



Journée professionnelle



La stratégie du numérique dans les musées

5 octobre 2018

Table ronde 1 : Pour une approche globale du numérique dans les musées

Intervention de Mme Valérie Senghor, directrice générale adjointe du Centre des monuments nationaux : *La stratégie numérique du CMN*

Le Centre des monuments nationaux, établissement public placé sous la tutelle du ministère de la Culture et premier opérateur culturel et touristique français, assure depuis plus de cent ans la conservation, l'animation et l'ouverture à la visite d'une centaine de monuments en France. Depuis plusieurs années, le Centre des monuments nationaux a développé une politique numérique globale afin de proposer une expérience patrimoniale enrichie à ses visiteurs.

Après une introduction exposant quelques chiffres clé relatifs au CMN et à son activité digitale, la présentation s'attachera à exposer les piliers de la stratégie numérique de l'établissement, engagée depuis 2014.

Au-delà du lancement de l'Incubateur du patrimoine en juin 2018, de nombreux projets permettent au CMN de servir ses missions de restauration, de médiation, d'accessibilité et d'éducation. Ils offrent une meilleure connaissance et une compréhension plus fine des monuments de son réseau, grâce à des contenus adaptés aux attentes et aux pratiques de ses différents publics.

Au travers de l'utilisation du numérique, le CMN entend placer les visiteurs au centre des dispositifs pour en faire des acteurs de la vie des monuments, tout en faisant vivre les valeurs intrinsèques de l'établissement, à savoir la logique de péréquation et la valorisation de l'ensemble des sites du réseau.

Dans un second temps, la mise en œuvre de cette stratégie sera illustrée à partir d'exemples, autour de trois enjeux majeurs que sont, d'abord, la transformation interne des métiers et pratiques au sein de l'établissement, ensuite, le développement et la consolidation d'un écosystème de partenaires, enfin, le déploiement d'expérimentations visant à tester des



Journée professionnelle



La stratégie du numérique dans les musées

5 octobre 2018

dispositifs et outils qui ont un impact positif dans la relation des monuments du réseau avec leur environnement, les visiteurs comme les partenaires.

Sur le plan interne, la création, en 2014, d'une mission de la stratégie, de la prospective et du numérique, sert l'ambition du CMN de devenir une structure culturelle à la fois performante sur les techniques numériques et innovante dans son offre à destination du public. Elle a favorisé la mise en place rapide d'une refonte des sites Internet de l'établissement et des monuments, et piloté la création d'outils, tels que l'usine à applications, ainsi que la mise en place de formations pour accompagner le déploiement du numérique au sein des équipes en charge des monuments.

L'appui et le soutien de partenaires publics, tels que le ministère de la Culture et les collectivités locales (régions, villes, etc.), et privés, comme les quelques 20 start-ups qui travaillent en lien étroit avec le CMN, permettent à l'établissement d'impulser ou de contribuer activement, par l'apport de ressources et/ou d'expertises, à de nombreux projets. Son fonctionnement en réseau constitue un terrain propice au déploiement de ces derniers.

Un robot de visite à destination des personnes en situation de handicap (château d'Oiron, 2013, Villa Kerylos, 2017), les cartels numériques (château de Champs-sur-Marne, 2013), le dispositif en réalité augmentée Histopad (La Conciergerie, 2016), la virtualisation de la file d'attente avec JeFile (Tours de Notre-Dame de Paris, 2017), la visite guidée grâce à l'intelligence artificielle avec AskMona (Villa Savoye, 2017), l'expérience de réalité superposée avec Skyboy (maison de Georges Clémenceau à Saint-Vincent-sur-Jard, 2018) sont quelques exemples des expérimentations conduites par le CMN dans le champ numérique. Ces dispositifs qui utilisent les nouvelles technologies ouvrent des expériences inédites de visites, offrent des services innovants, et plus largement renouvellent l'offre culturelle pour attirer de nouveaux publics.

Dans une dernière partie, sera présenté l'Incubateur du Patrimoine, étape supplémentaire franchie en juin dernier par le CMN dans sa politique d'innovation numérique et de collaboration avec la sphère de l'entrepreneuriat culturel. Au travers de la création de ce dispositif, le CMN réaffirme sa volonté d'être au plus près de l'innovation et d'accompagner la structuration d'une filière innovante dans le champ patrimonial dont les retombées positives devraient bénéficier au service public de la culture tout entier.