



FÉDÉRATION
WALLONIE-BRUXELLES

COURRIER DU PATRIMOINE CULTUREL
DE LA FÉDÉRATION WALLONIE-BRUXELLES

L'INVITATION AU MUSÉE 28

2015





L'INVITATION AU MUSÉE

COURRIER DU PATRIMOINE CULTUREL DE LA FÉDÉRATION WALLONIE-BRUXELLES

n° 28 - 2015

44 Boulevard Léopold II — 1080 Bruxelles

Tél. +32 (0)2 413 27 55 — Fax +32 (0)2 413 20 07

invitationaumusee@cfwb.be

www.patrimoineculturel.cfwb.be

ÉDITEUR RESPONSABLE

Frédéric Delcor

Secrétaire général

N° 28 — 2

2015

RÉDACTRICE EN CHEF

Nathalie Nyst

SECRÉTAIRE DE RÉDACTION

Sophie Croegaert

CONSEIL DE RÉDACTION

PRÉSIDENTE

Nathalie Nyst

SECRÉTAIRE

Sophie Croegaert

MEMBRES

Odile Chopin

Christophe Delhaise

Nathalie Demaret

Géraldine Jaffré

Caroline Marchant

Marie Thonnard

Sabine Vandencastele

Claude Vandewattyne

CRÉATION DE LA LIGNE GRAPHIQUE

Créacom, Liège

MISE EN PAGE

Géraldine Jaffré

L'INVITATION AU MUSÉE est publiée par

le Ministère de la Fédération Wallonie-Bruxelles

Administration générale de la Culture

Direction du Patrimoine culturel

EN COUVERTURE

Vue de la façade du BAM

© M.C. Deldicque

Éditorial Nathalie Nyst	5	N° 28 — 3 2015
PRÉSENTATION D'UN MUSÉE		
Pôle muséal de Mons Xavier Roland, Michel De Reymaeker, Sophie Simon, Guillaume Blondeau et Manuela Valentino	8	
DOSSIER : NUMÉRIQUE ET PUBLICS		
Numérisation, portail et publics Évelyne Lentzen	17	
Médias sociaux et musées, l'inévitable alliance Marie Depraetere	21	
Le Mundaneum et les expositions virtuelles Retour sur l'expérience avec Google Cultural Institute Raphaèle Cornille	30	
Proposer un guide du visiteur virtuel sur iPad Une expérience menée au Musée de Louvain-la-Neuve Sylvie De Dryver et François Degouys	37	
Quand le patrimoine entre dans la modernité L'identification des biens classés en Wallonie par les technologies mobiles Stéphanie Bonato	42	

Les acquisitions d'œuvres d'art et d'objets de
collection réalisées en 2013 47

Caroline Marchant

Reconnaissance des musées et autres
institutions muséales (2013-2014) 49

Nathalie Nyst

Les classements des biens culturels mobiliers
en Communauté française : suite ! 52

Claude Vandewattyne

Publications de la Direction du
Patrimoine culturel 57

Caroline Marchant

Nathalie Nyst

Directrice a. i.

N° 28 — 5

2015

Pour ceux des lecteurs de cet édito qui ne le sauraient pas encore, Patrice Dartevelle a, depuis juillet 2013, pris une retraite bien méritée. Suite à son départ, l'Administration générale de la Culture a fusionné les Services du Patrimoine culturel et des Collections pour créer la Direction du Patrimoine culturel (DPac), que j'ai été invitée à superviser. Composée de cinq pôles¹, la DPac rassemble quelque trente agents qui apportent quotidiennement, chacune et chacun, leur pierre à l'édifice du patrimoine culturel, en Fédération Wallonie-Bruxelles et ailleurs.

Or, chaque acteur du monde patrimonial sait combien il est difficile d'œuvrer en faveur de cet héritage dans le contexte national et international actuel, loin d'être serein et favorable aux projets patrimoniaux, c'est le moins que l'on puisse dire.

L'évocation de deux décisions politiques récentes au niveau belge alors qu'ailleurs des mesures de protection sont renforcées va montrer ô combien il est fondamental de ne jamais relâcher la veille patrimoniale.

Chacun d'entre nous sait que le patrimoine culturel mobilier, immobilier et immatériel de pays martyrisés, plus particulièrement au Proche-Orient, est en grand danger car menacé de destruction et de disparition, mais aussi parce qu'il est allègrement pillé et donc objet de toutes sortes de convoitises de par le monde. Or, comme le dit la directrice des programmes au Conseil international des musées (ICOM), France Desmarais : « Il faut en finir avec l'idée qu'on sauve les objets en les achetant »²...

Chacune d'entre nous sait encore que notre petit pays, logé au cœur de l'Europe, est fréquemment présenté comme une plaque tournante du trafic d'œuvres d'art et que son propre patrimoine fait l'objet de vols afin d'assouvir les appétits voraces de pseudo-amateurs de patrimoine, religieux notamment.

Or, voilà que c'est le moment choisi par les autorités compétentes pour dissoudre la section « Art & Antiquités » de la Direction centrale de la lutte contre la criminalité grave et organisée de la Police judiciaire fédérale. L'arrêté royal du 27 octobre 2015 fixant la répartition du personnel de la police fédérale a comme effet de supprimer cette cellule, dont le seul inspecteur et le seul collaborateur administratif avaient la lourde responsabilité de lutter contre le trafic illicite de biens culturels à l'échelle nationale... Cette suppression aurait deux effets directs : la disparition du point de contact belge dont disposaient Interpol, les douanes étrangères et d'autres autorités ou organismes internationaux (dont l'UNESCO...), mais surtout la suspension, voire la disparition, de

1 Pôles : Stratégique – Gestion des opérateurs – Protection – Systèmes d'information patrimoniaux – Valorisation ; voir l'organigramme sur www.patrimoineculturel.cfwb.be.

2 E. Fansten, Interview. France Desmarais : « Il faut en finir avec l'idée qu'on sauve des objets en les achetant », dans *Libération*, 21 mai 2015 (www.liberation.fr/planete/2015/05/21/il-faut-en-finir-avec-l-idee-qu-on-sauve-les-objets-en-les-achetant_1314187 ; consulté le 15.12.2015).

la base de données relative aux biens volés tenue à jour par cette petite équipe.

Il va sans dire que les réactions ne se sont pas fait attendre et que plusieurs actions destinées à dénoncer cette décision sont actuellement en préparation auprès de différentes instances administratives et autres institutions officielles.

À l'heure où, suite à la 3428^e session du Conseil de l'Union européenne, la Présidence en publie la Déclaration [...] *sur la destruction et le trafic illicite du patrimoine culturel dans les zones de conflit*, il est intellectuellement difficile de comprendre cette décision... D'autant que l'UE appelle ses États membres à favoriser, entre autres : « la constitution d'inventaires et de banques de données relatives aux biens culturels faisant l'objet de destructions et de trafic illicite, leur actualisation constante et une amélioration de leur accessibilité par les autorités policières et le grand public » et « la formation renforcée des organismes chargés de l'application de la loi et agents des douanes »...

De son côté, la Région wallonne a adopté, le 13 mars 2014, un décret modifiant notamment diverses dispositions en matière de tutelle sur les établissements de cultes³. Depuis le 1^{er} janvier 2015, ce décret supprime en réalité le peu de protection dont bénéficiait le patrimoine religieux conservé dans les sanctuaires wallons, puisqu'il abroge l'Arrêté royal du 16 août 1824. « *Le patrimoine mobilier des églises, déjà en grand danger, est désormais sans aucune protection. Il y va dès lors de la responsabilité de chaque fabrique d'établir ses inventaires et leur récolement régulier et de prévenir les services diocésains en cas de restauration, transfert, et tout autre acte de disposition d'objets mobiliers.* »⁴. Le pouvoir communal a en effet gagné du poids en la matière au détriment de celui des diocèses, tandis que les fabriques d'église se voient assimilées aux CPAS. Les évêchés ont tenté d'alerter le monde politique du danger encouru par le patrimoine mobilier religieux, en vain jusqu'aujourd'hui...

Quand on sait qu'en novembre dernier, le président-directeur du Musée du Louvre, Jean-Luc Martinez, a remis au Président de la République française *Cinquante propositions françaises pour protéger le patrimoine de l'humanité*. Ces propositions sont formulées autour de cinq axes, dont le troisième est de « *Lutter contre le trafic illégal en renforçant la traçabilité des œuvres et les sanctions applicables* »...

Quand on sait que le Parlement européen, dans sa Résolution du 8 septembre 2015⁵, recommande à la Commission de proclamer, de préférence avant 2018, une « année européenne du patrimoine culturel, matériel, immatériel et numérique » et de mieux coordonner et soutenir les efforts des États membres dans la lutte contre le vol, la contrebande et le trafic illégal de biens du patrimoine culturel, à l'intérieur et hors de l'Union européenne...

³ Décret modifiant le Code de la démocratie locale et de la décentralisation et diverses dispositions relatives à la tutelle sur les établissements chargés de la gestion du temporel des cultes reconnus, 13 mars 2014, *Moniteur belge*, 4 avril 2014, p. 29325-29330. Décret disponible sur <https://wallex.wallonie.be/PdfLoader.php?type=doc&linkpdf=27677-29054-13766> (consulté le 10/12/2015).

⁴ Nouveau décret relatif à la tutelle sur les établissements de culte, en ligne sur <http://liege.diocese.be> (consulté le 10/12/2015).

⁵ <http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?pubRef=-//EP//TEXT+TA+P8-TA-2015-0293+0+DOC+XML+V0//FR> (consulté le 10/12/2015).

Quand on sait que l'ICOMOS, Conseil international des Monuments et des Sites, prépare l'*Année européenne du patrimoine culturel* en 2018⁶...

Quand on sait que la Résolution 2199 du Conseil de Sécurité des Nations Unies⁷ établit un lien direct entre les trafics illicites de biens culturels en provenance d'Iraq et de Syrie et le financement du terrorisme...

Alors on se dit que, malgré et à cause de tous les dangers qui menacent aujourd'hui le patrimoine culturel, chacun d'entre nous, tant au niveau de l'Administration qu'au niveau des opérateurs œuvrant en sa faveur, doit redoubler d'ardeur et d'implication et plus que jamais s'investir, au quotidien, dans la préservation, la conservation, l'étude et la valorisation des témoins de toutes les cultures, tout à la fois séculaires et en perpétuel changement.

6 www.icomos.org/fr/notre-reseau/comites-nationaux/activites-regionales-europe/4274-european-cultural-heritage-year-2018-preparatory-event-2 (consulté le 10/12/2015).

7 [http://www.un.org/fr/documents/view_doc.asp?symbol=S/RES/2199\(2015\)](http://www.un.org/fr/documents/view_doc.asp?symbol=S/RES/2199(2015)) (consulté le 10/12/2015).

Pôle muséal de Mons

Xavier Roland

Responsable

Michel De Reymaeker

Conservateur en Chef des collections muséales

Sophie Simon

Conservateur-adjoint des collections muséales

Guillaume Blondeau

Conservateur du Mons Memorial Museum

Manuela Valentino

Conservateur des Patrimoines UNESCO

Le musée reste encore aujourd'hui un lieu à part de tous les autres espaces publics urbains. Il est généralement localisé à un emplacement symbolique, stratégique ou historique au sein de la Cité. Le philosophe Michel Foucault qualifie ces emplacements « d'espaces autres ». Lorsqu'on a l'opportunité de réfléchir à la construction d'un musée, de sa localisation à son identité culturelle, de très nombreuses interrogations surgissent, auxquelles nous n'avons pas nécessairement pensé, tant l'impact de tels bâtiments influe durablement sur le quotidien d'une ville. Alors oui, les cinq nouveaux musées qui vont s'ouvrir simultanément en 2015 représentent indéniablement une particularité historique unique dans l'histoire de Mons. Ils peuvent amorcer à eux seuls la régénération d'un site, d'un quartier, jusqu'à assumer le renouveau des activités.

Une telle ambition ne peut se poursuivre sans une vision politique, économique et sociale globale de la part des autorités d'une Ville. S'inscrire sur le long terme à travers un projet fédérateur comme une capitale européenne de la culture permet la réalisation d'ambitions aussi marquantes. Autant dire qu'un tel renouveau muséal est absolument unique dans une ville moyenne meurtrie par un passé minier en plein cœur de l'Europe. Autant dire que le succès d'une telle aventure dépend aussi d'autres initiatives telles qu'une nouvelle gare, un centre

de congrès et un cœur historique renouvelé. L'arrivée simultanée d'entreprises de pointe comme Google ou Microsoft contribue également au renouvellement du paysage de la Cité. Sans ces investissements stratégiques multiples et intégrés dans une vision globale, le Pôle aurait sans doute plus de difficultés à s'affirmer.

N° 28 — 8

2015



Fig 1. Plan de situation des différents musées dans la Ville

Pourquoi investir autant dans les musées ?

Le choix d'une dynamique muséale découle d'une ville qui a pu conserver un patrimoine matériel ou immatériel remarquable et reconnu à trois reprises par l'UNESCO. Sans oublier les commémorations du centenaire de la Grande Guerre, qui révèlent en outre une collection riche de plus de cinq mille pièces militaires détentrices d'une mémoire collective. Les localisations muséales choisies pour revitaliser ce patrimoine résultent d'un croisement entre friche immobilière, revitalisation urbaine et histoire contemporaine. Nous avons donc profité de

ces différents projets pour réhabiliter d'anciens bâtiments historiques en plein cœur de la ville. Nous pensons à la Machine à eau, au mont-de-piété ou encore à l'ancien couvent des Ursulines : des sites qui autrefois jouaient un rôle clé dans la vie de la ville. Chargés d'âme et d'histoire, ils se retrouvaient pourtant aujourd'hui au ban de la Cité, car dépassés par une société bouleversée par ses progrès techniques et sociaux. Avec la réhabilitation de ces sites, le Pôle joue indéniablement la carte de la Cité en devenir, tout en affirmant un ancrage fort dans l'urbain. Plus encore, chacun des musées, existants et nouveaux, maille le territoire de la ville de façon à s'y inscrire le plus durablement possible.

dans des conditions optimales. L'Artothèque va devenir un outil muséal unique, rassemblant le patrimoine de tous les musées et concentrant en son sein la recherche, la restauration, la documentation et la numérisation du patrimoine, optimisées grâce aux nouvelles technologies.

L'organisation générale de ce tout nouveau service au sein de l'administration de la Ville prend donc le nom de Pôle muséal. Tous les agents s'organisent autour d'un projet culturel et scientifique commun. Cette façon de procéder permet des croisements de compétences, de savoirs, de publics ou de budgets. Pour être complet, le service se compose de douze sites différents, qui intègrent tous le Pôle muséal : le musée Duesberg, le Trésor de la Collégiale et la Maison Van Gogh font partie d'une réflexion culturelle commune. Le Pôle dispose aussi de trois centres d'exposition, à savoir le site des anciens abattoirs, la salle Saint-Georges et la galerie « Le Magasin de Papier ». Pour finir, le Dynamusée – service éducatif du Pôle muséal localisé au BAM – s'emploie depuis plus de trente ans à accueillir et à former les jeunes publics au regard de l'art.

Enfin, nous éditons désormais une revue bisannuelle « Le Pôle » pour témoigner de l'actualité des musées montois.

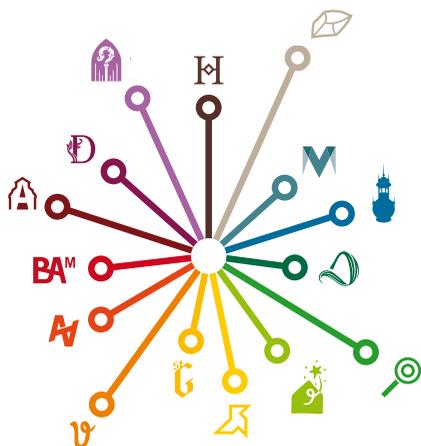


Fig 2. Sigles avec logos du Pôle muséal

Un tel projet muséal n'aurait pu être possible sans une politique de conservation, de recherche et d'inventorisation. Le Pôle peut désormais se reposer sur une équipe de conservateurs spécialisés dans leur domaine de recherche. Outre les compétences, nous avons aussi besoin d'une infrastructure capable d'accueillir l'ensemble du patrimoine

Le BAM

La place et le rôle du BAM sont essentiels dans toute cette réorganisation. Musée dédié aux Beaux-arts, sa politique d'exposition croise autant que possible les collections permanentes. L'infrastructure du BAM nouvellement équipée permet d'accueillir des expositions d'œuvres rares et précieuses. Une première rénovation en 2006 aura permis de revoir complètement son schéma de circulation, tout en valorisant les espaces d'exposition.



Fig 3. Vue de la façade du BAM © M.C. Deldicque

En 2013, l'attention s'est portée sur la sécurité, l'éclairage, la gestion du climat et l'accueil optimal des visiteurs. Les expositions Keith Haring et Andy Warhol hier, Munch, Ensor, Rodin aujourd'hui avec Signes des temps et Van Gogh en 2015 font du BAM un musée du XXI^e siècle. Au final, le musée se distingue par sa convivialité et le confort de visite qu'il offre à ses publics. Il s'agit là en effet d'une très grande chance pour une ville de pouvoir accueillir d'aussi grands maîtres de l'histoire de l'art. De la fin du XIX^e siècle à la fin du XX^e siècle, les expositions du BAM s'attachent à revisiter nos collections, qui se caractérisent par un patrimoine diversifié, allant de l'art social à la figuration narrative en passant par Nervia et CoBrA.

L'Artothèque Un lieu unique de conservation du patrimoine au cœur du pôle muséal montois

Dès le printemps 2015, la chapelle de l'ancien couvent des Ursulines de Mons, située en face de la collégiale Sainte-Waudru, connaîtra un nouveau souffle. Patrimoine classé et emblématique du XVIII^e siècle, elle deviendra le lieu de conservation du patrimoine communal montois en servant d'écrin aux œuvres et aux

activités qui les entourent. Elle sera ainsi à la fois un centre de réserve, de recherche, de restauration et d'étude du patrimoine, en rassemblant en son sein les collections qui ne seront pas exposées de façon permanente dans les autres sites muséaux.

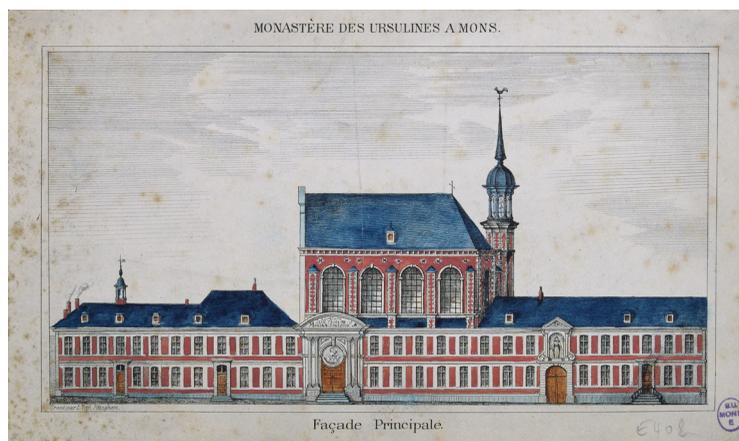


Fig 4. Louis-Joseph Van Peteghem, Monastère des Ursulines à Mons. Façade principale, lithographie coloriée © BUMH

Les travaux de restauration des façades extérieures et d'aménagements intérieurs ont débuté en avril 2013. La chapelle a connu plusieurs affectations après la Seconde Guerre mondiale, qui ont eu pour conséquence de détruire la majeure partie du décor architectural. Toutefois, pour garder une trace du passé, une faille verticale a été ouverte sur toute la hauteur et toute la longueur de la nef. Cette prouesse technique met en valeur les dimensions de l'espace original de la chapelle. Par ailleurs, l'aménagement de réserves d'œuvres d'art impose à l'architecture et aux techniques qui l'accompagnent de répondre à certaines normes, car l'enjeu n'est pas tant de stocker les collections mais bien d'en assurer la pérennisation. Formats, matières et poids sont les critères prépondérants à l'agencement des espaces. Balayant des millénaires – du matériel

lithique préhistorique aux œuvres d'art contemporain –, la richesse des collections communales réside dans leur quantité, leur qualité mais aussi leur hétérogénéité. Cette merveilleuse diversité est pourtant un élément de complexité majeur lorsqu'il s'agit d'organiser physiquement les espaces, en respectant scrupuleusement les conditions optimales à la bonne conservation de chacune des pièces des collections.

