

**5èmes Rencontres Nationales Culture & Innovation(s)  
31 janvier 2014**

**Retranscription Table Ronde n°3  
14h30 - 15h45**

**« Écrans et images dans le musée de demain »**

---

Intervenants :

**Michel Jacob** - Vice président, Display Solutions France et Afrique du Nord, NEC.

**Stéphane Millière** - Fondateur et PDG, Gédéon Programmes.

**Adeline Rispal** - Fondatrice, Studio Adeline Rispal.

Modérateur :

**Pierre-Yves Lochon** - Fondateur et coordinateur du CLIC France

Retranscription :

La troisième et dernière table ronde de la journée commence par la diffusion d'un court film de présentation du projet «Gallery One» du Cleveland Museum of Art. (<http://www.youtube.com/watch?v=qWJqd6lyJ-E>).

Une fois terminée, les différents intervenants ont été invités à réagir au projet de «Gallery One».

**P-Y. Lochon** : « Pour la première fois aux rencontres nationales, nous avons l'intervention d'une muséographe. La première question, provocante peut-être, est donc pour vous Adeline Rispal, la mise en place d'un tel dispositif est-il possible en France ? »

**A. Rispal** : « Oui effectivement, j'ai remarqué que je j'étais la seule architecte scénographe. Je suis très contente d'être là et vous remercie pour l'invitation, le numérique est une nouvelle culture et nous devons tous faire des musées dans ce contexte. On ne parle pas d'écran mais de nouveau rapport entre le public et le savoir, mon métier est l'art de favoriser la rencontre entre

l'homme et les œuvres de l'homme, ce qui est un gros travail. Cette rencontre se situe à différents niveaux et est différente selon chaque visiteur.

Nous cherchons dans un musée comme dans toute expérience notre moi intérieur, une visite d'exposition est un moment de création individuelle et collective. On cherche à cibler ceux qui ne viennent pas au musée habituellement, donc à comprendre qu'elle est la relation entre les hommes et les musées en général. Le numérique englobe tout et entraîne un profond changement culturel qui bouleverse notre société.

En ce qui concerne Cleveland, il serait difficile en France d'avoir un tel dispositif, il n'y a pas assez d'ouverture des musées face à ce nouvel environnement numérique. Il faut convaincre beaucoup de monde. »

**P-Y. Lochon à M. Jacob :** « Vous avez une certaine sensibilité pour les musées et vous avez écrit un article sur les musées et le numérique (<http://www.club-innovation-culture.fr/michel-jacob-nec-musees-et-technologies-les-nouveaux-enjeux-pour-attirer-les-visiteurs/>). Aviez-vous imaginé qu'un musée puisse aller aussi loin ? Aimerez-vous développer un tel projet ? »

**M. Jacob :** « En effet, je représente une société industrielle qui fabrique des écrans et de la solution autour des écrans. J'y suis donc sensibilisé au travers de mon travail.

J'ai déjà côtoyé et travaillé avec un musée qui s'est équipé en numérique, pas par l'écran mais avec des projecteurs. »

**P-Y. Lochon :** « Pour quel musée ? »

**M. Jacob :** « Pour le Palais de Tokyo, je ne savais pas si je pouvais le dire.

Le clip est formidable ! Donc la mission est réussie car on oublie l'existence d'écran : c'est celui-ci qui met en valeur l'objet exposé. Le visiteur n'est pas attiré par l'écran mais par l'objet c'est vraiment donc une grosse innovation. La meilleure des technologies c'est celle qu'on oublie.

Et pour répondre à la première question, en tant que promoteur de la marque et en contact direct avec les utilisateurs, cela sera à notre charge de trouver de nouvelles débouchées. Le Cleveland est très complet. Il y a la création d'interactivité avec la tablette, grand écran sur le mur, à travers les capteurs qui interagissent avec les terminaux, reconnaissance faciales, possibilité de matérialiser les mouvements pour les mettre en parallèle avec les objets. Avec l'expérience que je peux avoir, les applications de loisir peuvent intégrer toutes les technologies. »

**P-Y. Lochon :** « Pendant le déjeuner vous avez vu le film sur les œuvres qui bougent. Pouvoir le visionner sur un bel écran c'est cool, non ? »

**M. Jacob :** « Pour ajouter quelque chose, en retournant à la source des choses, il y a eu énormément d'innovation dans l'écran. Aujourd'hui, les écrans sont de plus en plus petits et on peut y installer un capteur de présence. Au-delà de l'innovation perceptible tous les jours, les vraies innovations ont eu lieu sur les 3/4 dernières années. Effectivement, c'est un domaine dans lequel la société porte un intérêt et c'est là où l'innovation reste la plus réussie. »

