

# ATELIER 4

## LA FRANCE ACTEUR DU NUMERIQUE : LA PLACE DU RESEAU CULTUREL

### LE NUMERIQUE

#### ENJEU POUR LA CULTURE ET CULTURE A PART ENTIERE

La création d'un département consacré au numérique au sein de l'Institut français marque un tournant : **le numérique n'est aujourd'hui plus considéré comme un simple outil de communication mais comme un véritable sujet.** Et de fait, enjeu pour la culture, il est aussi une culture en soi. La convergence des contenus est ainsi inhérente au numérique et à la numérisation des industries culturelles. Il ne s'agit plus de penser d'une part l'industrie culturelle du livre, d'autre part celle de la musique ou encore celle du cinéma, mais en termes de transversalité et de convergences des métiers et des activités, auxquels obligent les nouvelles écritures et les pratiques liées au numérique. Des narrations et des écritures nouvelles se dessinent, telles que le webdocumentaire. La production des contenus est bien au cœur de ces nouvelles possibilités. **Se positionner comme acteur du numérique implique donc de valoriser les contenus culturels français dans cette nouvelle donne,** de coopérer avec de nouveaux acteurs et de savoir mettre en scène ces nouveaux contenus dans les postes.

**En chiffre, la part de marché du numérique par type d'industrie culturelle « traditionnelle » :**

- 3 % des ventes de livres, mais une croissance de 80 %
- 25 % des ventes de musique
- une croissance de la VOD de 17 %

#### *L'intégration du numérique dans une institution culturelle, l'exemple du Goethe Institut*

Le Goethe Institut s'est doté d'une équipe digitale composée de pas moins de 40 personnes et de 25 rédacteurs disséminés dans tout son réseau. Il fait ainsi de la production de contenus l'attrait principal de ses plateformes numériques. L'infrastructure numérique du Goethe Institut a également été repensée autour d'un portail d'entrée qui renvoie ensuite vers les sites des différentes antennes. Une véritable volonté politique a ainsi permis la construction d'une infrastructure qui intègre le sujet du numérique et les différents contenus produits par le Goethe Institut et ses antennes.

### LE NUMERIQUE

#### UNE AUTRE VALORISATION DES CONTENUS CULTURELS FRANÇAIS

Si le numérique peut permettre de repenser les politiques culturelles de demain, il faut savoir sortir d'une vision programmatique de celui-ci, pour en adopter une vision stratégique. La

politique numérique du ministère de la Culture et de la Communication s’y efforce à travers trois chantiers :

- **la numérisation**, commencée dès les années 1990 avec pour objectif d’une part de conserver un patrimoine menacé de dégradation et, d’autre part, de développer une offre légale numérique de qualité, attractive et innovante

- **la diversification des canaux de diffusion**, dans une stratégie de visibilité et d’influence. La profusion de l’offre éditoriale publique en ligne conduit d’ailleurs le ministère à refondre la plateforme éditoriale culture.fr<sup>1</sup>. Le ministère s’intéresse également au chantier du **web social**, dont les institutions françaises se saisissent encore mal alors que des outils comme le micro-blogging permettent de prolonger l’expérience du visiteur et de renouveler les processus de médiation culturelle

- **la réutilisation et la circulation des contenus sur Internet**, une problématique transverse, technique, juridique et économique. Le ministère travaille sur une stratégie d’**open-data**, c’est-à-dire d’ouverture des données publiques culturelles, pour faire rayonner le patrimoine culturel français sur Internet.

<b>La stratégie d’open-data<sup>2</sup></b>	
<p><b>Qu’est-ce qu’une donnée publique ?</b></p> <p>Il peut s’agir par exemple des données bibliographiques de la Bibliothèque nationale de France (BnF), d’indicateurs de géolocalisation d’une institution, etc.</p> <p>De manière générale, toute donnée produite dans le cadre d’une mission de service public peut être considérée comme une donnée publique.</p>	<p><b>A quoi sert l’open-data ?</b></p> <p>La libération des données permet de créer des contenus culturels plus riches, sous forme d’applications mobiles, de réalité augmentée, de webdocumentaires, etc. L’open-data est source de création de valeur, d’une plus grande démocratisation et transmission du savoir. Il participe ainsi à la diplomatie numérique en mettant en avant le fond patrimonial français et le travail des producteurs de données et des institutions.</p>
<p><b>Quel encadrement pour la libération des données ?</b></p> <p>La mise à disposition de données publiques doit bien sûr être encadrée et sécurisée. En France, la loi Informatique et liberté (1978) constitue le cadre juridique de référence. Le ministère de la Culture et de la Communication travaille à la définition d’une typologie juridique pour permettre aux institutions de recourir à des licences ouvertes, de type Creative commons.</p>	<p><b>Où en est la France dans l’ouverture des données culturelles ?</b></p> <p>L’ouverture des données est un travail de longue haleine. En un an, le ministère de la Culture a ouvert 300 jeux de données publiques et les premières images ouvertes sous licence Creative commons commencent à être diffusées. Le ministère a également lancé une consultation publique pour demander l’avis des citoyens sur les données dont l’ouverture à la réutilisation présenterait un intérêt.</p>