Un Centre de documentation commun pour l'ensemble du Pôle muséal y sera aussi installé, où il occupera une surface de quelque 150 m². Les axes développés sont en lien avec les collections communales et le patrimoine montois : l'histoire de l'art en général, l'art en Belgique, l'art contemporain, l'art à Mons et dans le Hainaut, les artistes et les courants artistiques présents dans les collections des musées, la muséologie, la préhistoire, l'archéologie, l'architecture en Belgique et à Mons, l'histoire militaire, l'histoire de Mons, le folklore, etc. Le Centre de documentation se veut être un outil au service du public. Pour cette raison, son accès y est gratuit et son catalogue informatisé est consultable sur place ou via les bibliothèques du réseau communal de la Ville de Mons. Il le sera également bientôt sur internet.

Les réserves constituent certainement un lieu indispensable au fonctionnement des institutions muséales et, paradoxalement, elles ne sont pas ce dont on parle le plus... C'est pourquoi l'Artothèque jouera aussi un rôle majeur dans la médiation des collections communales et des métiers de la conservation, en les rendant accessibles virtuellement, mais aussi en levant une partie du voile sur les métiers « cachés » dans les musées.

Seul le rez-de-chaussée de l'Artothèque est ouvert au public, le reste étant consacré aux réserves et à la gestion des collections. Toutefois, dès l'entrée, le visiteur est projeté dans le monde des réserves, dont il est séparé uniquement par une paroi vitrée. Il pénètre ainsi au cœur de la machinerie des réserves. Un dispositif multimédia tactile complète cette immersion en dévoilant toutes les activités de l'Artothèque. Le second temps fort de la scénographie se consacre aux collections mises en réserves à l'Artothèque. Le visiteur

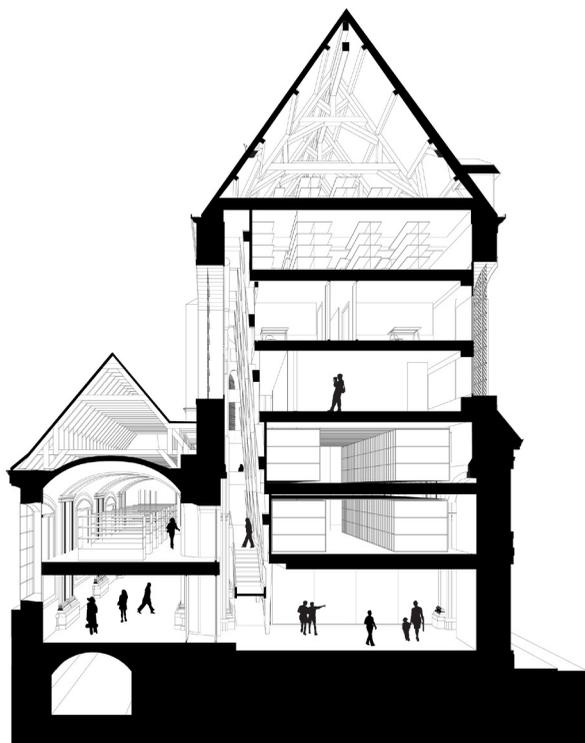


Fig 5. Vue en coupe de l'Artothèque © L'Escaut-Gigogne

Divisée en sept niveaux, l'Artothèque accueille ainsi les collections sur plus de 1.000 m². Les ateliers de numérisation, de préparation et de restauration ainsi que les espaces de gestion y sont également établis pour faciliter le travail à proximité des œuvres.

est invité à participer à leur découverte, en explorant le mobilier dans lequel les objets sont conservés et en consultant les différentes thématiques originales, éducatives et ludiques présentées dans des tables tactiles.

En conclusion, l'Artothèque sera pour le grand public un contact privilégié avec le patrimoine par le biais des nouvelles technologies, de manière ludique et immersive. Pour les curieux, elle se veut un endroit ressource où poursuivre la découverte en consultant les ouvrages du centre de documentation ainsi que les bases de données des inventaires. Le Centre de documentation n'aura de cesse d'offrir aux lecteurs un panorama des ouvrages liés aux collections communales, à la muséologie et à la médiation du patrimoine. Finalement, pour les chercheurs, l'Artothèque sera un lieu incontournable où ils pourront bénéficier de toutes les infrastructures documentaires et solliciter le personnel pour que les œuvres puissent être mises à leur disposition.

Le MMM

Au printemps 2015, le Mons Memorial Museum ouvrira ses portes sur le site de la Machine à Eau, un écrin de briques, d'acier et de verre imaginé par l'architecte montois Joseph Hubert et construit en 1870-1871.

Pour intégrer au mieux les collections d'Histoire militaire de la ville de Mons dans ce bâtiment du XIX^e siècle, les auteurs de projet – les architectes Pierre Hebbelinck et Pierre de Wit – ont imaginé deux extensions contemporaines, qui compléteront de part et d'autre l'édifice historique classé. Les matières dont sera fait le MMM trouvent leur sens sur place. Il s'agit de la lumière (très appuyée dans la Machine à Eau et, par contre, dirigée sur les œuvres dans le parcours), la mémoire (valorisation du bâtiment classé) et l'Histoire, à travers les pièces, les témoignages et les éclairages historiques.

De la même façon, les trois matériaux principaux de la Machine à Eau – l'acier, la brique et le verre – se retrouveront dans les nouvelles ailes et à l'intérieur du bâtiment.



Fig 6. Façade avant du MMM © Atelier d'architecture Pierre Hebbelinck et Pierre de Wit

Le parcours permanent du musée, qui s'étendra sur près de 1.200 m², sera chronologique. Le premier espace introduira le propos général en permettant aux visiteurs d'appréhender l'importance du passé militaire lointain de la région de Mons au Moyen Âge, durant l'Ancien Régime et au XIX^e siècle. La Grande Guerre occupera ensuite une place centrale dans le musée. Enfin, l'espace consacrée à la Seconde Guerre mondiale s'inscrira dans la continuité du parcours. L'objectif n'est pas tant de s'intéresser uniquement aux singularités de l'histoire de la ville de Mons, mais, au contraire, de permettre aux visiteurs, à travers l'histoire de la cité et de sa région, de se questionner sur des réalités vécues dans un grand nombre d'autres régions en Belgique en période de guerre.

Les témoignages jalonnent le parcours permanent et seront les véritables fils conducteurs de la visite. Lettres, carnets de notes et interviews viendront donner vie aux objets présentés, apportant un regard sensible sur les événements traités. Les pièces exposées, choisies pour leur importance

historique, mais aussi pour leur vécu et l'émotion qu'elles dégagent, participeront à la réflexion des visiteurs qui seront confrontés à ces tranches de vie. Ces destins rendront compte d'une manière nuancée des relations contrastées entre occupants et occupés, civils et militaires. Différents multimédias composeront également le parcours et permettront aux visiteurs de s'aménager des temps interactifs. La présence de ces multimédias sera réfléchi et toujours en rapport avec le propos général de la scénographie.

évoqués dans le centre. À l'aide d'un accompagnateur virtuel, d'une brochure de présentation ou accompagné d'un guide professionnel, le visiteur découvrira des paysages marqués par le souvenir des conflits qui frappèrent la région de Mons. Les différents cimetières militaires, monuments ou champs de bataille qu'il découvrira lors de sa visite témoigneront d'une mémoire collective en perpétuelle évolution.

Le Mons Memorial Museum entend donc offrir au public montois, belge et étranger, un lieu de réflexion, un espace de questionnement, de rencontre, d'échanges intergénérationnels, mais également un point d'entrée d'un territoire de mémoire portant les signes des guerres passées.

Trois espaces muséaux dédiés aux trois patrimoines UNESCO

Depuis quelques années, d'importantes réflexions en matière de culture, de tourisme et de réaffectation des patrimoines mondiaux à Mons sont en cours. Le Beffroi, les minières néolithiques de Spiennes et la Ducasse rituelle seront chacun dotés d'espaces muséaux, qui ouvriront leurs portes à l'horizon 2015. Les nouvelles technologies y sont développées afin d'apporter des outils de médiation originaux et utiles à la compréhension de l'histoire des patrimoines donnés et de l'histoire de la ville.

Lieux de découverte ou de redécouverte, ils se dessinent comme autant d'espaces où chacun, habitué ou non des hauts-lieux culturels montois, spécialiste ou néophyte, trouvera une place dans la relecture de l'histoire à la lumière du présent.

Ces trois projets ainsi que les trois patrimoines concernés sont gérés, selon les prérogatives souhaitées, par l'institution internationale et selon les différentes conventions, qui régissent

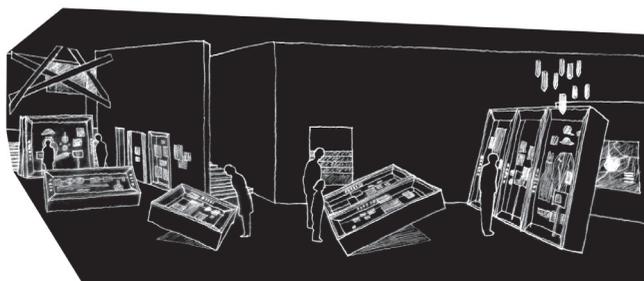


Fig 7. Projet scénographique du MMM par Martial Prévert et Winston Spriet, scénographes

En plus du parcours permanent, un espace de 350 m² sera consacré aux expositions temporaires. Ce n'est pas seulement l'histoire militaire qui sera abordée dans ces expositions, c'est également l'histoire socioculturelle et celle des représentations, à travers des sujets divers, mais toujours en lien avec le passé militaire de l'Europe en général et de la région de Mons en particulier.

Une autre particularité du MMM est son ancrage central dans un territoire de mémoire. Après la découverte de l'histoire militaire de la région de Mons et, plus largement, de la Belgique, le visiteur sera invité à se rendre sur les lieux des différents événements historiques

Construit en 1625, sur les plans de Wenceslas Coebergher, ce bâtiment, dont la fonction première était d'être une institution de bienfaisance, accueillera à partir de 1932 le Musée du Centenaire. Il abritera, jusque dans la fin des années 1990, les collections militaires, de Préhistoire et de céramiques de la Ville.

En cette dernière décennie, le bâtiment avait déjà bénéficié de fonds Feder pour sa réhabilitation en tant que musée. La dernière phase de travaux finalisera le travail de restauration déjà entamé, en intégrant notamment en son sein un centre d'interprétation dédié à la Ducasse rituelle de Mons, reconnue comme Patrimoine culturel et immatériel de l'Humanité depuis 2005.

Entre réalité et imaginaire, le parcours amènera le visiteur à la découverte de saint Georges et du Dragon, dans leur dimension historique et universelle. Le « mythe montois » sera également éclairé à la relecture de l'histoire originelle du combat, de la « Légende dorée » de Jacques de Voragine (XIII^e siècle) et des schémas mythiques du héros tueur de monstres répandus aux quatre coins du monde.

Le parcours est destiné à différents types de publics. Activités pédagogiques, actions d'éducation permanente, publications et expositions hors-les-murs y seront développées.

Le Silex's, entre nature et culture

Situé au cœur d'un écrin vert, le Silex's, dont l'ouverture est prévue pour le mois d'avril prochain, constitue un projet architectural original, issu de la collaboration engagée depuis plusieurs années entre archéologues, architectes et conservateurs.

Entre nature et culture, la découverte est organisée en trois temps : balade didactique en extérieur, visite de l'espace muséal et de la zone de fouille, descente en sous-sol dans les minières originelles. Pour des raisons de conservation, l'accès en sous-sol sera limité à 5.500 visiteurs par an, selon des modalités pratiques respectueuses de la conservation des mines.

Reconnu par l'UNESCO en 2000, le site archéologique de Spiennes est l'un des plus anciens et plus grands centres d'extraction minière. Le site s'étend sur 100 hectares parsemé de milliers de puits de mines. Il témoigne de l'évolution des premières sociétés et constitue un terrain de recherches exceptionnel. Les plus anciennes minières ou ateliers de taille retrouvés en place sont vieux de 6.400 ans et datent du Néolithique.

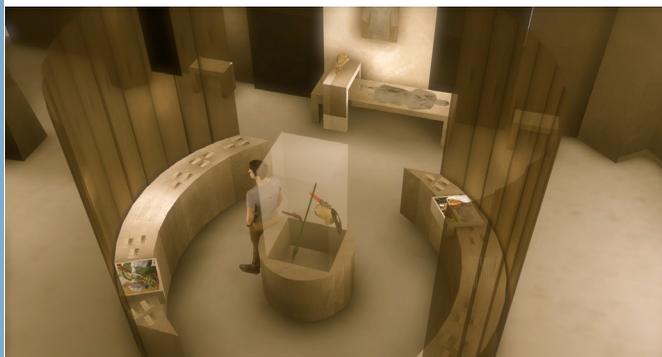


Fig 9. Vue en 3D de la Salle de saint Georges et du Dragon © Tempora – 2014

La scénographie, grâce à un ensemble de dispositifs de sensibilisations technologiques et à une sélection d'objets issus des collections montoises, s'attache à retracer et à interpréter les contenus de ce patrimoine immatériel. Ce nouvel espace invitera le visiteur à (re)découvrir ce patrimoine exceptionnel, mis en valeur par différents regards : historique, mais aussi anthropologique, scientifique, artistique, laïc ou religieux. Au fil du parcours, les critères de la reconnaissance prendront place.



Fig 10. Silex's, centre d'interprétation des minières néolithiques de Spiennes, juillet 2014

Sur la pente de la zone archéologique, une structure légère, toute d'acier galvanisé, a été érigée ces derniers mois, au service de la préservation du site et de sa valorisation. Adoptant la philosophie d'un volume fermé, ventilé mais non chauffé, la structure circulaire isole le visiteur du climat extérieur par une enveloppe transparente en polycarbonate. À travers champs, des tonnes de béton, structures métalliques, mètres de câblage et d'égouttage se sont succédés et ont donné le jour à cet espace, qui comprendra une zone d'exposition permanente, un espace polyvalent, un espace de projection, une zone de fouille et un espace de stockage archéologique, l'aménagement de la descente ainsi qu'un local personnel et sanitaires.

Les abords sont en cours de finalisation et comprendront une zone de pique-nique ainsi que les aménagements de parking et une signalétique directionnelle et interprétative.

Une fois le seuil franchi, le néophyte comme le spécialiste seront invités à un voyage dans le temps. Au cœur de l'exposition : la notion de génie humain et une activité minière de 6.400 ans. Pièces archéologiques, facsimilés, restitutions, films didactiques, ligne du temps permettront de comprendre, de manière didactique, nos origines communes et lointaines.

Des visites guidées adaptées au public, notamment aux groupes scolaires, et des ateliers seront proposés.

Numérisation, portail et publics

Évelyne Lentzen

Déléguée générale à la numérisation des patrimoines culturels – Pep's

La numérisation change radicalement la production et la diffusion des œuvres de tous les secteurs culturels. Elle modifie aussi la manière dont le public aborde ces œuvres. La combinaison des trois « dé » pour « dématérialisation, déchronologisation et désintermédiation », favorisée par la numérisation, a ouvert la voie aux investissements d'acteurs jusque-là peu ou pas actifs dans les secteurs culturels, tels que les opérateurs de réseau, des équipementiers ou des acteurs dits « over the top » (moteurs de recherche, plateformes de vidéo en ligne, réseaux sociaux).

Les musées et les centres d'archives n'ont que récemment pris la mesure des effets de cette mutation technologique sur la consommation des biens culturels par le public, poussés dans le dos par les initiatives d'acteurs comme Google, qui a réussi à imposer son moteur de recherche et son système de référencement et qui a besoin de contenus culturels (Google Art, par exemple) pour développer son modèle économique.

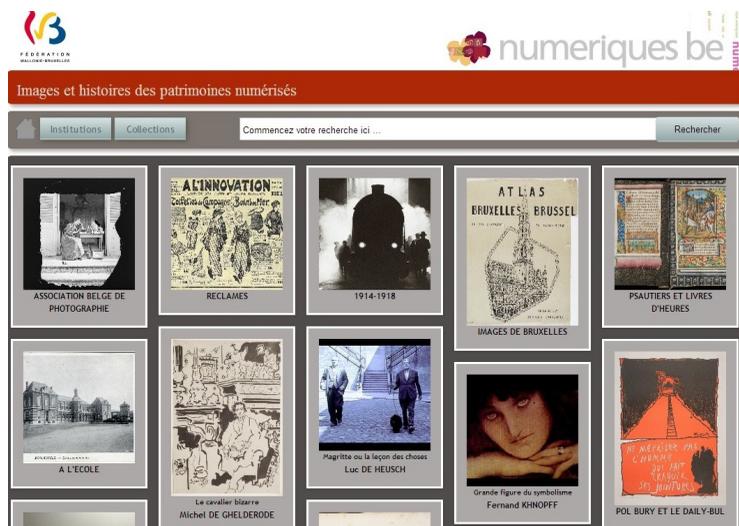
Le retard pris dans la numérisation des patrimoines culturels est sans doute l'une des raisons de l'impact encore peu déterminant de la numérisation sur la gestion des musées et des centres d'archives. Des expériences parfois malheureuses, surdimensionnées ou vite dépassées, ont ralenti l'adoption de techniques numériques dans ce secteur. Des craintes de perte de maîtrise de la propriété des œuvres ont fait le reste.

Les questions de l'attractivité de nos musées et centres d'archives et de leur fréquentation, notamment par le jeune public, trouvent des

solutions – de moins en moins inédites – avec la numérisation des patrimoines.

N° 28 — 17
2015

Les pouvoirs publics ont dégagé des moyens (de l'ordre de deux millions d'euros au total à ce jour) pour numériser des collections ou parties de collections d'une trentaine d'institutions culturelles. Le processus se poursuivra à concurrence de cinq à six marchés passés, en moyenne, par an.



Le plan de numérisation des patrimoines culturels de la Communauté française (le plan « Pep's »), adopté fin 2007, trace un cadre à la numérisation sur plusieurs aspects :

- moyens financiers : la numérisation doit se faire directement sous deux formats : valorisation (par exemple pdf, jpeg) et conservation (par exemple tiff, jpeg2000), car on n'aura pas l'argent nécessaire pour recommencer la numérisation dans quelques années ;
- ouverture : le choix des logiciels par les institutions doit favoriser l'interopérabilité des fichiers de données (métadonnées) ;
- accessibilité : la numérisation doit permettre

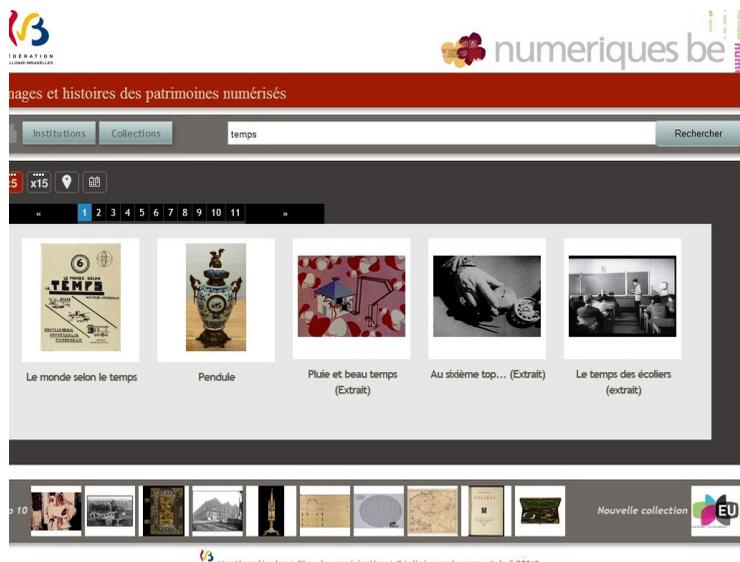
de mettre en contact un patrimoine riche et diversifié avec un public large et diversifié, gratuitement pour les œuvres hors droits numérisées sur des fonds publics ;

- droits d'auteur : la numérisation s'inscrit pleinement dans les législations en vigueur ;
- éditorialisation : la numérisation n'a de réel intérêt que si elle est accompagnée par des mises en valeur documentaires et éditoriales qui doivent être innovantes et se renouveler en fonction des publics concernés.

