

Compte-rendu de la séance avec Scarlett Greco et Philippe Rivière
Vendredi 27 janvier 2023, Musée Carnavalet

***Rendre les collections accessibles :
Mise en ligne des collections et ressources numériques***

Scarlett Greco est la cheffe du service numérique Paris Musées. Diplômée de l'Université Lumière Lyon 2 en histoire de l'Art et intéressée par les nouvelles formes d'accès à la culture avec le numérique, elle intègre le Master Patrimoine et numérique à l'Université Paris Nanterre. Au cours de son parcours professionnel, elle a travaillé dans plusieurs institutions culturelles telles que le Musée du quai Branly – Jacques Chirac, le château de Versailles et Paris Musées.

Philippe Rivière, responsable de la stratégie numérique de la Fondation Art Explora, est titulaire d'un double master en Histoire de l'Art (Paris 1 Panthéon-Sorbonne) et en ingénierie documentaire (École des métiers de l'information et des bibliothèques). Il a travaillé au Ministère de la Culture (dans le cadre du plan d'action pour la préservation du patrimoine écrit), à la Cité de l'architecture et du patrimoine, sur la gestion des bases de données documentaires, avant d'intégrer la direction des systèmes d'information de Paris Musées en 2013, puis de rejoindre la fondation Art Explora.

Présentation de Art Explora et de Paris Musées

Philippe Rivière commence par présenter Art Explora. Créée par le mécène culturel Frédéric Jousset, la fondation réunit de nombreux partenaires et mobilise déjà plus de 1600 bénévoles en France et au Royaume-Uni. Elle a deux sièges, à Paris et à Londres. Les projets de la fondation s'articulent autour de différents leviers : la mobilité, le numérique, le soutien à la création, la communauté et le réseau. Sa mission est double : soutenir la création contemporaine et donner un accès à la culture au plus grand nombre. Philippe Rivière évoque le prix européen Art Explora – Académie des beaux-arts, qui a été lancé en 2020 et qui s'adresse à tous les musées et centres d'art européens, publics ou privés. L'objectif de ce prix est d'encourager leurs initiatives pour aller à la rencontre de nouveaux publics. 350 candidatures ont été déposées lors de la première édition, les lauréats de l'édition 2022 ont été désignés en décembre (infos : <https://www.artexplora.org/prix-europeen-art-explora-academie-des-beaux-arts>).

Scarlett Gréco présente quant à elle l'infrastructure numérique de Paris Musées, en commençant par rappeler qu'il s'agit d'un établissement public en charge de la gestion des 14 musées (12 musées et 2 sites patrimoniaux) de la Ville de Paris. Il regroupe depuis 2013 les musées de la Ville et les services centraux organisés en six directions. Le service numérique de Paris Musées, dont elle est responsable, se charge de l'ensemble des outils numériques qui facilitent l'accès des collections au public : tablettes, collections en ligne, sites web, expériences immersives etc...

Les deux intervenants déclinent ensuite différents sujets relatifs à la problématique de l'accès, sous l'angle des outils numériques.

Accessibilité du propos

Philippe Rivière commence par évoquer la mise en place à la fondation de la plateforme Art Explora Academy. Cette plateforme digitale est consacrée à l'apprentissage de l'histoire de l'art en ligne. Disponible en français et en anglais, Art Explora Academy propose 11 parcours

d'apprentissage en *micro-learning* mais aussi une bibliothèque de médias proposant de nombreux contenus vidéos et audios pour approfondir les grandes notions de l'histoire de l'art. Les contenus sont fournis par l'Université Paris-Sorbonne, puis retravaillés par la société Artips (<https://www.artips-factory.fr/>), qui est experte dans la vulgarisation du propos scientifique. Les enseignants-chercheurs suggèrent les thèmes à aborder et valident en dernier lieu le contenu qui sera proposé aux utilisateurs de la plateforme. Ce type de processus pose donc la question de la séparation entre la rigueur scientifique et l'accessibilité du propos. Les dispositifs numériques, par leur nature même, nécessitent un travail de reformulation, de séquençage, de travail sur le rythme, qui est délégué à des organismes spécialisés.

Les utilisateurs de cette plateforme sont essentiellement les 18-35 ans, un jeune public intéressé par l'art, mais non connaisseur, à qui sont proposés des contenus courts, à consommer sur des temps courts. À ce jour, près de 800 personnes ont obtenu le certificat validant le suivi de la formation. Toutefois la fondation s'interroge sur l'utilisation qui en est faite : alors qu'ils pensaient que cela serait un outil de « distinction », que les gens valoriseraient en ligne ou dans leur cv, il semblerait qu'il s'agisse avant tout pour les utilisateurs d'une démarche de développement personnel.