### **Un exemple de valorisation des contenus : les webdocumentaires**

La production de contenus est l’essence même du numérique. Parmi les nouvelles écritures, le webdocumentaire est un format émergent qui suscite l’intérêt de nombreux acteurs. Si l’offre se cherche encore – un webdocumentaire étant une production assez lourde à réaliser –, les webdocumentaires existants sont des pépites d’innovation. Par exemple, il existe des webdocumentaires

<sup>1</sup> Le ministère de la Culture présente la richesse de cette offre éditoriale en ligne à travers une bande-annonce disponible en ligne : [http://www.dailymotion.com/video/xx6023\\_bande-annonce-du-nouveau-site-internet-culture-fr\\_news#.Ue5RcqyvO70](http://www.dailymotion.com/video/xx6023_bande-annonce-du-nouveau-site-internet-culture-fr_news#.Ue5RcqyvO70)

<sup>2</sup> Le ministère de la Culture propose également une vidéo explicative sur l’open-data : [http://www.dailymotion.com/video/xyqrqn\\_tutoriel-de-l-open-data-culture\\_news#.Ue5UWqyvO70](http://www.dailymotion.com/video/xyqrqn_tutoriel-de-l-open-data-culture_news#.Ue5UWqyvO70)

participatifs. La chaîne de télévision Arte propose pour sa part un webdocumentaire qui permet de visualiser des morceaux de films en les géolocalisant dans Paris.

## LE NUMERIQUE

### UNE COOPERATION AVEC DE NOUVEAUX ACTEURS

#### L'Institut français de Dakar et Jokkolabs

L'exemple du Tandem Paris-Dakar 2013 montre comment de nouveaux partenariats ont pu être noués à la suite d'une animation réalisée par l'Institut français de Dakar, autour du numérique. Fort d'une communauté numérique et de son implication dans les arts numériques, l'Institut français de Dakar a réservé un volet digital dans la programmation du Tandem 2013 Paris-Dakar. Ce volet s'est traduit par des débats, l'organisation d'un atelier de formation en partenariat avec Mondoblog et RFI (enregistrement de l'émission « l'atelier des médias » avec Ziad Maalouf) et surtout par la création d'un espace de coworking éphémère en partenariat avec Jokkolabs – un espace de coworking qui se veut un lieu de rencontre entre acteurs de l'économie créative. Cette rencontre a débouché sur une convention entre Jokkolabs et l'Institut, lequel mettra des espaces à disposition, proposera des ateliers de vulgarisation du numérique, etc. D'ores et déjà, l'Institut français de Dakar a fait évoluer certaines de ses pratiques, par exemple en doublant la bande passante du wifi dans ses locaux.

Dans le cadre du Tandem, ce volet numérique a également permis à La Cantine, espace de coworking situé à Paris, de travailler avec ses partenaires Sénégalais, tels que Jokkolabs. Cette collaboration se poursuit au-delà de l'événement.

#### Un acteur du numérique : La Cantine

Créée par l'association Silicon Sentier en 2008, La Cantine est le premier espace de travail collaboratif dédié aux acteurs du numérique. Lieu de coworking, La Cantine est un lieu de réflexion collective, de mutualisation, etc. Fonctionnant grâce à des partenariats publics et privés, La Cantine remplit trois rôles :

- elle est un espace de coworking
- elle favorise l'émergence de projets et de collaborations entre acteurs dispersés (travailleurs indépendants, notamment)
- elle donne une même visibilité à tous, dans un souci de diffusion de l'innovation.

#### La Cantine en chiffre après cinq années de fonctionnement :

- 2 000 coworkers
- 80 000 visiteurs
- 2 500 événements accueillis (dont 1 650 étaient ouverts à tous et gratuits)
- 500 vidéos disponibles sur une WebTV accessibles gratuitement à tous.

Le lieu a essaimé dans d'autres villes en France (Nantes, Rennes, Toulouse, Toulon et Brest) et est associé à sept autres lieux pour former un véritable réseau.

