



# Autour du patrimoine numérique dans l'industrie créative

JANVIER 2011

Qui suis-je ?

**Stéphane Bezombes**

**reciproque**

**Conseil & ingénierie multimédia  
pour les musées et les centres culturels**

[www.reciproque.com](http://www.reciproque.com)

# Industrie créative ?

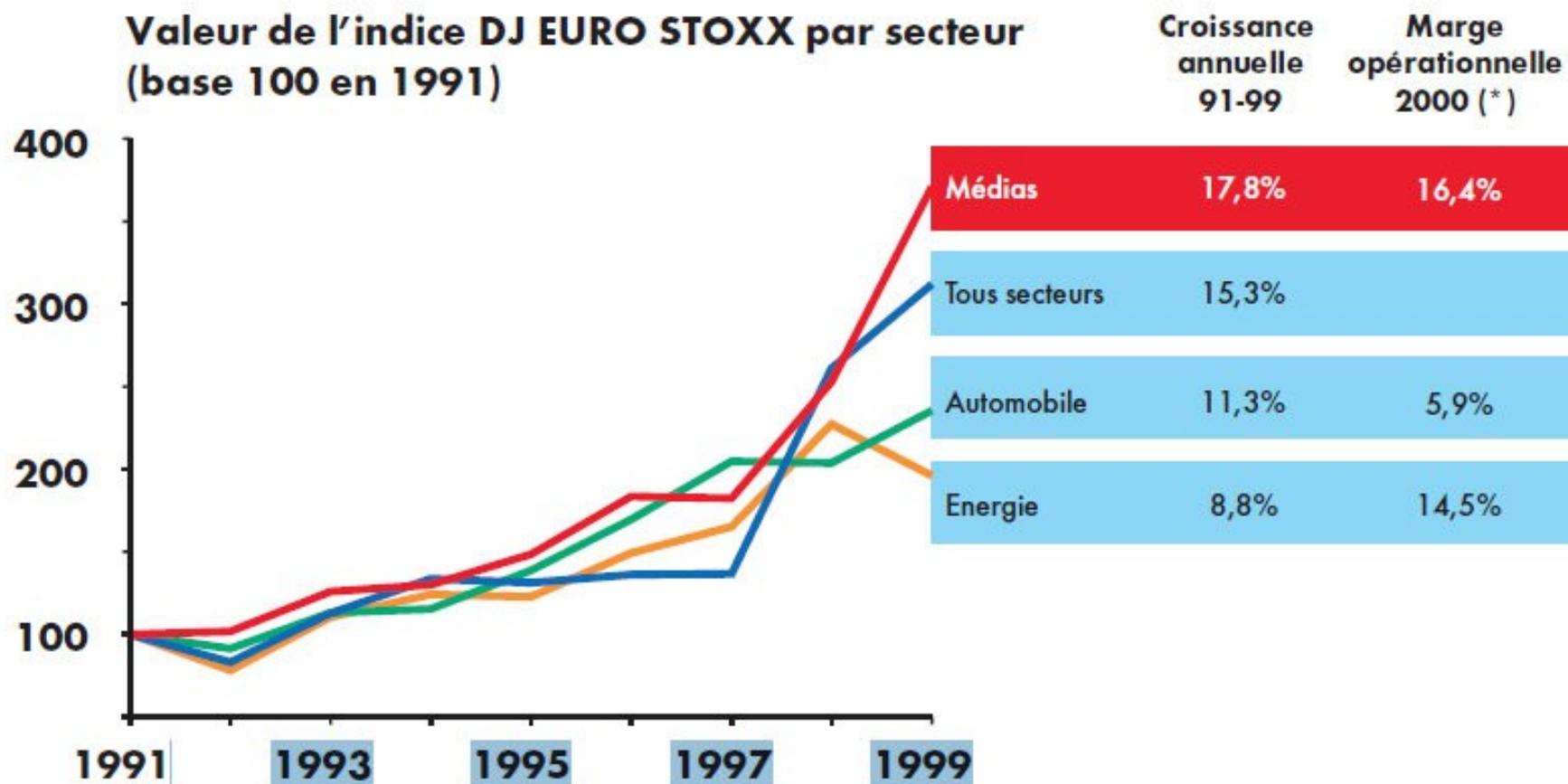
## **Industrie culturelle**

Création, production et commercialisation de contenus créatifs de nature culturelle et immatérielle