Les pouvoirs publics ont aussi dégagé des moyens pour développer un portail d'accès aux patrimoines numérisés : www.numeriques.be a été lancé officiellement en novembre 2013.

Le portail propose au public de découvrir les patrimoines en suivant plusieurs pistes, selon sa curiosité :

- l'onglet « Institutions » : des informations sur l'institution et accès à l'ensemble des ressources disponibles pour cette institution. Trente-et-une institutions sont actuellement présentes dans le portail ;
- l'onglet « Collections » : des informations sur la collection et accès à l'ensemble des ressources disponibles pour cette collection. Il y a actuellement cinquante-six collections ;
- l'onglet « Rechercher » : une aide à la recherche permet de sélectionner les personnes, les lieux, les sujets, les organisations ou de faire des recherches sur plusieurs critères ;
- les vignettes : un choix de sujets éditorialisés et illustrés par des ressources du portail.



Le lutin

Le personnage du lutin dans "Yaël et le souffleur de bulles" est entièrement sculptée dans du bois (visage, corps et accessoires). L'utilisation de perles en bois donne vie au regard. La barbe, de fourrure synthétique blanche, est collée. De la pâte recouvre les bras, les mains et les souliers. Il est vêtu d'une longue robe orange et verte. La tête est coiffée d'un chapeau orange qui retombe jusqu'aux pieds. Il est fixé à l'aide de deux punaises. Une pipe est fixée dans la main droite. Le pied droit est peint en orange. Le pied gauche est peint en vert. La marionnette est animée par un fil de nylon qui actionne les bras. Un contrôle permet au personnage de tenir seul debout sur scène.

Dimension : 12 cm x 7 cm.

Communication réservée

Institution
Musée des arts de la marionnette
- Présentation - Ressources

Collection
Marionnettes
- Présentation - Ressources

Type de ressource
Objet physique

Date de création
2002

Auteurs, contributeurs et éditeurs
Orban, Marcel, Marionnettiste
Théâtre des Gros Nez (Parwez), Editeur

Thèmes
Arts du spectacle, Marionnette, Marionnette de table, Tissé, Bois, Couvre-chef, Brabant wallon, Barbe

Langues
Français

Lieux
Parwez

Identifiant de l'objet
MAR-CM-TA-00039

Aidez-nous à décrire ce document !

tion, l'opérateur choisi et la délégation pour toutes les modalités pratiques liées à la numérisation. À l'issue du travail de numérisation, les fichiers de conservation et de valorisation, propriété de la Fédération Wallonie-Bruxelles, sont fournis aux institutions, qui en disposent comme bon leur semble. La délégation en conserve un exemplaire à des fins de conservation et par mesure de sécurité : les disques durs et les fichiers ne sont pas éternels et des accidents peuvent arriver ... (et sont déjà arrivés).

Deux situations se présentent pour la mise en ligne sur le portail numeriques.be :

- soit l'institution rend disponible tout ou partie de la collection numérisée sur son site internet : c'est le cas des Archives et Musée de la Littérature (AML) ou du Musée royal de Mariemont sur le site MARCO. Dans cette hypothèse, la délégation organise la saisie des métadonnées et, si cela est possible, des fichiers images directement au départ des ressources qui alimentent ces sites ;
- soit l'institution n'affiche pas sur son site les œuvres numérisées. Dans cette hypothèse, la délégation les charge sur son serveur et les traite directement.

Toutes ces entrées interagissent, croisent les métiers, les regards, les lieux et les époques. Pour ce faire, un long et fastidieux travail sur les métadonnées a été réalisé par l'équipe de la Délégation générale à la numérisation des patrimoines culturels, en charge de la mise en œuvre du Plan Pep's. Il s'agit d'enrichir et de rendre interopérable la manière dont chacune des institutions décrit ses collections, afin de rendre la recherche plus fluide, plus riche et moins bruyante.

Le portail est le résultat d'une collaboration, souvent enthousiaste, des institutions dont une partie des collections est numérisée dans des conditions optimales et entièrement financée par la Fédération Wallonie-Bruxelles. Les institutions nous communiquent l'inventaire de la collection à numériser en suivant un mode d'emploi, qui va permettre d'élaborer ensuite l'interopérabilité des métadonnées avec celles des autres institutions.

La numérisation elle-même fait l'objet de marchés publics lancés par la Fédération Wallonie-Bruxelles. Un dialogue s'installe entre l'institu-

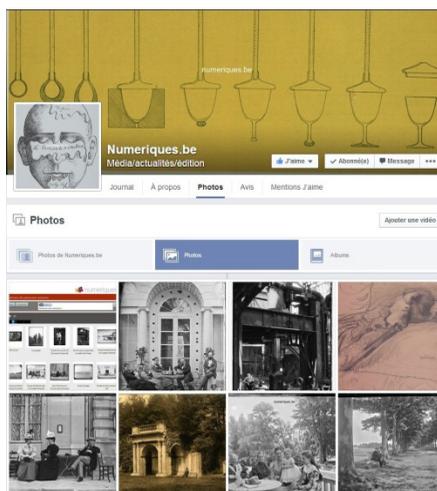
Les œuvres sous droits sont indiquées « communication réservée » et sont filigranées. Le clic droit de la souris est désactivé. Ainsi, les œuvres sont montrées, mais ne peuvent pas être exploitées sans prendre contact avec les institutions qui les gèrent.

Une convention est passée entre la Fédération Wallonie-Bruxelles et l'institution pour l'exposition des collections numérisées sur le portail.

L'objectif du portail est, bien sûr, de mieux faire connaître la richesse et la diversité de nos patrimoines culturels. Les outils qu'offre

la numérisation ouvrent de nouveaux champs de valorisation qui peuvent être adaptés aux différents publics. Ils peuvent être ludiques, scientifiques, ...

Les réseaux sociaux sont incontournables aujourd'hui pour toucher les jeunes, notamment. Beaucoup d'institutions ont une page Facebook. La délégation a elle aussi créé sa page. Elle y poste, quasiment tous les jours, des images, issues du portail et avec renvoi à celui-ci, en associations graphiques ou en fonction de l'actualité.



La délégation a l'intention de poursuivre sur sa lancée d'éditorialisation des ressources numérisées en réfléchissant et testant une forme de lettre d'information qui serait largement diffusée, notamment dans l'enseignement.

Enfin, la délégation s'est lancée dans un projet pilote d'enrichissement de son portail à l'aide des technologies du web sémantique. Derrières ces acronymes et noms barbares (web 3.0, linked open data, ontologies, ...) se profile une nouvelle manière d'envisager la recherche sur internet, non plus sur base de

chaînes de caractères n'ayant aucun sens pour une machine, mais d'entités sémantiques (des personnes, des lieux, etc.) qui peuvent être reconnues en tant que telles. De cette manière, la délégation entend se situer à la pointe des développements futurs d'internet.

Les contributions technologiques ne sont pas convoquées pour elles-mêmes, mais en ce qu'elles offrent de possibilités d'éveil à la curiosité et au sens critique. Nos patrimoines culturels ont une histoire ; ils ont un passé riche de sens et de créativité. La technologie sert « seulement » de « passeur » pour leur avenir.

Numériser, c'est mettre à découvert et donner accès aux œuvres qui forment notre patrimoine, aisément, rapidement, sans dégradation et à l'infini (ou presque), hors des contraintes du temps, de l'espace et de forme. C'est aussi favoriser les croisements des métiers, des expressions du savoir, du sensible et de la beauté. Numériser est un travail important – et singulier – d'inventaire, de documentation, de sélection et, de ce fait, de choix et de priorités.

Parallèlement, nous devons réfléchir aux réalités socioéconomiques, aux pratiques sociales et aux modifications qu'opère la numérisation dans un ensemble de concepts aussi fondamentaux que l'identité, la localisation ou la propriété.

Le numérique est une nouvelle manière de fabriquer de la mémoire et de l'interpréter. À nous de donner des repères et des boussoles pour s'orienter et de garder prééminente la voix culturelle.

À suivre donc...

Médias sociaux et musées, l'inévitable alliance

Marie Depraetere

Assistante en Gestion culturelle
Université libre de Bruxelles

Les médias sociaux se sont taillé une place dans le marketing et le rayonnement éducatif de presque tous les musées. Bien au-delà de l'effet de mode, le web 2.0 dépasse les sites internet classique et leur apporte une nouvelle dimension : celle d'aller chercher les internautes sur un terrain qui leur est très familier, qu'ils partagent avec leurs amis et relations informelles. Le fourmillement de cet écosystème et des nouveaux usages qui en sont faits ainsi que leur ancrage toujours plus grand dans notre quotidien, font des médias sociaux un véritable réflexe de communication, destiné à accompagner l'évolution de la société et des technologies de manière durable.

Les musées possèdent un patrimoine immense à partager avec le public. Les médias sociaux peuvent-ils les aider dans cette mission ? De nombreux musées ont investi Facebook et Twitter au cours des dernières années, mais quel est le sens de cette démarche ? Qu'est-ce que les musées en retirent réellement ? Et le public ?

L'importance de l'interaction

La différence fondamentale entre les médias sociaux et les médias traditionnels est la prédominance de l'interaction entre les usagers. L'information n'est plus unidirectionnelle comme dans les médias traditionnels, mais multidirectionnelle.

L'immédiateté de la circulation de l'information offerte par internet permettait déjà aux institutions de créer une vitrine universellement accessible. Les réseaux sociaux, ajoutant à cela l'interactivité et la viralité, permettent la dynamisation du bouche à oreille et, surtout, offrent la possibilité à l'institution de dialoguer avec ses usagers.

L'usage d'internet et des réseaux sociaux semble s'inscrire dans un mouvement général de déplacement de la sphère d'action et d'influence du musée. Celui-ci ne cherche plus seulement à influencer le visiteur pendant sa visite, mais aussi, de manière grandissante, en dehors de l'espace du musée, notamment au moyen d'expositions ou d'événements « hors-les-murs ». Internet et les médias sociaux peuvent être considérés comme une nouvelle forme d'espace public et la rencontre du musée et de son public dans ce nouvel espace n'est qu'un prolongement logique d'une tendance plus large¹.

N° 28 — 21
2015

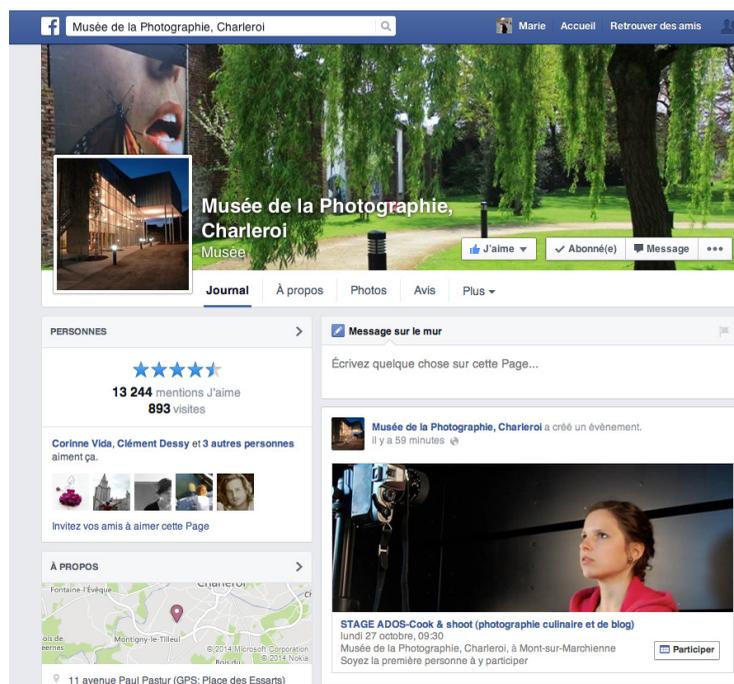


Fig 1. Page Facebook du Musée de la Photographie de Charleroi. Plus de 13.000 « amis » et de nombreuses publications d'expositions, concours, stages et activités diverses

1 A. I. Fernandez Otero, *Connectivity, collectivity and participation. Museums and the new public space*. Graduate School of Arts and Science, New York University. 16.04.2007.

La présence sur les médias sociaux : incontournable

Selon une étude de Xavier Degraux, consultant en médias sociaux, il existe 5,6 millions de comptes facebook ouverts en Belgique, dont 66 % se connectent quotidiennement. En se fiant donc uniquement au nombre actuel d'utilisateurs, on ne pourrait imaginer meilleure plateforme pour communiquer avec ceux qui visitent et qui apprécient déjà les musées.

Il est aujourd'hui devenu incontournable d'être présents sur les médias sociaux, ne fût-ce que pour une question de visibilité. Dans un monde où de plus en plus d'actions et d'interactions se font via les médias sociaux, la présence y devient presque une norme... même lorsqu'elle est non désirée par l'institution concernée. Dans le cadre d'une étude sur les réseaux sociaux pour les musées de Suisse allemande, exposée lors de la conférence *Museums and the Web*, Axel Vogelsang et Bettina Minder remarquent que, qu'ils le veuillent ou non, les musées sont sans doute déjà présents sur les réseaux sociaux... du fait de personnes étrangères à l'organisation². Ainsi, lors des ateliers organisés avec des musées dans le cadre de l'étude, l'un a « découvert que quelqu'un avait déjà créé une page Facebook en son nom ». Un autre « a été surpris de voir des photos sur Flickr laissant deviner qu'un visiteur avait escaladé une installation artistique afin d'avoir une meilleure vue ». De la même manière que lorsque, dans les jeunes années du web, un passionné d'art avait créé un site du « Musée du Louvre » qui

est passé pendant quelque temps pour le site officiel du Louvre...³

Dès lors, refuser d'aller sur les médias sociaux n'a plus vraiment de sens : une présence contrôlée est certainement préférable à une présence non souhaitée et non maîtrisée.



Fig 2. Compte Twitter du Centre de la Gravure et de l'image imprimée

Les réseaux sociaux numériques et les plateformes de partage de contenus sont de puissants outils de communication et d'information autour de l'actualité du musée : il est possible d'y diffuser les informations relatives à leurs expositions, aux spectacles et concerts, aux activités culturelles et aux manifestations scientifiques.

² Claire Besset, *L'usage des médias sociaux par les musées : potentiels et réalisations*, Université Paris 1, Juin 2011, p.16. http://www.culture-et-management.com/uploads/org/693_memoire_musees_et_medias_sociaux_claire_besset_6d02aa26c78294b9ef19ca6952c6d84d.pdf (consulté le 15.09.2014).

³ P. Walsh, *The Web and the unassailable voice*. En ligne sur <http://www.museumsandtheweb.com/mw97/speak/walsh.html> (consulté le 15.12.2015).

Ils y partagent aussi des contenus enrichis autour des expositions et des collections, par exemple à travers des albums de photos thématiques sur Facebook, préparés avec les conservateurs. L'ensemble de ces fonctions viennent compléter les outils traditionnels et permettent de répondre aux missions qui sont celles des musées : documenter, conserver et exposer le patrimoine public, mais aussi accueillir et informer les visiteurs.

Préparer ou prolonger l'expérience de visite

L'une des stratégies souvent évoquées à propos de l'usage d'internet par les musées est la prolongation de l'expérience de visite. Internet permet aux internautes de venir consulter le site du musée, de préparer sereinement leur visite, en choisissant l'exposition qu'ils iront voir, les horaires, etc. Cet usage-ci concerne donc principalement les visiteurs du musée.

Les médias sociaux complètent cette démarche. Facebook en est un bon exemple : sur une page créée par un musée, il est possible de diffuser des informations d'ordre pratique, des actualités (comme l'annonce d'une exposition) tout comme des contenus ou des informations plus spécifiques (documents audiovisuels, dialogues ou informations à propos d'une œuvre, etc.). Par ailleurs, le réseau social s'inscrit dans une logique relationnelle et qui peut être durable. Une personne qui devient « amie » avec la page Facebook d'un musée sera prévenue des actualisations qui sont apportées à cette page et sera ainsi invitée à aller voir le nouveau contenu. Le musée sera donc plus visible pour cette personne et la démarche d'aller chercher un contenu culturel ou des informations sur la page de celui-ci sera facilitée.

Les médias sociaux centrés sur le partage de contenu, tels que Youtube pour le partage de

vidéos ou Flickr, Pinterest et Instagram pour les photographies, sont également un moyen de maintenir et d'amplifier la diffusion des connaissances rassemblées à l'occasion d'une exposition, en particulier lorsqu'elle est terminée.

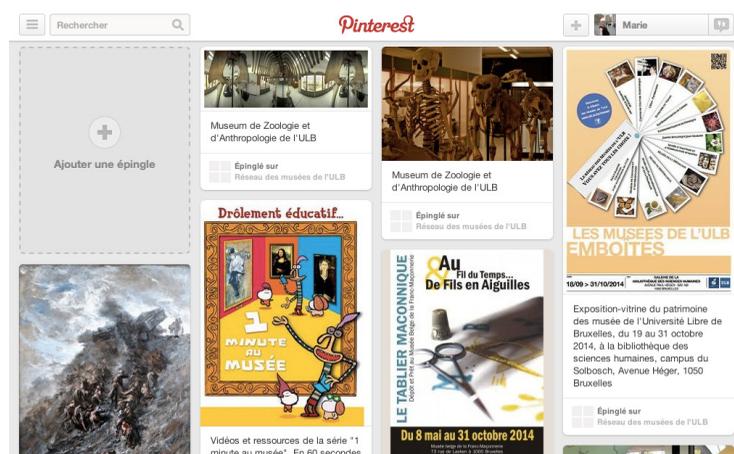


Fig 3. Mur Pinterest du Réseau des Musées de l'ULB – Photos « épinglées » du Muséum de Zoologie et d'Anthropologie de l'ULB

Toucher des publics nouveaux

Les médias sociaux permettent-ils vraiment de toucher des publics nouveaux ? Il s'agit là d'une question importante pour ces institutions, car elle relève de leur mission de diffusion de la culture vers un public toujours plus large. La cible jeune, notamment, très présente sur la toile, est une cible cruciale.

Cependant, la présence d'un musée sur un réseau social est-elle suffisante pour toucher des publics nouveaux ? Rien n'est moins sûr. Suivre l'activité de n'importe quelle entité sur un réseau social requiert une démarche active de la part de l'internaute, si minime soit-elle : il doit déclarer son intérêt pour celle-ci en « aimant » la page Facebook ou en décidant de « suivre » l'organisation sur Twitter, par exemple. Il doit donc préalablement y trouver un intérêt. Si cet intérêt

préalable n'existe pas, ou si l'institution ne trouve pas le moyen de le susciter, l'internaute n'accèdera pas à son espace et à ses publications sur le réseau social ou alors n'y reviendra pas.

De prime abord, donc, il est difficile de conquérir sur les réseaux sociaux un public qui ne s'intéresse pas au musée en général, sans travailler à susciter cet intérêt. Il est alors possible d'exploiter la principale caractéristique du réseau social, son essence même : sa nature de réseau. Réseau entre les personnes, mais aussi entre les contenus, entre les concepts, entre les centres d'intérêt. Ainsi, il est possible d'intéresser à la démarche et au contenu d'un musée des internautes qui ne s'y intéressent pas de prime abord, par le biais d'un intérêt voisin. Par exemple, grâce au médium des photographies et à la plateforme Flickr, les photographies de nombreux musées ont gagné un nouveau public : celui qui est intéressé par la photographie et qui est d'abord venu consulter les images du musée en raison de cet intérêt pour la photographie en général, et non pour le musée en particulier.

