

PÔLE DE CRÉATION
NUMÉRIQUE

3^e ASSISES DE LA CRÉATION
NUMÉRIQUE

ACTES

QUELS ESPACES POUR DIFFUSER ET PROMOUVOIR LA CRÉATION NUMÉRIQUE SUISSE?

p n c n

The image features the text 'p n c n' in a large, white, sans-serif font. The letters 'n' and 'c' are separated by two bright green arrows pointing diagonally upwards and to the right. The background behind the text is a dark blue field with a pattern of small, light blue dots that create a sense of depth and movement, resembling a digital or networked space.

Sommaire



PREMIÈRE PARTIE: RESTITUTION

-
1. INTRODUCTION
 2. KEYNOTE: LE QUÉBEC, UN MODÈLE POSSIBLE POUR LA SUISSE ROMANDE?
 3. TABLE RONDE: MEET/NXT MUSEUM/EPFL PAVILIONS
 4. ETUDE DE CAS: BARBICAN IMMERSIVE
 5. KEYNOTE: PHOTO ELYSÉE – QUELS ESPACES POUR LA CRÉATION NUMÉRIQUE?
 6. DISCUSSION OUVERTE

SECONDE PARTIE: PROPOSITIONS

HUIT SUGGESTIONS NÉES DES 3^e ASSISES

QUATRE FONCTIONNALITÉS ESSENTIELLES POUR UN CENTRE DÉDIÉ AUX ARTS ET EXPRESSIONS NUMÉRIQUES



p>c>n

Première partie : Restitution



1. Introduction

Les 3^e Assises de la création numérique se sont tenues le 19 septembre 2024 au Muséum d'Histoire Naturelle de Neuchâtel. A cette occasion, plus d'une cinquantaine de professionnel-le-s de la culture (créatrices et créateurs numériques, représentant-e-s de festivals, de centres d'art, de collectivités publiques romandes, etc) ont mis en avant la nécessité de développer des expertises internes pour renforcer les collaborations entre les espaces d'art et de culture et l'écosystème numérique suisse. Ils et elles ont également souligné le besoin de disposer de davantage de lieux pour présenter des oeuvres et contenus numériques au grand public.

En première partie de ce rendez-vous, le Pôle de création numérique leur a présenté une étude de cas sur la place des centres d'art dans l'écosystème numérique québécois. Cette analyse a été réalisée sur la base d'entretiens personnalisés avec les responsables d'espaces d'art numérique tels la SAT, le Centre Phi ou encore Oasis Immersion au Québec ainsi que d'une abondante documentation complémentaire.

A l'invitation du Pôle, Maria Grazia Mattei, directrice du MEET de Milan, Natasha Greenhalgh, co-fondatrice et directrice artistique du Nxt Museum à Amsterdam, et Giulia Bini, responsable et curatrice du nouveau programme d'artistes en résidence du Collège des humanités de l'EPFL (CDH), ont partagé leurs expertises et expériences de terrain pour éclairer les participant-e-s sur les défis et les bonnes pratiques liés à la direction d'espaces consacrés aux oeuvres numériques.

En deuxième partie des Assises, Patrick Moran, co-directeur du Barbican Immersive au Barbican Centre de Londres, et Manuel Sigrist, responsable programmation à Photo Elysée, ont apporté leurs visions des enjeux et perspectives de la diffusion d'oeuvres numériques au sein d'espaces culturels existants.

Fidèle au format collaboratif des précédentes Assises, la journée s'est terminée par une discussion ouverte entre les participant-e-s. Les interventions de celles et ceux qui souhaitaient librement prendre la parole ou répondre à des questionnements soulevés durant la journée ont été enregistrées, puis consignées par écrit.

Le présent document comprend d'une part une restitution synthétique des réflexions produites durant les Assises, basée sur ces enregistrements ainsi que sur les présentations des personnalités invitées à partager leur expertise en matière de diffusion et de mise en valeur d'oeuvres artistiques et de contenus culturels numériques. Il revient, d'autre part, sur les principaux enseignements de cette journée – ces derniers formant in fine une manière de pense-bête pour tous les acteurs et actrices institutionnels comme privés qui souhaiteraient travailler à une meilleure diffusion de ces créations en Suisse.