## **Industrie créative**

Industrie culturelle + activités indirectes

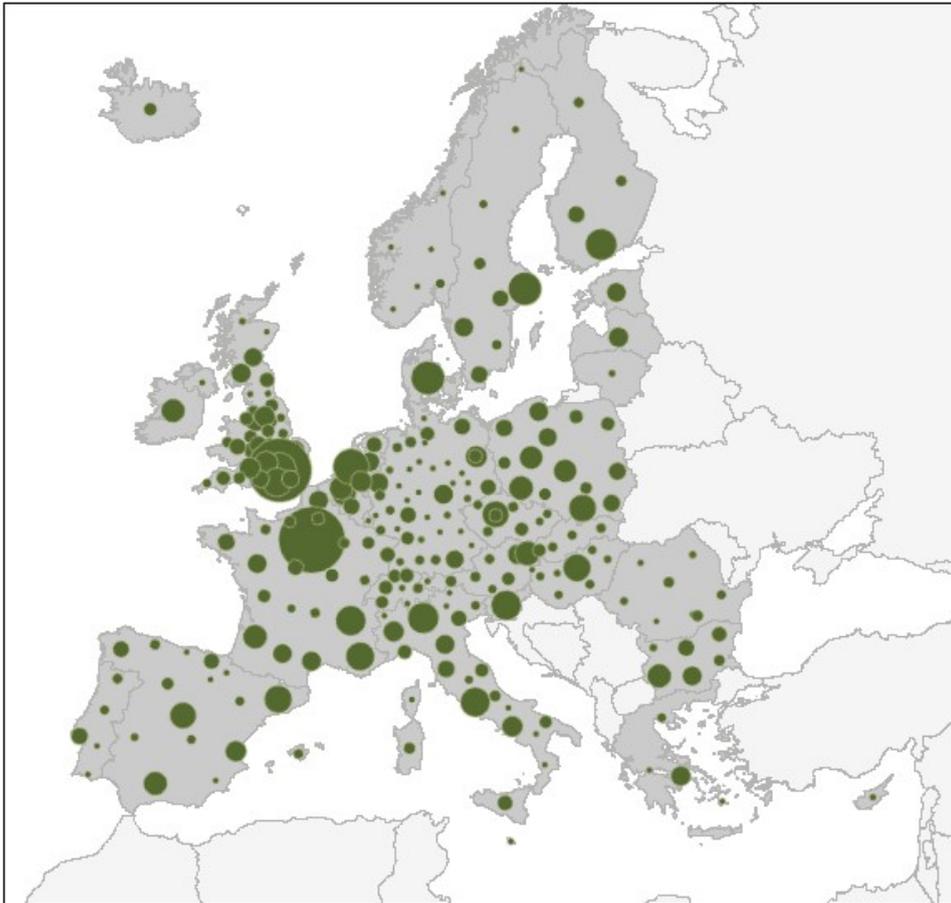
# Industrie créative ?



Note : (\*) moyenne pondérée des marges en 2000 des sociétés composant l'indice à fin septembre 2009 (hors Q-Cells pour l'indice Energie)

