomique. Ceci permettra d'attirer un public mondial jeune et diplômé et ça nous permettra de changer l'image de l'émirat aux yeux de cette nouvelle génération future, qui relatera avec ses photos souvenirs sur les réseaux sociaux des merveilles de notre émirat.

De plus, pour que le musée ne soit pas isolé spatialement, il convient de construire dans ses alentours des espaces de loisirs, comme des restaurants, des magasins souvenirs, un espace pour les enfants et aussi un observatoire, qui permettra de créer des événements selon les nuits étoilées, et lors d'événements exclusif d'éclipses lunaires et solaires. Cette dynamisation des lieux à l'extérieur du musée permettra de ce fait de favoriser l'emploi local, mais aussi de diversifier les

activités amenant alors à une plus grande venue des visiteurs. L'auteur Scott révèle en effet, dans un texte datant des années 2000, qu'il existe un écart entre le musée et les loisirs, chez les clients :

« In the minds of the respondents, however, museums were not perceived as sharing these ideal leisure attributes. In fact, quite a different set of attributes was applied to museums. (...) These museum attributes are positive and worthy, but the important issue in a time of increasing competition is the lack of alignment between what people are looking for in an ideal leisure attraction and what museums are perceived as offering. Interestingly, many museums would legitimately argue that they are offering what the leisure consumer is seeking. Museums are fun, they are exciting, they are good places to take the family and they offer great value for money. However, it appears that museum marketing is failing to capitalize on these attributes to demonstrate the valid synergy between what consumers want and what museums have to offer. The opportunity exists for museums to include in their branding not only the attributes that they meaningfully own, but also the attributes associated with an ideal leisure experience. » (Scott 2000, 36).

Conformément à cette conception, notre musée satisfera la demande du consommateur qui souhaite voir en ses lieux une activité de loisirs. Il convient aussi de mettre en avant la définition que propose l'ICOM (Le Conseil International des Musées) : « Le musée est une institution permanente sans but lucratif, au service de la société et de son développement, ouvert au public, qui acquiert, conserve, étudie, expose et transmet le patrimoine matériel et immatériel de l'humanité et de son environnement à des fins d'études, d'éducation et de délectation. » (ICOM 2007). Dans une volonté de répondre à la demande d'une société qui peut chercher dans un musée une forme de divertissement, de détente pour décrocher du monde du travail. Il est alors aussi essentiel que notre stratégie de marketing reste vigilante. En effet, de nos jours, une forme de rupture se crée entre des musées qui seraient au « service » du consommateur, par exemple en instaurant des thèmes à la mode ou encore des musées « instagrammable[s] » (Vaissière 2020, 72-75). Le marché des musées semble alors se fracturer entre des musées répondant aux modes du moment, besoin social et d'autres qui tentent de garder leur « authenticité » refusant de s'adapter à la société (Vaissière 2020, 74-79). Et la question demeure à savoir si désormais c'est : « (...) le visiteur au centre de l'attention et du musée, quitte à mettre ce dernier à la disposition de l'individu plutôt qu'au service de la société. » (Vaissière 2020, 78). Notre musée doit alors, pour éviter des critiques, équilibrer ses deux aspects. Dans la mesure où notre musée ne se veut pas être au service de la société, traîné par les tendances du moment, il développera une stratégie qui lui permettra d'être davantage innovant car résistant aux tendances, tout en demeurant authentique, et tout en incluant le visiteur au cœur de sa

vision. Aussi, voulant conserver sa pureté originelle, comme un tableau, notre musée doit se préserver. Car si nous ne le préservons pas, ce ne sera pas seulement l'existence du musée qui sera mise en question, mais l'image de l'émirat. Enfin, notre stratégie de communication trouve son ancrage dans le texte de Mencarelli qui postule : « Cette stratégie est résumée par Thomas Krems : “*Il faut un nom reconnu en tant que tel, un monument architectural marquant, une collection importante et de qualité, il faut détenir le savoir-faire pour gérer les collections et il faut savoir faire le merchandising autour*” (9). » (Mencarelli 2008, 70).

2.3 La diplomatie culturelle

Par définition, la diplomatie culturelle peut se définir ainsi « (...) une politique publique qui vise, dans le cadre de la politique étrangère, à l'exportation de données représentatives de la culture nationale, et à des interactions avec d'autres pays dans ce même domaine culturel. » (Kessler 2021, 263). Le premier point passe par l'amélioration de l'image de l'émirat qui se positionne comme un émirat culturellement avant-gardiste et sensible aux questions écologiques. Deuxièmement, la culture étant une affaire nationale propre à chaque État, la diplomatie culturelle vise donc à créer des liens par la culture avec d'autres États. C'est dans cette optique que s'insère le partenariat avec la *SpaceX* qui permettra de créer des nouveaux liens économiques et de savoir scientifique avec les États-Unis. Cependant, les États-Unis ne seront pas non plus notre principal partenaire, en raison de leur image qui se dégrade et se désengage notamment dans la région. Kazerouni met en avant comment les musées ayant une « (...) forte visibilité internationale sont des extenseurs de réseau pour ceux qui les contrôlent au sein des familles régnantes. » (Kazerouni 2017, 148). C'est dans cette optique que *SpaceX* étant un acteur privé permettra aussi des débouchés avec des futurs probables partenariats avec l'Europe, l'Asie et même l'Afrique. En effet le domaine spatial est très sélectif, mais si nous concentrons nos ressources et proposons des partenariats économiques en Afrique par exemple cela pourrait alors déboucher sur l'ouverture d'un immense marché économique, mais aussi d'art qui est encore malheureusement trop peu connu. De plus, les collections étant composées par plusieurs artefacts provenant du monde entier, cela a le but de créer des partenariats avec d'autres États de nature politique et économique. Le musée ayant une visée internationale, il permettra aux États de se retrouver dans une salle pour montrer leur évolution technologique et scientifique. La vision de notre musée est de célébrer l'expérience humaine avec

l'espace, toute expérience, en tout lieu et à toute époque. En effet, il est essentiel de rappeler que la culture n'est pas seulement liée aux arts, mais à une multitude de domaines puisque comme le met en avant le dictionnaire de l'Académie française la culture pourrait être définie ainsi :

« 1. Ensemble des acquis littéraires, artistiques, artisanaux, techniques, scientifiques, des mœurs, des lois, des institutions, des coutumes, des traditions, des modes de pensée et de vie, des comportements et usages de toute nature, des rites, des mythes et des croyances qui constituent le patrimoine collectif et la personnalité d'un pays, d'un peuple ou d'un groupe de peuples, d'une nation. » (Dictionnaire de l'Académie française s.d).