L'équipe du Pôle tient à remercier chaleureusement toutes celles et ceux qui ont contribué à la réussite de ce rendez-vous.

Rappel

A L'HEURE ACTUELLE, LA SUISSE ROMANDE COMPTE ENCORE TRÈS PEU DE LIEUX CONSACRÉS AUX ARTS ET CULTURES NUMÉRIQUES:

EPFL PAVILIONS – ECUBLENS / CAMPUS EPFL

PYXIS, MAISON DE LA CULTURE ET DE L'EXPLORATION NUMÉRIQUE – LAUSANNE

A CES LIEUX S'AJOUTENT LES FESTIVALS QUI CONSACRENT UNE PARTIE SIGNIFICATIVE DE LEUR PROGRAMMATION AU DOMAINE (LISTE NON EXHAUSTIVE):

MAPPING FESTIVAL – GENÈVE

GIFF (TERRITOIRES VIRTUELS, GENEVA DIGITAL MARKET) – GENÈVE

GENEVA LUX FESTIVAL – GENÈVE

NIFFF (NIFFF EXTENDED, IMAGING THE FUTURE) – NEUCHÂTEL

DIGITAL DREAMS – ECUBLENS / UNIL

A NOTER QUE DEUX STRUCTURES ALÉMANIQUES JOUENT UN RÔLE IMPORTANT DANS LE DOMAINE EN SUISSE:

HEK / HAUS AUF ELEKTRONISCHES KUNST – BÂLE

DAZ / DIGITAL ARTS ZURICH – ZURICH

DE NOMBREUSES INSTITUTIONS CULTURELLES ACCUEILLEN TOUTEFOIS PONCTUELLEMENT DES CRÉATIONS NUMÉRIQUES: MUDAC, LA COMÉDIE, ADC, MAISON D'AILLEURS, THÉÂTRE VIDY, THÉÂTRE SAINT-GERVAIS, CENTRE D'ART CONTEMPORAIN, MUSÉUM D'HISTOIRE NATURELLE DE NEUCHÂTEL...



2. Keynote

LA PLACE DES CENTRES D'ART DANS L'ÉCOSYSTÈME NUMÉRIQUE QUÉBÉCOIS: UN MODÈLE POSSIBLE POUR LA SUISSE ROMANDE?

EN INTRODUCTION DE CES 3^E ASSISES DE LA CRÉATION NUMÉRIQUE, LE PÔLE DE CRÉATION NUMÉRIQUE A PASSÉ EN REVUE SIX LIEUX DÉDIÉS À LA CRÉATION NUMÉRIQUE AU QUÉBEC ET LEUR RÔLE DANS LA STRUCTURATION DE L'ÉCOSYSTÈME DE LA PROVINCE.

LES LIEUX:
SOCIÉTÉ DES ARTS TECHNOLOGIQUES (SAT) – TOPO – CENTRE PHI – SPOROBOLÉ – QUARTIER DES SPECTACLES – OASIS IMMERSION

POURQUOI LE QUÉBEC?

UNE MULTIPLICITÉ D'ACTEURS ET DE PRATIQUES

Le Québec offre un panorama très varié de centres de diffusion travaillant avec des expressions numériques, que ce soit au niveau de la taille des entités, de leur domaine d'expertise ou de leur rapport avec l'écosystème créatif du numérique.

UNE CONFIGURATION SOCIO-POLITIQUE EN PARTIE COMPARABLE

Le Québec partage avec la Suisse romande le fait de constituer la minorité francophone d'un Etat fédéral, avec une large autonomie décisionnelle des collectivités publiques locales ou régionales dans certains domaines, dont celui de la politique culturelle.

UN HISTORIQUE ÉTABLI

La créativité numérique s'est progressivement imposée au Québec depuis trois décennies. Cet historique offre le recul nécessaire pour mesurer les effets réels de la politique culturelle menée en la matière mais aussi sur le rôle qu'ont joué les centres de diffusion dans la création d'un écosystème numérique québécois. Il permet aussi de mieux saisir les défis actuels de la diffusion des œuvres numériques, à une échelle internationale.



