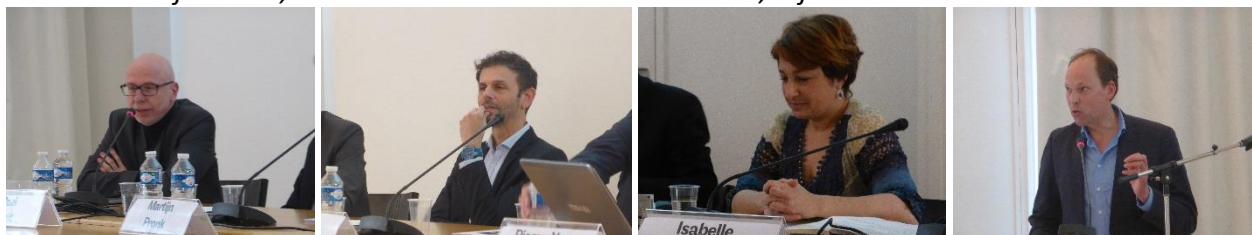


Table-ronde 2 : Quelles perspectives pour la diffusion numérique des contenus photographiques patrimoniaux français ? Comment lever les résistances ?

Table ronde composée de :

- *Roei Amit, directeur adjoint du numérique, RMN-GP*
- *Isabelle Attard, députée*
- *Laurent Manœuvre, responsable de la diffusion des collections au Ministère de la Culture*
- *Martijn Pronk, directeur des éditions et des médias, Rijksmuseum*



Tout d'abord Laurent Manœuvre, du service des musées de France, chargé du bureau de la diffusion numérique des collections a évoqué les origines de la diffusion en ligne des collections patrimoniales, qui remonte à 1995. M. Manœuvre a précisé que son département ne produisait pas de données, mais était chargé de fournir des moyens, des « tuyaux », en se positionnant dans un rôle de diffuseur, notamment auprès des collectivités territoriales.

M. Manœuvre a ensuite souligné la nécessité d'avoir des ressources financières pour être en mesure de numériser les collections. Comment trouver cet argent est devenu le principal enjeu, notamment pour les petits musées. Il a rappelé l'exemple de grands musées qui sont parvenus à de grands chantiers de numérisation : pour le Rijksmuseum, la configuration est différente puisque les ressources proviennent de la loterie nationale, ainsi que pour la National Gallery de Washington qui a bénéficié d'un gros mécénat.

« [Le refus de l'Open Content] risque de faire disparaître du paysage médiatique les collections patrimoniales des musées français »

M. Manœuvre a conclu sa présentation en précisant que l'enjeu des chantiers de numérisation était aussi la présence des institutions culturelles concernées dans les médias : l'image choisie pour les affiches d'exposition et les supports de communication sera celle qui est libre d'accès. On favorisera donc un tableau de Washington à celui issu des collections françaises, et dans la durée, cela risque de faire disparaître du paysage médiatique les collections patrimoniales des musées français

M. Roëi Amit a ensuite pris la parole, tout d'abord pour préciser la notion de domaine public. Il a ensuite insisté sur le changement d'échelle de valeur à l'œuvre actuellement : ce ne sont plus les images qui détiennent de la valeur, mais la « marque » du musée, le lieu lui-même qui représente la valeur la plus importante. « *Aujourd'hui, nous faisons tous partie de ce domaine public* », affirme M. Amit. Cela soulève de nombreuses questions : quels sont donc les moyens que l'on se donne pour développer ce domaine public, pour mieux prospérer comme société et pour mieux rayonner dans le monde ? Comment financer le domaine public et comment gérer les usages ? Comment faire face à ce changement d'échelle de valeur ? Ce sont ces questionnements qui sont à l'œuvre au sein de la RMN, car sa volonté de proposer une plus grande liberté d'usages et un plus grand accès aux images ne peut pas s'opposer à la tradition dans laquelle cette institution s'inscrit.

« Ce ne sont plus les images qui détiennent de la valeur, mais la « marque » du musée, le lieu lui-même qui représente la valeur la plus importante »

M. Amit a conclu sa présentation en évoquant la double question soulevée par la notion de domaine public : qu'est-ce que l'on offre comme service, et comment financer ce service ? Il a également rappelé que les moyens dégagés par l'activité commerciale de la RMN participent à ces missions de service public. Et qu'à moins d'un changement de politique culturelle à l'échelle nationale, on ne peut pas faire grand-chose.