Sources : Dow Jones, rapports annuels, rapports d'analystes, analyse Bain

# Industrie créative ?



**En 2010, l'industrie créative emploie 6,5 M de personnes en Europe.**

**Les régions avec une haute concentration d'industrie culturelle et créative ont la prospérité la plus élevée.**

**Super-clusters : Londres et Paris**

**Source : Priority Sector Report: Creative and Cultural Industries (mars 2010)**

# Industrie créative ?

**Imprimés et littérature**

**Cinéma et photographie**

**Radio et télévision**

**Musique et arts du spectacle**

**Journalisme**

**Patrimoine**

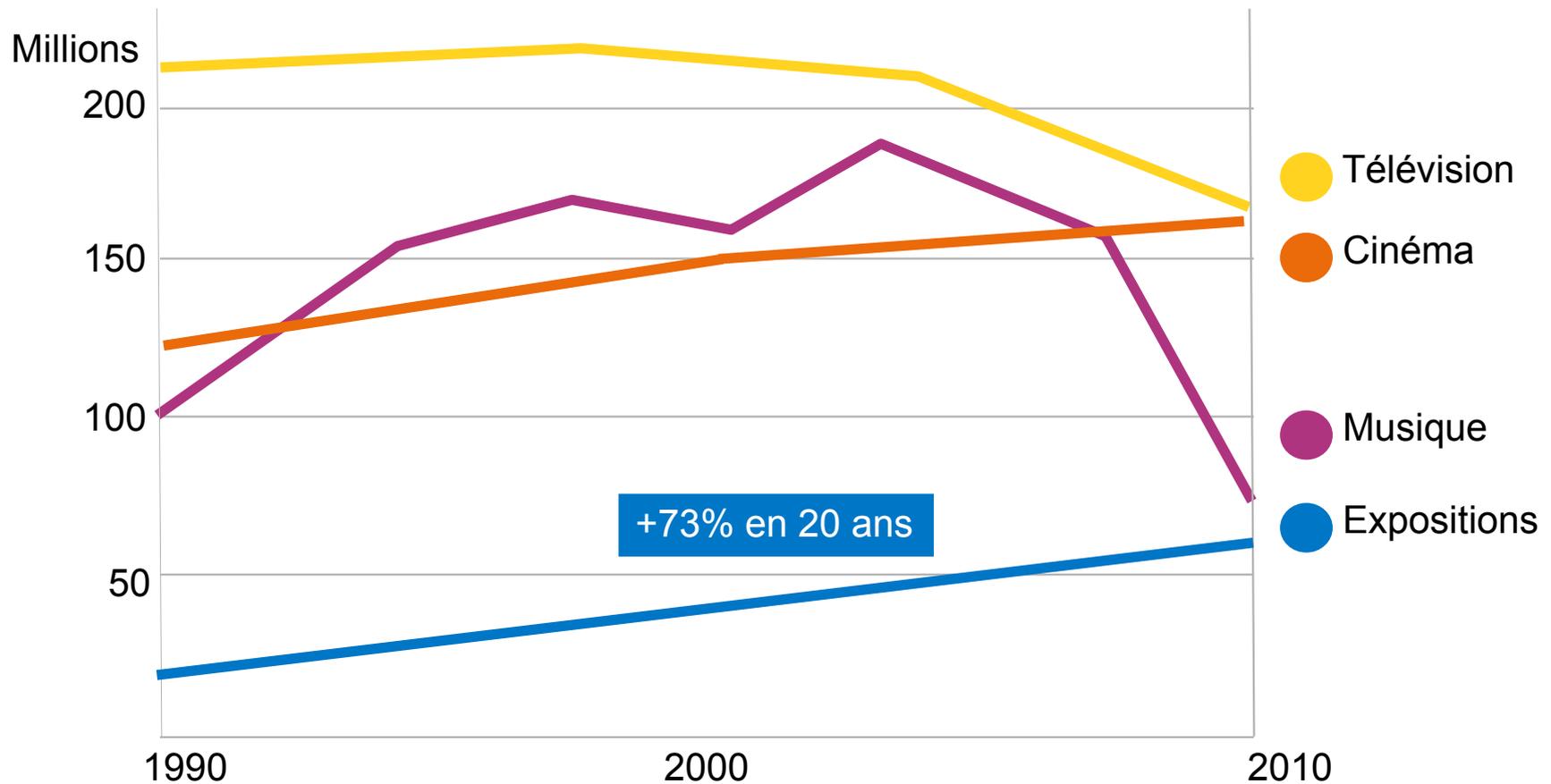
**Architecture**

**Design**

***Jeux vidéo et multimédia***

***Publicité***

# Industrie culturelle ?



**> 40% des européens ont visité au moins un musée dans les 12 derniers mois**

**Source : Pratiques Culturelles des Français 2009, Cultural statistics Europe 2008**



**Exposition universelle Shanghai 2010 : 10M de visiteurs pour le pavillon Français, 1er en nombre de visiteurs**

# Chiffres-clés du patrimoine Français 2009

## - Musées

**1210 musées, 52 millions d'entrées**

**2500 Monuments historiques 16,9 millions d'entrées**

**2830 bibliothèques, 105 millions de livres**

## - Foires et expositions

**6936 expositions**

## - Tournées mondiale

**20 expositions françaises dans les 100 premières**

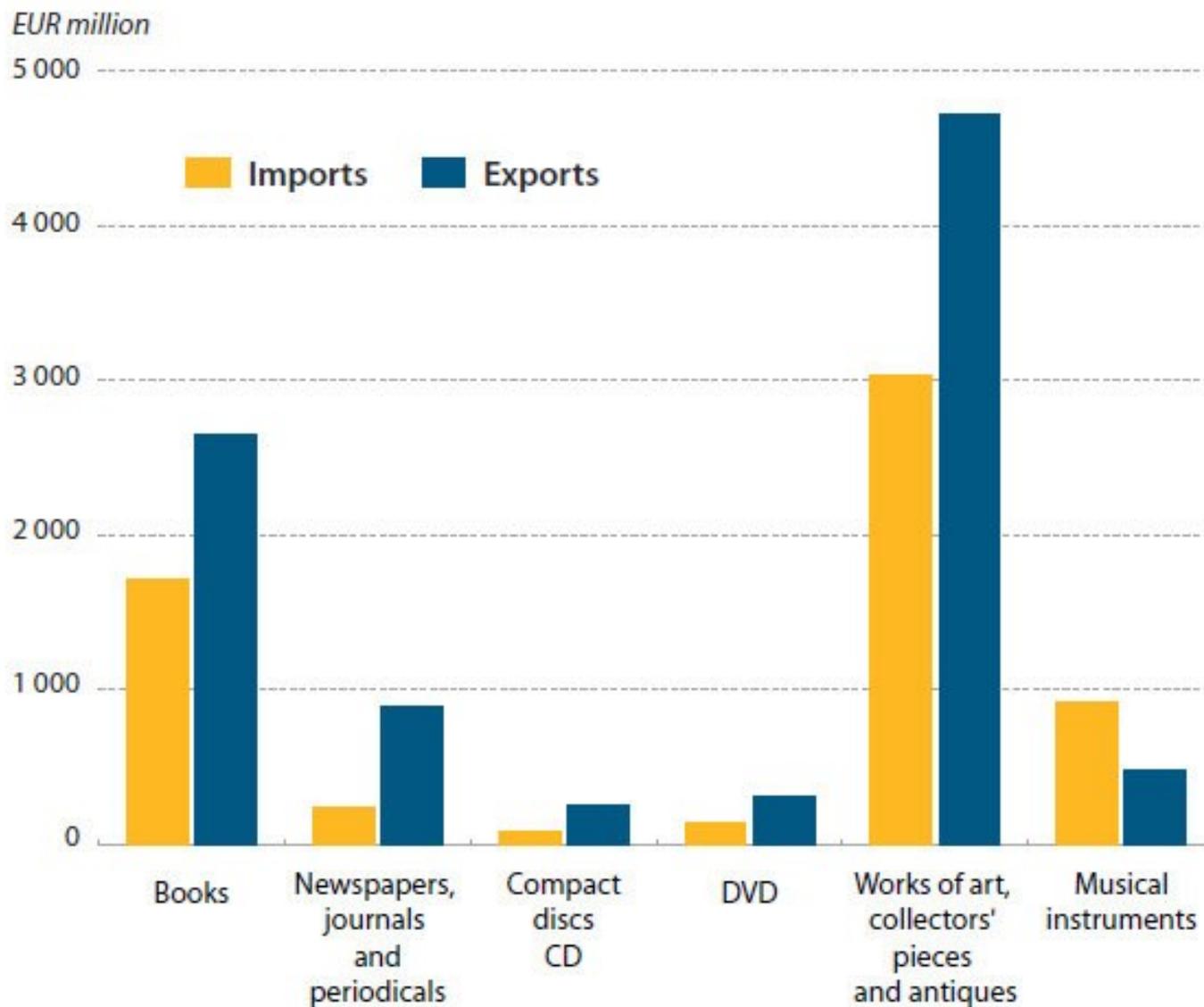
Source : Exhibition and museum attendance figure 2009 (the art newspaper),  
Cultural Statistics 2008, Chiffres clés de la culture 2009, museorama