Un autre projet inscrit dans la logique de diffusion, avec la conception d'un contenu adapté au public cible, est le Camion-musée en partenariat avec le Centre Pompidou. Philippe Rivière rapporte qu'Art Explora s'est associée au projet MuMo (musée mobile fondé en 2011) et au Centre Pompidou pour créer un nouveau camion-musée qui parcourt les routes de France pour aller à la rencontre des habitants. Des œuvres d'art moderne et d'art contemporain du Centre Pompidou voyagent ainsi dans plusieurs régions et villages de France. En lien avec ces œuvres itinérantes, des podcasts ont été créés, à destination des familles et des enseignants, soit conçus pour un public de jeunes enfants, qui rencontrent un fort succès (90 000 écoutes).

Avant de détailler les projets développés à Paris Musées, Scarlett Greco rappelle que le numérique est un outil qui donne accès à des contenus à un public, de différentes manières. Un enjeu important est de prendre en compte les compétences des utilisateurs - car il n'est pas évident de se former à l'interface numérique. Il faut donc se mettre à la place du visiteur pour savoir ce qui est le plus intuitif pour lui, selon les projets. Elle témoigne en ce sens des expériences effectuées au sein de son service pour le compte du Petit Palais, avec la borne numérique, et pour le Musée de la libération de Paris avec la carte interactive sur la libération de Paris.

Par ailleurs, elle insiste sur le fait que le numérique doit toujours être envisagé comme la réponse à une question : il ne doit pas être utilisé de façon systématique, mais toujours en lien avec un projet donné. C'est pourquoi, à Paris Musées, le service numérique est associé à toutes les réunions de préparation des expositions. Scarlett Greco présente à ce propos la place occupée par le service numérique dans l'organigramme de Paris Musées, en rappelant qu'il dépend de la Direction du développement des publics, des partenariats et du mécénat, et de la communication. Elle poursuit en expliquant le fonctionnement par équipe projet, qui regroupe des experts de chaque service, qui travaillent ensemble. De cette façon, les médiations physique et numérique sont conçues de façon complémentaire, et l'association de ces deux services sous la même direction est un gage de réussite pour les projets en lien avec le numérique. Elle rappelle enfin que la production d'une médiation numérique peut prendre beaucoup de temps, ce qui explique que ce ne soit pas fait systématiquement pour les expositions temporaires – à cela s'ajoute la prise en compte des effectifs des équipes (4 personnes – *versus* 60 au Metropolitan Museum, avant le Covid).

La diffusion des collections

Paris Musées possède un portail des collections. Celui-ci a été mis en ligne à la suite d'un important travail de numérisation des collections. Ce travail fastidieux (près d'un million d'objets dans les collections de Paris Musées, avec des typologies très diverses) s'est accompagné du développement de parcours scientifiques, qui permettent de créer un discours autour de ces œuvres, et donc de les rendre plus intelligibles pour le grand public, avec des parcours éditorialisés (en lien avec une donation, une exposition, un événement).

En outre, la politique de développement de l'accessibilité par le numérique a poussé les équipes de Paris Musées à ouvrir ces données en open content, en licence CC0. Depuis 2020, les images présentes sur le portail sont libres de droit et les utilisateurs sont autorisés à s'en emparer gratuitement. Ce dispositif est un moyen pour l'institution d'inviter les publics à s'approprier les œuvres présentes dans ses musées. Paris Musées s'est inspiré de ce qu'avait fait le MET, un des premiers à passer en open content, avec des effets très vertueux (réutilisation d'images pour alimenter des fiches wikipedia d'artistes, diffusion du savoir...).

Ce projet est considéré aujourd'hui comme une réussite, et les chiffres viennent appuyer ce constat :

- plus de 885.000 vues ;
- plus de 50.000 images téléchargées ;
- plus de 110.000 comptes créés pour utiliser l'application.

Cependant, le Règlement Général sur la Protection des données ne permet pas de réaliser des études sur le profil des utilisateurs de ce portail des collections.

Musées et immersif

Philippe Rivière évoque les deux projets phares en cours de la fondation Art Explora : le bateau-musée et le Hangar Y.

En 2023, la fondation va inaugurer ARTEXPLORER, un bateau-musée, dont le principe est d'aller à la rencontre des publics, à travers l'organisation d'un festival itinérant qui passera par 15 pays avec 20 escales prévues autour de la Méditerranée. À chaque escale, un « village culturel » sera installé, avec une programmation d'événements, conçue avec des relais locaux. À bord du bateau, le public sera invité à participer à une expérience artistique sensorielle et immersive en plusieurs étapes dans 4 grands espaces. Le projet est d'accueillir jusqu'à 2000 visiteurs chaque jour sur le bateau.

Le Hangar Y ouvrira fin mars à Meudon (France). Il s'agit d'un projet de réalité mixte, qui proposera une programmation autour de trois thématiques (culture, sciences et nature). L'espace pourra accueillir simultanément 70 personnes pour une expérience d'une quarantaine de minutes.