DIFFUSER ET PRODUIRE: UN LIEN NATUREL

La longue tradition des centres d'artistes autogérés (SPOROBLE) a sans doute contribué à brouiller la frontière entre création, production et diffusion au Québec. Avec le numérique, qui demande une expertise technique et un équipement particulier, les lieux culturels ont toutefois l'opportunité de jouer un rôle plus important dans la phase de production des œuvres, en pouvant mettre à disposition des artistes du matériel ou des compétences internes recherchées. Dans certains cas, participer à la production des œuvres permet aussi d'obtenir de nouveaux financements ou de rayonner à l'international.

PAS DE CHEMIN TOUT TRACÉ

Seuls la S.A.T. et OASIS sont des lieux de diffusion dédiés dès l'origine à la diffusion d'œuvres ou contenus numériques. Les autres acteurs québécois approchés se sont intéressés aux pratiques numériques par un autre chemin : PHI était une fondation de soutien aux arts visuels qui a vu dans le numérique la possibilité de diversifier ses activités, en cherchant aussi une certaine rentabilité ; TOPO y a vu la continuation de ses activités dans le roman-photo ; SPOROBLE a compris qu'elle offrait l'opportunité de se singulariser dans le paysage culturel d'Estrie ; le Quartier des Spectacles l'a utilisé pour répondre avant tout à des contraintes pratiques (utilisation de la lumière pour donner une signature visuelle au Quartier notamment en hiver, utilisation de la projection contre les façades en attendant de pouvoir investir des places publiques encore en chantier, choix des installations numériques interactives car elles permettaient de proposer des activités en plein air pendant l'hiver aux Montréalais).

« A travers notre programmation interactive, nous avons trouvé une façon de créer de l'animation et de l'engagement dans le Quartier des Spectacles et d'avoir un impact significatif sur la communauté. » Guillaume Aniorté, Quartier des Spectacles



A CHACUN SON MODÈLE ÉCONOMIQUE

A la fois pratique industrielle, technique et artistique, la création numérique a permis à chaque lieu de diffusion de façonner son propre modèle économique. Avec 92% de revenus liés à sa billetterie et un modèle à 100% entrepreneurial, OASIS table sur un modèle d'affaires propre aux industries du divertissement culturel. La S.A.T. a voulu équilibrer son financement, avec une moitié de revenus liés à des subventions et l'autre moitié liées à des revenus propres (billetterie, locations d'espaces, etc). PHI repose sur un modèle de mécénat, mais a développé avec le Centre, puis le Studio, puis aujourd'hui le tour operating d'expériences immersives majeures, d'autres types de revenus. Le Quartier des Spectacles opère avec un mandat et des fonds municipaux. SPOROBOLÉ a quant à lui trouvé son équilibre en se transformant en centre d'expertise qu'il met au service d'autres acteurs culturels (création de bases de données, sites, accompagnement dans la transition numérique) et en travaillant sur des grands dossiers structurants pour la branche. Enfin, TOPO dépend essentiellement des fonds publics, dans une économie sans doute plus fragile mais qui lui octroie une grande liberté d'action au quotidien.

EMBRASSER LA COMPLÉMENTARITÉ

Fait assez rare pour être souligné, l'ensemble des intervenants québécois a librement cité d'autres acteurs du domaine lors de nos conversations, en mettant souvent l'accent sur la nécessaire complémentarité à atteindre pour que naisse un véritable écosystème du numérique. La notion de compétition, notamment pour l'obtention de certains fonds, n'est pas pour autant occultée. Elle reste toutefois comprise comme un phénomène naturel entre pairs, lié également au succès du secteur dans son ensemble, devenu en 30 ans un domaine significatif de la culture québécoise.