**« 1 euro investi dans le Louvre rapporte 10 euros à la collectivité (retombées directes et indirectes) »**

**Henri Loyrette, président-directeur du musée du Louvre (source : Les Echos)**

# Exportation culturelle



Data extraction: April 2007  
Source: Eurostat, Comext

# Ingénierie de la connaissance

**« The real argument within a museum is to say that you're a business and your product is information and knowledge. »**

**Nick Poole**

**Chief Excecutive, UK Collection Trust**



# Rôle de l'état ?

**« L'état affirme sa volonté de pérenniser le rôle majeur tenu par les musées dans l'aménagement du territoire et la part centrale qu'ils prennent dans la démocratisation culturelle et l'accès de chacun à la culture. »**

**Plan Musées en régions 2011 – 2013**

**Frédéric Mitterrand, ministre de la Culture et de la Communication**

**Etat partenaire (15%)**

**Etat incitateur (30%)**

**Etat acteur (+50%)**

# Rupture numérique ?

- **Numérisation du patrimoine**
- **Nouvelles formes d'œuvres : nouveaux médias**
- **Démocratisation du smartphone**
- **Convergence des supports de diffusion**
- **Phénomènes de masse : web 2.0 et longue traine**

# L'Opéra @home



Boris Godounof Metropolitan Opera à Brives  
(retransmission HD en direct)

# Génération Digital Native

10 ans au moment du 11 septembre

Sur-informés

Connectés en permanence

Post-idéologiques

God bless [http](http://)

# Apport des nouvelles technologies ?

**Le numérique permet de démultiplier les missions du musée**

- l'ouverture à tous les publics
- l'augmentation de l'offre pédagogique et culturelle
- la sûreté et la sécurité des collections
- la conservation préventive et le développement durable



# Un espace

**Pour autant le lieu compte.**

**Les musées sont aussi :**

- un lieu de rencontre du plaisir et du savoir,**
- un espace laboratoire et conservatoire,**
- un lieu de transmission, de comparaison, de contemplation, d'inspiration et de création,**

le musée constitue une référence indispensable à la réflexion individuelle et collective sur la civilisation et de compréhension du monde.

# Guggenheim Bilbao



# Création et numérique

**Les industries culturelles ont longtemps été protégées par de fortes barrières à l'entrée.**

**Important transfert de valeur sur le numérique.**

**La rupture numérique demande de l'audace, et cette audace exige nécessairement que les équilibres classiques soient rompus.**

Digital museum ?



# Utopies scénographiques



# Utopies scénographiques

**Une réplique numérique parfaite : Google Art Project**

<http://www.googleartproject.com/>

**Un site archéologique** <http://www.lascaux.culture.fr/>

**Un événement** <http://wechoosethemoon.org/>

**Une salle de concert : Digital Concert Hall**

<http://www.digitalconcerthall.com/>

**Une exposition sans oeuvre originale : « Révélation » (2010)**

<http://www.samsung-microsites.fr/petitpalais/>

# Cloud museum



MUSEUM • DIRECTORY

Adobe Museum of Digital Media (2010)

