

À savoir

L'actualité. Le 13 juin, s'est tenu à Bruxelles "Smart City for Culture", une rencontre à l'initiative de la Région destinée à débattre des solutions numériques pour développer et promouvoir la culture dans la capitale.

Les "smart cities". Les "villes intelligentes" mettent à profit les nouvelles technologies afin d'améliorer la vie des citoyens, notamment à travers les services publics, mais aussi des initiatives privées.

Réseaux. Certains, comme la start-up BeMuseum, prônent la mise en réseau et le partage des expériences entre les différents acteurs et institutions culturelles.

- La première journée "Brussels Smart City for Culture" a réuni les professionnels du secteur.
- On y a débattu de l'impact de la transition numérique – inéluctable.
- Une coopération entre tous les acteurs – et le public – s'impose, selon les observateurs.



En 2016, l'exposition virtuelle "Bruegel : Unseen Masterpieces" a donné un exemple de l'apport des technologies dans la diffusion d'un patrimoine culturel.

Pour une nouvelle vision de la culture

Bruxelles se rêve en "smart city" culturelle

Bruxelles peut-elle être une "smart city" de la culture? Bianca Debaets, secrétaire d'Etat bruxelloise en charge de la Transition numérique (CD&V), veut croire que les artistes et les industries culturelles ont leur rôle à jouer dans l'évolution de Bruxelles vers une "ville intelligente". D'où l'initiative d'organiser, mardi, à Bruxelles, la première journée Smart City for Culture, rencontre entre différents acteurs du secteur.

Un secteur en pointe

La culture à Bruxelles occupe quelque 4000 travailleurs, représente 11,5 % des employeurs bruxellois et pèse 12,9 milliards de chiffre d'affaires, soit 6,3 % du total bruxellois. Mais, précise M^{me} Debaets, "avec le développement numérique, le secteur est soumis à des changements majeurs. Mais cette numérisation offre aussi l'opportunité de rendre l'offre culturelle accessible à de nouveaux groupes cibles" – que ce soit en termes d'âge, d'origine culturelle ou sociale.

Côté positif : la ville a le vent en poupe sur la scène artistique. En guise d'exemple, Bianca Debaets a cité un grand reportage paru en 2015 dans le prestigieux quotidien "The New York Times", qui compare le dynamisme des arts plastiques et du marché de l'art bruxellois à ceux de Berlin au début des années 2000. On dénombre à Bruxelles quelque 200 galeries. De nombreux artistes émergents de toutes origines s'y

installent. Et les foires d'art contemporain Independent Brussels et Art Brussels attirent l'attention internationale.

Dans le même domaine, les nouveaux lieux de culture se sont multipliés, comme le Wiels, le musée Adam ou le Mima, que renforcera encore le projet de musée d'art contemporain en partenariat avec le Centre Pompidou de Paris.

Mais le défi de Bruxelles, dans le domaine culturel, est aussi, paradoxalement, la richesse de son offre. Celle-ci, constatent les professionnels, est éclatée entre différents acteurs et opérateurs qui travaillent souvent en parallèle, sans ou avec peu de concertation, et en situation de concurrence. Phénomène renforcé par la réalité institutionnelle du pays : à Bruxelles, trois Régions, deux Communautés et le Fédéral sont susceptibles d'intervenir dans les domaines touchant au culturel.

Initiatives à la source

Dès lors, soulignaient mardi plusieurs intervenants, la solution, chez nous, plus qu'ailleurs, ne doit pas forcément venir d'en haut, mais doit être générée par les acteurs de terrain et les citoyens, dans une logique participative. "Bottom up" – du bas vers le haut – dit-on dans le jargon, comme l'a souligné Alain Heu- reux, président de la plate-forme Brussels Creative,

11,5 %

Employeurs culturels
Part des entreprises et employeurs de la culture et des industries culturelles à Bruxelles.

lançée en 2016, et dont la vocation est de mettre en réseau les acteurs des industries créatives de la Région bruxelloise.

Celui-ci résume en cinq points ce qui devrait être le vade-mecum de la Smart City culturelle : ne pas nier l'évolution numérique, ne pas sévir face aux initiatives indépendantes, observer l'évolution des pratiques du public, favoriser la coopération plutôt que la concurrence et, enfin, exploiter ce que les gens de culture maîtrisent le mieux : la capacité à créer.

Toucher toutes les populations

Il convient aussi, dans de telles démarches, de toucher toutes les populations et toutes les générations. Des exemples existent.

A Bruxelles, depuis près de vingt ans, l'IMaI (Interactive Media Art Laboratory) est pionnier dans les arts numériques. Mais, localisé à sur les bords du canal, à Molenbeek, l'IMaI, comme l'a rappelé son directeur Yves Bernard, a multiplié, de longue date, les initiatives auprès des habitants de la commune.

Le Belge Pascal Keiser, directeur de Technocité et directeur artistique de Mons 2015, est venu présenter à Brussels Smart City le projet Micro-Folie, sur lequel il a ouvert : un musée numérique qui décentralise la culture dans des zones défavorisées et qui vise, notamment, les jeunes générations. La première a ouvert en janvier à Sevrans. Une seconde vient d'être inaugurée à Lille.

