**La Lettre de l'OCIM**
Musées, Patrimoine et Culture scientifiques et techniques

**162 | 2015**
**novembre-décembre 2015**

# Numérique et nouveaux enjeux pour le patrimoine

**Laurent Manœuvre**

**Édition électronique**
URL : http://journals.openedition.org/ocim/1609
DOI : 10.4000/ocim.1609
ISSN : 2108-646X

**Éditeur**
OCIM

**Édition imprimée**
Date de publication : 1 novembre 2015
Pagination : 63-65
ISSN : 0994-1908

**Référence électronique**
Laurent Manœuvre, « Numérique et nouveaux enjeux pour le patrimoine », *La Lettre de l'OCIM* [En ligne], 162 | 2015, mis en ligne le 01 novembre 2016, consulté le 19 avril 2019. URL : http://journals.openedition.org/ocim/1609 ; DOI : 10.4000/ocim.1609

Ce document a été généré automatiquement le 19 avril 2019.

Tous droits réservés

# Numérique et nouveaux enjeux pour le patrimoine

Laurent Manœuvre

**L'article (disponible sur www.ocim.fr, rubrique La Lettre de l'OCIM) montraient notamment comment la généralisation des technologies numériques imposait une modernisation des systèmes de diffusion et d'accès au patrimoine culturel.**

PATRIMOINE CULTUREL
ET NUMÉRISATION

JEAN-PIERRE GALIÉGUE, LAURENT MANŒUVRE, MICHEL MELOT

1 La volonté qu'avait eue le ministère de la Culture et de la Communication de s'orienter, dès 1994, vers Internet semble aujourd'hui une évidence. Il avait pourtant fallu faire face

aux attaques des éditeurs du Minitel, ou aux critiques de ceux qui estimaient que, contrairement au cédérom, les réseaux n'avaient pas d'avenir.

2 En 2001, le Web, depuis qualifié de Web 1.0, commençait tout juste à s'affirmer. Il reposait sur l'offre. L'internaute était un consommateur d'information. Dans ce fonctionnement de type descendant, les institutions jouaient un rôle prépondérant. Rares sont les musées, même parmi les plus démunis, qui ne proposent pas aujourd'hui au moins une page d'informations sur le site Internet de leur tutelle. Toutefois, dans un contexte d'offre foisonnante, la mise en ligne de quelques informations pratiques ne suffit pas à attirer le public au musée. Présenter les différentes activités de l'institution devint une nécessité. Ainsi se dessina la structure du site Internet de musée telle qu'elle s'est aujourd'hui imposée internationalement : informations pratiques, collections permanentes, expositions et événements, services aux publics, recherche…

3 Les catalogues nationaux (Joconde, Mérimée, Palissy…), mis en œuvre à partir du milieu des années 1970 et proposés à la recherche, sur Internet, dès 1995, trouvaient de nouveaux publics. Ce mouvement ne s'est pas démenti ; en 2014, les 350 000 images de Joconde ont été ouvertes en plein écran près de quinze millions de fois et, de janvier à septembre 2015, plus de dix-neuf millions de fois. Dès la fin des années 1990, plusieurs catalogues régionaux de collections de musées furent mis en ligne. Ils sont aujourd'hui huit, qui proposent au total 121 858 notices : Alsace (3 354 notices), Aquitaine (311 notices), Centre (6 387 notices), Nord-Pas-de-Calais (9 000 notices, plus de 31 500 notices sur l'ancienne base), Basse-Normandie (45 000 notices), Haute-Normandie (9 161 notices), Picardie (167 notices), Poitou-Charentes (25 978 notices).