# Cloud museum

## Galeries virtuelles

<http://www.adobemuseum.com/index.php>

## Univers persistant

<http://www.dresdengallery.com/index.php>

<http://www.realxtend.org/>

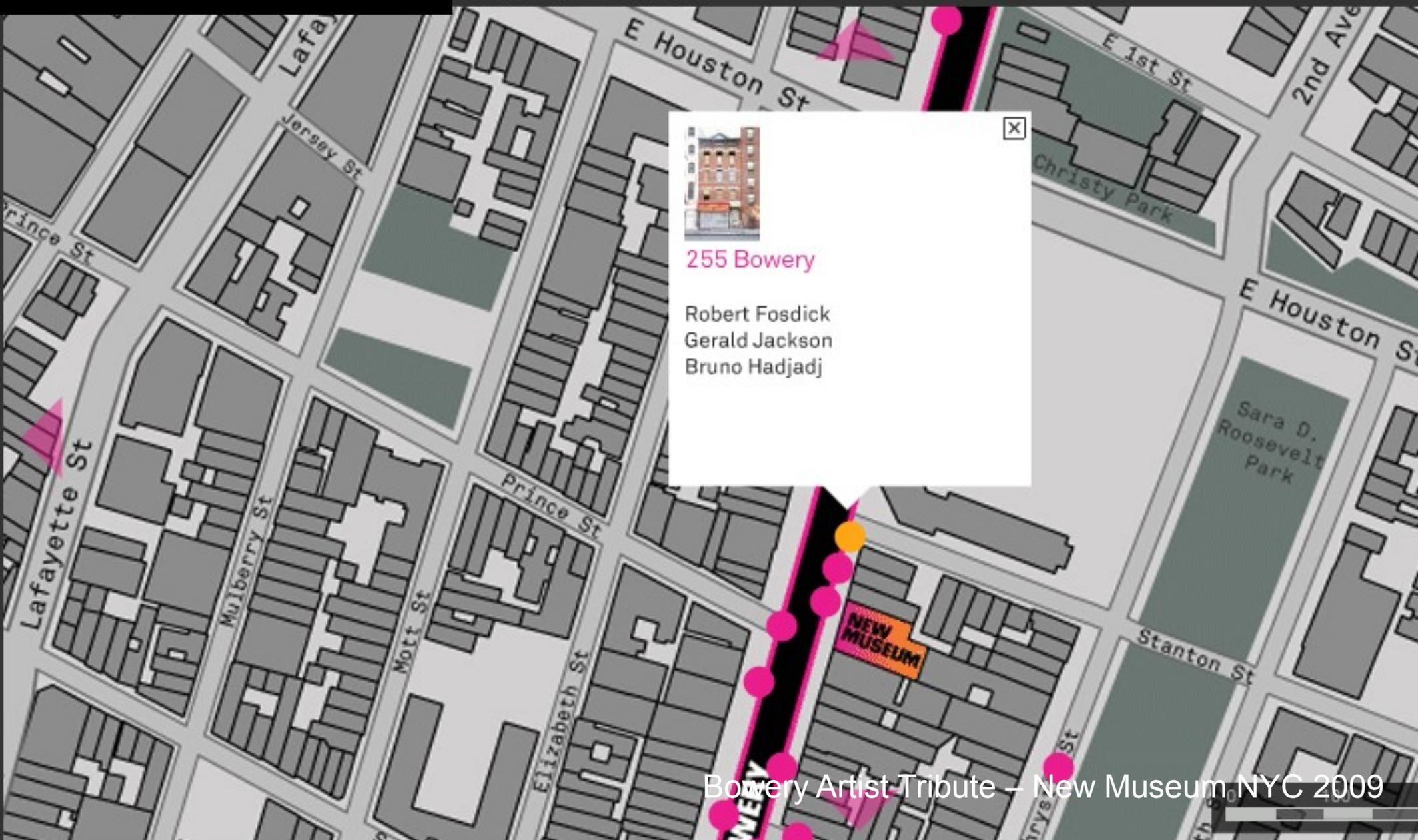
## Avatar

<http://www.louvre.fr/lupicatule>

# BOWERY ARTIST

## Collaboration

SOURCES TIMELINE



255 Bowery

Robert Fosdick  
Gerald Jackson  
Bruno Hadjadj

# Collaboration

Blogs des publics <http://www.blogapenguinclassic.co.uk>

Outils pédagogiques <http://blogs.chateauversailles.fr/>

Evénements <http://www.eventbrite.com/home/>