Du côté de Paris Musées, différents projets ont été développés en matière de réalité virtuelle, augmentée ou mixte, dont Scarlett Greco rappelle qu'elles sont 3 technologies distinctes : la réalité augmentée complète la réalité, la réalité virtuelle crée une nouvelle réalité, la réalité mixte utilise ces deux réalités. Elle donne ensuite des exemples de projets réalisés avec ces technologies à Paris Musées :

- Réalité augmentée à Notre Dame et au Musée d'Art Moderne (pour la restauration de *La Fée Electricité* de Dufy) avec l'utilisation de tablettes numériques.
- Réalité mixte au Musée de la Libération de Paris dans le but de donner accès à des contenus concernant l'histoire de la libération de Paris.
- Réalité virtuelle au Musée Bourdelle et au Petit Palais en favorisant une expérience de contemplation auprès des personnes ou publics éloignés comme les EHPAD.

Ce type de dispositif pose également la question de l'accessibilité aux contenus en raison de l'éloignement de certains publics vis-à-vis des nouvelles technologies. Ainsi, un important

travail est réalisé sur l'ergonomie de ces dispositifs afin de faciliter leur utilisation pour l'ensemble des visiteurs.

Parmi les exemples de projets particulièrement réussis dans leur utilisation des ressources numériques, Scarlett Greco évoque le cas de l'exposition « Les parfums de Chine » et des bornes olfactives créées pour l'occasion, et rapporte tout le processus de production du dispositif, avec la reconstitution des odeurs évoquées dans l'exposition, diffusées dans les salles.

Discussions

Parmi les thèmes abordés dans les échanges, on peut retenir la **question de la production des contenus** : comment concilier l'exigence scientifique et l'intelligibilité pour le grand public auquel on suppose que ces contenus sont destinés ? Le choix est fait de déléguer la production, l'éditorialisation, à des experts, à des sociétés spécialisées. Le e-learning suppose en effet une certaine spécificité de contenu, une éditorialisation particulière (pour le séquençage, le rythme, etc.). Il faut donc prendre en compte la chaîne de production de contenus « accessibles », qui implique différents intervenants (experts du sujet et experts de la forme) – mais qui n'est pas si différente, dans son principe, de la chaîne de production de la médiation physique, écrite (cf. le travail effectué sur les cartels).

Il ressort aussi des discussions la **complexité de l'écosystème de production des contenus numériques** (qui font intervenir de nombreux acteurs – des sociétés type Artips à Ubisoft pour la production de certains projets en réalité virtuelle).

Une autre question discutée est celle de l'attractivité pour l'histoire de l'art par le grand public – en témoigne le succès des applications décrites (podcasts, consultation du portail des collections, Art Academy). Il ressort des discussions l'idée que le numérique sert ainsi certainement de levier pour briser la barrière psychosociale de certains visiteurs : il contribue à réduire le complexe que peuvent avoir certains visiteurs de ne pas savoir, en leur permettant d'arriver au musée avec des connaissances (que fournissent aussi les cartels, mais qu'on n'ose pas nécessairement aller regarder car cela montre qu'on ne sait pas).

Se pose aussi la question de la **connaissance du public (des publics) de ces outils numériques** : il est très difficile de savoir comment ces contenus vont trouver leurs publics, et quels usages il va en être fait...

Concernant la **diffusion en accès libre des collections**, les discussions ont porté sur les enjeux et les effets de cette politique. Scarlett Greco et Philippe Rivière rappellent qu'il ne s'agit pas d'un site internet, mais d'une API – ce qui permet d'envoyer les données sur des bornes, des applications, etc. Par exemple, Amazon pioche dans leur API pour diffuser des images. Cette ouverture totale des collections n'a pas été sans susciter des questions – en particulier, certains conservateurs s'inquiétaient du fait que les œuvres puissent être utilisées à des fins problématiques (par ex. pour illustrer des propos politiquement incorrects). C'était un enjeu aussi pour les éditions de Paris Musées – avec le risque que d'autres éditeurs pourraient utiliser les images... Mais, comme dans le cas des autres institutions ayant fait ce choix, les utilisations sont vertueuses, avec des effets bénéfiques de la mise en ligne.

Enfin, la question de la **durée de vie des offres numériques** a été soulevée – à propos, par exemple, du cas de la réalité virtuelle, dont on a longtemps dit qu'elle était le futur, que les gens allaient s'équiper de casques chez eux, mais ce qui n'est pas arrivé finalement ! À cela s'ajoute la prise en compte nécessaire des enjeux écologiques du numérique, et des enjeux de santé publique, liés à l'exposition aux écrans. Il faut donc régulièrement revoir ses projets, à l'aune des usages et du développement des technologies.