Alain Lorfèvre

BeMuseum, un réseau pour innover

BeMuseum est une autre initiative, privée, qui vise à constituer un "réseau de et pour les professionnels des musées, dédié à l'innovation". Lancée il y a un an par Jennifer Beauloye et Pierre Hériard, cette start-up culturelle fait partie de la première sélection de l'incubateur Creatis.

Détenteur d'un master en management du patrimoine culturel, Pierre Hériard a œuvré pour le Château de Versailles, où il a notamment développé l'audioguidage "universel" et œuvré au Grand Versaillais numérique. Il est expert auprès de l'agence exécutive Education et Culture de la Commission européenne. Docteur en philosophie, Jennifer Beauloye a mené une recherche de post-doctorat sur le thème "Muséologie et Technologies". Elle a travaillé près de dix ans pour les Musées royaux des Beaux-Arts de Bruxelles, où elle a été chef de projet. Elle a, entre autres, développé avec l'Institut culturel de Google l'exposition virtuelle "Bruegel, Unseen Masterpieces".

Culture du prototype

Pour ce tandem, il convient de "tisser des liens entre les musées et les institutions culturelles et à partager les expériences et innovations" – autant technologiques que dans les pratiques. Lors de son post-doctorat, Jennifer Beauloye a participé à des conférences et séminaires aux quatre coins du monde. Elle a constaté les évolutions pionnières en Amérique du Nord ou en Asie, et l'impact positif des "labs", ces lieux d'expérimentations. Elle relève une différence culturelle notable : "Aux Etats-Unis, ils assument dans ce contexte une culture de prototype selon le principe "test it, improve it!" ("testez et

améliorez !): ils n'attendent pas un projet ou un produit parfait à cent pour cent avant de le tester auprès du public. Et ils impliquent autant les équipes que les visiteurs dans la création de nouveaux prototypes" pour les expositions ou l'accueil. L'échange d'expérience est aussi plus répandu.

Un réseau

BeMuseum ne se veut pas un opérateur culturel de plein droit, mais plutôt un réseau destiné à favoriser l'émulation des idées et des (bonnes) pratiques. Point de départ : une conférence-séminaire se tiendra en octobre. La version test, en 2016, a réuni 120 participants représentant 43 institutions.

Pour Jennifer Beauloye et Pierre Hériard, le constat est le même que celui de Smart City Brussels. Beaucoup d'opérateurs s'échinent à évoluer seuls, au lieu de partager leurs expériences – bonnes ou mauvaises. Le secteur manque de données globales sur la fréquentation et les (nouvelles) pratiques et attentes des musées. Les nouveaux outils ne doivent pas servir qu'à la scénographie, mais aussi être utilisés pour une meilleure diffusion et communication avec le public. Et capter de nouvelles générations et communautés culturelles ou sociales. Enfin, comme son nom

l'indique, BeMuseum veut ramener la réflexion à l'échelle nationale, quand les évolutions culturelles, communautarisation et régionalisation obligent, ont suivi des évolutions éclatées depuis trois décennies.

A.Lo. [→ http://www.bemuseum.be/](http://www.bemuseum.be/)

"Les nouvelles technologies peuvent redonner une visibilité aux collections et au patrimoine."



Jennifer Beauloye
Cofondatrice de BeMuseum.

Objectif

Numériser pour mieux valoriser les collections

Missions. "Les musées sont souvent confrontés à la dualité de leur mission : être un conservatoire d'un patrimoine culturel donné, tout en assurant la visibilité et la diffusion de ce patrimoine", estime Jennifer Beauloye. Elle cite l'exemple de l'exposition virtuelle "Bruegel, Unseen Masterpieces" aux Musées royaux des Beaux-Arts : "Rassembler et présenter aujourd'hui dans une exposition physique l'ensemble des tableaux subsistants de Bruegel est pratiquement impossible pour des raisons de coûts et de protection des œuvres. L'exposition virtuelle est une alternative qui permet de continuer à valoriser ce patrimoine et à le faire connaître." Mieux : la précision de la reproduction permet d'agrandir et même révéler des détails des tableaux invisibles à l'œil nu. Soit une redécouverte de l'œuvre du maître flamand. Le Rijksmuseum d'Amsterdam, en décidant de rendre disponible l'ensemble de ses collections en haute résolution sur sa plateforme en ligne Rijksstudio procède d'une démarche semblable, tout comme le Moma ou le Metropolitan Museum of New York. Le dernier a conçu une application qui est une véritable porte d'entrée virtuelle dans ses salles. "Cela redonne une visibilité aux collections et lève une barrière psychologique et sociale pour une partie du public qui reste intimidé par les musées ou la culture." Comme naguère avec les livres et les encyclopédies, l'envie de voir une œuvre in situ découle souvent du fait de l'avoir d'abord découverte reproduite sur un support de grande diffusion, avec des explications. Bien pensées et gérées, les numérisations des collections des musées, accompagnées d'une démarche éditoriale pertinente, ne mettraient donc pas en danger la mission et la fréquentation des musées, mais contribueraient à les renforcer.