Plateforme pour collectionneurs

<http://www.collectrium.com/>

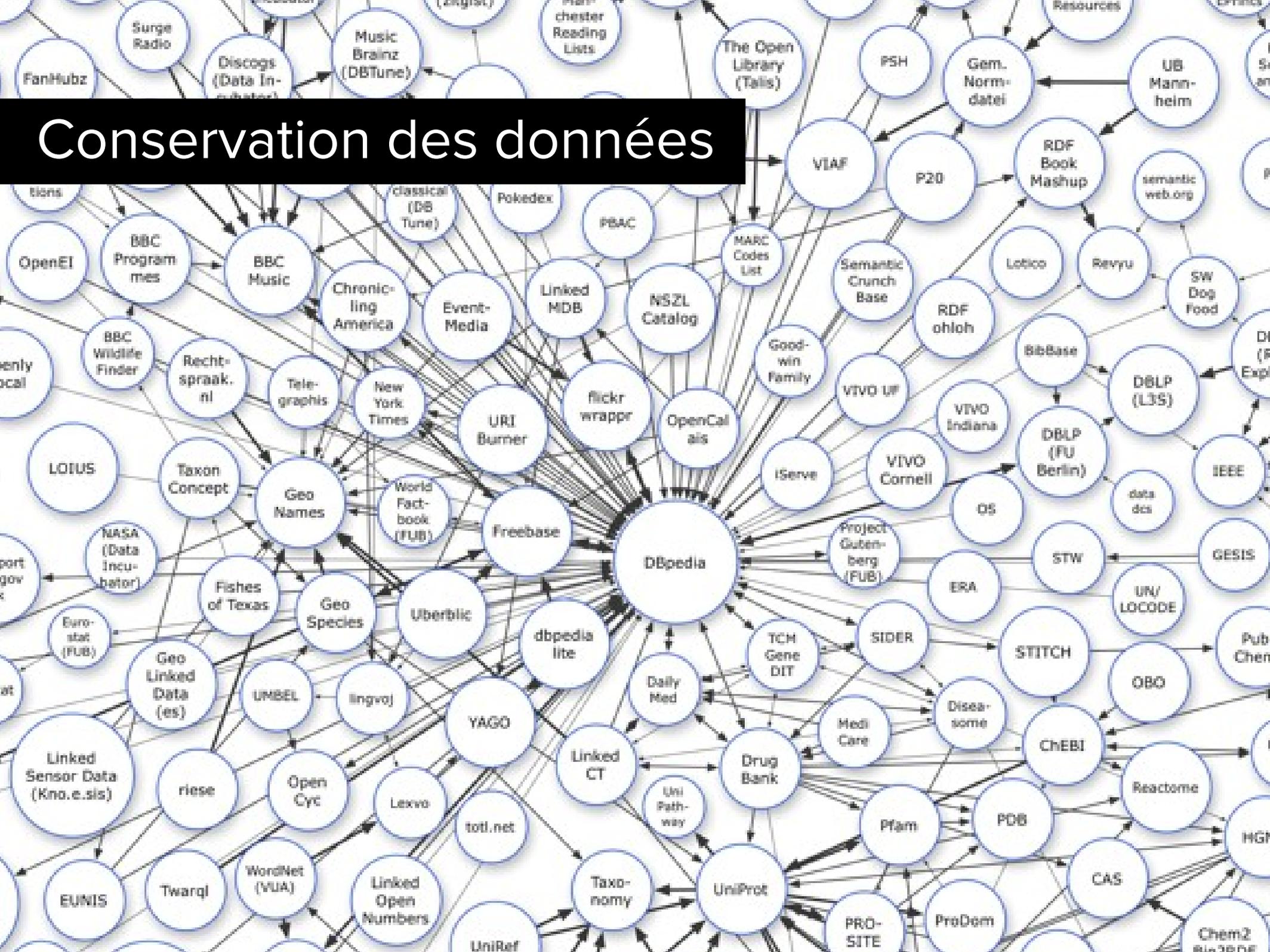
<http://www.saatchi-gallery.co.uk/>

Plateforme pour artistes

<http://ps1.org/studio-visit/>

<http://mediaspace.newmuseum.org/boweryartisttribute/>

# Conservation des données



# Conservation des données

## Open data

<http://www.data.gov/>

<http://data.gov.uk/>

## Ingénierie de la connaissance

<http://schemapedia.com/>

<http://www.linkeddata.com>

## Metamusée

<http://www.culture24.org.uk/home>

<http://www.europeana.com>