Le but visé est alors de constituer un patrimoine collectif mondial, dans lequel toute personne du monde peut se refléter, dans un domaine qui ne comporte pas de frontière : l'espace. Ceci présente l'avantage de s'inscrire loin des impasses de l'histoire coloniale et/ou impériale. Outre la culture, il est à noter que ce musée s'inscrit aussi dans une dimension géopolitique, visant à mettre en avant les objectifs de cet émirat dans le domaine spatial qui est un domaine réservé aux grandes puissances.

En somme le branding visera à donner une première impulsion à notre musée pour que par la suite se développent les stratégies de marketing et de communication plus ciblées qui suivront. Ces différentes stratégies mises en place permettront alors de développer une diplomatie et une économie culturelle, qui aidera à valoriser notre émirat sur la scène internationale autant de manière économique, par le biais d'échanges d'œuvres, de partenariats, mais aussi par le tourisme, de manière culturelle.

3. Conclusion

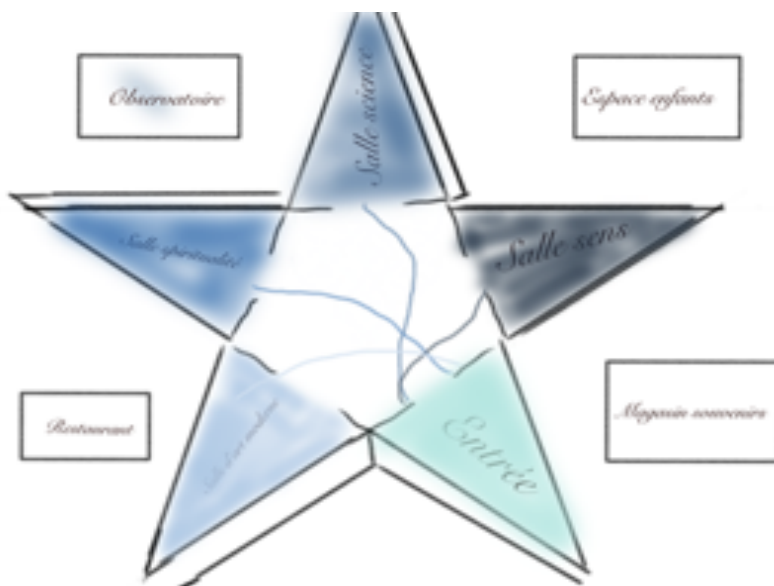
Les musées de notre région et l'histoire de nos pays ont souvent été connotés de *Tabula rasa*. Mais l'auteur Derderian au fil d'un de ses textes a tenté de décortiquer cette étiquette qui nous fut posée; il postule à cet égard : « The implications in such Tabula rasa claims is that the Gulf could not develop its own indigenous institutions and has had to pay to import them. » (Derderian 2017, 15). Cette *tabula rasa* est cependant émise sur des critères occidentaux : « Thus, it is not that the Tabula is completely rasa, but that what is inscribed is problematic for how many Western-based critics perceive the operation of art and liberal arts education. » (Derderian 2017, 16). Mais ce manque d'authenticité qui nous furent souvent attribués sera contrebalancé par notre musée, puisque la collection et le sujet parleront d'elles-mêmes: nous avons un passé, une science qui brille et qui est indispensable pour notre monde. Ce musée est alors notre poudre d'or de l'art du *Kintsugi* qui répare et revalorise notre passé brisé par les aléas du temps. Car comme lorsqu'une étoile s'éteint le ciel ne serait plus jamais le même: nous ne sommes pas une étoile morte, nous vivons et sommes présents comme toutes les autres cultures et c'est à travers une unité artistique que nous pouvons nous apercevoir que les frontières, pour faire référence aux livres de James Barr, sont seulement des lignes tracées dans le sable. Puisque à la fin de chaque journée, nous sommes unis sous le même ciel, qui fut autant vénéré, qu'étudié. Notre musée se retrouve alors parfaitement dans l'entretien entre Philippe Van Cauteren et Sultan Sooud Al Qassemi et Karim Sultan. Philippe Van Cauteren trouva trois mots pour décrire la collection à Sharjah : « mémoire, identité, héritage » (Van Cauteren, Al Qassemi et Sultan s d, 24) le musée aimerait s'inscrire dans ces trois mots qui définissent alors ensemble les collections temporaires et permanente du musée. Ce musée a comme objectifs de valoriser l'héritage du monde, son évolution, et comment l'homme a construit son identité à travers cette relation qu'il a pu avoir en questionnant le ciel, que ce soit par la spiritualité, la science, ses perceptions de sens ou les canons d'art moderne. Tous ces thèmes ont aidé à la construction identitaire et participent à l'héritage de l'Humanité. Ce musée joue alors un rôle de mémoire, reliant le passé au présent, tout en mettant de l'avant que sans ces hommes et ces femmes, notre présent serait bien différent et qu'il est finalement de notre devoir de faire en sorte que - par la sauvegarde de cette mémoire collective du passé, - le *SpaceX World Museum of Space : a future without boundaries*, soit un pont vers le futur.