« Le crédit d'impôt a permis d'attirer plein de créatifs à Montréal. Le Cirque du Soleil a commencé à créer des mises en scène multimédia. Puis il y a eu l'ouverture du Centre Phi et maintenant, il y a l'Arsenal, il y a Oasis, il y en a pour tous les goûts. C'est une bonne chose car cela nous a obligé à nous recentrer sur nos missions et notre spécificité. L'idée est d'offrir une offre complémentaire en créativité numérique, qui réponde aux besoins du public et des milieux culturels. »

Jenny Thibault, S.A.T.



INVESTIR DANS L'EXPERTISE INTERNE

Apprendre en faisant, travailler sur les compétences, parvenir à conserver les collaborateurs qualifiés, former la relève : l'ensemble des intervenants interrogés rappelle que la culture numérique nécessite une expertise particulière. Tous pointent aussi le fait qu'une telle expertise permet aussi aux institutions de gagner en agilité, de rester alertes, dynamiques et plus ouvertes à des regards neufs, disruptifs ou innovants.

L'ACCUEIL ET LA MÉDIATION: UN ENJEU PARTICULIER

Parce que c'est un art récent, qui doit encore conquérir son public, et parce qu'elle repose sur une vision de la technologie soit dégradée, soit idéalisée, la création numérique nécessite un accompagnement particulier. L'enjeu pour l'ensemble des responsables de lieux au Québec : faire disparaître la technologie au profit de l'expérience humaine.

« La médiation est la clé de tout ce qu'on fait. Peu importe l'œuvre ou les œuvres que nous présentons : nous réfléchissons toujours beaucoup à l'accueil du public parce que si un visiteur fait l'effort de se déplacer et que son expérience est mauvaise, ou décevante, non seulement il ne reviendra mais il ou elle se transformera aussi en mauvais ambassadeur des arts immersifs ou interactifs. Et certains projets immersifs peuvent aussi avoir un effet très percutant sur le public. L'accompagner à la sortie de l'expérience est capital. » Myriam Achard, PHI

COMPRENDRE L'ENJEU TECHNOLOGIQUE

Bien saisir l'enjeu technologique que recèle une programmation numérique est de l'avis de tous plus complexe qu'il n'y paraît. Les questions de maintenance, par exemple, prennent une importance particulière, avec ce que cela suppose de coûts cachés. En revanche, comme le rappellent certains intervenants, se doter du meilleur équipement, de la plus grande définition visuelle ou sonore ou des technologies les plus avancées ne garantit en rien la qualité de l'expérience publique, voire peut la dégrader lorsque la technologie devient trop contraignante et limite l'expression artistique. Enfin, la technologie peut aussi servir à la recherche, parfois dans d'autres domaines que celui de la culture. Elle peut pousser à s'ouvrir à d'autres collaborations.

« Nous nous sommes pensés d'emblée comme une plateforme pour le talent créatif. C'est très québécois. Nous avons la chance d'avoir vraiment beaucoup de gens très talentueux ici, dans l'écosystème. Nous savions que nous allions avoir des opportunités d'aller trouver des gens qui veulent collaborer avec nous pour monter leurs œuvres. » Nicolas Lassonde, OASIS Immersion

TRAVAILLER AVEC L'ÉCOSYSTÈME

La volonté de créer un lien fort avec l'écosystème créatif local, de s'appuyer sur ses compétences et de valoriser ses qualités constituent un point commun entre tous les intervenants. Cette préoccupation est aussi bien partagée par des institutions largement soutenues par des collectivités publiques que par des entrepreneurs culturels privés. On peut y voir un effet du crédit d'impôt Landry et des discours volontaristes des autorités québécoises sur la créativité numérique.