Réduire la "distance culturelle"

Dominique Bourgeon-Renault décrit ce phénomène de « distance culturelle » qui peut s'installer et jouer comme un frein à la consommation culturelle⁴. Cette distance culturelle peut être un facteur d'autocensure dans les décisions de consommation culturelle ou entraîner un désintérêt issu de l'incompréhension.

Par le dialogue, par une communication plus familière, par l'utilisation de concours valorisant les participations des internautes, un réseau social comme Facebook peut être un outil précieux pour réduire cette distance culturelle.

À cet égard, la stratégie de la Tate Gallery sur Facebook est un exemple intéressant : toutes les semaines, la Tate publie un message annonçant « *Today, the weather is like* » (*Aujourd'hui, le temps est comme sur...*) et montrant une œuvre de sa collection, caractérisée par un temps similaire à celui de la journée en question (beau temps, nuageux, orageux, etc.). Cette habitude pourrait prêter à sourire, mais elle est en réalité très habile : elle permet d'ouvrir des regards non initiés à des œuvres d'art grâce à un point d'entrée très accessible (presque un lieu commun en réalité) : le temps qu'il fait. Il ne s'agit pas de rendre l'art aussi commun et accessible que la météo. Il s'agit d'intéresser à l'art, de faire découvrir des œuvres, en partant d'éléments familiers. De telles comparaisons ne seraient pas bienvenues sur un site institutionnel, mais le réseau social est l'endroit approprié pour les faire. Un autre exemple est le concours de beauté organisé par le « Community manager » du Louvre sur Facebook. Parmi dix œuvres majeures, les internautes pouvaient élire leur *Miss Louvre 2013*⁵ et beaucoup se sont pris au jeu. Douze mille internautes ont ainsi « liké » la page et près de 600 ont voté en laissant un commentaire. Entre la Vénus de Cranach et la Belle Ferronnière, sur qui porterait votre choix ? Au-delà du caractère amusant de la proposition, voilà peut-être un moyen pour réconcilier avec la culture les personnes qui ne s'y intéressent pas.

Sur le web, les musées doivent trouver une nouvelle voix

Le recours à l'utilisation des médias sociaux entraîne bien entendu des conséquences pour les musées et quelques adaptations sont nécessaires.

Là où le web 1.0 permettait une communi-

4 D. Bourgeon-Renault, S. Debenedetti, A. Gombault & C. Petr, *Marketing de l'art et de la culture*, Paris, Dunod, 2009.

5 <https://www.facebook.com/media/set/?set=a.10151272843804926.460746.23680604925&type=1> (consulté le 30.09.2014).

cation « descendante », exprimant la voix de l'autorité et de l'expertise, le web 2.0 laisse tout un chacun s'exprimer, dans un esprit participatif. Cela implique donc pour le musée de se défaire, sur les réseaux sociaux du moins, du mode de communication qui lui est le plus familier, la voix de l'autorité. C'est la communication traditionnellement employée dans les brochures, les cartels, les sites institutionnels. Une communication qui admet un émetteur expert, le musée, et des récepteurs, le public. Ce dernier n'a, dans ce mode de communication, pas son mot à dire – ce qui n'est dans l'absolu pas forcément une mauvaise chose, puisqu'il n'est pas détenteur de l'expertise.

Par la manière dont sont configurées les plateformes de réseaux sociaux, les institutions et les particuliers sont placés presque sur le même plan. Si l'on prend l'exemple de Twitter, rien ne distingue le compte d'un musée de celui d'un utilisateur. Sur Flickr, n'importe qui peut créer un groupe et mettre en ligne une collection de photographies. Sur Facebook, les organisations peuvent avoir des « pages », contrairement aux utilisateurs qui ont des « profils », mais le principe et, surtout, la charte graphique restent les mêmes. Les possibilités de personnalisation sont en général assez faibles. Rien de particulier ne distingue donc l'émetteur institutionnel des autres utilisateurs, hormis une petite photo « d'identité ». Par ailleurs, la possibilité pour n'importe quel utilisateur de rediffuser une information émise par un musée contribue encore à la confusion sur la provenance de l'information. La dilution de l'autorité, liée au web 2.0, amène donc une remise en cause de l'asymétrie entre le musée et son public.

Une remise en question de la place du public

Puisque c'est une relation de dialogue qui est vouée à s'établir sur les médias sociaux, que faire de la voix du public ? Certains musées comptent des milliers, voire des dizaines de milliers de fans sur Facebook. Quelle place donner à tous ceux qui manifestent leur intérêt ?

Les réseaux sociaux améliorent les échanges entre les publics et l'institution, mais aussi entre les visiteurs eux-mêmes. Ces outils leur donnent la possibilité de s'approprier les contenus proposés par les musées, ils offrent de s'exprimer, de communiquer, de créer des contenus originaux qui viennent compléter le propos d'une exposition : messages courts ou articles de blogs documentés, photos prises pendant la visite ou vidéos montées par des



Fig 4. Annonce sur Twitter de la soirée dédiée aux fans Facebook du Musée Eugène-Delacroix : une utilisation optimale des réseaux et interconnexions des médias sociaux par le Musée du Louvre

amateurs passionnés. Les publics sont ainsi associés à la médiation, en créant eux-mêmes des contenus qui feront référence pour leurs pairs.

Toutes ces contributions aident à développer le sentiment d'appartenance à la communauté « musée ». Le Louvre l'a bien compris et le gestionnaire de la page Facebook du musée anime ce réseau en proposant aux internautes de commenter des œuvres mises en ligne. Le musée organise même une soirée Facebook annuelle au Louvre, où 500 fans sont invités, ainsi qu'une soirée au musée Delacroix, avec plus de 200 invités.

Les musées ont tout intérêt à valoriser autant que possible la participation du public pour alimenter le dynamisme de la communauté des internautes. Chaque fois que possible, le musée a tout à gagner à mettre en valeur les photos, les vidéos et les articles de blogs que leurs publics produisent pendant ou après leur visite... tout en veillant à garder un certain contrôle sur ce qui est produit.

Car permettre et même susciter l'expression des internautes et l'interaction est une porte ouverte sur d'éventuels débordements. Gérer ces imprévus est une pratique à laquelle les musées ne sont pas habitués. Ainsi, le forum ouvert par le Château de Versailles pour l'exposition Jeff Koons a été envahi par des groupes organisés et hostiles à l'exposition. Le forum a donc dû être fermé. Il est donc évident que des plates-formes 2.0 nécessitent une modération. Mais, sans aller jusqu'à des exemples aussi extrêmes, on peut imaginer des formes d'expression dérangeantes pour les musées. Que faire face à des messages qui remettraient en cause une théorie artistique ou scientifique concernant une œuvre exposée au

musée par exemple ? Ce message peut-il rester sans réponse, au risque de générer un malaise parmi les internautes qui auront lu la question et ne verront pas de réponse apparaître ? Les musées ont-ils la possibilité de s'engager dans un dialogue (qui serait sûrement très enrichissant pour les internautes, voire pour le musée aussi) ? Cela nécessiterait des ressources et l'implication de spécialistes...

En effet, des échanges intéressants et une réelle médiation ne peuvent naître que si l'on implique les conservateurs ou, du moins, d'autres personnes du musée que l'équipe chargée de la stratégie numérique ou du seul pôle communication. Pour assurer la cohérence du message porté par l'institution, il est important que les commissaires des expositions et les conservateurs des collections se sentent concernés par la démarche. Cette transversalité est essentielle, elle est la clé d'une présence efficace sur les réseaux sociaux.

Adapter les moyens aux objectifs

Les grandes institutions culturelles ont compris que, loin d'être une mode, le partage et la recommandation sociale sont aujourd'hui des pratiques courantes des internautes. Les musées ne peuvent plus faire l'économie d'une stratégie numérique intégrée à leur stratégie globale d'établissement. Cela dit, il semble important d'être réaliste et d'adapter ses efforts à ses publics : tous les musées ne sont pas obligés d'être présents sur tous les réseaux sociaux. Pinterest ou Instagram (sites de partage de photos), par exemple, répondent à des logiques et à des pratiques spécifiques ; il ne faut pas y être « pour y être », mais il faut déterminer une stratégie numérique qui rentre en cohérence avec la stratégie globale de l'établissement.



Fig 5. Participation du Théâtre de Liège au rendez-vous hebdomadaire #jourdefermeture

Il est important de considérer, lorsque l'on construit une stratégie sur les médias sociaux, quelles sont les composantes que l'on privilégie et de choisir les médias utilisés en fonction de cela. Choisir des plateformes aux dominantes complémentaires permet de mettre en œuvre une stratégie complète et efficace : par exemple, un musée peut choisir d'utiliser Youtube pour diffuser ses contenus de format vidéo (interviews d'artistes, reportages sur le montage d'une exposition) et Facebook (où la dimension relation est plus importante) pour dialoguer avec sa communauté et l'informer de la publication de nouveaux contenus sur Youtube, l'inciter à en débattre ou à les commenter, etc.

Beaucoup de musées utilisent simplement les réseaux sociaux comme un canal supplémentaire pour la diffusion de l'information, qui est par ailleurs disponible sur leur site inter-

net. Si cet usage peu ambitieux des réseaux sociaux n'apporte guère qu'une fenêtre de visibilité de plus au musée, c'est déjà un progrès important. Bien sûr, beaucoup de musées manquent de moyens pour mettre en œuvre une véritable stratégie sur les réseaux sociaux. Pourtant, même si l'on s'en tient à la diffusion de l'information, il pourrait être intéressant de diffuser sur les réseaux sociaux une information différente de celle que l'on peut trouver sur les sites des institutions. En effet, l'image de transparence et de confiance qui est associée aux réseaux sociaux et le caractère moins formel des propos qui y sont publiés les rendent propices à la diffusion d'informations sur les « coulisses » et le fonctionnement du musée. Tout ce qui montre, finalement, que le musée est une institution plus vivante qu'on ne le pense. Pourquoi le musée a-t-il choisi d'acquiescer telle œuvre plutôt qu'une autre ? Comment l'exposition X a-t-elle été organisée, quelle a été la ligne directrice qui a présidé au choix des œuvres ? Un réseau social comme Facebook, qui permet de publier des types de contenus différents, pourrait être utile pour une telle démarche. Un réseau tel que Twitter, plus destiné à la diffusion d'informations courtes en temps réel, pourrait l'être également, pour traduire plus ou moins « en direct » les décisions ou les arguments échangés dans les coulisses du musée. Un blog, plus adapté à de longs articles, sera le médium idéal pour rendre compte d'une problématique donnée. Ainsi, Sébastien Magro, responsable des nouveaux médias au musée du Quai Branly, a créé le hashtag #jourdefermeture⁶ à l'aide d'autres *community managers*. L'idée est de profiter du lundi ou du mardi, jours traditionnels de fermeture aux visiteurs, pour montrer la face cachée et poster des photos de lieux

⁶ <https://twitter.com/search?q=%23jourdefermeture>
(référence Twitter consultée le 29.09.2014).

a priori inaccessibles aux visiteurs en temps normal. Le musée Carnavalet, le Château de Versailles, Cluny, la Maison européenne de la Photographie, mais aussi le Musée d'Art et d'Histoire de Genève, le Musée de la Civilisation de Québec, le Théâtre de Liège... Nombreuses sont les institutions culturelles, à travers le monde, y compris en Belgique, à respecter ce rendez-vous hebdomadaire.

L'épineuse question des ressources

La stratégie du musée sur les médias sociaux, tout comme sa stratégie numérique de manière générale, pose la délicate question des ressources humaines. Qui doit gérer cette partie de l'activité du musée ? Selon les objectifs que le musée s'est fixés sur ce canal, l'investissement en termes de temps sera plus ou moins important.

Avoir une présence conséquente sur les médias sociaux nécessite une activité quotidienne.

Par ailleurs, si le musée souhaite les utiliser de manière optimale, dans un objectif de médiation, pour communiquer une information adaptée au médium et donc différente de celle que l'on peut trouver sur le site institutionnel, il faut pouvoir créer cette information. Qu'il s'agisse de regards sur les coulisses du musée ou de dialogues à propos d'œuvres, de billets de blogs ou de courts messages sur Facebook, il faut que la personne qui s'occupe des contenus diffusés sur les réseaux sociaux ait la compétence et l'autorisation pour les créer. Et le flux d'information, de manière optimale, doit être continu. Des moyens humains doivent être déployés en conséquence. Ainsi, le succès de la Tate Gallery sur internet s'explique en partie par l'équipe consacrée à la *Tate Online* : elle est composée de 13 personnes, qui travaillent soit au contenu, soit à la technique !

Évidemment, l'immense majorité des musées, qui disposent pour la plupart d'un budget très limité, ne peuvent investir que peu de ressources dans les médias sociaux. De plus en plus de « *community managers* » font cependant leur apparition dans les musées de taille moyenne, ce qui tend à prouver que la pertinence de l'utilisation des réseaux sociaux a fait son chemin, même si le retour sur investissement est très difficilement quantifiable, puisqu'il s'agit tout d'abord d'entretenir une relation sur la durée.

Les médias sociaux offrent tout de même un certain nombre d'indicateurs : nombre d'abonnés sur Twitter, de fans sur Facebook, nombre de commentaires... Facebook permet de savoir le nombre de fois qu'une page a été consultée ou partagée. Twitter a annoncé le lancement prochain d'un service « *Twitter Analytics* » qui, à l'image de Google Analytics pour les sites internet, permettra de suivre précisément l'activité et la popularité d'un compte Twitter. Youtube et Flickr permettent de comptabiliser le nombre de fois qu'une photographie ou une vidéo a été visionnée.

Ces indicateurs sont précieux pour suivre le succès de la stratégie 2.0 du musée. La difficulté réside probablement à traduire ce succès en un équivalent monétaire : quelle est la valeur d'une vidéo visionnée pour le musée ? Quelle est la valeur d'un échange avec un internaute sur une page Facebook ? Quelle est la valeur d'une relation à long terme avec une communauté ? C'est à chaque institution de répondre à cette question.

Conclusion

Une stratégie sur les 2.0, pour réellement porter ses fruits, doit être mûrie avec soin pour être en synergie avec la stratégie globale et les objectifs du musée. Les médias sociaux doivent être considérés comme des outils au service d'un objectif précisément défini et atteindre cet objectif requiert, s'il est ambitieux, un investissement réel de la part des musées en termes de temps humain, ce qui se traduit donc forcément par un investissement financier dans ces ressources humaines. Cela requiert également un investissement en temps et en énergie de la part de membres du personnel du musée qui détiennent l'expertise et pas seulement de la part des membres de l'équipe dédiée au numérique – il y a donc là deux enjeux primordiaux : trouver les ressources financières nécessaires à l'investissement et trouver les arguments nécessaires pour convaincre les experts du musée d'apporter leur expérience vers le public sur les médias sociaux, de la même manière qu'ils pourraient le faire dans le monde réel, lors de conférences, de visites guidées, de rédaction de catalogues d'exposition, etc.

Les médias sociaux sont un moyen formidable de toucher un très large public. Ils permettent de commencer à interagir avec celui-ci, d'éveiller son intérêt et sa soif de savoir, pour l'inciter à approfondir ses connaissances et sa culture, soit sur les sites institutionnels des musées, soit lors de visites réelles... Sans permettre un dialogue profond avec les internautes, ils permettent cependant des échanges légers et ont surtout

le mérite de fournir un espace d'expression aux internautes qui ressentent le besoin de s'exprimer. Un autre de leur avantage est de permettre d'aller chercher les internautes là où ils sont et de contribuer à réduire la distance culturelle qui est parfois un frein à la visite, en donnant à celle-ci une image plus humaine et accessible. En faisant appel à des contributions du public, ils permettent également de stimuler une implication plus grande du public dans la culture au sens large, et dans la vie du musée concerné plus particulièrement.

Internet peut faire de grandes choses pour les musées. Les médias sociaux aussi. Et, en retour, les musées peuvent y apporter beaucoup également. Détenteurs d'une expertise et d'un patrimoine culturel et scientifique important, ils ont la possibilité d'enrichir considérablement la communauté numérique. Tous ces éléments font des médias sociaux un territoire fertile pour les musées. Le défi principal reste probablement d'en persuader certains musées eux-mêmes...

BIBLIOGRAPHIE

A. I. Fernandez Otero, *Connectivity, collectivity and participation. Museums and the new public space*, Graduate School of Arts and Science, New York University, 16.04.2007.

P. Walsh, *The Web and the unassailable voice*. En ligne sur <http://www.museumsandtheweb.com/mw97/speak/walsh.html> (consulté le 15.12.2015).

D. Bourgeon-Renault, S. Debenedetti, A. Gombault & C. Petr, *Marketing de l'art et de la culture*, Paris, Dunod, 2009.

Le Mundaneum et les expositions virtuelles, Retour sur l'expérience avec Google Cultural Institute

Raphaèle Cornille

Responsable des collections iconographiques et des projets numériques

Conscient des changements profonds que les nouvelles technologies ont apportés aux métiers du patrimoine depuis une dizaine d'années, c'est tout naturellement que le Mundaneum a décidé d'intégrer celles-ci dans les différentes activités du centre d'archives.

De la numérisation des archives et collections à l'intégration des technologies dans ses expositions *in situ*, le Mundaneum a également réfléchi aux nouvelles formes de valorisations permises par ces technologies : diffusion via des bases de données et des plateformes en ligne, Serious Game et, bien entendu, expositions virtuelles.

Depuis 2012, le Mundaneum a réalisé neuf expositions en ligne à partir de ses archives et collections.

Dans cet article, je me propose de revenir sur l'expérience du Mundaneum lors de la conception de la première exposition virtuelle, depuis le choix du sujet jusqu'à sa mise en ligne sur le Google Cultural Institute.

Google Cultural Institute ou quand le Mundaneum s'expose en ligne

L'occasion nous est donnée d'expérimenter ce nouvel outil de valorisation que sont les expositions virtuelles lorsqu'en juin 2012¹, Google nous propose d'intégrer la plate-forme Google Cultural Institute (GCI). Inauguré en 2011, le GCI permet aux institutions de présenter leurs collections en ligne et de valoriser celles-ci par la conception d'expositions virtuelles.

Le Mundaneum trouve alors une place au milieu d'institutions telles que le Nelson Mandela Digital Archive Project, le YadVashem ou encore le Smithsonian's National Portrait Gallery. Formidable opportunité pour le Mundaneum, qui voit dans ce projet la possibilité d'un rayonnement international de ses archives et collections. Au moment de choisir le sujet de la première exposition, celui-ci ne fait aucun doute : l'exposition retracera l'histoire du Mundaneum sous l'angle des origines de l'internet² et servira de « carte de visite » à l'institution.

À ce moment, aucune difficulté ne semble se présenter à nous pour la réalisation de ce projet. Nous connaissons (parfaitement) le sujet présenté, avons à notre disposition de nombreux textes et une quantité non négligeable de documents déjà numérisés pour illustrer le propos.

Par ailleurs, le Mundaneum a une longue expérience dans la conception d'expositions. Dès son installation à Mons en 1993, les équipes en place n'ont de cesse de promouvoir les archives et l'histoire du Mundaneum par l'organisation d'expositions, alors même que l'espace muséal n'est pas ouvert. Mais c'est sans compter sur l'outil technologique qui, bien qu'apportant une plus-value, va également ébranler nos certitudes et nous obliger à reconsidérer notre méthode de travail.

Nous avons donc rédigé le plan de l'exposition, en gardant à l'esprit qu'il s'agissait d'une consultation via écran d'ordinateur et donc que les textes se devaient d'être clairs et concis.

¹ La collaboration entre le Mundaneum et Google date de janvier 2012. Quelques mois plus tard, Google nous propose d'intégrer la plate-forme Google Cultural Institute en tant qu'institution pilote pour la Belgique.

² Les origines belges de l'internet ont été reconnues le samedi 2 juin 2012 au World Science Festival à New York.