Annexe — Idée musée

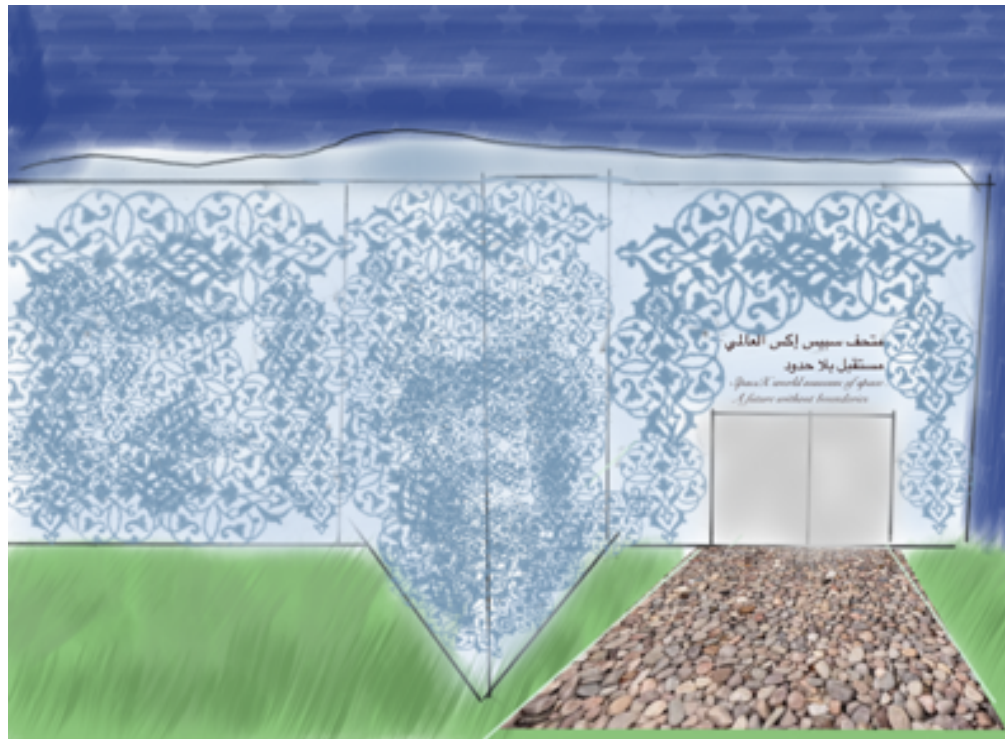
Annexe 1 : Architecture vue de haut



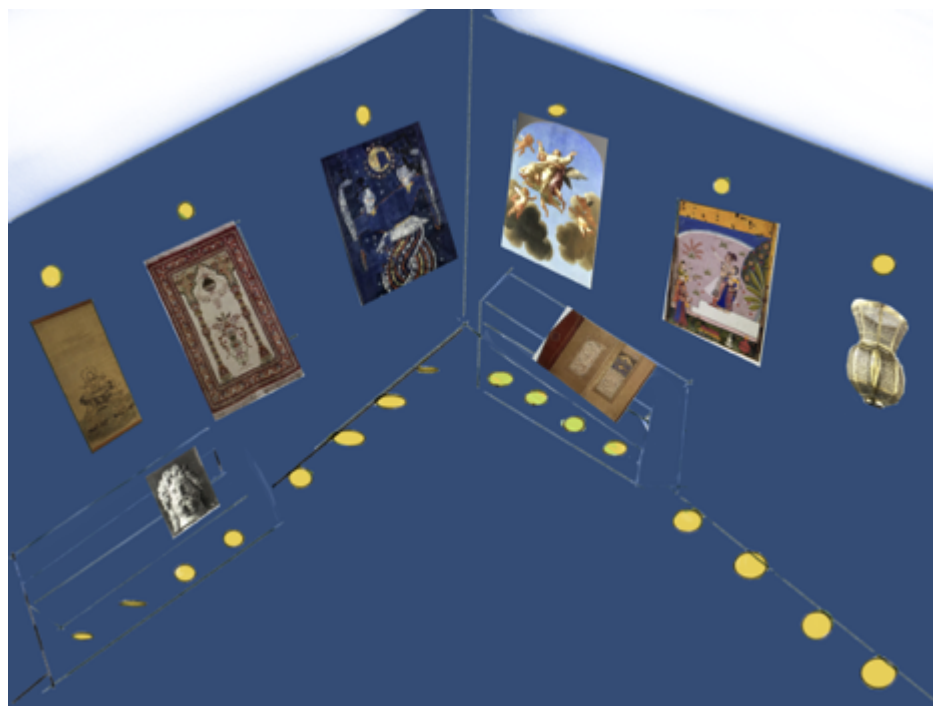
Annexe 2 : Architecture des pièces



Annexe 3 : Architecture de devant



Annexe 4 : Salle des spiritualités



De Gauche à Droite :

1. Louvre Collections. s.d. « figurine ; Epoque / période : hellénistique ; Date de création/fabrication : 3e quart IIe s. av. J.-C. (?) (-150 - -125) ; Lieu de création : Smyrne = Izmir ; Lieu de découverte : Izmir = Smyrne ». Louvre Collections. <https://collections.louvre.fr/ark:/53355/cl010261334>.
2. The British Museum. s.d. « Painting, hanging scroll. Myoken Bosatsu and two deva kings. Ink and gold on silk. Signed and sealed. ». The British Museum. https://www.britishmuseum.org/collection/object/A_1881-1210-0-39-JA.
3. Artcurial. s.d. « Lot 234 : TAPIS GHOUM, IRAN, MILIEU DU XXe SIÈCLE». Artcurial. <https://www.artcurial.com/en/lot-tapis-ghoum-iran-milieu-du-xxe-siecle-4120-234>.
4. The British Museum. s.d. « Funerary banner depicting the mythical ancestors of the human race, Fu Xi and Nu Wa, with their serpentine bodies entwined, and the sun and the moon encircled by stars at the top and bottom. Fu Xi is holding a ruler while Nu Wa is holding what appears to be a compass. Brightly coloured against blue background. Painted in Ink and colour on silk. ». The British Museum. https://www.britishmuseum.org/collection/object/A_1928-1022-0-203.
5. Louvre Collections. s.d. « Saint Bruno est enlevé au ciel ; Date de création/fabrication : 2e quart du XVIIe siècle (1645 - 1648) ; Le Sueur, Eustache <https://collections.louvre.fr/en/ark:/53355/cl010060654>.
6. Artcurial. s.d. « Lot 157 : Manuscrit poétique Herat, Art timouride, daté 881 A.H./1476 A.D.». Artcurial. <https://www.artcurial.com/en/lot-manuscrit-poetique-herat-art-timouride-date-881-ah1476-ad-2801-157>.
7. Louvre Abu Dhabi. s.d. « Prince with a Consort Watching the Moon ca. 1650 ». Louvre Abu Dhabi. <https://www.louvreabudhabi.ae/en/Explore/online-collection/prince-with-a-consort-watching-the-moon>.
8. Louvre Collections. s.d. « Lampe de mosquée ; Date de création/fabrication : XIe siècle (1000 - 1100) ; Lieu de provenance : Jérusalem (Palestine / Israël->Proche-Orient arabe) (coupole du Rocher ?) ; Palestine / Israël (Proche-Orient arabe) (?) ; Syrie (Proche-Orient arabe) (?) ». Louvre Collections. <https://collections.louvre.fr/en/ark:/53355/cl010329203>.