3. Table ronde

RÉVÉLER, PORTER, SERVIR: LES CENTRES D'ART NUMÉRIQUE COMME MARQUEURS DE L'IDENTITÉ CRÉATIVE D'UN TERRITOIRE

UNE CONVERSATION ENTRE **MARIA GRAZIA MATTEI**, DIRECTRICE DU MEET | DIGITAL CULTURE CENTER (MILAN)
NATASHA GREENHALGH, CO-FONDATRICE ET DIRECTRICE ARTISTIQUE DU NXT MUSEUM (AMSTERDAM)
GIULIA BINI, RESPONSABLE ET CURATRICE DU NOUVEAU PROGRAMME D'ARTISTES EN RÉSIDENCE DU COLLÈGE DES HUMANITÉS DE L'EPFL (LAUSANNE)
MODÉRÉE PAR **MATHIEU GAYET** (GIFF)

SYNTHÈSE

A travers la rencontre de ces trois personnalités actives dans la diffusion et la mise en valeur des arts et cultures numériques en Suisse, en Italie et aux Pays-Bas, le Pôle souhaitait non seulement comprendre quand, comment et dans quel but ces lieux avaient été créés mais aussi quelles étaient les difficultés concrètes auxquels ils faisaient face, à quels publics ils s'adressent et dans quelles trajectoires futures ils s'inscrivent.

Situé sur le campus de l'Ecole Polytechnique Fédérale de Lausanne (EPFL), l'EPFL Pavilions jouit naturellement des relations fortes qu'il entretient avec les scientifiques de l'EPFL, soit un écosystème composé de quelque 350 laboratoires scientifiques. Le lieu accueille d'ailleurs des artistes en résidence, qui peuvent entrer en dialogue avec la communauté scientifique présente sur les lieux.

Le Nxt Museum a quant à lui ouvert ses portes en 2020, en tant qu'espace entièrement et uniquement dédié aux arts numériques. C'est un lieu d'exposition et de recherches, qui commissionne également des travaux et se veut ouvert à un large public, dans le but de mieux mettre en valeur la culture technologique et de démocratiser les pratiques artistiques numériques.

Le MEET, enfin, est seul espace dédié à l'art et la culture numérique en Italie. Il est le fruit d'un long et patient travail de sensibilisation du milieu culturel et politique transalpin aux arts technologiques, notamment à travers la mise en place du réseau et des initiatives Meet the Media Guru. Il pourrait conduire Milan à se doter prochainement d'un Musée National d'Art Numérique.

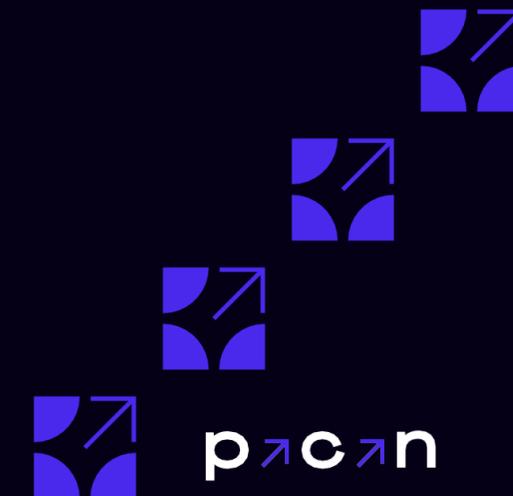


FINANCEMENT ET PUBLIC

Financé par la Fondation Cariplo qui a acheté le bâtiment et couvert ses frais généraux pendant trois ans, le MEET fonctionne aujourd'hui grâce à l'apport de contributions privées, de soutiens de l'UE sur des projets ponctuels, de collaborations avec les milieux académiques et de locations des espaces pour des événements privés. S'il peut compter sur une vaste communauté de 60'000 membres, ses financements ne sont pas liés à des questions de fréquentation.

Nxt Museum a lui aussi vu le jour grâce à un investissement privé. A l'inverse du MEET, sa principale source de revenu repose toutefois sur les ventes des billets. Dans les quatre dernières années, Nxt Museum a ainsi accueilli près de 600'000 visiteurs. Une pression constante sur les résultats qui a conduit la structure à entrer dans un processus de transformation de sa gouvernance et de ses objectifs: Nxt deviendra prochainement une fondation, qui pourra compter en partie sur des soutiens publics. L'objectif de cette transformation est de créer un écosystème moins compétitif et plus partagé.