L'INVITATION AU MUSÉE

Le Mundaneum et les expositions virtuelles, Retour sur l'expérience avec Google Cultural Institute

N° 28 — 31
2015

J'avais eu l'occasion de m'atteler à ce type d'exercice pour l'exposition *Renaissance 2.0*. Une borne interactive présentait le Mundaneum et il m'avait été demandé de rédiger un texte sur l'histoire de l'institution, la contrainte étant que le texte ne devait pas dépasser 4.000 caractères (espaces non compris). Il faut avouer que l'exercice n'était pas aisé lorsque l'on connaît la complexité du sujet et je dus m'y réessayer à plusieurs reprises pour obtenir un texte cohérent.

La frustration liée à cette réduction de l'écrit était compensée par une mise en valeur d'un grand nombre de documents numérisés. En effet, les outils interactifs sont conçus essentiellement pour valoriser des images et pas du texte. C'était le cas pour la borne dans l'exposition *Renaissance 2.0* et c'est encore vrai pour les expositions virtuelles.

Une fois le travail préparatoire terminé, il ne nous restait plus qu'à passer à la partie technique.

Les origines de l'internet en Europe, première exposition virtuelle et premiers soucis techniques

Réaliser une exposition en ligne, c'est se familiariser avec un nouvel outil et une procédure bien définie. Il ne s'agit pas de simplement cliquer-glisser des images dans une galerie de présentation. Nous parlons ici d'une véritable exposition alliant scénario et illustrations, le tout configuré dans un langage capable de s'intégrer à l'outil de conception du Google Cultural Institute.

Les premiers échanges avec l'équipe du Google Cultural Institute ont débuté en juin 2012. Aux écueils de la distance – le GCI est situé à Paris – s'ajoutent les difficultés des échanges en anglais sur des questions quelque peu techniques. Nous sommes heureusement

familiarisés avec ce vocabulaire, mais il est aisé d'imaginer les difficultés pour une équipe qui ne l'est pas.

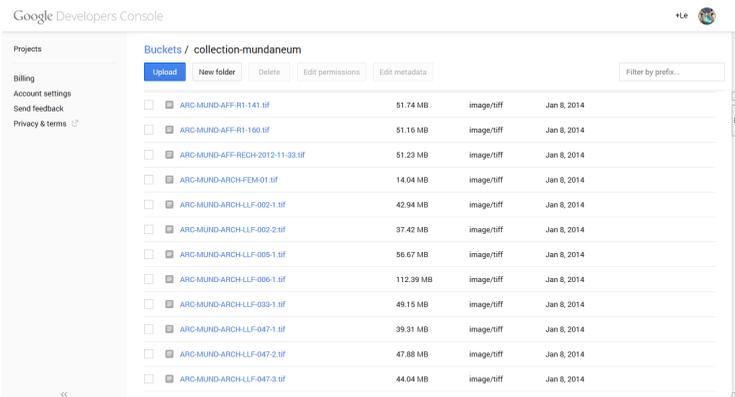


Fig 1. L'outil Google Developers Console

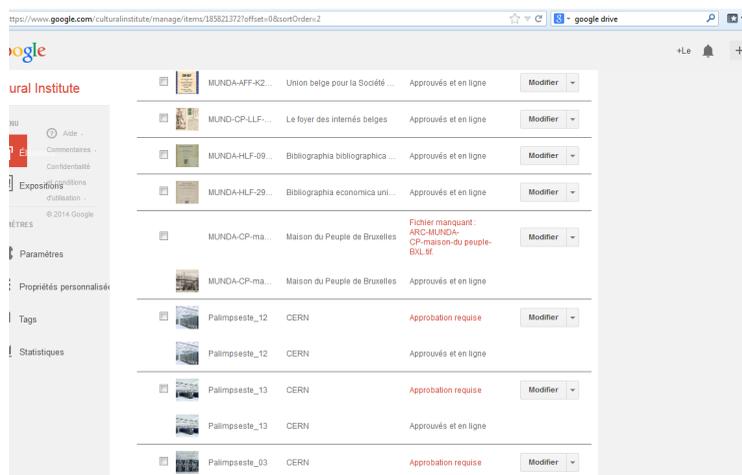


Fig 2. L'outil Cultural Institute Manage

Quatre outils Google sont utilisés pour la réalisation de ce projet : Google Drive, qui permet d'exporter les métadonnées sous format .csv ; Google Developers Console, un espace de stockage pour télécharger les images ; Cultural Institute Manage, outil dans lequel est importé le fichier de métadonnées et qui fera le lien

L'INVITATION AU MUSÉE

Le Mundaneum et les expositions virtuelles, Retour sur l'expérience avec Google Cultural Institute

N° 28 — 32
2015

entre ces dernières et les images ; et Cultural Institute Curate, l'outil de conception d'exposition.

La première étape technique consiste à rédiger les métadonnées selon un tableau Excel défini par Google. Ce fichier permettra l'intégration des images dans la plate-forme.

Ce tableau reprend des informations assez sommaires : l'identifiant, le titre, une description, la couverture spatiale, les dates extrêmes du document (date start et date end), le type de ressource (archive, image, vidéo), l'identifiant numérique, les droits d'utilisation et le lien vers le site web du Mundaneum.

Compte-tenu du caractère international de la plate-forme, certains des champs sont dédoublés et complétés en français et en anglais. Ce fichier de métadonnées sera complété à chaque exposition ultérieure. Les expositions virtuelles peuvent contenir différents types de fichiers : des images et des vidéos. Les vidéos doivent être téléchargées sur une chaîne YouTube et c'est l'adresse YouTube de la vidéo qui est indiquée dans le tableau en guise d'identifiant numérique.

Le fichier Excel est ensuite enregistré en format .csv via Google Drive. Les images sont importées dans la console Google Developers et le fichier .csv est téléchargé sur le Cultural Institute Manage.

Et c'est là que les premiers soucis commencent, avec l'apparition de messages d'erreurs dans le Google Developers Console. En effet, si l'un des champs de métadonnées n'est pas rédigé dans le format adéquat, si une virgule ou un point n'est pas à la bonne place, le système ne peut lier les métadonnées aux images et l'intégration de ces dernières est impossible.

Il faut donc faire preuve de beaucoup de patience lorsque des messages d'erreur ne cessent d'apparaître sur votre écran sans que vous en compreniez la raison. Pourquoi ce système ne reconnaît-il pas l'adresse du site Mundaneum www.mundaneum.org ? Parce que le système veut http://. Ces détails semblent anodins, mais prennent toute leur importance lorsque vous utilisez des outils technologiques, d'où l'intérêt de bien préparer le travail pour éviter de répéter la procédure à plusieurs reprises.

Lorsque toutes les images sont intégrées à la console, il suffit de les valider pour qu'elles soient accessibles dans l'outil de curation.

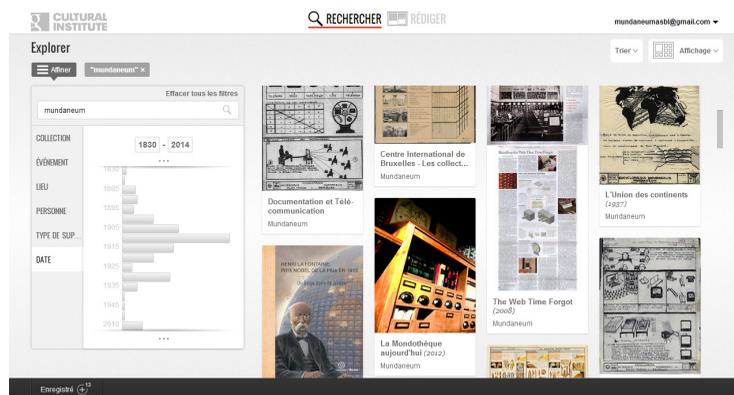


Fig 3. Les images de la collection Mundaneum présentées sous forme de grille dans l'outil de curation

L'outil de conception d'exposition virtuelle Cultural Institute Curate : vers une nouvelle forme d'écriture

L'ensemble des images importées dans l'outil de curation se présente sous forme d'une grille ; lorsque l'on clique sur une image, celle-ci apparaît en grand format et est associée à une fiche descriptive qui correspond aux métadonnées. Il suffit de sélectionner les

Le Mundaneum et les expositions virtuelles, Retour sur l'expérience avec Google Cultural Institute

images nécessaires à l'exposition en les glissant dans la galerie de conception en bas de l'écran.

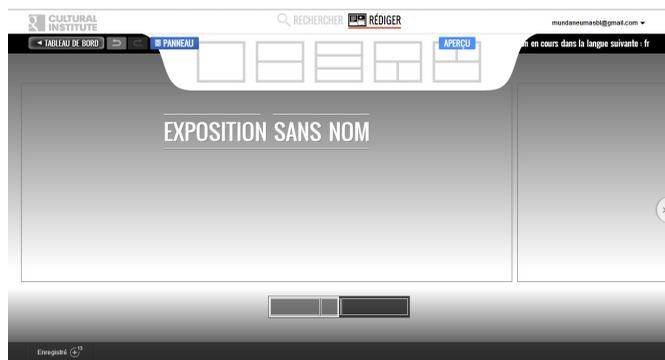


Fig 4. Conception de l'exposition : choix des cadres de présentation

Il faut savoir que le nombre d'images importables dans la plate-forme n'est pas limité, ce qui permet d'intégrer plus de documents que le nombre nécessaire à l'illustration de l'exposition. En effet, la plate-forme Cultural Institute a une double utilisation : présenter les collections de l'institution et valoriser celles-ci par des expositions virtuelles. Tous les documents importés sont donc accessibles au public par le biais du moteur de recherche interne. Pour l'exposition *Les origines de l'internet en Europe*, soixante documents ont été téléchargés et, parmi ceux-ci, seuls trente-deux ont été utilisés.

L'outil de curation est relativement simple à appréhender. L'exposition se conçoit sous la forme d'une succession de « panneaux » dont le modèle est choisi en fonction des besoins. Cinq modèles différents sont disponibles : un cadre unique pour présenter une image sans texte mais avec légende, deux cadres pour deux images ou une image + texte, etc. Les images sont « glissées » dans les panneaux et

le texte peut facilement être copié-collé à partir d'un document Word.

Sur base du scénario rédigé en amont, nous avons organisé la succession des panneaux, en faisant alterner les différents modèles disponibles dans le but d'insuffler un certain rythme à la présentation. Si l'ajout des images aux panneaux s'est révélé chose aisée, il n'en fut pas de même pour le texte.

Bien qu'ayant préparé celui-ci, en veillant à ce qu'il ne soit pas trop long pour répondre aux contraintes d'une lecture sur un écran d'ordinateur, force a été pour nous de constater qu'il devait encore être réduit. Les panneaux à cadre unique acceptent jusqu'à 1.700 caractères (espaces compris), alors que les panneaux à deux cadres n'en acceptent que 350 chacun. Si le texte dépasse les dimensions du cadre, l'utilisation de l'ascenseur est nécessaire, la lecture est moins aisée et l'on voit alors un risque que le « visiteur » abandonne.

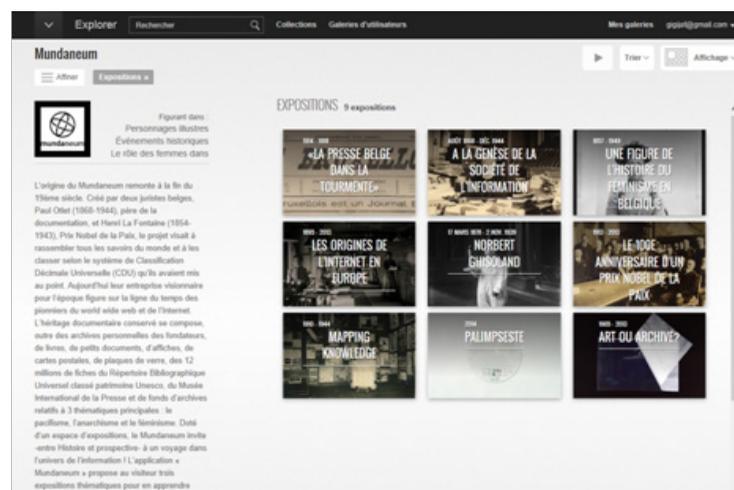


Fig 5. Panorama des expositions virtuelles du Mundaneum. L'exposition Palimpseste a été réalisée dans le cadre de la collaboration avec l'artiste Philippe Braquier

Le Mundaneum et les expositions virtuelles, Retour sur l'expérience avec Google Cultural Institute

Pour remédier au problème des textes, deux solutions s'offraient à nous : retravailler certains paragraphes pour en réduire la taille ou scinder le texte sur plusieurs panneaux. Ce remaniement du texte a alors engendré un remaniement dans la structure de l'exposition, notamment en nous obligeant à modifier le type de certains panneaux. C'est bien là l'un des avantages des expositions virtuelles sur les expositions *in situ* : la structure « scénographique » n'est pas figée et peut évoluer au fur et à mesure de sa conception sans poser trop de difficultés, alors qu'il n'est pas imaginable de modifier toute la mise en scène d'une exposition au moment même de son montage dans le lieu.

Une option intéressante que l'outil de curation propose est la publication des expositions dans d'autres langues. Là encore, la manœuvre est simple : dans le panneau de configuration de l'exposition, il suffit de choisir le menu « Traductions » et d'ajouter les langues souhaitées. Il faut alors remplacer, dans la structure d'origine de l'exposition, les textes en français par les textes traduits. Au total, vingt-deux langues différentes sont disponibles.

Lorsque nous avons débuté le travail sur le GCI, cette option n'était pas encore active, mais c'est sans difficulté que nous avons procédé à la traduction de l'exposition après sa validation. Les expositions du Mundaneum sont accessibles en trois langues : français, néerlandais et anglais.

La possibilité de publication multilingue est un facteur non négligeable de plus-value de ces expositions virtuelles. Il n'est plus envisageable aujourd'hui de produire une exposition ou tout autre support de valorisation dans une seule langue. Mais, comme pour une exposition *in situ*, il s'agit d'un élément dont il faut tenir

compte lors du travail préparatoire de conception de l'exposition, car il aura une incidence sur le planning et sur le coût de réalisation. Dans le cas du Mundaneum, nous n'avons pas, en interne, le personnel qualifié pour traduire les textes des expositions. Nous devons donc nous adresser à une société externe, dont la prestation a un coût et dont les délais de livraison des traductions sont variables. Cette dernière donnée doit être intégrée, surtout si la date de publication de l'exposition coïncide avec une date anniversaire.

N° 28 — 34
2015

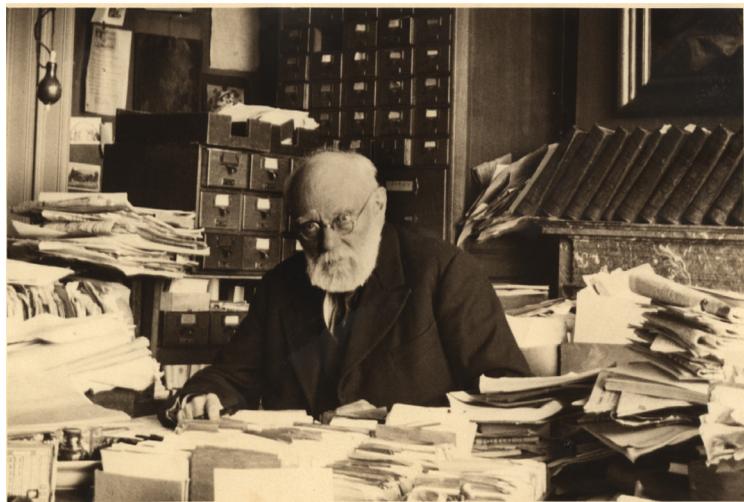


Fig 6. Paul Otlet à son bureau, Bruxelles, 1937

Une dernière relecture et notre première exposition virtuelle est approuvée par l'équipe du Mundaneum et par l'équipe de Google en octobre 2012.

Début 2013, une seconde exposition consacrée à Henri La Fontaine est mise en ligne pour célébrer le centenaire de l'attribution de son prix Nobel de la paix. Le 8 mars de la même année, Léonie La Fontaine et son action féministe sont mises à l'honneur pour la « Journée

Le Mundaneum et les expositions virtuelles, Retour sur l'expérience avec Google Cultural Institute

de la Femme ». En plus de cette exposition, une centaine de documents féministes issus de nos différents fonds sont désormais accessibles sur la plateforme Google Cultural Institute, une première dans la valorisation de cette thématique au Mundaneum.



Fig 7. Le Répertoire Bibliographique Universel, Bruxelles, 1900

La cinquième exposition virtuelle du Mundaneum abordait le statut de la presse dans la période tourmentée de la Grande Guerre. Bien qu'il s'agisse de notre cinquième réalisation, il nous paraît présomptueux de nous déclarer « experts » en la matière. Même si nous concevons les expositions avec plus de facilités, les aspects plus techniques peuvent encore nous poser problème.

En conclusion

L'intégration du Mundaneum au sein du Google Cultural Institute s'est révélé une formidable opportunité de valorisation de nos fonds et collections. Cet outil nous permet de

faire des focus sur des documents ou des thématiques peu ou pas connus et pour lesquels aucune autre valorisation n'était envisagée. Dans la programmation d'une institution, il est nécessaire de faire des choix et de prioriser les fonds à mettre en évidence. Cette plateforme nous permet « d'étoffer notre offre ». Nous pouvons publier à notre propre rythme et planifier les interventions pour répondre à des dates anniversaires.



Fig 8. Portrait de Léonie La Fontaine. Collection de négatifs sur verre de la collection Henri La Fontaine. Sd.

Si, pour le Mundaneum, il était presque naturel d'aller vers les nouvelles technologies, ce n'est peut-être pas le cas des autres institutions. Dès son installation à Mons, l'asbl Mundaneum conçoit un site internet, se dote d'une base de données électronique (pas encore accessible sur le Web, nous sommes en 1996) et acquiert du matériel de numérisation pour favoriser la diffusion des archives et collections.

Le Mundaneum et les expositions virtuelles, Retour sur l'expérience avec Google Cultural Institute

Par ailleurs, plusieurs membres du personnel marquent un intérêt pour l'utilisation des nouvelles technologies et pour l'apport de celles-ci dans la valorisation des collections. C'est mon cas : dès mon arrivée au Mundaneum en 2002, je me suis intéressée aux technologies me permettant de faire connaître le Mundaneum auprès des différents publics. De nombreuses ressources et logiciels sont disponibles, tant pour des projets de publication que pour la conception d'animations pédagogiques.

Les expositions en ligne ont bien entendu éveillé mon intérêt mais, malgré mon expérience dans l'utilisation des technologies, je dois avouer que la conception d'expositions virtuelles n'est pas si facile que cela en a l'air au premier abord.

Décider de publier des expositions en ligne est une décision qui ne doit pas se prendre à la légère et mérite une réflexion approfondie avec l'ensemble du personnel de l'institution qui sera impliqué dans un tel projet. Comme on a pu le lire dans cet article, il n'est pas si simple d'utiliser ces nouveaux outils de valorisation et cela pourrait même se révéler une contrainte pour certains, peu habitués à ce genre d'exercice. Intégrer les nouvelles technologies implique un changement dans notre méthode de travail, dans notre réflexion et certaines personnes ne sont pas prêtes à cela et c'est bien compréhensible.

Si la conception « intellectuelle » de l'exposition peut être confiée à toute personne capable de traiter le sujet, il me semble essentiel que la partie technique soit réalisée par une personne possédant certaines connaissances en informatique ou, dans tous les cas, désireuse de s'impliquer dans cette partie du projet, consciente des difficultés techniques et prête à y faire face. Confier ce travail à une per-

sonne qui ne se sent pas à l'aise avec ces outils risque de mettre en péril le projet et le résultat obtenu ne sera pas celui espéré.



Fig 9. Les tiroirs du Répertoire Bibliographique Universel au Mundaneum, 2013 – Cl. Patrick Tombelle

À l'heure du tout numérique, on a tendance à penser que les technologies sont incontournables et, même si je pense qu'elles peuvent apporter une plus-value dans notre travail et que je suis de ceux qui font leur promotion, je suis également convaincue qu'il faut les utiliser à bon escient : « trop de technologie tue la technologie ».