**P-Y. Lochon à S. Millière** : « On a effleuré le sujet sur les écrans et les nouvelles technologies mais un écran sans contenu ne sert pas à grand-chose. Aujourd'hui, vous êtes le plus grand producteur de documentaire que ce soit artistique ou culturel, il me semble donc intéressant d'avoir votre avis. Que vous inspire ce cas en tant que producteur de contenu ? »

**S. Millière** : « Je trouve ça fabuleux. Nous sommes avant tout des conteurs d'histoire et la première chose pour raconter des histoires, c'est l'émotion. Le rapport tactile, physique aux images, c'est exactement ça : cela engendre le ludique et l'émotion. Et plus qu'un rapport individuel, le projet engendre tout un rapport à la collectivité. Cela crée, anime et change totalement le rapport à l'espace et au musée. Les nouveaux outils, les technologies dont l'on dispose n'ont aujourd'hui quasiment plus de limites et leur développement avance à une vitesse folle. Pour les créateurs, c'est vertigineux et le plus dur est d'arriver à suivre l'évolution des technologies qui vont aujourd'hui plus vite que nous. En tous les cas, j'espère et souhaite que cela arrive en France rapidement. »

**P-Y. Lochon à A. Rispal** : « On va parler de Marseille. Au musée d'Histoire de Marseille et au MUSEM où j'ai trouvé qu'il y avait beaucoup d'écrans. Se pose peut-être la question de la modération ? Pourquoi le résultat a-t-il été aussi différent entre les deux musées ? »

**A. Rispal** : « On a gagné le concours pour l'exposition permanente du musée de l'histoire de Marseille et dans l'équipe, Alain Dupuis est très important (en charge du multimédia), nous avons travaillé toujours en tandem. Pour ce musée, on devait installer une centaine d'écran, on ne savait pas les contenus mais on savait qu'il y en avait. Tous les contenus audiovisuels et multimédias ont été produits sur un autre budget qui était un mécénat de la Compagnie des Eaux de Marseille et a été géré directement en interne par le musée. Nous avons eu à fournir l'infrastructure des écrans, la scénographie qui s'étendait sur 3 500 mètres carré, il n'y avait pas vraiment d'innovation dans ces écrans mais du budget pour produire du contenu. Je trouve qu'à certain endroit il y a trop d'écrans, ça ressemble à un magasin Darty. Je regrette de ne pas avoir pu m'y impliquer plus. J'insiste sur le fait qu'Alain Dupuis s'est investi et a fourni un beau travail intelligent sur le numérique et a notamment créé des liens avec le MUSEM.

Pour le MUSEM, il y avait la production de film, on a eu la chance d'avoir été chargé de la création du contenu et/ou contenant. Pour ces films nous avons proposé qu'ils soient en lien avec son territoire de 2 manières : d'abord par le bâtiment (justement en phase avec le territoire) et en étendant le territoire. Or, le numérique est un outil pour étendre le territoire. Nous voulions donc créer des communications avec la « Grande Galerie » dans d'autres musées. Et cela avec un bel écran LED ouvert sur la mer, nous cherchions la pérennité, une bonne qualité avec une échelle 1 sur 1 à taille humaine. Le client a été séduit mais aussi effrayé par ce direct permanent. On nous a demandé de réviser la copie, en gardant l'idée de la fenêtre sur la Méditerranée. Nous avons travaillé avec le conservateur pendant un an qui avait peur que les visiteurs ne regardent plus les collections. Mais aujourd'hui, les deux cohabitent parfaitement. »

**P-Y. Lochon** : « Pour revenir sur le conservateur, qui a été notamment «effrayé», il s'avère qu'il a finalement été content du résultat ? »

**A. Rispal** : « Il y a une fréquentation exceptionnelle mais il reste des choses à faire. Sur un des écrans, par intermittence il pourrait y avoir un « skype géant » et ainsi échanger avec un autre musée en direct. C'est à bien réfléchir, le côté gestion est très lourd. Une classe aurait la possibilité de rencontrer une autre classe, cela est réellement intéressant sur le plan social, culturel, politique et économique. »

**P-Y. Lochon à S. Millière** : « Actuellement, vous avez deux projets distincts liés à des institutions culturelles : un monument et un musée en rénovation. »

**S. Millière** : « Nous avons en fait plus de deux projets. En ce moment, nous travaillons sur un grand ruban d'images pour le Musée des Confluences de Lyon. Nous avons aussi réalisé un jeu pour tablette sur la Victoire de Samothrace, en partenariat avec Le Louvre et Arte, qui proposera par exemple de la recomposer. Nous avons aussi fait, avec Culturespaces, un film de présentation, destiné au tourisme, de la ville d'Aigues-Mortes qui sera projeté en boucle sur un écran de 12 mètres de base. »

**P-Y. Lochon** : « Au delà de la création de programmes, il y a aussi une utilisation Transmedia des images, d'autres utilisations des programmes... »