Annexe 5: Salle des Sciences

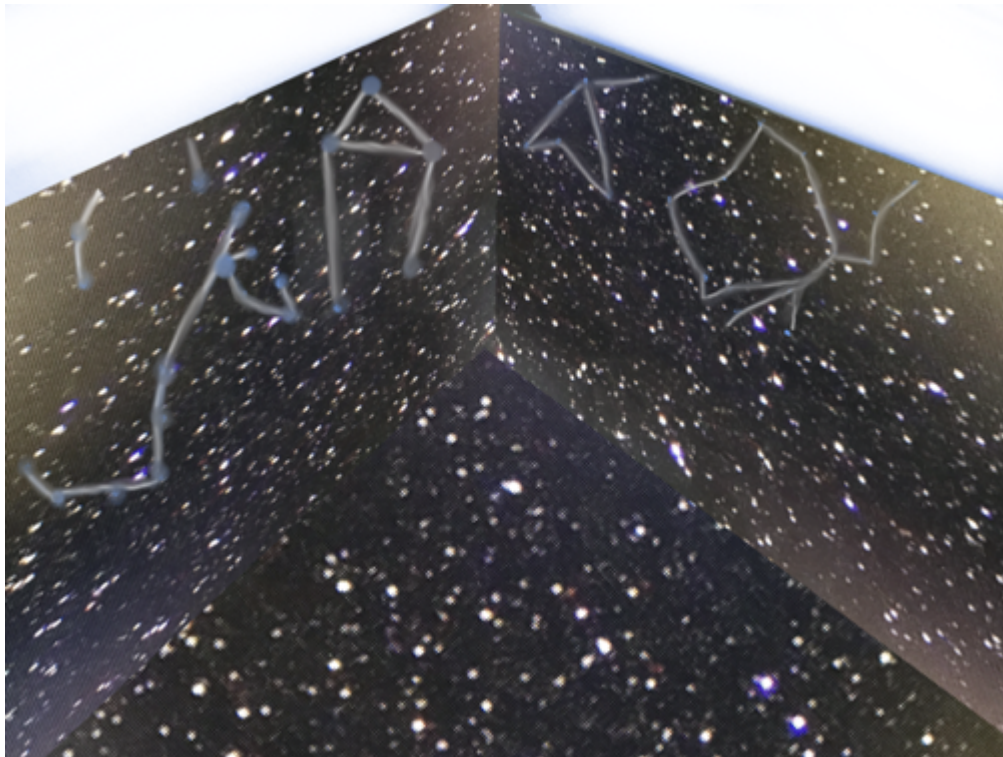


De Gauche à Droite :

1. BnF Gallica. s.d. « L'Almageste de Ptolémée. ISHĀQ ibn Honayn ibn Ishāq. Auteur du texte. ». BnF Gallica. <https://gallica.bnf.fr/ark:/12148/btv1b52509699g/f12.item.r=astronomie>.
2. Artcurial. s.d. « Lot 234 : SPHÈRE CELESTE EN LAITON, IRAN, ART QAJAR, FIN DU 19E SIÈCLE ». Artcurial. <https://www.artcurial.com/en/lot-sphere-celeste-en-laiton-iran-art-qajar-fin-du-19e-siecle-2801-234#popin-active>.
3. The British Museum. s.d. « GOLD CASED VERGE WATCH WITH ASTRONOMICAL INDICATIONS. ». The British Museum. https://www.britishmuseum.org/collection/object/H_1898-1217-1.
4. Louvre Collections. s.d. «Globe céleste ; Date de création/fabrication : 2ème quart du XIIe siècle (1144 ; Hégire : 540); Yunus bn Husayn al-Asturlabi Lieu de provenance : Isfahan (Monde iranien - Caucase->Iran) (?) ». Louvre Collections. <https://collections.louvre.fr/en/ark:/53355/cl010321683>.
5. The British Museum. s.d. « Compass set in oblong wood case; characters inscription. ». The British Museum. https://www.britishmuseum.org/collection/object/A_As1928-1006-22.
6. Louvre Collections. s.d. « Télescope à réflexion ; Epoque / période : Louis XV (1715-1774) (Occident->époque moderne = Ancien Régime->dynastie des Bourbons) ; Date de création/fabrication : vers 1760 ; Passement, Claude-Siméon ; Lieu de création : Palais du Louvre (Paris->Palais = Palais du = Palais de = Palais de la = Palais des) ». Louvre Collections. <https://collections.louvre.fr/en/ark:/53355/cl010321683>.
7. The British Museum. s.d. « Compass made of wood. ». The British Museum. https://www.britishmuseum.org/collection/object/A_As-8805-a.
8. Artcurial. s.d. « Lot 4 : Claude Ptolémée (100 ?-170 ?) Le premier atlas « moderne », 1513 ». Artcurial. <https://www.artcurial.com/en/lot-claude-ptolemee-100-170-claudii-ptolemei-viri-alexandrini-mathematicae-disciplinae-philosophi#popin-active>.

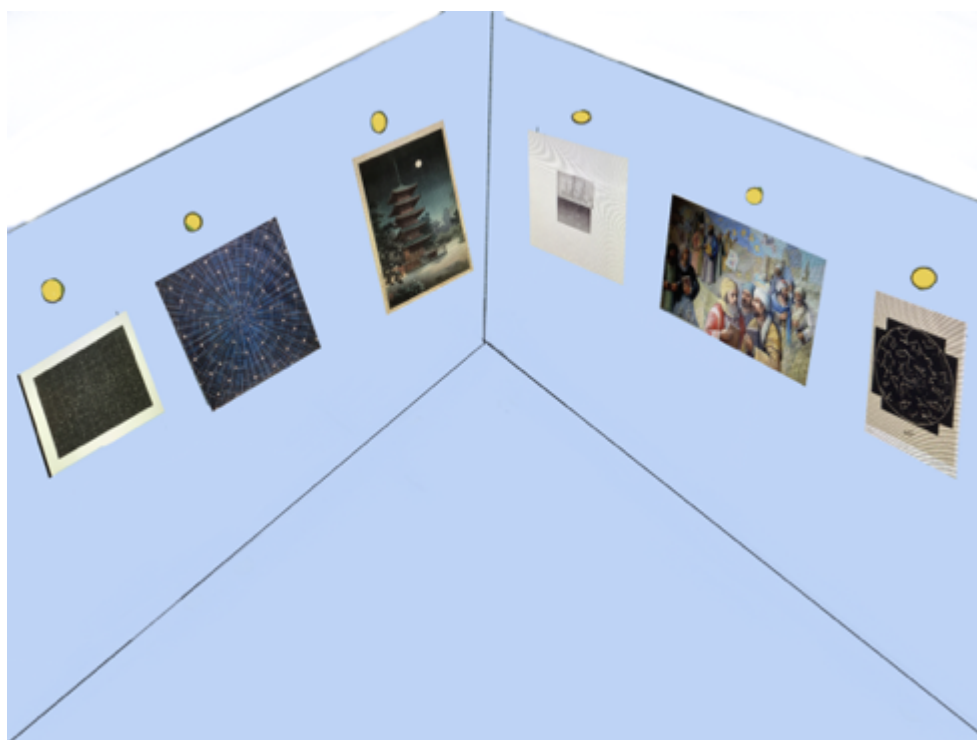
9. BnF Gallica. s.d. « Catalogue des étoiles fixes, par 'Abd al-Rahmân al-Soufi. Auteur du texte. ». BnF Gallica. <https://gallica.bnf.fr/ark:/12148/btv1b8406154t/f207.double#>.
10. The British Museum. s.d. « Astrolabe. ». The British Museum. <https://islamicworld.britishmuseum.org/collection/RRM9662/>.
11. The British Museum. s.d. « Astrolabe. ». The British Museum. <https://islamicworld.britishmuseum.org/collection/RRM37/>.
12. The British Museum. s.d. « Painting, two-panel screen. Celestial and terrestrial charts. Ink and colour on paper. Signed. ». The British Museum. https://www.britishmuseum.org/collection/object/A_2000-0201-0-1.