Le cas de l'EPFL Pavilions est encore différent, dans la mesure où il émane directement d'une institution académique reconnue pour la qualité de son enseignement en matière de recherche technologique et d'innovation. Bien que situé sur le campus de l'école polytechnique, certaines expositions parviennent à totaliser quelque 20'000 visiteurs. Ce n'est toutefois pas le lieu lui-même qui est au cœur de la stratégie publique de l'EPFL Pavilions, mais plutôt les collaborations: ainsi, la reprise de l'exposition *Cosmos Archaeology* à Shanghai a totalisé près de 75'000 visiteurs.

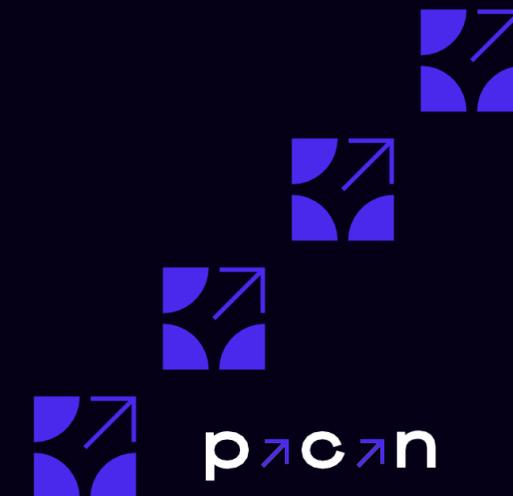


INFRASTRUCTURE ET ÉQUIPEMENT TECHNIQUE

S'agissant de l'infrastructure technique de base nécessaire pour l'accueil d'expositions numériques, Giulia Bini a pointé l'importance de la mutualisation des ressources matérielles ou des compétences techniques: ainsi L'EPFL Pavilions peut bénéficier de sa proximité avec le Laboratory for Experimental Museology de l'EPFL, dirigé par Sarah Kenderdine, qui est une spécialiste internationalement reconnue de ces questions. Par ailleurs, à l'heure actuelle, l'EPFL possède l'infrastructure qui permet de présenter le travail des chercheurs et des artistes associés dans de très bonnes, voire les meilleures, conditions imaginables.

Le cas du Nxt Museum est un peu différent. Après de longues recherches, les fondatrices du musée ont choisi d'investir un ancien studio de production télévisuelle. La typologie du bâtiment, loué pour 10 ans, a permis de créer des espaces sur mesure et de jouir d'une hauteur de plafonds particulièrement confortable (8,5 mètres de haut). Cette configuration offre la possibilité aux curateurs et curatrices de Nxt d'accueillir tout type d'oeuvres numériques, des plus modestes aux plus volumineuses. Affranchi de l'obligation de s'adapter aux contraintes spatiales, chaque artiste peut ainsi librement exprimer sa créativité. Afin de conserver cette plasticité, l'équipement technique est quant à lui loué selon les besoins de chaque installation.

Le MEET devait faire face à d'autres contraintes: celles a priori imposées par un bâtiment patrimonial, le centre étant hébergé dans un palace historique du centre de Milan. Il s'agissait de repenser les espaces et d'optimiser au mieux les quelque 1500m² à disposition. Une mission confiée au célèbre architecte italien Carlo Ratti. Lequel a placé la modularité au centre de sa démarche. L'escalier central devient ainsi un lieu de vie, se transformant au fil de la journée et des besoins en théâtre, en café ou encore en espace de travail. Ce geste architectural a matérialisé la volonté que la communauté des créatrices et créateurs et plus largement du public intéressé par le domaine puisse s'emparer des espaces du MEET. Maria Grazia Mattei rappelle à ce titre l'importance d'inscrire la création numérique dans le territoire et d'organiser des événements en collaboration avec des partenaires locaux pour attirer des nouveaux publics.



4. Etude de cas

LE BARBICAN IMMERSIVE : UN CATALYSEUR POUR LES ARTS NUMÉRIQUES ET L'ENTREPRENEURIAT CRÉATIF BRITANNIQUES

CO-DIRECTEUR DU BARBICAN IMMERSIVE, PATRICK MORAN A PRÉSENTÉ LES CONCEPTS-CLÉS ET LE RÉSULTAT DES EXPOSITIONS IMAGINÉES ET PRODUITES AU SEIN DE CE DÉPARTEMENT DU BARBICAN CENTRE, L'UN DES CENTRES CULTURELS LES PLUS IMPORTANTS DE LONDRES.