Mme Isabelle Attard, députée et ancienne directrice de musée, a commencé sa présentation en insistant sur le rayonnement culturel de la nation découlant de l'accès à des images numérisées de qualité. Que se passe-t-il si une institution n'est pas en mesure de fournir des images de qualité de ces collections ? « *Cela terni l'image de l'institution elle-même* », a-t-elle ajouté en prenant comme exemple son ancien poste au musée de la tapisserie de Bayeux. Les droits des images avaient été jugés trop chers par l'éditeur, qui avait pioché sur Internet et publié un livre avec des images de qualité médiocre. Comme le livre était vendu dans la boutique du musée, cela nuisait à l'image de l'institution.

« Si vous ne diffusez pas les images, d'autres le feront moins bien »

« *Si vous ne diffusez pas les images, d'autres le feront moins bien* » a-t-elle ajouté avant d'insister sur le fait que des images de mauvaise qualité nuisent à l'image du musée. Mme Attard a également souligné l'impact positif des images de bonne qualité, qui apportent des retombées économiques, scientifiques et artistiques. Ces images permettent également de faciliter le travail des chercheurs : la meilleure définition possible des photographies de la broderie de Bayeux permet de lire les écritures, de voir la qualité de la laine, le point utilisé... autant d'informations indispensables pour faire avancer la recherche. Et ces images en bonne définition permettent de publier des ouvrages de meilleure qualité, qui se vendent mieux, et peuvent augmenter la marge de la boutique, donc l'argent qui peut être réinjecté dans la campagne de numérisation suivante.

Mme Attard a conclu sa présentation en insistant sur l'importance d'avoir une boutique associée au musée, et non dissociée comme peut l'être celle du musée du Quai Branly, qui réalise un chiffre d'affaires dérisoire vue sa fréquentation.

M. Amit a tenu à répondre à l'intervention de Mme Attard, en précisant que l'on ne peut porter le même raisonnement sur deux systèmes complètement différents. Ce qui a été possible dans le petit musée de la tapisserie de Bayeux n'est pas possible à l'échelle d'un système aussi énorme que la RMN. Il est revenu sur les raisons historiques de l'existence de l'institution, qui mutualise des moyens, notamment les fonds d'images. On ne peut donc raisonner de la même manière sur une œuvre (si complexe soit-elle) et sur un bassin d'images bien plus considérable.

S'appuyant sur l'intervention précédente de M. Martijn Pronk, M. Amit a ajouté que le bassin d'œuvres traitées par la RMN était plus considérable que celui du Rijksmuseum, avec une quantité d'œuvres qui n'avaient jamais été numérisées, et une quantité plus importante encore qui devait être numérisée à nouveau... Il a conclu en soulignant l'investissement d'argent permanent nécessaire pour continuer à numériser les œuvres dans une qualité toujours accrue. « *Quel système économique pour y arriver ? Comment produire des contenus ?* » a-t-il demandé à Mme Attard.

« Quel système économique pour y arriver ? Comment produire des contenus ? »

Cette dernière a répondu que le problème reposait davantage sur un état d'esprit que sur un problème économique, qu'il y avait certes un choix politique, mais qu'il ne fallait pas nier

l'importance des choix réalisés à l'intérieur des établissements muséaux, pour décider notamment où investir en priorité.

M. Amit a tenu à préciser que le système de numérisation change très souvent, et implique de recommencer le travail sans cesse. Pour lui, il s'agit surtout d'un choix de politique culturelle : où met-on l'argent, et pourquoi faire ? Il a également rappelé que les budgets de la culture et des établissements sont en baisse, des conditions peu propices pour les chantiers de numérisation. « *Quel serait le projet d'avenir, réaliste, pour y parvenir ?* » a-t-il demandé en interpellant directement Mme Attard.

Celle-ci a rappelé l'obligation pour les musées de diffuser les images de leurs collections patrimoniales, inscrite dans la loi musées de 2002. Mme Attard a également émis l'hypothèse que cela coûterait moins cher de tout mettre en accès libre plutôt que d'avoir à payer du personnel pour s'occuper de toutes les demandes de droits. Soulignant la quantité de papiers et la perte de temps énorme pour demander deux images en haute définition, elle a insisté sur l'existence de ces coûts cachés, qui disparaissent lorsque l'on met toutes les images à disposition.

