

Séminaire Clic France Open Content – 1^{er} avril 2015



Collections patrimoniales et Open Content: une tendance mondiale

Pierre-Yves Lochon (Clic France)

L'idée de réaliser un séminaire sur l'*open content* est née il y a trois mois à l'occasion d'un atelier entre Wikipédia et les équipes du Musée des Arts et Métiers sur l'ouverture des contenus qui a eu lieu dans cette même salle. Mais pourquoi ne pas élargir ce champ d'action aux institutions culturelles et musées français qui sont aussi concernés ?

Il est difficile de trouver une définition de l'*open content* mais le Ministère de la Culture canadien en a proposé une : « Lorsqu'un musée offre à ses utilisateurs du contenu ouvert, il leur offre un contenu accompagné d'autorisations qui dépassent celles offertes habituellement en vertu des lois sur le droit d'auteur, et ce sans frais pour l'utilisateur »

On distingue ainsi les « 4R » de l'ouverture :

- Réutiliser
- Redistribuer
- Réviser : adapter, modifier...
- Remixer

Les deux premiers sont essentiels et constituent le fondement du principe de l'*open content*.

De nombreuses démarches de libération et de diffusion large des images des collections de certains musées ont déjà vu le jour.

- Dès juin 2008, la Bibliothèque de Toulouse verse 310 photos au fond Flickr Commons et comptabilise ainsi 220.000 vues.
- Puis en septembre 2010, le Museum de Toulouse diffuse librement 1.000 photos sur Wikipédia et signe un partenariat avec la plateforme mondiale.
- En mars 2011, le LACMA propose 2.000 œuvres issues de ses collections en libre téléchargement, suivi par le LA County Museum deux ans plus tard.

- En avril 2013 ouvre le Rijksstudio du Rijksmuseum où peuvent être consultées 125.000 œuvres d'art.
- En juin 2013, la National Gallery of Art de Washington autorise le téléchargement libre et gratuit d'images de 35.000 chefs d'œuvres.
- En décembre de la même année, la British Library met en ligne sur Flickr plus d'un million d'illustrations libres de droit.
- En avril 2014, le J. Paul Getty Museum étoffe son programme Open Content Archives avec 88.000 images, puis c'est le MET qui un mois plus tard offre le libre accès à 400.000 images en haute définition.
- Le Museum of New Zealand les suit dès juin 2014 et autorise le téléchargement libre de 30.000 images, tout comme le Dallas Museum of Art qui met en ligne en accès libre l'ensemble de sa collection dès le mois d'août.
- Enfin en janvier 2015, le Smithsonian offre 40.000 œuvres d'art aux internautes via son site internet.

Par ailleurs, ce ne sont pas seulement les images qui sont concernées par la diffusion numérique, mais aussi les catalogues et les ouvrages scientifiques. Le Getty Museum a donné l'impulsion à ce mouvement et désormais le MET propose 400 ouvrages à télécharger soit sous forme d'ebooks ou de PDF.

Dans le monde, ce sont désormais 55 institutions culturelles qui proposent leur collection en *open content*, sur leur site ou par l'exportation sur les plateformes, à l'image de la Bibliothèque de Toulouse qui verse ses images sur Flickr.

Bénéficiaire d'une meilleure image, partager les savoirs, collecter des statistiques sur les goûts des visiteurs, rayonner culturellement...les motivations des musées pour participer à l'Open content sont nombreuses

Les motivations de participer au mouvement de l'*open content* sont multiples. Voici celles qui ont été observées chez les musées :

- impact sur l'image de l'institution perçue par les visiteurs
- améliorer l'expérience des visiteurs
- participer au partage de savoirs
- collecter des statistiques sur le comportement des visiteurs (les images les plus vues, les usages qui en sont faits)

- améliorer les contenus et la programmation : en effet, en continuité du point précédent, les institutions peuvent améliorer leur service, en proposer d'autres plus en adéquation avec les attentes des utilisateurs
- améliorer le référencement naturel des images, donc du site : le musée devient ainsi plus visible sur internet et la fréquentation augmente
- enrichir l'offre de contenu en image en correspondance avec la mission éducative des musées
- contribuer au rayonnement culturel de l'institution et donc du pays (« *soft power* »)

Cependant, si le développement du phénomène est encore limitée, c'est que d'autres y trouvent encore des contraintes importantes :

- contraintes des droits d'auteur des artistes et des photographes
- concurrence potentielle avec les ventes commerciales d'images
- risque de cannibalisation de la visite réelle

Ainsi ces nombreux enjeux posent de multiples questions et relèvent aussi certaines contradictions. Que peut-on apprendre des institutions étrangères ? Pourquoi la France semble-t-elle être en retard dans ce domaine ? Quelle est aujourd'hui la position des musées français en matière de diffusion de leurs collections d'images sur leur propre site web, sur les réseaux sociaux et sur les plateformes extérieures mondiales ? Dans la bataille mondiale des images, quelles sont les contraintes juridiques auxquelles font face les collections françaises ? Comment arbitrer entre modèle économique et rayonnement culturel ?

Ce séminaire se concentrera avant tout sur la meilleure diffusion des images de collections sur les sites des institutions. Dans un futur atelier, nous aborderons l'exportation de ces contenus sur les plateformes et la problématiques de diffusion des anciennes publications (catalogues, publications scientifiques..).

Ce premier atelier du Clic France consacré à l'Open Content va démarrer avec la présentation du contexte juridique français et européen face aux nouveaux usages.

Compte-rendu réalisé par Sophie Reynaud