Annexe 6 : Salle des Sens



NASA : Space Place : Explore earth and space ! s.d. «What Are Constellations? ». <https://spaceplace.nasa.gov/constellations/en/>.

Annexe 7 : Salle d'Art Moderne et Contemporaine



De Gauche à droite :

1. MoMA. s.d. « Vija Celmins *Strata*, 1983. ». MoMA. <https://www.moma.org/collection/works/100213>.
2. Barjeel Art Foundation. s.d. « SPACE EXPLORATION/UNIVERSE ; 1973 ; Menhat Helmy. ». Barjeel Art Foundation. <https://www.barjeelartfoundation.org/collection/menhat-helmy-space-exploration-universe/>.
3. Sotheby's East 1744. s.d. «Koitsu Tsuchiya , Asakusa Kinryuzan Temple, 1938. ». Sotheby's East 1744. <https://www.sothebys.com/en/buy/interiors/asakusa-kinryuzan-0f27>
4. MoMA. s.d. « Vija Celmins *Alliance*, 1983. ». MoMA. <https://www.moma.org/collection/works/70856>.
5. Barjeel Art Foundation. s.d. « ISLAMIC SCIENTISTS ; Mahmoud Hammad. ». Barjeel Art Foundation. <https://www.barjeelartfoundation.org/collection/mahmoud-hammad-islamic-scientists/>.
6. MoMA. s.d. « Zarina *Stars from Home Is a Foreign Place*, 1999. ». MoMA. https://www.moma.org/collection/works/136022?classifications=any&date_begin=Pre-1850&date_end=2021&q=stars&utf8=%E2%9C%93&with_images=1.

Annexe 8: Spot Promotionnel

Arabe

كم هو مثير وجميل أن يكون لتاريخ الإنسانية ناموسا متجددا.

تعلقت أعين البشر قديما بالسماء وجمالها فمنهم الشاعر المتغزل، ومنهم الحاسب والدارس لمسارات النجوم واضعا خريطة للسير في الصحاري والبحار، ومنهم من أتخذ الكواكب ألهمه مستحقة للعبادة، وآخرون أتخذوا السماء مكان تلاقي أرواح آبائهم وقدمائهم..

اليوم وبعد مرور آلاف السنوات تشرئب أعناق البشر من جديد نحو السماء لكن بنظرة مختلفة، نظرت فاحصة مستكشفة وطامعة أحيانا، هل يا ترى من إمكانية للعيش في تلك الكواكب البعيدة؟ هل يا ترى من إمكانية إيجاد مرافق سياحية تجلب السياح أو هل بالإمكان إيجاد أراضي زراعية قد توفر سلعة غذاء بديلة.

ندعو الجميع لزيارة متحفنا "سبيس إكس العالمي" كي نسافر معا مستكشفين اسرار وعلوم، ونفتح مع بعض ملفات ودراسات، كي نرسم معا معالم المستقبل.

فمرحبا بالجميع في رحلة رائعة: تجمع بين الماضي وذاكرياته والحاضر وحساباته والمستقبل وآمالنا نحوه.

English

Interesting, isn't it, how the History of Humanity is cyclical...

Space was the first vision which amazed and interested people who, having succeeded in responding to the first needs of collective societies, raised their eyes to the heavens, and dreamed ... manuscripts and paintings, all sort of artefacts came up from their geniuses, their imagination, and their calculations ...

.. Today, after so many years that have passed, after recent concerns about economic growth and industrialization, we find ourselves rolling our eyes once again to the sky ...

This time, no longer as simple observers, but as explorers.

The new ecological concerns push us once again to take an interest in space, to consider it as our probable future reality. This is how the cycle of Humanity leads us back to the skies.

We then propose:

Let's take the lead on this trip to space. Come to the SpaceX Museum of Space, for a journey that will take you to rediscover the origins of the human experience with space ... what have the men and women of all cultures, who have come before us, transmitted to us about this unknown and mysterious space, and let us unite to reflect about our future ...

With our eyes raised to the sky, let our dreams, our knowledge and our Humanity unite us around space, in a unique museum, which, we promise you, will amaze you.

Français

C'est intéressant comment l'histoire de l'Humanité est cyclique.

L'espace fut la première vision qui émerveilla et intéressa des peuples qui, étant parvenu à répondre aux premiers besoins des sociétés collectives, ont levé les yeux au ciel, et ont rêvé ... de l'ancre coula de leurs génies, de leur imagination et leurs calculs ...

.. Aujourd'hui, après tant d'années qui ont coulé, après les préoccupations récentes de croissance économique et d'industrialisation, nous nous retrouvons à lever nos yeux au le ciel une fois encore.

Cette fois, non plus comme simples observateurs, mais comme explorateurs.

Les nouvelles préoccupations écologiques nous poussent une fois de plus à s'intéresser à l'espace, à l'envisager comme notre probable réalité future. C'est ainsi que le cycle de l'Humanité nous reconduit vers le ciel.

Nous nous proposons alors:

Prenons les devants de ce voyage vers l'espace. Venez au SpaceX Museum of Space, pour un voyage qui vous mènera à redécouvrir les origines de l'expérience humaine avec l'espace ... qu'est-ce que les hommes et les femmes de toute culture, qui nous ont précédé nous ont transmis à propos de cet espace inconnu et mystérieux, et unissons-nous à réfléchir à notre futur, Les yeux levés au ciel, laissons nos rêves, notre savoir et notre Humanité nous unir autour de l'espace, dans un musée unique en son genre, qui, nous vous le promettons, vous émerveillera.