Mme Attard a ensuite évoqué une anecdote pour expliquer que ces images en haute définition sont parfois déjà faites dans certains musées. Elle a pu constater qu'une grande partie des images numérisées par le Louvre le sont en haute définition, mais qu'elles ne sont pas mises en ligne car « *il y a un problème de compatibilité de logiciel* ». Elle s'indigne de cette réponse en insistant sur la mission de diffusion des collections des musées, et que ne pas aller en ce sens est contraire à la loi.

La photographie d'une œuvre comme une sculpture ou un objet d'art peut coûter jusqu'à 70€ au musée

M. Manœuvre est intervenu pour demander pourquoi le Louvre ne met pas plus d'images en ligne. Mais il a tenu à souligner le coût de fabrication de ces images, qui demandent l'intervention d'un professionnel de la photographie si l'on souhaite une image qui ne soit pas catastrophique. La photographie peut coûter jusqu'à 70 euros, c'est-à-dire aussi cher qu'à l'époque de l'argentique, s'il s'agit d'un objet complexe à photographier comme une sculpture ou un objet d'art. Ce qui engendre un véritable problème car parfois les images émanant du musée sont de moins bonne qualité que ce que l'on trouve habituellement sur Internet.

Il a néanmoins demandé à ce que les images, même de qualité médiocre, soient mises en ligne, même si cela renvoie une image médiocre du musée, pour répondre à l'impératif de diffusion. Il est également revenu sur l'intervention de M. Pronk, en allant dans leur sens en ce qui concerne la mise à disposition des images du Rijksmuseum : les images sont magnifiques, et cela a nécessairement un impact positif sur l'image du musée.

Il a conclu en jugeant inadmissible les réticences de certains établissements ou conservateurs à mettre en ligne leurs images. Et il a rappelé l'existence d'une campagne nationale de numérisation, indispensable pour les petits musées qui ne peuvent financer leur propre campagne, mais qui a été annulée il y a deux ans.

M. Lochon est intervenu pour s'interroger sur cette absence de démarche nationale : « *Comment se fait-il que la France ne décide pas d'investir dans la numérisation, qui permet la*

diffusion et le rayonnement du patrimoine culturel ? » Il évoque l'exemple des Pays-Bas, qui ont financé la campagne de numérisation avec le soutien de la loterie nationale.

Mme Attard a tenu à lui répondre en rappelant l'existence d'un fonds spécifique dédié à la recherche de provenance dans les musées, auquel les institutions peuvent faire appel, et qui encourage la numérisation des œuvres et des archives pour les recherches de provenance. Elle a souligné que cette orientation politique est très française et qu'en Allemagne, par exemple, on a décidé de privilégier les politiques de numérisation.

Projet France Collection HD, pour les musées de France hors musées nationaux, afin de numériser leurs œuvres : le musée a 15 ans pour rembourser la dépense occasionnée

M. Amit a rappelé l'existence du **Projet France Collection HD**, à destination des musées de France qui ne sont pas des musées nationaux, afin de numériser leurs œuvres. Ce projet est inscrit dans une logique de commercialisation, puisque la RMN numérise ces fonds, et les musées français concernés ont 15 ans pour rembourser la dépense occasionnée. Cela s'inscrit dans la nature même de la RMN, qui est un EPIC (établissement public à caractère industriel et commercial) : ce projet est une mise en œuvre politique qui dépasse la RMN. On peut (ou pas) déplorer cette logique de commercialisation, mais elle existe et la RMN doit faire la synergie entre la diffusion grand public et ses autres missions commerciales. M. Amit a évoqué l'exemple de l'INA, qui parvient à ouvrir son catalogue à un usage non commercial, tout en l'utilisant pour faire la promotion de son fonds.

« Si l'on n'a pas l'argent pour numériser 1 000 objets, commencez par numériser 10 objets, mais le but est de commencer »

M. Martijn Pronk est intervenu en rappelant l'expérience du Rijksmuseum sur ces débats. Il a souligné la **difficulté d'arriver quelque part si l'on se concentre sur les difficultés financières et techniques**.