Le Barbican Centre est un espace culturel financé par des fonds publics en provenance principalement de la Ville de Londres. Département spécialisé dans les nouvelles technologies et formes d'expression innovantes, Barbican Immersive a su s'imposer comme un leader mondial dans la création d'expositions et d'expériences visant à remettre en perspective la compréhension qu'ont les visiteurs de sujets qui leur sont familiers et à explorer des thématiques contemporaines complexes mais inspirantes.

Avec un accent mis sur la culture contemporaine, les nouvelles technologies et la créativité numérique, Barbican Immersive crée des environnements dans lesquels l'art contemporain, les expériences immersives, les objets historiques, le design, la musique et les jeux vidéo permettent de développer de manière créative des récits.

L'originalité du Barbican Immersive réside dans le fait que ses expositions sont présentées non seulement au Barbican Centre mais dans de nombreux espaces partenaires à travers le monde. Leur réseau compte 81 lieux dans 33 pays et continue de s'étendre.

A ce jour, les expositions du Barbican Immersive ont totalisé plus de **6,789,536 visiteurs** à travers le monde. Parmi eux, **436,035 visiteurs** ont assisté aux expositions au Barbican Centre à Londres.

A l'heure actuelle, **5 expositions** sont en tournée :

- *Game On* qui est en tournée depuis 2002, soit 22 ans
- *Virtual Realms: Videogames Transformed* depuis 2021
- *AI: More than Human* depuis 2019
- *Mangasia: Wonderlands of Asian Comics* depuis 2017
- *Our Time on Earth* depuis 2022

LES CLÉS D'UNE EXPOSITION IMMERSIVE SELON LE BARBICAN

Lorsque les équipes du Barbican Immersive créent une exposition, elles essaient de garder à l'esprit un certain nombre de concepts clés qui les guident dans leur choix éditoriaux et artistiques:

Créer un récit, un voyage : **courbe narrative, fluidité, expérience**

Transporter le visiteur : **grâce aux communications, au contenu, à l'expérience**

Équilibrer les parcours : **trouver la bonne proportion entre divertissement, apprentissage et défis**

Varié les interactions : **passives/actives, communautaires/solitaires, varier les charges sensorielles et l'intensité des expériences**

Prévoir une expérience globale : **espaces sociaux avant et après le spectacle, offre de boissons et de nourriture**

Rester simple et accessible : **l'approche doit être rigoureuse mais jamais prétentieuse ou purement intellectuelle**

Orienter sans contraindre : **le visiteur doit garder un sentiment d'autonomie tout en étant guidé et doit se sentir en tout moment libre de s'immerger ou non dans les propositions qui lui sont faites**



5. Keynote

QUELS ESPACES MUSÉAUX POUR LA CRÉATION NUMÉRIQUE ?

MANUEL SIGRIST EST RESPONSABLE DE LA PROGRAMMATION À PHOTO ELYSÉE. ANCIENNEMENT MUSÉE DE L'ELYSÉE, PHOTO ELYSÉE EST DÉDIE À LA PHOTOGRAPHIE ET FAIT AUJOURD'HUI PARTIE DU PÔLE MUSÉAL LAUSANNOIS PLATEFORME 10. RESPONSABLE DE LA PROGRAMMATION DE CETTE INSTITUTION, MANUEL SIGRIST DRESSE UN BILAN DE LA MANIÈRE DONT LES MUSÉES SUISSES ABORDENT AUJOURD'HUI LA CULTURE NUMÉRIQUE

Dans son intervention, Manuel Sigrist a tout d'abord souhaité remercier le Pôle de création numérique pour la publication du Glossaire de la création numérique, qui permet de poser un certain nombre de principes, comme la distinction entre création numérique et art numérique. L'enjeu, selon lui, est de s'assurer que ces notions soient désormais largement diffusées auprès des musées suisses, qui sont des lieux où les expériences novatrices peuvent parfaitement trouver une place.