## SCENARISER

### LE NUMERIQUE EN POSTE

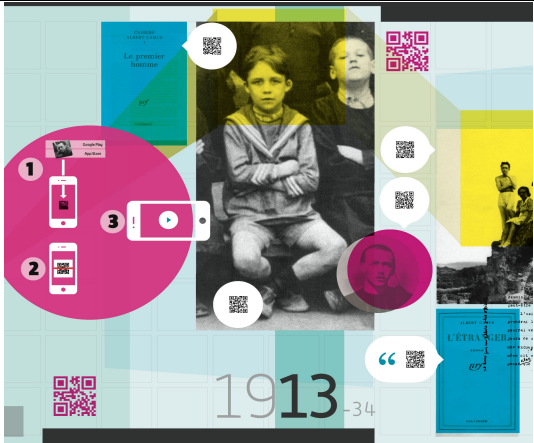
La réorganisation de l'Institut français de Chine illustre la façon dont le numérique peut être scénarisé dans les postes. En 2010, le service de coopération et d'action culturelle de l'Institut français de Chine place la communication au cœur de son action et le numérique au cœur de la communication. Cette décision s'est traduite par des outils et des personnes dédiés à la mise en

valeur et à l'accompagnement de la programmation de l'Institut par le numérique. Mais l'Institut français de Chine est allé plus loin encore pour tenir compte du numérique dans un pays qui compte 600 millions d'internautes et 300 millions de bloggeurs, et dont le web est à part. En tenant compte d'un contexte opportun (50<sup>e</sup> anniversaire de la relation diplomatique entre la France et la République populaire de Chine en 2014, ouverture d'une nouvelle ambassade à Pékin et d'un lycée français), l'Institut français de Chine a réorganisé ses locaux, pour changer son image. Sur un plateau de 1 000 m<sup>2</sup>, aménagé en open-space, l'Institut français de Chine s'organise autour d'une médiathèque, d'un café, d'une librairie et d'un espace central modulable. Cet espace a vocation à être un lieu de communication en tant que tel, et à renvoyer une image de modernité, d'élégance et de créativité intellectuelle. Le poste a fait le choix de mettre l'accent sur l'influence intellectuelle française. **Le numérique permet justement de diffuser une culture immatérielle du livre et de la pensée. Le lieu renvoie aussi l'image d'une France innovante, tout en restant un lieu de culture à la française et de convivialité.** Cet espace central sera l'occasion d'expérimentations, et accueille notamment l'exposition Camus à l'automne 2013.

### **Les atouts incontournables du numérique en poste**

Pour l'Institut français de Chine, le numérique est aussi un moyen de :

- **créer une audience** avant ou pendant un événement et **attirer un public**
- **transformer un événement volatil** vécu par un public local **en un produit qui pourra perdurer** et toucher d'autres publics – ce qui implique une logique éditoriale exigeante et des moyens importants.

<b>Camus : une exposition multilingue, multimédia et interactive conçue avec et pour le réseau</b>	
<p><b>Le contexte</b> 2013 marque le centenaire de Camus. C'est à la <b>suite d'une sollicitation des postes</b> que la construction d'une exposition multilingue a été envisagée, en partenariat avec eux. Le projet est en cours d'élaboration.</p> <p><b>Un modèle de production inédit</b> Le modèle de production de l'exposition est inédit et rassemble <b>de nombreux partenaires</b> : les départements de langue française, du numérique et du livre et promotion des savoirs de l'Institut français, plusieurs postes pilotes, Gallimard, l'École normale supérieure, l'AEFE, la ville de Buenos Aires, etc.</p>	<p><b>Le principe de l'exposition</b> L'exposition se présente sous la forme d'une fresque papier, ponctuée de QR codes qui permettent d'accéder à <b>des contenus numériques</b>, tels que le discours de Stockholm par exemple, les dix premières pages de l'Etranger en édition originale, des textes critiques, des carrousels d'images légendées, etc.</p> <p>L'ensemble est <b>disponible en cinq langues</b> et fonctionne grâce à une application téléchargeable. Les contenus sont cependant cryptés et donc uniquement consultables sur le lieu de l'exposition, car tous ne sont pas libres de droits.</p>
<p><b>L'atout numérique</b> En plus de la diffusion de contenus multimédias, le numérique permet de <b>faire perdurer l'événement</b>, via une « boîte noire » dans laquelle le réseau pourra <b>déposer son propre contenu</b> (des captations faites dans les postes par exemple) <b>et le partager</b>.</p> <p>Pour assurer la viralité de l'exposition, le visiteur est invité à se prendre en photo via l'application, qui y applique ensuite une dédicace de Camus, et à la partager sur les réseaux sociaux. Cette photographie est géolocalisée et intégrée à une mosaïque disponible dans la « boîte noire ».</p>	

## ONT PARTICIPE A L'ATELIER 4

**Animation :** Guillaume Duchemin, Responsable pôle Internet & Numérique (IF/COM) ; Stéphan-Eloïse Gras, Chargée de mission numérique (IF/DLPS).

**Intervenants :** Camille Domange, Chef des programmes numériques, Secrétariat général du ministère de la Culture et de la Communication ; Nicolas Peccoud, Responsable des éditions (IF/DLPS) ; Valérie Baraban, Conseillère culturelle adjointe, Institut français de Chine ; Alban Corbier-Labasse, Directeur adjoint de l'Institut français du Maroc à Casablanca ; Nathanaël Sorin-Richez, Responsable de La Cantine par Silicon Sentier.