



Journée professionnelle

La stratégie du numérique dans les musées

5 octobre 2018



Conclusion de la journée

Intervention de Mme Blandine Chavanne, cheffe du Service des musées de France par intérim, direction générale des patrimoines, ministère de la Culture

Au terme de ces riches échanges, le moment est venu d'en faire un premier bilan, bien que l'exercice soit toujours délicat, à chaud.

Il ne s'agit bien sûr pas de prêcher des convaincus. Je ne reviendrai donc pas sur la nécessité de développer une approche globale du numérique au sein de vos établissements : votre présence ici aujourd'hui est déjà un signe fort de votre engagement en ce sens.

Sans prétendre à l'exhaustivité, s'il fallait retenir quelques idées fortes qui sont apparues au cours des trois tables-rondes qui ont rythmé cette journée...

- 1) ... je dirais qu'avant tout et surtout, la mise en place d'une approche globale du numérique passe par la définition d'une stratégie à l'échelle de l'établissement. Cela peut sembler évident, voire tautologique, mais pas tant que cela : nous l'avons vu, entendu, dès lors que l'on aborde cette question, nous sommes bien loin d'un sujet relevant uniquement d'une technique qui, bien souvent, il faut le reconnaître, nous échappe. Les témoignages et échanges d'aujourd'hui ont bien montré le rôle crucial du chef d'établissement, à qui la responsabilité de la définition de cette stratégie incombe. Le numérique est désormais présent dans tous les aspects du musée : médiation, communication, gestion des collections,



Journée professionnelle

La stratégie du numérique dans les musées



5 octobre 2018

bien sûr, mais également valorisation, diffusion, édition, maintenance technique, billetterie, gestion administrative et financière, ressources humaines... Par conséquent, la définition de cette stratégie ne peut faire l'économie d'une consultation de l'ensemble des équipes du musée.

- 2) Nous touchons, là, me semble t-il, à un autre phénomène qui est ressorti des différentes tables-rondes, celui du changement induit par le numérique dans notre relation aux autres, qu'il s'agisse des relations managériales ou de la relation à nos publics. Profondément participatif, le numérique nous amène à repenser la méthodologie de l'élaboration de nos projets, en favorisant, ou plutôt, en nous obligeant à co-construire, mais également à développer une approche à la fois incrémentale et itérative dans la conduite de nos projets, permettant *in fine* une plus grande agilité.

- 3) Dernier point que j'aimerais souligner, et non des moindres : parce qu'elle est un enjeu majeur, qui concerne tous les aspects de la vie du musée, la stratégie numérique trouverait toute sa place dans son projet scientifique et culturel. Au vu des échanges d'aujourd'hui, cela peut sembler, là aussi, relever de l'évidence, du bon sens. Pourtant, il n'y a pas, à l'heure actuelle, de PSC où cette question soit traitée en tant que telle. Trop souvent encore, le numérique dans les musées est réduit à la question des dispositifs de médiation et/ou à la numérisation des collections, alors qu'il ne s'agit là que de la partie visible de l'iceberg.

J'espère sincèrement qu'en vous proposant cette journée de réflexion et d'échanges, nous aurons atteint les objectifs, sans doute un peu ambitieux étant donné l'ampleur du sujet, que nous nous étions fixés : vous donner, par le partage d'expériences et les



Journée professionnelle

La stratégie du numérique dans les musées

5 octobre 2018



regards croisés, des éléments de réflexions qui vous permettront d'élaborer une stratégie numérique pour vos établissements.