Bibliographie

- Al Khemir, Sabiha. 2013. *Nur: Light in Art and Science from the Islamic World*. Seville: Focus-Abengoa Foundation.
- Al-Mutanabbî. « Un sursaut arabe. » *Dans Introduction au Monde Arabe 1*. Sous la direction de Najat Rahman, 23-25. Montréal : La librairie de l'Université de Montréal
- Al Nayadi, Mohammed Amer. 2011. « Le musée national d'Al Aïn ». *Museum International* 63 (3-4) : 26-34. <https://doi.org/10.1111/musf.12003>.
- Ambient Music. 2015. *1 Hour of Jupiter sounds NASA Voyager Recordings*. Youtube, 1: 08 :22. <https://www.youtube.com/watch?v=UChzxK9gknM> .
- Bonnéric, Julie. 2012. « Symboliser et figurer le divin en Islam classique : entre lumière naturelle et lumière artificielle. ». *Journal Asiatique : Peeters Online Journals* 300 (2) : 761-776. <https://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-01986956/document>
- Bouchenaki, Mounir. 2011. « L'exceptionnel développement des musées dans les pays du Golfe ». *Museum International* 63 (3-4) : 96-107. <https://doi.org/10.1111/musf.12010>.
- Carter, Jamie. 2022. « The First And Best Meteor Shower In 2022 Peaks Tonight. Here's How, When And Where You Can See It ». *Forbes*, 3 janvier 2022. <https://www.forbes.com/sites/jamiecartereurope/2022/01/03/the-first-and-best-meteor-shower-in-2022-peaks-tonight-heres-how-when-and-where-you-can-see-it/?sh=5fb2a8761e79> .
- Christie's. s.d. « NWA 5000 — A Complete Slice of the Moon. ». Christie's. https://www.christies.com/features/viewing-room-books-and-manuscripts-private-sales-10415-7.aspx?sc_lang=en&pid=mslp_related_features10.
- Christie's. s.d. « An Important Private Collection of Sculptural Iron Meteorites. ». Christie's. https://www.christies.com/features/viewing-room-books-and-manuscripts-private-sales-10415-7.aspx?sc_lang=en&pid=mslp_related_features10.
- Christie's. 2019. « The Apollo 11 Lunar Module Timeline Book comes to auction. ». Christie's. <https://www.christies.com/features/The-Apollo-11-Lunar-Module-Timeline-Book-comes-to-auction-9836-3.aspx>.
- Cole, Denise. 2008. « Museum marketing as a tool for survival and creativity: the mining museum perspective ». *Museum Management and Curatorship* 23 (2) : 177-192. <https://doi.org/10.1080/09647770701865576>.

- De Callataÿ, Godefroid. 2008. « Reviewed Work: Le mythe d'Orion. Sa signification, sa place parmi les autres mythes grecs et son apport à la connaissance de la mentalité antique by Jean-Michel Renaud ». *Latomus* 67 (1) : 218-220. <http://www.jstor.org/stable/41547375>
- Derderian, Elizabeth. 2017. « Authenticating an Emirati Art World: Claims of Tabula Rasa and Cultural Appropriation in the UAE ». *Journal of Arabian Studies : Arabia, the Gulf, and the Red Sea* 7 (1) : 12-27. <https://doi.org/10.1080/21534764.2017.1352161>.
- Dictionnaire de l'Académie française. Actuelle. « CULTURE nom féminin ». Dictionnaire de l'Académie française, 9e édition (actuelle). <https://www.dictionnaire-academie.fr/article/A9C5286>.
- Ferrandez, Jacques et Alain Dugrand. 2001. *Carnets d'Orient : Irak Dix ans d'embargo*. Bruxelles : Casterman.
- Gob, André, et Noémie Drouguet. 2021. « Chapitre 10. L'architecture des musées ». Dans *La muséologie. Histoire, développements, enjeux actuels*. Sous la direction de André Gob et Noémie Drouguet, 321-341. Paris : Armand Colin.
- Hainaut, Béatrice. 2019. « La "conquête de l'espace" par les États arabes ». *DSI (Défense et Sécurité Internationale)* Novembre-Décembre (144) : 38-43. <https://www.jstor.org/stable/48605509>.
- Heilbron, Johan. 2001. « Echanges culturels transnationaux et mondialisation: quelques réflexions. » *Regards sociologiques* 22 (2001): 141-154. https://www.regards-sociologiques.fr/wp-content/uploads/2019/10/rs_22_2001_10_heilbron.pdf.
- Hourani, Albert. 1993. *Histoire des peuples arabes*. Paris : Éditions du Seuil.
- ICOM (International council of museums). 2007. « Définition du musée ». ICOM. <https://icom.museum/fr/ressources/normes-et-lignes-directrices/definition-du-musee/>
- Kazerouni, Alexandre. 2017. *Le miroir des cheikhs : Musée et politique dans les principautés du golfe Persique*. Paris : PUF (Presses Universitaires de France).
- Kazerouni, Alexandre. 2016. « Chapitre 7. Le Louvre Abu Dhabi et la particularisation de l'universalisme français ». Dans *Le Louvre Abu Dhabi. Nouveau musée universel ?*. Sous la direction de Charlotte Chastel-Rousseau, Laurence des Cars et Dominique de Font-Réaulx, 121-145. Paris : PUF (Presses Universitaires de France).
- Kazerouni, Alexandre. 2015. « Musées et *soft Power* dans le Golfe persique ». *Pouvoirs* 1 (152) : 87-97. <https://doi.org/10.3917/pouv.152.0087>.
- Kessler, Marie-Christine. 2021. « La diplomatie culturelle ». Dans *Manuel de diplomatie*. Sous la direction de Thierry Balzacq, Frédéric Charillon et Frédéric Ramel, 263-274. Paris : Les presses de Science Po.

- Korsia-Meffre, Stéphane. 2015. « Le *Petit Prince*, chemin d'altérité vers l'humanisme perdu ». *La chaîne d'union* 4 (74) : 68-75. <https://doi.org/10.3917/cdu.074.0068>.
- Lafitte, Priscille. 2021. « Li Chevalier, artiste plasticienne ». *France musique*, 23 mai 2021. <https://www.francemusique.fr/emissions/musique-emoi/li-chevalier-artiste-peintre-et-plasticienne-95049>.
- Landa, Mikel. 2017. « Shigeru Ban : Exploring the limits of creativity ; Interview by Mikel Landa ». *Materia Architectura* 15 : 22-29. <http://www.materiaarquitectura.com/index.php/MA/article/download/98/121>
- Lequeux, James. s.d. « Astronomie ». *Encyclopaedia Universalis*. <https://www.universalis-edu.com/encyclopedie/astronomie/>.
- Loads, Daphne. 2019. « Chapter 18 Kintsugi ». Dans *Rich Pickings Creative Professional Development Activities for University Lecturer*. Sous la direction de Daphne Loads, 53-55. Leyde : Brill Sense.
- Louvre Abu Dhabi. s.d. «Collection of Texts on Astronomy, Medicine and Logic 1500-1524 attributed to Hieronymus Pauli of Limburg. ». Louvre Abu Dhabi. <https://www.louvreabudhabi.ae/en/Explore/online-collection/collection-of-texts-on-astronomy-medicine-and-logic>.
- Louvre Abu Dhabi. s.d. «Astronomicum Caesareum, Treatise on Astronomy 1540 Petrus Apianus. ». Louvre Abu Dhabi. <https://www.louvreabudhabi.ae/en/Explore/online-collection/astronomicum-caesareum-treatise-on-astronomy>.
- Masson, Denise. 1985. *L'eau, le feu, la lumière : D'après la Bible, le Coran et les traditions monothéistes*. Paris : Éditions Desclée De Brouwer.
- Mencarelli, Rémi. 2008. « LES STRATÉGIES D'INTERNATIONALISATION DES MUSÉES : Le Cas Du Guggenheim. ». *Décisions Marketing* 51 (juillet-septembre) : 69-72. <http://www.jstor.org/stable/20723326>
- Millet, Catherine. 2021. *L'art Contemporain. Histoire et Géographie*. Paris : Flammarion - Champs arts.
- Naef, Silvia. 2016. « Chapitre 4. Le patrimoine dans le monde arabe, entre particularisme et universalisme ». Dans *Le Louvre Abu Dhabi. Nouveau musée universel ?*. Sous la direction de Charlotte Chastel-Rousseau, Laurence des Cars et Dominique de Font-Réaulx, 63-83. Paris : PUF (Presses Universitaires de France).