J'ose espérer que ce partage d'expérience pourra aider d'autres institutions et les invite à découvrir nos expositions virtuelles sur <http://digitalarchives.mundaneum.org/home>.

Proposer un guide du visiteur virtuel sur iPad

Une expérience menée au Musée de Louvain-la-Neuve

Sylvie De Dryver

Responsable du Service aux publics

François Degouys

Responsable du Service expositions et éditions

Depuis longtemps, le Musée de Louvain-la-Neuve s'intéresse aux nouvelles technologies et à leur utilisation dans les expositions. La diversité de ses collections constitue un réel défi pour la conception de dispositifs de médiation. Le musée a pourtant tenté de développer des outils d'aide à la visite sur support multimédia. Le dernier en date est un guide du visiteur virtuel sur iPad. Une présentation de ce dispositif et de son utilisation est reprise ci-dessous, suivie des enseignements que le musée en a tirés pour l'avenir.

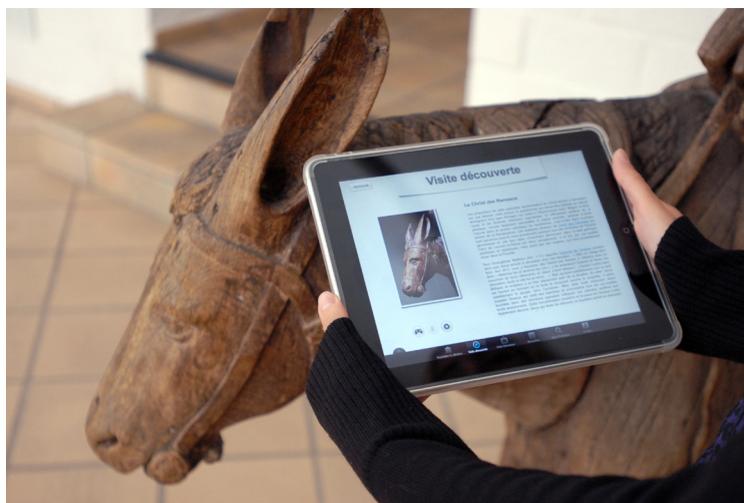
Quand les bornes multimédias deviennent nomades

Dès 1989, le musée met au service de ses visiteurs une borne interactive permanente dans une de ses salles d'exposition, ce qui lui vaut d'être un des musées pionniers en la matière. Les années 1990 sont rythmées par le développement de toute une série d'autres bornes multimédias. Mais, progressivement, la nécessité se fait ressentir de rendre plus fluide la circulation dans les salles, en cherchant une alternative aux bornes fixes. Dès 2001, les parcours de visite sont renouvelés en mettant à disposition des visiteurs des bornes nomades interactives. Le projet, intitulé Mariposa (« papillon » en espagnol), invite les visiteurs à papillonner d'œuvre en œuvre dans un parcours libre à travers le musée. Les premiers tests sont effectués à l'aide d'un ordinateur portable iBook (Apple) et ensuite développés sur différents modèles de Tablet PC. Mais le projet est vite freiné, d'abord en raison de contraintes techniques (poids, ergonomie, application), puis complètement abandonné suite aux départs des personnes de l'équipe du musée qui le mènent. Le dévelop-

pement de bornes multimédias est en effet à cette époque complètement conçu et réalisé en interne par un des services du musée. La sortie en 2010 de l'iPad donne l'envie de relancer le projet d'une borne nomade. Mais, suite à des changements dans son organisation, le musée ne possède plus de service multimédia. C'est pourquoi une société externe est recherchée pour la réalisation de l'application, sur base d'un cahier des charges et des contenus fournis par l'équipe du musée.

N° 28 — 37

2015



En avril 2011, le musée lance sa nouvelle offre de dispositifs de médiation mis à la disposition des visiteurs. Il propose un assistant multimédia sous la forme d'une tablette électronique portable et tactile. Le musée renoue ainsi avec ses expériences anciennes dans le domaine des multimédias pédagogiques interactifs. Concrètement, l'application est téléchargeable gratuitement sur l'Apple Store ou mise à disposition des visiteurs sur un iPad, prêté gratuitement à l'accueil du musée. Ce guide virtuel accompagne les visiteurs dans leur découverte du patrimoine, en leur proposant des commentaires sonores et visuels d'une sélection

d'œuvres. Le défi est réel, puisqu'il s'agit de proposer aux visiteurs un assistant multimédia qui stimule le regard sur les collections en visant la complémentarité entre les images présentées et les objets exposés... Un outil qui accompagne réellement la visite et non un simple recueil de textes et d'images !

Des commentaires sur les collections permanentes et aussi l'exposition temporaire

Dès la conception du guide, un objectif important est de faire bénéficier les visiteurs de contenus tant sur les collections permanentes que sur l'exposition temporaire du moment. Il est souhaité que des mises à jour puissent être effectuées directement par l'équipe du musée pour répondre aux changements fréquents dans la présentation des œuvres. L'application comporte donc quatre parties :

1) Le musée et l'histoire des collections : une ligne du temps dynamique permet de parcourir, en « scrollant », les différentes étapes de l'histoire du musée et de ses acquisitions. Trois vidéos invitent les visiteurs à aller à la rencontre de trois donateurs importants du musée : Micheline Boyadjian, Eugène Rouir et Serge Goyens de Heusch. Tournées dans les réserves du musée, ces rencontres permettent de rentrer dans les coulisses du musée et dans l'univers des donateurs, qui parlent de la richesse de leur collection et de diverses anecdotes liées à leur pratique de collectionneur.

2) La visite découverte propose une sélection d'œuvres représentatives de la diversité des époques et des cultures du patrimoine permanent du musée. Les séquences commentées isolent des éléments de l'œuvre qui font sens par le recours aux schémas et aux détails. L'objectif est bien sûr que les visiteurs soient obligés de regarder l'œuvre réelle sans concurrence de l'écran. Des images d'œuvres conser-

vées dans d'autres musées ou des images de contextualisation favorisent les comparaisons. Les objets reproduits sont aussi présentés sous des angles de vue que la mise en exposition ne permet pas d'observer. L'éducation du regard des publics est stimulée par des approches à la fois scientifique et ludique.

3) La visite thématique offre une visite guidée textuelle de l'exposition temporaire en cours, par la présentation d'une série d'objets exposés. Les commentaires et images de contextualisation complètent les textes généraux de l'exposition en proposant une approche ciblée de plusieurs objets. La visite thématique est renouvelée régulièrement en fonction du réaménagement de la présentation du musée et des expositions temporaires.

4) Les actualités permettent à tout moment au visiteur de connaître l'agenda des événements organisés par le musée : visites guidées, conférences, concerts, nocturnes,...



Les deux premières parties possèdent une mise en forme plus élaborée, car elles sont entièrement réalisées par la société qui a programmé techniquement l'application. Toute modification doit donc passer par ce prestataire externe. Les deux dernières parties peuvent être mises à jour par l'équipe du musée grâce à une plateforme dynamique accessible par internet.



Une application avec ses qualités, mais aussi ses limites

Le guide virtuel est proposé aux visiteurs entre avril 2011 et février 2012. Aucune enquête de satisfaction approfondie n'est menée, mais les visiteurs qui l'utilisent sont interrogés et observés par le personnel d'accueil. Il en ressort que les visiteurs sont dans l'ensemble intrigués par l'outil. Les vidéos, la ligne du temps et les photos de contextualisation sont fort appréciées. Toutefois, à l'époque, bon nombre de visiteurs utilisent pour la première fois un iPad, ce qui peut perturber certains d'entre eux, tout à fait confondu. Au bout d'un certain temps, il semble que le poids de l'appareil et la diffi-

culté de concilier circulation dans l'espace et consultation de l'écran décourageant un nombre important de visiteurs, qui n'utilisent pas l'outil pour la totalité de la visite. Enfin, une concurrence s'instaure aussi entre le guide virtuel et les bénévoles des amis du musée, qui donnent des commentaires sur le musée aux visiteurs qui le souhaitent. En ce qui concerne les parties dynamiques (visite thématique et actualités), le wifi doit permettre d'effectuer les mises à jour mais, malheureusement, la couverture wifi du musée (dépendant du réseau de l'Université) est insuffisante. Cela entraîne des perturbations, surtout pour les visiteurs qui viennent munis de leur propre iPad. La maintenance de l'équipement est aussi importante : film de protection et étui de protection, nettoyage des écrans, recharge quotidienne des machines.

Néanmoins, ce ne sont pas ces difficultés qui vont sonner l'arrêt de l'utilisation du guide virtuel. En réalité, le principal problème rencontré est le manque de suivi dans le rodage et la maintenance, qui aurait dû être assuré par la société extérieure qui a développé l'application. Plusieurs dysfonctionnements y sont rapidement apparus (problème d'affichage, de mise à jour). Et, malheureusement, la société n'a pas voulu les régler. Le musée s'est donc retrouvé impuissant. Il apparaît maintenant certain que la structure formatée de l'iPad et le caractère très récent de cette technologie n'étaient pas bien maîtrisés par le prestataire avec qui le musée a collaboré. La sortie très rapide de l'iPad 2 a ensuite rendu assez vite le dispositif obsolète. Avec le recul et les nombreuses applications créées depuis par les autres musées, il semble enfin que le parti pris assez audacieux du musée de proposer un guide du visiteur virtuel, sur un écran assez large pour permettre la visite en couple ou en petit groupe, n'ait pas été suivi depuis par d'autres institutions. Par ailleurs, l'ap-

plication était conçue pour être utilisée uniquement au musée. Elle n'avait pas l'ambition de compiler un beau recueil d'images et de textes, dissociable de l'observation réelle des œuvres. Elle ne constituait en rien une application découverte ou un souvenir consultable n'importe où, comme le catalogue que l'on achète pour ramener après sa visite à la maison. Malgré la déception que le dispositif n'ait pu être maintenu plus longtemps (en dépit d'un investissement financier et humain important), l'expérience s'est révélée, plus globalement, enrichissante. Outre les nombreux échanges qu'elle suscita avec d'autres institutions, elle attribua au musée une image technologique et dynamique, avec la volonté d'être de son temps, quitte à assumer les maladresses de jeunesse de l'outil. Ce qui, chez les étudiants qui ont fréquenté le musée, a augmenté considérablement son attractivité.

Des enseignements à tirer pour l'avenir

Depuis la réalisation de l'application sur tablette iPad en 2010, le milieu des musées a très largement évolué en matière de médiation numérique. En effet, de nombreux musées ont développé des applications d'aide à la visite. Il existe aussi désormais de nombreuses firmes spécialisées dans ce domaine ; celles-ci étant, par ailleurs, pour la plupart, des sociétés spécialisées à la base dans la production d'audioguides, qui se sont adaptées aux nouvelles technologies. En témoignent les nombreux types de supports qui sont présentés aujourd'hui et qui peuvent être testés, notamment, à l'occasion des salons tels que le Sitem à Paris ou Business to Museum & Tourism à Namur.

Pour le Musée de Louvain-la-Neuve aussi, le contexte a changé, puisqu'en 2016 s'ouvrira son nouveau bâtiment. Déjà, l'équipe s'inter-

roge plus globalement sur les choix à opérer en matière d'outils de médiation. En ce qui concerne les nouvelles technologies, cela reste un choix délicat car, d'une part, les possibilités sont nombreuses et, d'autre part, nous le savons, tous les visiteurs ne sont pas amateurs de numérique, même si celui-ci peut leur offrir un contenu inédit. C'est donc bien une question d'équilibre ou de justesse à trouver, concernant le type d'information distillée sur chaque support, qu'il soit « moderne » et « embarqué » (visioguide, écran tactile,...) ou « classique » (lettrage, projection vidéo, guide papier,...). Dans ce contexte, notre choix est guidé, à la fois, par les possibilités propres aux médias, mais aussi par le type de public à qui l'on souhaite s'adresser et, enfin, évidemment, par les moyens financiers que l'on peut engager.



Aujourd'hui, nous préférons faire le choix d'outils qui auront déjà fait leurs preuves. À ce niveau, les visioguides (audioguide avec écran) retiennent particulièrement notre attention, notamment pour leur potentiel de déclinaison à différents publics (tels que ceux développés, par exemple, par le Lam à Villeneuve d'Asq pour les adultes et les adolescents). Par ailleurs, nous sommes aujourd'hui plus attentifs au développement parallèle de la communication et de la médiation sur différents supports (agenda-flyer, site internet, newsletter, trimestriel, réseaux sociaux,...). Le développement d'un nouveau site internet sur un système de gestion de contenu performant (Drupal) va

dans ce sens. Il nous permet, par exemple, de développer des contenus « augmentés » de nos publications (vidéos, portfolios,...), à l'image de ce que font désormais la plupart des médias (journaux, chaînes de télévision,...). À l'ouverture du nouveau musée, il y sera aussi hébergé, dans un format adapté, l'ensemble des contenus de médiation. En résumé, il ne s'agit peut être plus pour le Musée de Louvain-la-Neuve d'être un « pionnier » du numérique, mais d'être plutôt un observateur attentif des habitudes des publics, de les suivre et de tenter d'y répondre avec justesse... en temps réel.

Quand le patrimoine entre dans la modernité, l'identification des biens classés en Wallonie par les technologies mobiles

Stéphanie Bonato

Gestionnaire de projets, Direction de la
Communication, Institut du Patrimoine wallon

L'émergence des technologies mobiles a connu une accélération notable ces dernières années avec, comme corollaire, la mise à disposition, de plus en plus facilement, de services ou d'informations on ne peut plus variés. Loin de constituer une exception, la mise en valeur du patrimoine s'inscrit pleinement dans cette nouvelle dynamique, dépoussiérant ainsi un secteur souvent considéré à tort comme un microcosme préservé des incursions de la modernité.

Déjà utilisée dans le monde du tourisme, la mise à disposition d'informations par les technologies mobiles n'avait que peu percé dans le domaine de la sensibilisation au patrimoine immobilier. Une première étape à grande échelle avait été franchie lors des *Journées du Patrimoine* de 2011, avec le développement d'une application mobile entièrement gratuite permettant aux détenteurs de smartphones de générer un programme de visite géo-localisé à la carte. Passé ce test, il est très vite devenu évident pour l'ensemble des acteurs du secteur, tant du côté des décideurs que des professionnels de terrain, que le patrimoine immobilier wallon pouvait profiter plus largement des avancées technologiques actuelles. Encore restait-il à définir la manière la plus adéquate de proposer au public le plus large possible ce qui fait toute la richesse de ce patrimoine.

Selon les chiffres revus en 2012, le patrimoine immobilier wallon comprend un nombre important de biens reconnus pour leur valeur patrimoniale, en d'autres termes, inscrits à l'in-

ventaire¹. Parmi ces derniers, un peu moins de 4.000 biens bénéficient d'une mesure de protection par le classement qui les répartit en 2.700 monuments environ, près de 1.200 sites, un peu plus de 20 sites archéologiques et plus de 30 ensembles architecturaux. Se démarquant au sein de ces biens protégés, un peu moins de 200 sont reconnus pour leur valeur exceptionnelle et inscrits de ce fait sur la liste du patrimoine exceptionnel de Wallonie², tandis que cinq biens figurent sur la liste du Patrimoine mondial dressée par l'UNESCO³.

N° 28 — 42
2015

1 Soit l'inventaire du patrimoine immobilier culturel (IPIIC) disponible sur le site http://spw.wallonie.be/dgo4/site_thema/index.php, en spécifiant la thématique choisie dans la liste déroulante à droite de l'écran. Cet inventaire, qui devrait à terme tourner autour d'un corpus estimé à 100.000 biens et 16.000 sites archéologiques, constitue l'actualisation d'outils que sont l'inventaire du patrimoine monumental (IPM, environ 30.000 biens) mené de 1966 à 1997 et publié sous la forme des 23 volumes en 37 tomes du *Patrimoine monumental de la Belgique - Wallonie* et l'inventaire du patrimoine architectural (IPA) initié en 1998 et au cours duquel 47 communes ont été publiées jusqu'en 2011, sous la forme des 18 volumes de la collection *Patrimoine architectural et territoires de Wallonie*. Cette démarche sans cesse réactualisée témoigne de l'évolution même de la notion de patrimoine et du regard porté sur les biens qui sont amenés, au fil du temps, à le constituer. Pour en savoir plus : *La Lettre du Patrimoine*, n° 28, 2012, p. 22-23.

2 Cette liste est revue tous les trois ans par le Gouvernement wallon et stipule quels sont, parmi les biens classés, ceux qui présentent un caractère patrimonial exceptionnel en tout ou en partie. Cette liste est consultable sur le site http://spw.wallonie.be/dgo4/site_thema/index.php, en spécifiant la thématique choisie dans la liste déroulante située à droite de l'écran.

3 Il s'agit du canal du Centre historique et de ses ascenseurs hydrauliques, de la cathédrale de Tournai, des minières néolithiques de silex de Spiennes, des beffrois de Binche, Charleroi, Gembloux, Mons, Namur, Thuin et Tournai, qui font partie des « Beffrois de Belgique et de France », et des quatre sites miniers majeurs de Wallonie (Grand-Hornu, Bois-du-Luc, Bois du Cazier et Blegny-Mine). Des informations complémentaires sur ces biens sont disponibles sur les sites http://spw.wallonie.be/dgo4/site_thema/index.php et <http://whc.unesco.org/fr/etatsparties/BE>.

Quand le patrimoine entre dans la modernité, l'identification des biens classés en Wallonie par la technologies mobiles

N° 28 — 43
2015

Tout bien classé wallon est amené à porter une identification spécifique, ainsi que le précisent les articles 477 et suivants du Code wallon de l'Aménagement du Territoire, de l'Urbanisme, du Patrimoine et de l'Énergie (CWATUPE)⁴. Cette identification prend la forme d'un écusson bleu et blanc apposé à proximité ou sur les monuments et sites bénéficiant de cette mesure de protection. Installés à partir du début des années 1990, ces écussons ont subi, à des degrés divers, les affres du temps, une dégradation qui pose d'elle-même la question d'un remplacement à court ou moyen terme et offre, dans le cadre d'une réflexion globale « patrimoine et nouvelles technologies », une réelle opportunité de faire évoluer ces derniers en y intégrant les avancées technologiques actuelles. Dans cette optique, les écussons ne signaleraient plus uniquement les biens protégés, mais donneraient accès à une présentation succincte de ceux-ci, mettant l'accent sur la raison d'être de la mesure de protection dont ils bénéficient. Outre le service offert au public, qui constitue le but premier du projet, l'idée sous-jacente était de rassembler et de rendre accessible en un point d'entrée unique une série d'informations présentes par ailleurs sur la toile. L'information vulgarisée, en première lecture, pourrait dès lors permettre de rebondir sur les éléments plus techniques rassemblés au cœur des bases de données patrimoniales et touristiques existantes.

Cette initiative de valorisation du patrimoine, pilotée tout naturellement par l'Institut du Patrimoine wallon (IPW), dont la sensibilisation du public au patrimoine constitue une des

missions⁵, est le fruit d'une collaboration de plusieurs services, au nombre desquels figurent le Département du Patrimoine du Service public de Wallonie et le Commissariat général au Tourisme⁶. Le dernier acteur de ce vaste projet est le partenaire sélectionné à l'issue d'une procédure de marché public et ses produits, la plate-forme iBeaken et les plaquettes installées *in situ* qui y renvoient⁷, bien implantés entre autres dans les secteurs touristique, en partenariat avec plusieurs Maisons du Tourisme, et muséal.



Fig 1. Une plaquette de la nouvelle identification *in situ*
© IPW

⁴ Le texte est disponible en intégralité sur le site : <http://dgo4.spw.wallonie.be/dgatlp/dgatlp/Pages/DGATLP/PagesDG/CWATUPE/GEDactualise/GED/gedListeArbo.asp>.

⁵ Pour en savoir plus sur l'IPW et ses missions :

www.institutdupatrimoine.be.

⁶ Plus d'informations sur <http://dgo4.spw.wallonie.be/dgatlp/dgatlp/Pages/Patrimoine/Pages/Accueil/default.asp> et <http://cgt.tourismewallonie.be>.