# Technologies de mobilité

# Technologies de mobilité

## Reconnaissance visuelle

<http://www.blinkster.eu/>

<http://www.tineye.com/>

## Réalité augmenté

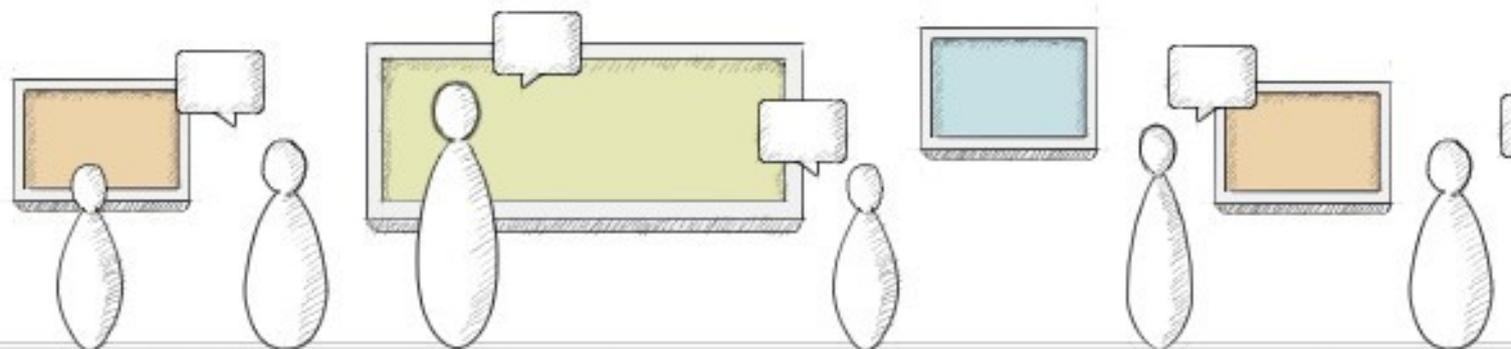
<http://www.layar.com/>

## Geolocalisation indoor

<http://www.insiteo.com/>

<http://www.ubisense.net/en/>

# Communautés



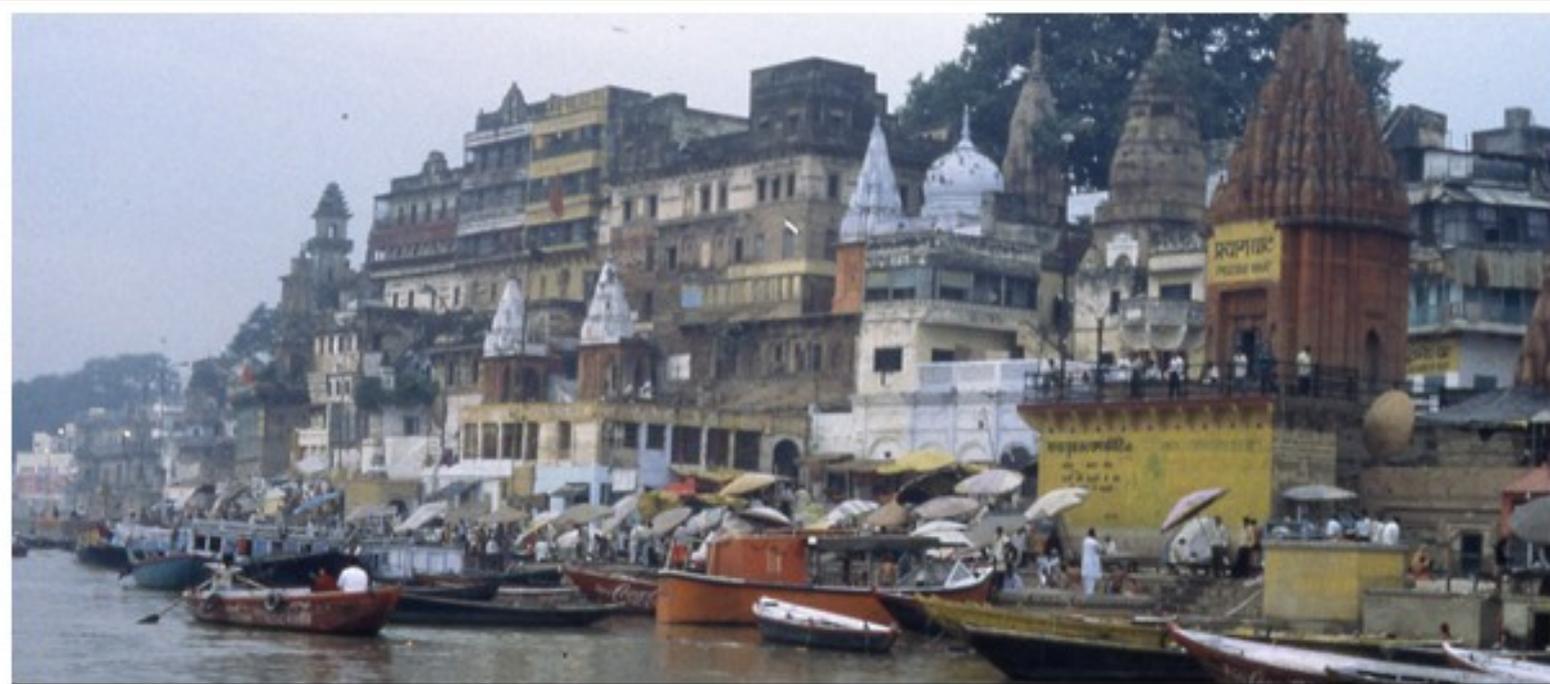
Home

Series

Channels

Artists

Partners



## What's New?



Jitish Kallat's Public Notice 3 at the Art Institute of Chicago



Allan McCollum: "Over Ten Thousand Individual Works"