- Naef, Silvia. 8 décembre 2021. « 8 décembre 2021 — Le patrimoine moderne : collection, mise en valeur et préservation ». Cours *Globalisation et enjeux culturels au Moyen-Orient : l'essor d'une scène artistique et muséale*. Genève : Université de Genève.
- Nippon. 2015. « Le 7 juillet : “Tanabata”, la fête des étoiles. » 5 Juillet 2015. <https://www.nippon.com/fr/features/jg00097/>
- Organisation Mondiale du Commerce (OMC) et Organisation de coopération et de développement économiques (OCDE). 2021. *Panorama de l'aide pour le commerce 2019. Diversification et autonomisation économiques*. Paris : Éditions OCDE. <https://doi.org/10.1787/cc697a19-fr>.
- Pages d'Histoire. 2018. *La révolte des Taipings (太平洋的起义)*. Pages d'Histoire. History pages. 历史页面, 30 : 54. <https://www.youtube.com/watch?v=oAoG2cmTVIA>.
- Rab, Samia. 2011. « L'héritage maritime des Émirats arabes unis : construction des musées et du patrimoine ». *Museum International* 63 (3-4) : 41-51. <https://doi.org/10.1111/musf.12005>.
- Ringgenberg, Patrick. 2009. *L'Univers Symbolique des Arts Islamiques*. Paris : L'Harmattan.
- Rosenberg, Pierre. 2016. « Chapitre 2. Le musée universel entre nationalisme et universalisme ». Dans *Le Louvre Abu Dhabi. Nouveau musée universel ?*. Sous la direction de Charlotte Chastel-Rousseau, Laurence des Cars et Dominique de Font-Réaulx, 37-43. Paris : PUF (Presses Universitaires de France).
- Sainz, Maria Alvarez. 2012. « (Re)Building an Image for a City: Is A Landmark Enough? Bilbao and the Guggenheim Museum, 10 Years Together ». *Journal of Applied Social Psychology* 42 (1) : 100-132. <https://doi.org/10.1111/j.1559-1816.2011.00871.x>.
- Scott, Carol. 2000. « Branding: Positioning Museums in the 21st Century ». *International Journal of Arts Management* 2(3) : 35–39. <http://www.jstor.org/stable/41064699>
- Srour-Gandon, Perla. 2013. « La stratégie économique du Qatar. Politique énergétique et diversification économique ». *Confluences Méditerranée* 1 (84) : 45-57. <https://doi.org/10.3917/come.084.0045>.
- Tétart, Frank. 2016. « Chapitre 6. Un espace dans la mondialisation : de la rente à la diversification ». Dans *La péninsule arabique. Cœur géopolitique du Moyen-Orient*. Sous la direction de Frank Tétart, 143-185. Paris : Armand Colin.
- Tobelem, Jean-Michel. 2013. « Stratégie culturelle à Abou Dhabi et au Qatar : éléments de convergence et de singularité ». *Bulletin de l'association de géographes français*, 90 (2) : 142-152. <https://doi.org/10.4000/bagf.2277>.

- Weill-Parot, Nicolas. 2006. « Anna Caiozzo, *Images du ciel d'Orient au Moyen Âge. Une histoire du zodiaque et de ses représentations dans les manuscrits du Proche-Orient musulman* ». *Médiévales* 51 (automne) : 168-170. <https://doi.org/10.4000/medievales.1443>
- Wakefield, Sarina. 2015. « Museum Development in the Gulf: Narrative and Architecture ». *Architectural Design* (January/February) : 20-27. <https://doi.org/10.1002/ad.1851>.
- Vaissière, Sébastien. 2020. « Le musée de demain doit-il être amusant ? ». *Nectart* 1 (10) : 70-79. <https://doi.org/10.3917/nect.010.0070>
- Van Cauteren, Philippe, Sultan Sooud Al Qassemi et Karim Sultan. s.d. « Entretien avec Sultan Sooud Al Qassemi et Karim Sultan ». 23-37. https://moodle.unige.ch/pluginfile.php/1331708/mod_resource/content/1/Van%20Cauteren.pdf.
- Yacine, Jean-Paul. 2020. « Technologies — Energie : La sonde Chan'e 5 s'est posée sur la lune ». *QuestionChine*, 5 décembre 2020. <https://www.questionchine.net/la-sonde-chang-e-5-s-est-posee-sur-la-lune>.
- Van den Berg, Karen. 2017. *Musées du XXIe Siècle : Projets majeurs et notes sur la redéfinition de l'institution muséale*. Genève : Musée d'art et d'histoire de Genève. Chapitre d'un Catalogue (Musées du XXIe Siècle : Visions, Ambitions, Défis ; Sous la direction d'Art Centre Basel, Katharina Beisiegel) d'une exposition à Genève tenue au Musée d'art et d'histoire, du 11 mai au 20 août 2017.

Bibliographie pour les tableaux -ordre alphabétique-

Salle des spiritualités

- Artcurial. s.d. « Lot 157 : Manuscrit poétique Herat, Art timouride, daté 881 A.H./1476 A.D. ». Artcurial. <https://www.artcurial.com/en/lot-manuscrit-poetique-herat-art-timouride-date-881-ah1476-ad-2801-157>.
- Artcurial. s.d. « Lot 234 : TAPIS GHOUM, IRAN, MILIEU DU XXe SIÈCLE ». Artcurial. <https://www.artcurial.com/en/lot-tapis-ghoum-iran-milieu-du-xxe-siecle-4120-234>.
- Louvre Collections. s.d. « figurine ; Epoque / période : hellénistique ; Date de création/fabrication : 3e quart IIe s. av. J.-C. (?) (-150 - -125) ; Lieu de création : Smyrne = Izmir ; Lieu de découverte : Izmir = Smyrne ». Louvre Collections. <https://collections.louvre.fr/ark:/53355/cl010261334>.