Citant en exemple son expérience, il a plaidé pour une vision plus large : *« Vous ne devriez pas vous concentrer sur la France, mais sur le monde entier, car sinon le problème se répétera dans quelques années »*. Il a insisté sur l'importance de ne pas se concentrer sur ce qui est techniquement impossible : *« Si l'on n'a pas l'argent pour numériser 1 000 objets, commencez par numériser 10 objets, mais le but est de commencer »*. On cherchera au fur et à mesure les sponsors pour numériser l'étape suivante, mais si l'idée est là, si l'envie est là, cela fonctionne. Il a reconnu l'importance d'avoir des ambassadeurs pour un projet de ce type, mais à répéter que la clé pour y arriver, c'était de commencer.

Revenant sur son expérience avec le Rijksstudio, M. Pronk évoque des débats similaires aux origines du projet : comment normer le discours sur les objets, par exemple. Cette difficulté a été écartée pour ne pas entraver la campagne de numérisation, ce qui fait que de nombreuses notices sur le site sont mal écrites ou bourrées d'erreurs. *« Mais ce n'est pas ce qui compte, on s'en occupera plus*

tard », a-t-il ajouté, en évoquant l'une des règles de Google, la rapidité, « *sinon quelqu'un d'autre va le faire pendant que vous êtes en train de discuter* ».

A la question des coûts échouant au musée, M. Pronk précise qu'une partie du coût de la numérisation est issu du budget propre du musée, notamment tout ce qui concerne les nouvelles acquisitions ou les mouvements d'œuvres : à chaque fois qu'il y a un mouvement d'œuvre, c'est une occasion pour refaire les photographies, les textes... C'est du *step by step*, avec l'aide des sponsors qui aiment ce que le Rijksmuseum fait, donc cela attire de nouveaux sponsors.

Une professionnelle dans le public fait remarquer que le Rijksmuseum fait payer l'entrée 17 euros, et a beaucoup moins de gratuité que le Louvre, ce qui doit nécessairement avoir un impact sur le budget. Mme Attard a répliqué que les musées londoniens sont gratuits mais que cela ne les empêchent pas d'être plus performants que la France en ce qui concerne la numérisation et la mise en ligne des collections. Leur force est de vendre beaucoup plus de produits dérivés : les systèmes économiques sont très différents d'un pays à l'autre. Elle a ajouté que de nombreux musées ont un stock d'images fabuleuses mais ne les exploitent pas pour leurs produits dérivés. Elle émet l'espoir que le Louvre est conscient de l'importance pour les étudiants d'avoir les meilleures images possibles pour leurs études, et que ces images ne sont pas seulement destinées à un usage commercial.

En guise de conclusion, M. Manœuvre a souligné la grande quantité d'images disponibles sur les différentes bases, entre la RMN, les bases régionales et celles d'institutions en province. De gros volumes sont déjà en ligne, et même si tout n'est pas d'une exceptionnelle qualité, « *il y a des choses magnifiques* » a-t-il dit en citant à titre d'exemple ce que fait le musée des Beaux-arts de Lyon. Il rappelle que les images en haute définition permettent d'avoir un nouveau point de vue sur l'histoire de l'art. « *Nous sommes à un carrefour, la décision ne nous appartient pas* » a-t-il déclaré en insistant sur la nécessité d'aller vers le gratuit, même si cela implique de repenser les statuts de la RMN. C'est une direction à prendre à l'échelon ministériel, mais aussi du côté des chefs d'établissement.

Le nombre d'objets numérisés serait de 4 millions sur les 45 millions d'œuvres conservées dans les musées français.

Il a conclu son intervention en évoquant un **sondage de 2011, où une grande partie des musées sondés ont répondu, et qui a permis de chiffrer le nombre d'objets numérisés, qui serait de 4 millions sur les 45 millions d'œuvres conservées dans les musées français.** Ce chiffre peut paraître peu élevé, mais M. Manœuvre rappelle qu'un objet numérisé, c'est plusieurs images pour chaque objet.

Le souhait de M. Amit est de pouvoir faire au mieux pour que les images arrivent au public le plus large, en précisant que la définition de ce cadre ne dépendait pas de la RMN. Le mot de la fin est revenu à Mme Attard, qui résume le débat en deux points : trouver une méthode pour rentabiliser au mieux le travail de numérisation, et suivre la tendance mondiale qui fonctionne.

Compte-rendu réalisé par Delphine Peresan-Roudil