⁷ Pour en savoir plus : <http://www.ibeaken.com/fr>.

Quand le patrimoine entre dans la modernité, l'identification des biens classés en Wallonie par la technologies mobiles

En pratique...

Initié en 2011, ce projet visant à remplacer l'écusson « patrimoine protégé » par une nouvelle plaque, comprenant à la fois l'écusson bleu et blanc qui symbolise la protection du monument, mais également trois modes de connexion vers une plate-forme informatique accessible aux smartphones (url à encoder, code QR à scanner ou puce NFC à détecter), a vu les premières plaquettes installées dès le printemps 2012. Concrètement, l'utilisateur peut, après avoir téléchargé un logiciel gratuit de lecture de codes barres destiné à scanner le QR Code, encodé l'url sur un moteur de recherche ou détecté la puce NFC, lire sur l'écran de son smartphone et dans sa langue, pour peu qu'il s'agisse du français, du néerlandais, de l'anglais ou de l'allemand, une courte notice présentant le monument ainsi identifié. Dans un souci d'offrir ce service au plus grand nombre, les notices des biens inscrits sur les listes du patrimoine exceptionnel de Wallonie et du patrimoine mondial ont en effet été traduites.

La fiche que le public peut visualiser par ce biais comprend donc, en guise de premier niveau d'information, une courte notice de 250 mots maximum, agrémentée d'une ou de plusieurs photographies, dont un grand nombre de clichés de Guy Focant, photographe du Département du Patrimoine du Service public de Wallonie. Ces notices, qui constituent l'élément central de la fiche, sont rédigées en prenant comme base les données publiées dans l'inventaire du patrimoine monumental (IPM) et celles disponibles en ligne dans la base de données de l'inventaire du patrimoine immobilier culturel (IPIC), en les vulgarisant et en les annotant si nécessaire afin d'introduire les derniers développements connus (travaux de restauration, réaffectation,



Fig 4. Le QR Code de la plaquette identifiant l'hôpital Notre-Dame à la Rose donnant accès à la fiche du bien et, via les liens proposés, aux autres biens couverts sur Lessines et au guidage à l'intérieur de l'hôpital © IPW

fonctions actuelles le cas échéant, etc.).

Des liens permettent ensuite à l'utilisateur d'en savoir plus, tant sur le bien que sur les points d'intérêt à découvrir aux alentours. Le public peut ainsi accéder en un simple clic de la fiche du bien qu'il consulte à la fiche technique encodée dans la base de données des biens classés disponible sur le site de la Direction générale opérationnelle de l'Aménagement du Territoire, du Logement, du Patrimoine et de l'Énergie (DGO4)⁸. Ces fiches techniques reprennent la dénomination précise du classement, sa date et le type de classement concerné (monument, site, site archéologique ou ensemble architectural, avec ou sans l'établissement d'une zone de protection), mais offrent également la possibilité de télécharger l'arrêté de classement ou le plan cadastral qui y correspond. Le système permet ainsi de lier les différentes bases de données existantes et les services patrimoniaux qui les alimentent.

⁸ http://spw.wallonie.be/dgo4/site_thema/index.php, en spécifiant la thématique choisie dans la liste déroulante située à droite de l'écran.

Quand le patrimoine entre dans la modernité, l'identification des biens classés en Wallonie par la technologies mobiles

Si, pour les biens habituellement ouverts au public, l'information ainsi disponible peut être complétée par l'ensemble des outils de médiation mis en place par la structure d'accueil du musée, site, point d'intérêt, etc., le projet prend tout son sens pour les biens peu ou pas ouverts au public ou pour les propriétés privées. Un écusson apposé en façade dans le respect du patrimoine et des personnes à mobilité réduite offre ainsi à tous la possibilité d'obtenir une information minimale, valorisant par la même occasion un patrimoine pour lequel le public ne dispose pas systématiquement d'informations immédiatement accessibles.

L'utilisateur peut enfin découvrir les autres balises ou points d'intérêt encodés sur la plateforme informatique à proximité immédiate de l'endroit où il se trouve. Il peut s'agir des notices d'autres biens classés, mais également de notices rédigées par d'autres organismes (Maisons du Tourisme, musées, etc.). Le public peut ainsi, à partir du patrimoine wallon protégé, rebondir sur un maillage assez serré d'informations mises à la disposition des amateurs de patrimoine ou des touristes.

Installées dès le printemps 2012, les premières plaquettes inauguraient une série de lots échelonnée sur les quelques années à venir afin découvrir, au rythme d'environ 500 biens traités par an, l'ensemble des biens wallons protégés. Le calendrier défini impose évidemment un certain nombre de priorités et de contraintes. Ainsi, d'une manière générale, les classements comme monument ou ensemble architectural ont été privilégiés, de même que les classements comme site, qui permettaient l'installation aisée d'une plaquette d'identification. Les sites naturels et les sites archéologiques, dont, pour ces derniers, la présence est, dans certains cas, invisible sur le terrain, sont

renvoyés en fin de projet.

Parmi les premiers biens identifiés selon ces critères figurent les biens inscrits sur la liste du Patrimoine mondial, le patrimoine exceptionnel de Wallonie, un certain nombre de monuments religieux ou les Maisons du Peuple reconnus par le classement, quelques monuments liés au premier conflit mondial et tous les biens classés des communes de Jodoigne et de Lessines (premier lot). Depuis, trois lots ont pu être traités selon ces mêmes critères en 2013 et 2014, à savoir le patrimoine des communes de Huy, Marche-en-Famenne, Mons, Namur, Spa et Wavre (deuxième lot) ainsi que celui des villes de Tournai (troisième lot) et de Liège (quatrième lot). Les lots amenés à être traités à l'avenir devraient suivre, comme c'était déjà le cas dans une moindre mesure, la progression et la mise en ligne de l'inventaire du patrimoine immobilier culturel (IPIIC).

... et à l'avenir

Le grand avantage de la virtualisation de l'information et de sa dissociation par rapport à l'écusson placé *in situ* est de permettre l'encodage de modifications impossibles à moindre coût sur un autre type de support (panneau, cartel, etc.). Toute modification au bien ou à son statut, qu'il s'agisse de simples corrections, d'une révision ou d'une extension de la mesure de classement, d'une restauration ou réaffectation, etc., peut être directement répercutée auprès du grand public. Le revers de la médaille que génère cette facilité de mise à jour reste toutefois la veille patrimoniale nécessaire. Virtualisation de l'information et informations datées ne font en effet pas bon ménage. Celles-ci se doivent en effet de refléter au plus près la vie du bien auquel elles sont intimement liées, et cela durant toute la durée du projet, mais également à l'issue de

Quand le patrimoine entre dans la modernité, l'identification des biens classés en Wallonie par la technologies mobiles

ce dernier, lorsque tous les biens classés wallons, en ce compris les nouveaux classements, disposeront d'une identification propre. Ce travail de mise à jour est toutefois loin d'être négligeable.

Bien qu'il faille un certain temps pour que ces nouvelles habitudes de consommation d'informations se démocratisent auprès de l'ensemble de la population, suivant en cela la diffusion des smartphones, il est évident que des projets de ce type offrent le grand avantage de démultiplier l'accessibilité à l'information patrimoniale. Qu'il s'agisse d'un accès *in situ* pour les biens bénéficiant déjà de cette nouvelle identification ou d'un effet rebond

par le biais du réseau des biens couverts par la plate-forme utilisée ou via les sites partenaires qui relaient, selon un effet boule de neige, l'information sur internet.

Enfin, le projet, tel qu'il a été conçu à ce stade, se base uniquement sur une présentation classique des biens protégés. De nouveaux développements pourraient être envisageables à l'avenir pour rendre la présentation de cette information encore plus agréable pour le grand public et, notamment, pour les plus jeunes. Des développements futurs qui n'ont finalement de limites que celles de l'imagination...

Les acquisitions d'œuvres d'art et d'objets de collection réalisées en 2013

N° 28 — 47
2015

Caroline Marchant

Attachée à la Direction du Patrimoine culturel

La Direction du Patrimoine culturel procède chaque année à l'achat d'œuvres d'art et d'objets de collection destinés à compléter les collections des musées. Ces acquisitions forment la Collection du Patrimoine culturel. Celle-ci est actuellement composée de plus de 27.000 pièces mises en dépôt dans une soixantaine d'institutions muséales.

En 2013, Madame Fadila Laanan, Ministre de la Culture, a décidé de mettre en place une nouvelle procédure : un appel à propositions a été lancé auprès des musées reconnus ou conventionnés, et un comité spécifique composé d'experts de spécialités différentes a été constitué. Sa mission : évaluer les dossiers de demande d'acquisition et remettre des avis à Madame la Ministre.

Le Comité d'acquisition s'est réuni pour la première fois en novembre 2013. Sur base des avis rendus, Madame la Ministre a sélectionné trois dossiers.

Paire de chandeliers en bois marqueté du XVII^e siècle, pour les Musées de la Ville d'eaux

Mis en vente par un antiquaire parisien, ces chandeliers sont en bois teinté, incrusté d'éléments en nacre et de lamelles de laiton. Des éléments en cuivre viennent renforcer les parties plus fragiles. Totalement atypiques, ces chandeliers constituent des témoins rares et



Fig 1. Paire de chandeliers, bois, nacre, laiton et cuivre, XVII^e siècle, 23 x 11,5 cm © R. Charlier

précieux de la production des fameux bois de Spa, très en vogue dans la cité thermale aux XVII^e et XVIII^e siècles. Ces objets exceptionnels ont à présent intégré l'exposition permanente du musée spadois.

Collection de 80 affiches de Mai 68, pour le Centre de la Gravure et de l'Image imprimée

Cette collection, rassemblée pendant près de 30 ans par un particulier, forme un bel ensemble représentatif de la production d'affiches relatives à Mai 68. Elle constitue un témoin historique au fort potentiel pédagogique, mais son intérêt se situe aussi sur le



Fig 2. *Mai 68, début d'une lutte prolongée*, sérigraphie sur papier journal, 76 x 47,5 cm © CGII

plan graphique et technique. Conçues collectivement et anonymement puis imprimées en sérigraphies de façon artisanale au sein des ateliers de l'École des Beaux-Arts, les affiches de ce mouvement correspondent en effet à un tournant dans l'évolution de l'art imprimé. Cet achat s'est vu accompagné du don d'un fonds documentaire relatif à Mai 68 réalisé au bénéfice du musée louviérois. Celui-ci connaît

déjà bien cette collection qu'il a eu l'occasion d'exposer en 2008.

Ensemble de neuf dessins de Josef Hofer, pour le MADmusée

Josef Hofer (1945-) est un artiste d'origine autrichienne qui bénéficie d'une reconnaissance importante. Son oeuvre, constituée exclusivement de dessins, est présente dans les plus prestigieuses collections d'art brut et d'art outsider. La figure masculine, dénudée et sexuée, constitue le sujet de prédilection de ses créations. Le MADmusée a sélectionné un ensemble de neuf dessins auprès de la galerie Christian Berst (Paris) de manière à présenter différentes facettes du travail de l'artiste. Cette acquisition permettra à l'institution liégeoise de combler une lacune au sein de leur collection et d'accroître la qualité scientifique de celle-ci.



Fig 3. Josef Hofer, *Sans titre*, 2006, crayon de couleur et graphite sur papier, 44 x 60 cm © galerie Christian Berst

Reconnaissance des Musées et autres Institutions muséales (2013-2014)

Nathalie Nyst
Directrice a.i.

N° 28 — 49
2015

RECONNAISSANCES ET MISES EN CONFORMITÉ DES MUSÉES ET DES AUTRES INSTITUTIONS MUSÉALES 2013

RENOUVELLEMENTS DE RECONNAISSANCE (POUR 2014-2017)

LIEU	NOM DE L'INSTITUTION	CATÉGORIE	MONTANT OCTROYÉ	STATUT ANCIEN
Namur	Musée des Arts anciens du Namurois	A	250.000 €	A
Bruxelles	Art)&(Marges Musée	B	100.000 €	B
	Maison d'Erasmus	B	70.000 €	B
Spa	Musées de la Ville d'Eaux	C	20.000 €	C
Bruxelles	Musée national de la Résistance	MEC (+2 ans)	20.000 €	MEC
Hélécine	Musée Armand Pellegriin	MEC (+2 ans)	20.000 €	MEC
Verviers	Musées communaux	MEC (+2 ans)	20.000 €	MEC

RECONNAISSANCES, MISES EN CONFORMITÉ & CRÉATIONS 2013

LIEU	NOM DE L'INSTITUTION	CATÉGORIE	MONTANT OCTROYÉ	STATUT ANCIEN
Bruxelles	La Fonderie	A	353.448 €	MEC
Lessines	Hôpital Notre-Dame à la Rose	A	250.000 €	B
Liège	Musée des Transports en Commun au Pays de Liège	B	70.000 €	MEC
Vieuxville	Musée archéologique de Logne	C	20.000 €	Nouveau
La Louvière	Musée de la Mine Robert Pourbaix	IM	7.500 €	Nouveau
Liège	Musée Grétry	IM	7.500 €	Nouveau
Tournai	Trésor de la Cathédrale	IM	7.500 €	Nouveau
Bruxelles	Muséum de Zoologie et d'Anthropologie de l'ULB	MEC	20.000 €	Nouveau
Namur	Musée africain de Namur	MEC	20.000 €	Nouveau
Wépion	Musée de la Fraise	MEC	20.000 €	Nouveau
Bruxelles	Maison Béjart	Création	25.000 €	Nouveau
Mons	ASBL ScienceEchos	Création	25.000 €	Nouveau

RECONNAISSANCES ET MISES EN CONFORMITÉ DES MUSÉES ET DES AUTRES INSTITUTIONS MUSÉALES 2014				
RENOUVELLEMENTS DE RECONNAISSANCE (POUR 2015-2018) ET PROLONGATION DE MISE EN CONFORMITÉ				
LIEU	NOM DE L'INSTITUTION	CATÉGORIE	MONTANT OCTROYÉ	STATUT ANCIEN
Flémalle	Préhistomuséum – Musée de la Préhistoire en Wallonie	A	400.000 €	A
Liège	Grand Curtius	A	250.000 €	A
Namur	Musée Félicien Rops	A	250.000 €	A
Andenne	Musée de la Céramique	B	70.000 €	B
Ath	Espace Gallo-romain	B	112.483 €	B
Bastogne	Musée en Piconrue	B	121.643 €	B
Bouvignes	Maison du Patrimoine médiéval mosan	B	70.000 €	B
Bruxelles	Musée Juif de Belgique	B	150.000 €	B
Charleroi	Bois du Cazier	B	70.000 €	B
La Louvière	Écomusée de Bois-du-Luc	B	124.767 €	B
Liège	MADMusée	B	70.000 €	B
	Musée de la Vie wallonne	B	70.000 €	B
Louvain-la-Neuve	Musée de Louvain-la-Neuve	B	92.500 €	B
Saint-Hubert	Domaine du Fourneau Saint-Michel	B	70.000 €	B
Tournai	Musée d'Histoire naturelle – Vivarium	B	70.000 €	B
Virton	Musées Gaumais	B	70.000 €	B
Andenne	Scladina	C	20.000 €	C
Arlon	Musée archéologique	C	20.000 €	C
	Musée Gaspar	C	20.000 €	C
Bruxelles	Musée belge de la Franc-maçonnerie	C	40.000 €	C
	Musée de la Médecine	C	32.000 €	C
Comines	Musée de la Rubanerie	C	20.000 €	C
Herstal	Musée communal	C	20.000 €	C
Libramont	Musée des Celtes	C	20.000 €	C
Mouscron	Musée de Folklore	C	20.000 €	C
Nismes	Musée du Petit Format	C	20.000 €	C
Rance	Musée du Marbre	C	25.000 €	C
Thuin	Maison de l'Imprimerie et des Lettres de Wallonie	C	20.000 €	C
Tournai	Centre de la Marionnette	C	25.000 €	C
Waterloo	Musée Wellington	C	20.000 €	C
Bruxelles	Musée d'Art spontané	IM	5.000 €	IM
Waremme	Hexapoda	MEC (+2 ans)	20.000 €	MEC

Les subventions accordées le sont à plusieurs titres.

Soit l'institution est un **musée**, c'est-à-dire « une institution permanente, sans but lucratif, au service de la société et de son développement, ouverte aux publics et qui fait des recherches concernant les témoins matériels et immatériels de l'homme et de son environnement, les acquiert, les conserve, les préserve, les communique et notamment les expose à des fins d'études, d'éducation et de délectation » (Statuts de l'ICOM, art. 3, section 1, 2007) et remplit donc les quatre fonctions muséales que sont l'acquisition, la conservation et la préservation, la recherche et la diffusion des témoins matériels et immatériels de l'homme et de son environnement.

Le décret du 17.07.2002 (art. 4), modifié par le décret du 03.05.2012, fixe cinq conditions générales : être géré par une personne morale sans but lucratif, de droit public ou de droit privé ; disposer d'une comptabilité distincte ; être installé dans des bâtiments dont il a la propriété ou la jouissance par bail ou convention écrite d'une durée d'au moins quinze ans ; ne pas contenir de biens acquis de manière illicite ou avoir pour objet la négation ou la réduction des droits d'un peuple, d'une personne ou d'un groupe de personnes ; s'engager, une fois reconnu, à offrir l'accès gratuit à tous leurs visiteurs le premier dimanche de chaque mois. L'arrêté du 22.12.2006, modifié par l'arrêté du 07.06.2012, énumère, lui, jusqu'à vingt-et-un critères, qui permettent soit le refus, soit le classement en trois catégories de musées (A, 21 critères ; B, 20 critères ; C, 16 critères). Ce dernier génère alors des subventions différentes (jusqu'à 500.000 euros par an pour la catégorie A). Ces critères portent principalement sur le personnel (conservateur, responsable pédagogique et responsable des collec-

tions), l'avancement de l'inventaire des collections, l'accessibilité (au minimum 250 jours par an dans la catégorie C), les publications, les expositions temporaires, les bâtiments, etc. Le point-clef est probablement la fourniture d'un plan stratégique et opérationnel dorénavant quadriennal, qui doit traiter de l'équilibre des fonctions muséales et des actions qui seront menées, le cas échéant, pour mieux parvenir à cet équilibre.

Soit l'institution est une **institution muséale**, c'est-à-dire « une institution permanente, sans but lucratif, au service de la société et de son développement, ouverte au public et qui exerce au moins deux des fonctions muséales suivantes : l'acquisition, la conservation et la préservation, la recherche ou la diffusion des témoins matériels et immatériels de l'homme et de son environnement » (Décret 17.07.2002, art. 1^{er}§2). Seules les institutions muséales exerçant des activités permanentes liées à la préservation ou à la mise en valeur de leur patrimoine peuvent prétendre à une subvention (Arrêté 22.12.2006, art. 10§1^{er}, modifié par l'arrêté du 07.06.2012, art. 10 et 11).

Si un musée a identifié des insuffisances par rapport à certains critères et formule des propositions crédibles pour y remédier, elle peut obtenir une subvention de « **mise en conformité** ».

Si une association ou une collectivité locale décide de créer un nouveau musée ou une nouvelle institution muséale, elle peut bénéficier d'une subvention de « **création** ».

Les classements des biens culturels mobiliers en Communauté française : suite !

Claude Vandewattyne

Secrétaire de la Commission consultative du Patrimoine culturel mobilier

Les numéros 25 (1^{er} semestre 2011) et 27 (Biennal 2012-2013) de *L'invitation au musée* ont permis d'aborder les premiers classements de biens culturels mobiliers. Nous sommes maintenant (juin 2014) à 132 biens protégés.

Afin de suivre une suite logique, nous vous proposons de reprendre une partie des biens classés en 2011¹. Notons qu'à côté des domaines habituels et bien représentés que sont l'archéologie, la peinture, la sculpture et l'orfèvrerie, les premières pièces en textile et en verre font l'objet d'un classement. À mi-chemin entre patrimoine immatériel et patrimoine mobilier, les têtes de géants d'Ath sont également protégées.