Louvre Collections. s.d. « Saint Bruno est enlevé au ciel ; Date de création/fabrication : 2e quart du XVIIIe siècle (1645 - 1648) ; Le Sueur, Eustache <https://collections.louvre.fr/en/ark:/53355/cl010060654>.

Louvre Abu Dhabi. s.d. « Prince with a Consort Watching the Moon ca. 1650 ». Louvre Abu Dhabi. <https://www.louvreabudhabi.ae/en/Explore/online-collection/prince-with-a-consort-watching-the-moon>.

Louvre Collections. s.d. « Lampe de mosquée ; Date de création/fabrication : XIe siècle (1000 - 1100) ; Lieu de provenance : Jérusalem (Palestine / Israël->Proche-Orient arabe) (coupole du Rocher ?) ; Palestine / Israël (Proche-Orient arabe) (?) ; Syrie (Proche-Orient arabe) (?) ». Louvre Collections. <https://collections.louvre.fr/en/ark:/53355/cl010329203>.

The British Museum. s.d. « Funerary banner depicting the mythical ancestors of the human race, Fu Xi and Nu Wa, with their serpentine bodies entwined, and the sun and the moon encircled by stars at the top and bottom. Fu Xi is holding a ruler while Nu Wa is holding what appears to be a compass. Brightly coloured against blue background. Painted in Ink and colour on silk. ». The British Museum. https://www.britishmuseum.org/collection/object/A_1928-1022-0-203.

The British Museum. s.d. « Painting, hanging scroll. Myoken Bosatsu and two deva kings. Ink and gold on silk. Signed and sealed. ». The British Museum. https://www.britishmuseum.org/collection/object/A_1881-1210-0-39-JA.

Salle des sciences

Artcurial. s.d. « Lot 4 : Claude Ptolémée (100 ?-170 ?) Le premier atlas « moderne », 1513 ». Artcurial. <https://www.artcurial.com/en/lot-claude-ptolemee-100-170-claudii-ptolemei-viri-alexandrini-mathematicae-disciplinae-philosophi#popin-active>.

Artcurial. s.d. « Lot 234 : SPHÈRE CELESTE EN LAITON, IRAN, ART QAJAR, FIN DU 19E SIÈCLE ». Artcurial. <https://www.artcurial.com/en/lot-sphere-celeste-en-laiton-iran-art-qajar-fin-du-19e-siecle-2801-234#popin-active>.

BnF Gallica. s.d. « L'Almageste de Ptolémée. ISHĀQ ibn Honayn ibn Ishāq. Auteur du texte. ». BnF Gallica. <https://gallica.bnf.fr/ark:/12148/btv1b52509699g/f12.item.r=astronomie>.

BnF Gallica. s.d. « Catalogue des étoiles fixes, par 'Abd al-Rahmân al-Soûfi. Auteur du texte. ». BnF Gallica. <https://gallica.bnf.fr/ark:/12148/btv1b8406154t/f207.double#>.

Louvre Collections. s.d. «Globe céleste ; Date de création/fabrication : 2ème quart du XIIe siècle (1144 ; Hégire : 540); Yunus bn Husayn al-Asturlabi Lieu de provenance : Isfahan (Monde iranien - Caucase->Iran) (?) ». Louvre Collections. <https://collections.louvre.fr/en/ark:/53355/cl010321683>.

Louvre Collections. s.d. « Télescope à réflexion ; Epoque / période : Louis XV (1715-1774) (Occident->époque moderne = Ancien Régime->dynastie des Bourbons) ; Date de création/fabrication : vers 1760 ; Passemant, Claude-Siméon ; Lieu de création : Palais du Louvre (Paris->Palais = Palais du = Palais de = Palais de la = Palais des) ». Louvre Collections. <https://collections.louvre.fr/en/ark:/53355/cl010321683>.

The British Museum. s.d. « GOLD CASED VERGE WATCH WITH ASTRONOMICAL INDICATIONS. ». The British Museum. https://www.britishmuseum.org/collection/object/H_1898-1217-1.

The British Museum. s.d. « Compass set in oblong wood case; characters inscription. ». The British Museum. https://www.britishmuseum.org/collection/object/A_As1928-1006-22.

The British Museum. s.d. « Compass made of wood. ». The British Museum. https://www.britishmuseum.org/collection/object/A_As-8805-a.

The British Museum. s.d. « Astrolabe. ». The British Museum. <https://islamicworld.britishmuseum.org/collection/RRM9662/>.

The British Museum. s.d. « Astrolabe. ». The British Museum. <https://islamicworld.britishmuseum.org/collection/RRM37/>.

The British Museum. s.d. « Painting, two-panel screen. Celestial and terrestrial charts. Ink and colour on paper. Signed. ». The British Museum. https://www.britishmuseum.org/collection/object/A_2000-0201-0-1.

Salle des sens

NASA : Space Place : Explore earth and space ! s.d. «What Are Constellations? ». <https://spaceplace.nasa.gov/constellations/en/>.

Salle d'art Moderne

Barjeel Art Foundation. s.d. « SPACE EXPLORATION/UNIVERSE ; 1973 ; Menhat Helmy. ». Barjeel Art Foundation. <https://www.barjeelartfoundation.org/collection/menhat-helmy-space-exploration-universe/>.

Barjeel Art Foundation. s.d. « ISLAMIC SCIENTISTS ; Mahmoud Hammad. ». Barjeel Art Foundation. <https://www.barjeelartfoundation.org/collection/mahmoud-hammad-islamic-scientists/>.

MoMA. s.d. « Vija Celmins *Alliance*, 1983. ». MoMA. <https://www.moma.org/collection/works/70856>.

MoMA. s.d. « Vija Celmins *Strata*, 1983. ». MoMA. <https://www.moma.org/collection/works/100213>.

MoMA. s.d. « *Zarina Stars from Home Is a Foreign Place*, 1999. ». MoMA. https://www.moma.org/collection/works/136022?classifications=any&date_begin=Pre-1850&date_end=2021&q=stars&utf8=%E2%9C%93&with_images=1.

Sotheby's East 1744. s.d. «Koitsu Tsuchiya , Asakusa Kinryuzan Temple, 1938. ». Sotheby's East 1744. https://www.sothebys.com/en/buy/interiors/_asakusa-kinryuzan-0f27