4 La plupart des outils de gestion qui équipent les musées de France disposent de fonctionnalités permettant de mettre en ligne les collections. Néanmoins, à peine plus d'une centaine de « musées de France », sur 1 220, diffusent leurs collections sur Internet de manière autonome. Parmi eux, la plupart des grands établissements publics nationaux, mais aussi des musées de collectivités[1]. Aucun de ces catalogues n'est exhaustif. La France, pourtant pionnière dans ce domaine, accuse aujourd'hui un important retard. Au total, on trouve sur Internet un peu plus d'un million de notices et d'images d'objets conservés dans des musées français. Plus de 2 millions en incluant l'Histoire naturelle[2] Une enquête menée en 2015 auprès de 458 « musées de France », hors musées nationaux, fait apparaître que 15 millions d'objets disposent d'une notice informatisée et plus de 12 millions d'au moins une image. Réalisées au cours du récolement, beaucoup de ces images sont considérées comme d'une qualité insuffisante pour permettre une mise en ligne. Seules 25 %, soit plus de trois millions, seraient de qualité éditoriale. Leur diffusion sur Internet permettrait néanmoins d'augmenter l'offre actuelle et d'atténuer le déséquilibre entre l'Amérique du Nord, ou la Grande-Bretagne, et la France : en effet quand le Louvre propose 230 000 notices et images en ligne, le Metropolitan Museum de New York en propose 460 000 et le British Museum près de 2 230 000.

5 Le Web connut une mutation importante en 2004. Apparaissent alors de nouveaux outils qu'un utilisateur peut facilement s'approprier. Le Web 2.0, aussi appelé Web social, bouleverse le principe de l'information descendante. Désormais, l'internaute participe. Nombre d'entreprises ou d'institutions politiques ont vu là un outil de promotion, mais aussi un moyen de dialogue. Les responsables de musées se sont montrés plus réservés. Le succès de l'expérience menée en 2013, sur Facebook, par le musée de la Grande Guerre du Pays de Meaux, « Léon Vivien » le poilu aux 60 000 fans, prouve que, bien utilisés, ces outils peuvent faire connaître les collections à de nouveaux publics[3].

6 Avec les blogs, l'Internaute acquiert un nouveau statut. Des « blogueurs influents », mais amateurs, s'imposent. La qualité de ces blogs justifie leur sauvegarde par la BnF, au titre du dépôt légal. Les institutions peuvent également mettre en œuvre des blogs. Ces derniers offrent une complémentarité avec les portails institutionnels. Ils permettent d'établir un rapport plus direct avec les internautes. Ces derniers accèdent ainsi, virtuellement, aux coulisses du musée. Si les musées d'Amérique du Nord ne négligent pas cet outil de « réseautage », rares sont les musées de France qui disposent d'un blog ; notamment, dans le désordre et de manière non exhaustive, nous pouvons citer : les musées de l'École de Nancy, de l'Air et de l'Espace, de l'Armée, de la Poste, d'ethnographie de l'université de Bordeaux 2, de Vire, de Sedan, de Cosne-Cours-sur-Loire, du liège à Mézin, Tourgueniev, le MuMa au Havre, le muséum de Toulouse…

7 Les institutions culturelles bénéficient généralement de la bienveillance des communautés, prêtes à fournir des contenus[4], par exemple en indexant des documents (folksonomies). En 2008, la Bibliothèque du Congrès, à Washington, appelait les internautes à indexer un fonds de photographies récemment numérisées. En France, les programmes Vigie-Nature (un réseau de citoyens qui fait avancer la science) démontrent qu'un projet d'utilité publique suscite les bonnes volontés. Plusieurs services d'archives, mais aussi le musée de Bretagne et le muséum de Toulouse, ont fait appel aux internautes pour identifier des lieux représentés sur des photographies anciennes. Il s'agissait là d'expérimentations. Avec les Herbonautes[5], la démarche est élargie à grande échelle. Nous sommes entrés dans le monde du Web collaboratif, où l'internaute crée la valeur.

8 Assistons-nous au triomphe de l'amateur, ce qui aurait pour conséquence l'éviction du professionnel ? Certes non. L'amateur attend l'aide et l'approbation de « celui qui sait ». Mais le rôle du professionnel va sensiblement changer. On attend de lui qu'il propose, qu'il arbitre, qu'il valide et qu'il partage. Il doit moins apporter les résultats de sa recherche, que donner les moyens de mieux connaître. Nous nous trouvons plus que jamais au cœur des missions de connaissance et d'éducation assignées au musée[6].