Fig1. Masque lion (orifice de fontaine) © Ville de Liège - Grand Curtius Photo Marc Verpoorten

Les brèves présentations des biens classés sont reprises des dossiers de classement élaborés par les membres de la Commission consultative.

- Découvert en 1881-1882, les bronzes mithriaques d'Angleur sont composés d'un ensemble de 20 pièces datant de la fin du II^e siècle, voire de la première moitié du III^e siècle après J.-C. Ces pièces proviennent d'un dépôt de fondeur et possèdent un caractère exceptionnel et une importance majeure dans la documentation des pratiques religieuses en Gaule septentrionale. Cet ensemble est caractéristique des cycles iconographiques et du dispositif des autels mithriaques qui se diffusent en Gaule via le Rhône et le Rhin, par l'intermédiaire des militaires et des marchands des provinces orientales de l'Empire. L'orfèvrerie est toujours bien présente dans cette troisième liste de biens classés.

- Le Trésor de la cathédrale Notre-Dame de Tournai possède deux châsses exceptionnelles : la châsse de Notre-Dame de Tournai et la châsse de saint Eleuthère. La châsse Notre-Dame de Tournai est considérée comme étant une des plus belles orfèvreries relevant du style naturaliste de la fin du XII^e et du début du XIII^e siècle. Cette châsse fut confectionnée pour abriter des reliques de saints vénérés dans la cathédrale Notre-Dame de Tournai, en particulier saint Piat et saint Nicaise. L'architecture, l'iconographie, les éléments décoratifs de la châsse de saint Eleuthère sont novateurs à plus d'un égard et font de ce reliquaire l'un des plus somptueux qui soient. Cette châsse relève du groupe des derniers grands reliquaires rhéno-mosans mis en œuvre entre les années quarante et les années soixante du XIII^e siècle, au même titre que la châsse de saint Remacle (Stavelot) ou la châsse de saint Suitbert (Düsseldorf-Kaiserwerth).

¹ Voir parution au *Moniteur belge* : 09/03/2011, 12/08/2011, 17/08/2011, 08/09/2011 et 24/10/2011.

• Le Repos de Jésus ou Jésusau est un berceau en miniature où gît une figurine de l'Enfant-Dieu. Issus des pieuses pratiques dont la crèche de Noël est le centre, de tels objets ont conquis une place d'abord dans les cellules des religieuses, puis sur les autels de leurs couvents aussi bien que sur les autels domestiques. Ils connaîtront leur plus grande vogue au XV^e siècle. Celui du TreM.a est l'un des deux seuls Jésusau en métal précieux. L'analyse stylistique semble donner une datation c. 1400, mais l'orfèvre a pu réutiliser les moules d'un prédécesseur. Il est un témoin unique de l'orfèvrerie religieuse dont il est le plus précieux et le plus miniaturisé des rares exemplaires conservés à ce jour.

Plusieurs tableaux et sculptures font l'objet d'un classement.

• Chef-d'œuvre majeur de Jean Delville, un des ténors du symbolisme belge, *Prométhée* jouit d'une renommée internationale. Réalisée en 1907, cette huile sur toile de très grande dimension est exposée à la Bibliothèque des Sciences humaines de l'Université libre de Bruxelles. Elle figure le titan Prométhée apportant le feu du ciel aux hommes. Le feu prend ici la forme de l'Étoile flamboyante, pentagramme à cinq branches qui, dans la symbolique maçonnique, éclaire le chemin de la Connaissance et de la vraie Lumière. Le tableau illustre donc la victoire de la Lumière de la Raison sur l'obscurantisme dogmatique, rappelant par là le principe fondateur de l'Université : le Libre Examen. En outre, c'est en voyant le tableau en 1908 qu'Alexandre Scriabine, alors installé à Bruxelles, développe l'idée du poème symphonique *Prométhée ou le Poème du feu* (op. 60), qui le propulsera à la tête du courant moderniste russe.

• Le *Mariage mystique du bienheureux Hermann-Joseph* de Jean-Guillaume Carlier illustre un épisode rarement figuré : l'histoire du mariage mystique du prémontré Hermann-Joseph de Steinfeld (c. 1150-1241) avec la Vierge Marie. Le contact entre le prémontré et la Vierge, deux êtres si opposés, l'un virtuel et l'autre réel, constitue le thème central

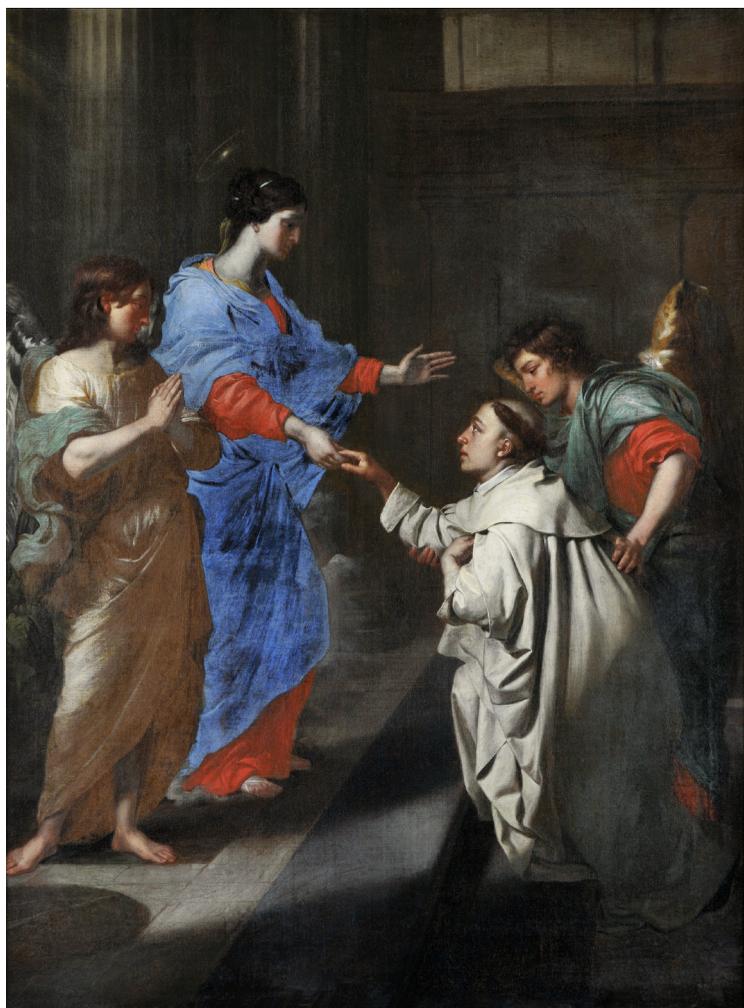


Fig 2. Le *Mariage mystique du bienheureux Hermann-Joseph* de Jean-Guillaume Carlier © BAL - Musée des Beaux-Arts de la Ville de Liège

du tableau. Celui-ci s'appuie sur les jeux d'ombre et de lumière, avec des audaces peu communes : le peintre a pris le parti de rejeter dans l'ombre le visage de la figure principale ! Jean-Guillaume Carlier est l'un des peintres les plus éminents, mais aussi les plus rares, du XVII^e siècle liégeois. On n'a en effet conservé qu'une quinzaine de tableaux de son pinceau.

- Deux Mises au tombeau hennuyères font l'objet d'un classement : la Mise au Tombeau de Mainvault et la Mise au Tombeau de Soignies. Celle de Mainvault est l'une des plus anciennes qui soient. Elle est aussi particulièrement soignée. Neuf personnages entourent le Christ étendu à l'avant-plan. Exception faite du Christ, de la donatrice et du saint se tenant sur la droite, les personnages sont représentés à mi-corps. La Mise au Tombeau de Mainvault relève donc à la fois du « relief sculpté » et du « groupe sculpté ». L'œuvre est simultanément originale et conventionnelle. La polychromie originale a été partiellement retrouvée lors du traitement de l'œuvre à l'IRPA. Sur la base de critères stylistiques, la Mise au Tombeau de Mainvault peut être particulièrement rapprochée des sculptures de la fin du XIV^e siècle et du début du XV^e en Hainaut et en Brabant. C'est sur la base de ces rapprochements qu'une datation entre 1380 et 1420 peut être proposée. Les huit statues monumentales de la Mise au Tombeau de Soignies, conservée dans l'église Saint-Vincent, sont présentées dans une niche, conçue dès l'origine pour leur intégration, faisant allusion à la tombe du Christ taillée dans la roche. L'ensemble est situé dans le déambulatoire que les pèlerins empruntaient pour faire le tour du chœur et accéder aux reliques de saint Vincent. La composition illustre de manière traditionnelle la scène de la Mise au Tombeau. Ces statues, en pierre de calcaire blanc d'Avesnes-le-Sec, étaient peintes

à l'origine, comme le prouvent les traces de polychromie, notamment les restes de dorure de la robe de Nicodème. D'un point de vue stylistique, les statues grandeur nature de Soignies se rapprochent des Mises au tombeau monumentales sculptées en grand nombre dans le nord de la France et en Hainaut, en relation avec le développement du culte de la Passion du Christ dans ces régions dès la fin du XIV^e siècle.



Fig 3. Mise au Tombeau de Mainvault © Atelier de l'Imagier

Comme mentionné en début d'article, la Fédération Wallonie-Bruxelles a procédé au classement des premiers objets en textile et en verre.

- La chasuble et l'étole de David de Bourgogne pourraient être un cadeau personnel de David de Bourgogne à son cousin Louis de Bourbon, prince-évêque de Liège durant la seconde moitié du XV^e siècle. Illustre bâtard de Philippe le Bon, David de Bourgogne a connu une carrière politique et ecclésiastique peu commune. Ce prince-prélat redouté, qui sait

se montrer soucieux de son clergé, est aussi un mécène, amateur de belles choses et de fastes dans les cérémonies du culte. La chasuble est taillée dans une étoffe vénitienne en velours rouge, relevé et ciselé sur fond lancé de filé or, à motifs végétaux stylisés inspirés du chardon et de la grenade. Elle est décorée d'orfrois représentant onze scènes de la Passion du Christ, « petits tableaux à l'aiguille » d'une rare qualité artistique. On y retrouve également les emblèmes de David de Bourgogne et de sa devise *Altijt bereit*. La magnifique chasuble de David de Bourgogne et son étole se rangent parmi les chefs-d'œuvre de l'art textile médiéval. Ces pièces somptueuses proviennent vraisemblablement de l'ancienne cathédrale Saint-Lambert, dont les inventaires relèvent la beauté et la richesse du vestiaire liturgique.

- Le vase « Crépuscule » est le fruit d'une étonnante collaboration entre les Cristalleries du Val Saint-Lambert et le créateur pluridisciplinaire Philippe Wolfers. Entre 1895 et 1903, il collabore avec le Val Saint-Lambert et fait exécuter une vingtaine de pièces uniques en cristal. Parmi celles-ci, le vase « Crépuscule », présenté à l'Exposition internationale d'Art décoratif moderne de Turin en 1902, est sans nul doute l'œuvre la plus accomplie, alliant performance technique, perfection de la forme et harmonie des coloris. Deux chauves-souris vampirisent la surface de la panse par leurs ailes déployées. Quatre papillons en vermeil agrémentent la jonction entre le col et le corps. Philippe Wolfers associe souvent plusieurs matières pour réaliser ses œuvres originales. Notons que le décor animalier est rare sur les verres Art Nouveau réalisés au Val, où les verriers puisent plutôt leur inspiration dans la botanique et reproduisent diverses espèces végétales et florales.



Fig 4. Vase « Crépuscule » de Philippe Wolfers © Ville de Liège - Grand Curtius Photo Marc Verpoorten

- Façonnée en Espagne durant la Renaissance, l'aiguière catalane, réalisée à la façon de Venise, est un exemplaire unique au niveau international. L'artiste verrier s'est probablement inspiré d'un modèle issu du répertoire de l'orfèvrerie. La légèreté et la couleur jaunâtre du verre, l'association du pied et du bouton soufflé, les filigranes blancs verticaux se détachant en relief plutôt que leur inclusion dans le verre se retrouvent sur des pièces réalisées en Catalogne. Habituellement,

l'aiguière est destinée à contenir et à verser de l'eau mais, vu son élégance, ses proportions harmonieuses, sa fragilité et sa hauteur, il s'agit d'une pièce décorative. Elle est représentative de la période d'apogée du verre vénitien et démontre que, malgré les mesures protectionnistes et draconiennes prises par les autorités, des verriers italiens ou européens et en l'occurrence ici, espagnols, sont parvenus à réaliser des chefs-d'œuvre.

- Reconnue comme chef-d'œuvre du patrimoine oral et immatériel de l'humanité par l'UNESCO, la Ducasse d'Ath bénéficie également d'un classement à travers les têtes des géants Goliath, Madame Goliath, Samson, Ambiorix (tyran), Mademoiselle Victoire, l'aigle à deux têtes ainsi que la tête du Cheval Bayard. C'est en 1399 que se situe la première mention de cette procession. Elle a lieu le 4^e dimanche du mois d'août, à proximité de la fête du saint patron (28 août). Les premiers géants apparaissent au XV^e siècle, dans un cortège mêlant religieux et profane. En dehors du Cheval Bayard, on ignore presque tout des modalités précises de création des géants processionnels. Goliath est cité pour la première fois en 1481. Samson fut introduit en 1679 comme géant de la confrérie des canoniers. L'Aigle à deux têtes est cité avant la fin du XVII^e siècle. En 1715 apparaît la femme de Goliath. Désormais, celui-ci se mariera chaque année la veille de la ducasse, avant que se dispute le « jeu parti » qui l'oppose à David. En 1794, les Jacobins détruisirent les figures de la ducasse. Il faut attendre 1804 pour que la procession reprenne vie et 1806-1807 pour que les géants soient recréés. Détruit durant le premier quart du XVI^e siècle, le Cheval Bayard est réintroduit en 1948. Depuis le XV^e siècle, le phénomène des « géants » est bien présent en Europe occidentale dans les processions, les cortèges, les



Fig 5. Mademoiselle Victoire © GJ

carnavals ou les fêtes publiques en général. Le contexte politique, économique et culturel a changé, mais les géants ont survécu là où la tradition s'est solidement enracinée dans les populations. Ce cortège qui, directement issu des processions, a conservé ses géants anciens, est animé par une population locale qui leur demeure extrêmement attachée.

Contacts à la Direction du Patrimoine culturel

Nathalie Nyst, Directrice a.i. – 02 413 20 27 – nathalie.nyst@cfwb.be

Claude Vandewattyne, Attaché et Secrétaire de la Commission consultative du Patrimoine culturel mobilier – 02 413 22 51 – claude.vandewattyne@cfwb.be

Géraldine Jaffré, Attachée et restauratrice-conseil en charge des biens classés – 02 413 20 72 – geraldine.jaffre@cfwb.be

44 boulevard Léopold II
1080 – Bruxelles
Télécopie 02 413 20 07

Publications de la Direction du Patrimoine culturel

Caroline Marchant

Attachée à la Direction du Patrimoine culturel

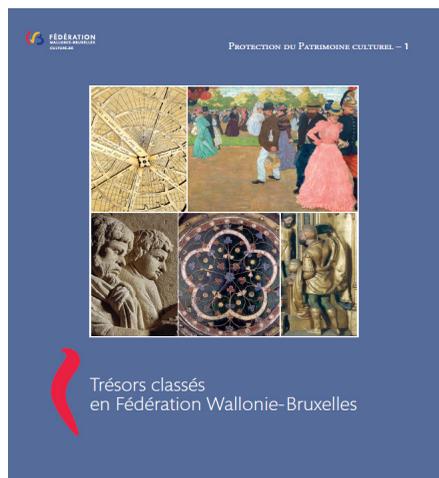
En 2015, la Direction du Patrimoine culturel a édité trois nouvelles publications. Les deux volumes dédiés aux trésors classés inaugurent une nouvelle collection intitulée *Protection du Patrimoine culturel*.

Trésors classés en Fédération Wallonie-Bruxelles

Protection du Patrimoine culturel

Volume 1, 336 pages, 23 × 21 cm, 25 €

ISBN 978-2-930624-12-9



Le premier volume propose un voyage dans le temps à travers les 132 premiers biens mobiliers classés en Fédération Wallonie-Bruxelles. Chacun à sa manière, ces biens classés sont représentatifs de notre richesse et de notre histoire culturelles. Si la peinture et la sculpture sont bien représentées, l'orfèvrerie occupe une place particulière grâce aux vénérables châsses médiévales et d'autres œuvres, véritables bijoux de notre patrimoine. Mais le lecteur découvrira également des biens remarquables de toute provenance, puisque c'est en effet le patrimoine du monde entier qui peut être reconnu et protégé.

Cette publication riche en illustrations comporte aussi plusieurs articles abordant l'histoire et la problématique de la protection du patrimoine mobilier, le travail effectué par la Commission consultative du patrimoine culturel mobilier, les procédures de classement, mais aussi la question de la conservation préventive et de la restauration des biens classés.

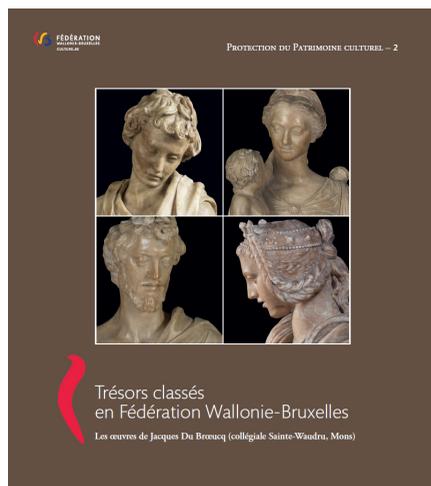
Trésors classés en Fédération Wallonie-Bruxelles

Les œuvres de Jacques Du Brœucq (collégiale Sainte-Waudru, Mons)

Protection du Patrimoine culturel

Volume 2, 32 pages, 23 × 21 cm, 15 €

ISBN 978-2-930624-13-6



Le second volume est entièrement dédié à un trésor classé : l'ensemble des sculptures en albâtre réalisées par Jacques Du Brœucq et son atelier pour la collégiale Sainte-Waudru de Mons. Plus qu'un simple tiré-à-part de la notice qui lui est consacrée dans le précédent volume, il offre également un éclairage sur la technique utilisée et les restaurations mises en œuvre par l'Institut royal du Patrimoine artistique.

N° 28 — 57

2015

Faire vivre le folklore Dynamiques de transformation de la Ducasse de Mons

Aurélien Baroiller

Collection d'études d'ethnologie européenne
vol. 03, 272 pages, 16 x 24 cm, 15 €
ISBN 978-2-930624-11-2



La Ducasse de Mons est une fête pluriséculaire dédiée aux deux saints de la ville (sainte Waudru la fondatrice et saint Georges le tueur de dragon) attendue chaque année avec impatience par les Montois. Durant la seconde moitié des années soixante, cette fête connaît une période creuse, pendant laquelle elle est entachée de violences tandis que la participation s'amoindrit. Mais, dans les années septante, elle retrouve progressivement sa popularité d'antan, jusqu'à atteindre des niveaux de participation inégalés jusque-là. Tandis que la Ducasse connaît cette ascension spectaculaire, de nombreux éléments constitutifs de la fête

sont transformés. Le déroulement du cérémoniel officiel et sa scénographie, les formes de participation à la festivité et les jeux qui la ponctuent ont tous connu des transformations notables jusqu'à nos jours. Si les premières dynamiques de transformation festive émanaient des autorités administratives et associatives gérant la fête, d'autres catégories de participants ont rapidement accolé à celles leurs propres inventions.

Cet ouvrage décrit ces innombrables transformations en tentant de comprendre les dynamiques sociales qui en sont la source.

L'auteur, Aurélien Baroiller, est anthropologue et mène actuellement un doctorat au Laboratoire d'Anthropologie des Mondes Contemporains (LAMC) à l'ULB.

N° 28 — 58
2015

Diffusion des publications de la DPac

Institut du Patrimoine wallon
Tél. 081/ 230 703 ou 081/654 154
publication@idpw.be
www.institutdupatrimoine.be