# Communautés

**Partage de vidéo, de photos, de liens, de musique, de live, de revue d'œuvres ou d'expositions**

<http://www.artbabble.org>

<http://www.exponaute.com>

**Professionnels**

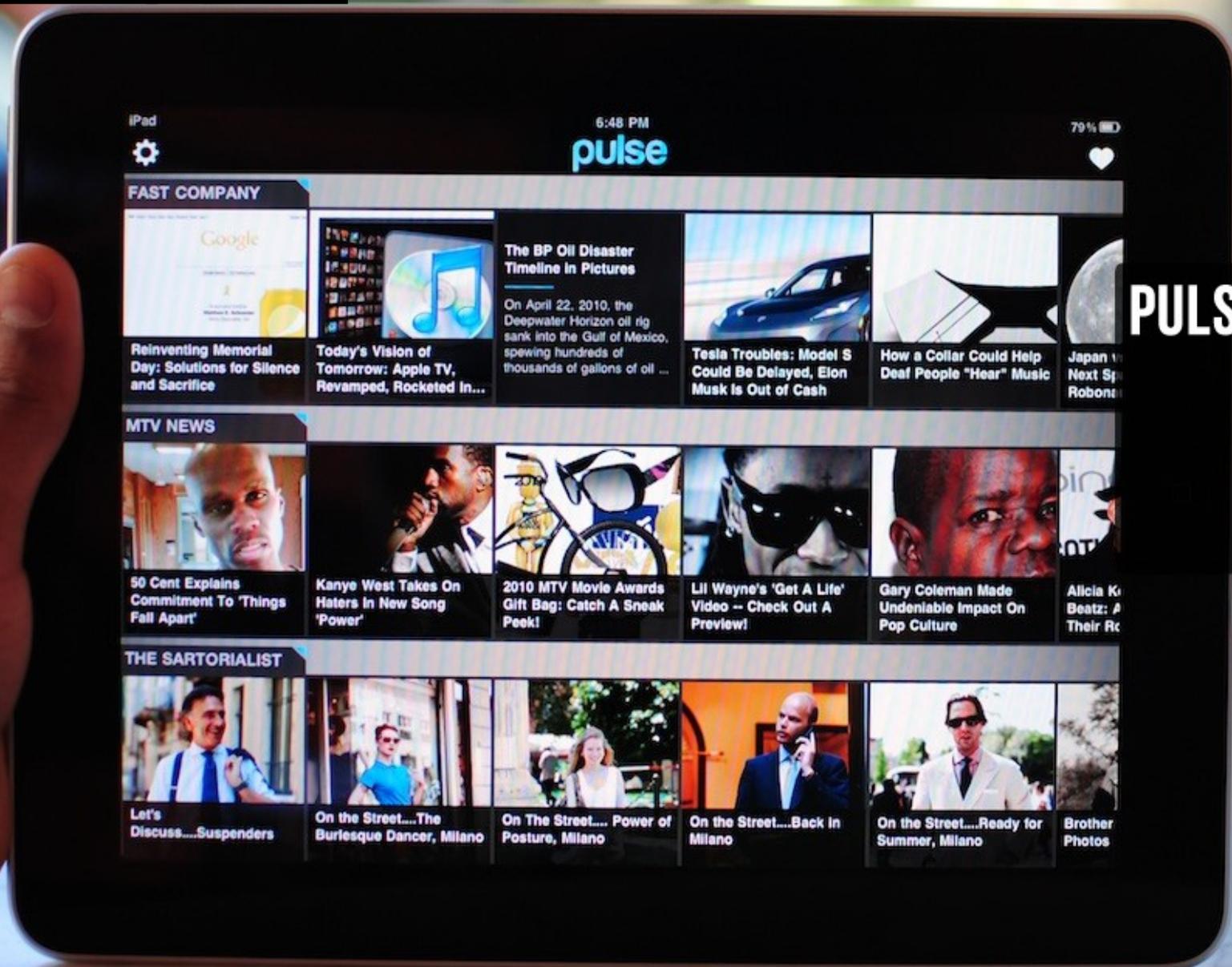
<http://www.museum-link.com>

**Recommandations**

<http://del.icio.us>

<http://www.easyrec.org>

# Livre numérique



PULSE - WHY  
DIDN

# Livre numérique

**Pulse** <http://www.alphonsolabs.com/>

**Flipboard** <http://www.flipboard.com/>

**Espace culturel Louis Vuitton : Exposition « Peter Pan » (2010)**  
<http://www.reciproque.com/projet/qui-es-tu-peter>

**MoMa : Abstract Expressionist iPad**

<http://www.moma.org/explore/mobile/abexnyapp>

# Valorisation

## Core

- Official, Guardian-branded
- Commission-based partnership
- Core to Guardian mission and goals
- High level engagement

<10 apps

## Niche

- 'Powered by' or Guardian branded
- Revenue share, or ad model partnership
- Topical, targeted, focused
- Light engagement

10-100 apps

## Open

- Powered by the Guardian
- Ad model partnerships
- Innovative, experimental
- Self-serve engagement

100's or 1,000's

# Valorisation

## Journalisme artificiel

<http://paper.li/>

<http://statsheet.com/>

[www.qwiki.com](http://www.qwiki.com)

## Ecosystème de production

<http://www.guardian.co.uk/open-platform>

<http://www.nytimes.com/services/timeswidgets/>

# Perspectives

**La France a les atouts pour être le pôle mondial pour le secteur de la création, l'édition et la diffusion des contenus patrimoniaux numériques :**

- Innovation**
- Recherche et formation**
- Accompagnement**
- Développement**

# Actions pour le Patrimoine 2.0

- 1** – Affirmer que le numérique n'est plus à la marge des institutions patrimoniales, mais au cœur de la conservation, de la collaboration, de la diffusion et de l'inspiration du patrimoine culturel.
- 2** – Disposer de plateformes physique/Cloud de démonstration pour évaluer et mesurer les nouveaux usages de valorisation.
- 3** – Renforcer un événement mondial mettant en scène le numérique, le patrimoine et les musées et le marché des expositions virtuelles.
- 4** – Réaliser une collection d'outils ajustés pour l'activité marchande, le mécénat, les partenariats entre les musées et l'activité économique.

**Merci**

**Présentation disponible sur  
[www.slideshare.com/bezombes](http://www.slideshare.com/bezombes)**