9 Cette évolution des pratiques génère une profusion d'informations sur les réseaux (big data). La recherche devient difficile ; 60 % des « données de confiance » se trouveraient dans le « Web profond » et ne seraient pas accessibles aux moteurs de recherche. Identifier rapidement ces « données de confiance » est devenu un enjeu. Ces données doivent être interprétables de manière automatique par des machines. On assiste à un retour en force des éléments fondamentaux de l'informatique documentaire. Il est nécessaire que l'information soit structurée, au moins en partie, ce qui implique des listes d'autorités. Il faut également définir des protocoles, des formats et des identifiants. Ce ne sont plus les pages, mais les données, qui se trouvent au cœur des préoccupations. Ce Web de données est aussi appelé Web sémantique[7], ou Web 3.0. L'expérimentation JocondeLab[8] utilise les principes du Web 3.0. Développée par l'Institut de recherche et d'innovation (IRI), dans le cadre d'un accord entre Wikimedia France et le ministère de la Culture et de la Communication, elle a permis la traduction dynamique des contenus de Joconde en quatorze langues (anglais, italien, espagnol, allemand, portugais, arabe, russe, japonais, chinois, catalan, basque, breton, occitan). Le partage de l'information, la définition des autorités, se conçoivent désormais à une échelle planétaire.

10 Si l'Internaute donne de son temps et de ses connaissances, il souhaite obtenir la possibilité d'utiliser librement des images sur les réseaux sociaux. La National Gallery of Art de Washington, le Rijksmuseum d'Amsterdam et le Statens Museum for Kunst de Copenhague proposent d'ores et déjà leurs images en haute définition, librement

réutilisables pour tous usages, y compris commerciaux. Musées, bibliothèques et services d'archives se trouvent au cœur d'un débat sur la réutilisation des données publiques, suscité par les différents projets de loi sur le numérique[9].

11 « Les défis lancés aux pouvoirs publics par la révolution numérique sont multiples et complexes. La généralisation des techniques numériques les oblige à transformer leurs méthodes de travail, à procéder à de rapides réorganisations comme de faire évoluer leurs modes de communication avec les usagers ». Écrite en 2001 en introduction de notre article, cette observation reste pleinement d'actualité en 2015.

## NOTES

**1.** www.culture.gouv.fr/documentation/joconde/fr/partenaires/catalogues.htm
**2.** http://explore.recolnat.org/#/statistiques
**3.** https://fr-fr.facebook.com/leon1914
**4.** Wiki : "vite" en hawaïen, mais aussi acronyme de "What I Know Is".
**5.** http://lesherbonautes.mnhn.fr
**6.** Article L410-1 du *Code du Patrimoine*.
**7.** Terme proposé par sir Tim Berners Lee, "The Semantic Web", Scientific American Magazine, 17 mai 2001.
**8.** http://jocondelab.iri-research.org/jocondelab
**9.** La transposition, en cours, de la directive 2013/37/UE, le projet de loi porté par Madame Axelle Lemaire, comportant des dispositions sur l'open data des données publiques, avec implications sur la loi du 17 juillet 1978 (loi CADA) (annoncée officiellement sur le site de l'Assemblée nationale), la loi portée par Monsieur Emmanuel Macron, visant "l'aspect économique du numérique" (annonce du président de la République le 14 juillet 2015).

## RÉSUMÉS

À l'occasion des 30 ans de l'OCIM, La Lettre de l'OCIM propose à ses lecteurs, dans chaque numéro de l'année 2015, un retour sur un article marquant de l'histoire de la revue. À partir d'un corpus d'articles choisis par la rédaction de La Lettre de l'OCIM, les membres du comité des Publications de l'OCIM ont sélectionné plusieurs contributions.
Dans cette perspective, il a été demandé à l'auteur ou à un expert du domaine de revisiter la problématique exposée dans l'article à la lueur des changements intervenus – notamment dans les pratiques professionnelles – depuis son écriture et de proposer des éléments prospectifs sur la question.
Laurent Manœuvre revient sur son article « Patrimoine culturel et numérisation », co-écrit avec Jean-Pierre Dalbéra et Michel Melot, publié dans le n° 78 de La Lettre de l'OCIM de novembre-

décembre 2001 et dans lequel les auteurs mettaient en lumière les différents outils mis en place pour favoriser à l'avenir la multiplication sur tout le territoire de systèmes d'informations numériques en ligne.

## INDEX

**Mots-clés :** numérique, patrimoine

## AUTEUR

LAURENT MANŒUVRE

chef du Bureau de la diffusion numérique des collections à la Direction générale des patrimoines au ministère de la Culture et de la communication
laurent.manoeuvre@culture.gouv.fr