**S. Millière** : « Au départ, dans le projet avec Culturespaces, après l'appel d'offre gagné, nous avons fait plusieurs films. Dans un second temps, il y avait un tel travail sur les images que nous avons trouvé qu'il était dommage de ne les voir que sur les sites. Nous avons donc eu le projet de monter un deuxième produit, un documentaire associé à une chaîne de télévision pour montrer de nouvelles facettes et aller beaucoup plus loin dans le contenu. Cela leur permet de plus d'avoir un produit dérivé (DVD) mais cela reste quand même un cas assez rare. Nous avons eu aussi l'occasion, avec Paris, la ville à remonter le temps, de développer un vrai projet à 360°, avec un contenu au centre et des usages en périphérie. Nous avons développé une application gratuite avec une série TV, un livre avec réalité augmentée et un spectacle live devant l'Hôtel de Ville de Paris. Le fait de pouvoir créer des choses sur grand écran qui prenaient forme dans le réel a été une expérience énorme, absolument géniale. »

**P-Y. Lochon** : « Vous avez aussi en ce moment Un autre projet pour un musée en rénovation sur lequel il y a aussi un projet 360 ... »

**S. Millière** : « Nous réalisons en effet un film documentaire sur la rénovation du Musée Picasso. Parallèlement, nous créons un jeu autour de Picasso avec Arte mais l'on est quand même dans quelque chose de plus classique que le projet de spectacle à Paris. Nous avons aussi la volonté de développer les technologies pour des conférences interactives : le conférencier peut s'arrêter à n'importe quel moment dans le film, zoomer sur une œuvre puis repartir à n'importe quel moment. C'est clairement une nouvelle façon de communiquer avec le public. »

**P-Y. Lochon à M. Jacob** : « Le projet Cleveland a été fait spécialement pour ce musée, c'est du sur-mesure. L'innovation a été installée dans musée presque nouveau, puisque la Gallery One se situe dans la nouvelle aile de ce musée. Est-ce que cela pourrait vous arriver de travailler sur

*l'intégration et l'adaptation de ces nouveaux outils dans un musée, comme par exemple au Palais de Tokyo? »*

**M. Jacob** : « Nous n'avons pas eu l'occasion sur le Palais de Tokyo, on part sur de spots standards en termes de projections. Le Palais de Tokyo a été le premier musée à s'en être bien équipé. Un autre projet avec la région de la Seine et Marne serait d'équiper trois domaines d'activités : musée, château, école. Cela serait donc un site pilote dans chacune des activités et cela amène à réfléchir de quelle façon on pourra le faire évoluer et mieux l'intégrer. Ce projet est tout nouveau, nous avons démarré les premières réunions hier. »

**P-Y. Lochon** : « *Dernier tour de piste et exercice de prospective. Si vous aviez une baguette magique, qu'est-ce que vous aimeriez, rêveriez de faire dans un musée en utilisant les écrans ? Quelque chose que vous avez essayé de vendre mais jamais réussi à obtenir ?* »

**A. Rispal** : « J'en ai des cartons plein d'idées. Les musées sont en retard sur leur temps. Ça fait des années que l'on voit le projet de Cleveland, le touch, le multitouch. j'aimerais que mon pays en profite. On ne parle plus d'écrans mais de contenus, on a du mal à changer d'air, les partenaires sont optimistes mais pas les institutions.

Mon rêve serait que les structures se transforment pour créer des projets plus ambitieux, créatif et en bonne intelligence, que des partenariats se créent avec ceux qui font la scénographie, tout le monde créer l'avenir. Il y a plein de choses à exporter dans le monde si l'on est solidaire. J'ai tendance à penser que si les écrans sont pensés, déconnectés de l'ensemble, de la réalité cela ne donne rien.

Plein de choses sont à inventer en terme de rapport à l'espace. On est très prêt du mur écran, nos appartements, nos maisons vont être changées, mon rêve c'est que le musée accompagne ce changement. Aujourd'hui c'est déjà le passé. »

**M. Jacob** : « Mon rêve serait d'être beaucoup plus sollicité mais pas au niveau commercial. L'objectif est qu'il y ait une ouverture d'esprit du côté des entreprises. Pas forcément les écrans mais aussi sur la projection. Il ne faut pas oublier que l'on a révolutionné le cinéma ou la photo. Le rêve serait de marier toutes les technologies, les innovations et faire avancer tous les projets qui sont éteints et d'arriver à faire les musées de l'an 3000. »

**S. Millière** : « Ce qui m'a marqué dans le projet de Cleveland, c'est la distance que l'on a avec l'écran, on joue avec, c'est frais, nouveau et clairement l'avenir. Je suis passionné par l'histoire et j'aimerais que l'on utilise davantage le numérique. Il y a énormément à inventer et la réalité augmentée, par exemple, n'en est qu'à ses débuts. Il y a vraiment des choses extraordinaires à faire. »

*Re transcription réalisée par Lucie Perret, Claire Dufour et Raphaël Hubert - EAC, C3 Médiatis*