Manuel Sigrist rappelle d'ailleurs qu'en Suisse romande, de nombreuses institutions s'ouvrent de plus en plus au numérique. Depuis dix ans, ce mouvement est en constante accélération, grâce notamment aux impulsions données par des initiatives comme MuseumNext en 2015. Toutefois, et malgré cet indéniable intérêt pour le domaine, parler d'immersion ou de numérique provoque encore régulièrement des résistances dans le milieu muséal. Pour Manuel Sigrist, elles sont souvent dues à une forme de malentendu sur la manière dont le numérique fait art. En témoignent ces affiches d'exposition montrant encore trop souvent des bustes gréco-romains en 3D, comme si le domaine se résumait à une numérisation du patrimoine, à une forme de remplacement du réel par le virtuel, alors que sa valeur réside plutôt dans la richesse et la variété de ses propositions.

L'EXPERTISE? UN ENJEU MAJEUR

En 2021, la Suisse comptait 1081 musées, pour un total de 11'400 salariés et 6'000 équivalents à temps pleins (ETP). La moyenne nationale se situe donc à 10,5 salariés pour 5,55 ETP par musée. Acquérir l'expertise nécessaire à penser et produire des expositions autour du numérique constitue dès lors pour de nombreuses structures un effort important, qui peut aller au-delà des ressources dont elles disposent. La technique et la maintenance constituent par ailleurs des énormes défis pour les musées, dont les moyens demeurent limités.

« Les musées ont l'habitude d'être confrontés à des créations complexes à exposer mais le numérique ajoute une difficulté supplémentaire qui est celle d'apprendre continuellement et de se former. »

UNE CULTURE NUMÉRIQUE, AU-DELÀ DE L'EXPÉRIENCE UN PATRIMOINE COMMUN, AU-DELÀ DE L'INNOVATION

Une autre difficulté pour les musées réside dans la possibilité pour eux d'aller au-delà de la présentation des oeuvres en elles-mêmes pour créer un vrai discours sur l'art et la culture numériques. Cela nécessite de pouvoir saisir et analyser le propos de l'artiste mais aussi de comprendre les technologies qui lui ont permis de créer son oeuvre, étant compris qu'elles sont aussi des marqueurs de notre temps.

En cela, le numérique met à l'épreuve les institutions dans leur capacité à auto apprendre, à se former et à se positionner par rapport aux technologies. Son pouvoir de transformation va bien au-delà des aspects logistiques et techniques que les centres d'art et de culture doivent nécessairement prendre en compte pour exposer des oeuvres. Afin de remplir pleinement les missions de médiation qu'ils remplissent, ces espaces doivent aussi être capables de documenter leur démarche, de l'inscrire dans une perspective globale sur la création contemporaine et ses différentes expressions, de contextualiser le travail de l'artiste.

Par ailleurs, le terme d'innovation est encore trop souvent associé aux programmes de soutien à la création numérique, alors que l'enjeu repose sans doute davantage, d'un point de vue civilisationnel, dans la création d'un patrimoine culturel commun. Lorsque l'accent est mis sur cette notion patrimoniale, c'est toute la chaîne de l'existence d'une oeuvre numérique que l'on convoque, de sa création à sa conservation – rendant plus claire la mission des musées à cet égard.



6. Discussion ouverte

PETIT FLORILÈGE DES INTERVENTIONS DE LA
QUARANTAINE DE PARTICIPANTS DE LA JOURNÉE

PAROLES D'ARTISTES ET DE PRODUCTEURS

MANQUE DE VISIBILITÉ

«Au niveau des financements à la création numérique, la situation s'améliore, mais nous manquons encore de visibilité sur les lieux qui pourraient accueillir ces créations en Suisse. Or, savoir à quel moment on présente une œuvre, à quel moment on fait intervenir des lieux de diffusion dans le processus de création (au moment du prototypage, finition de l'œuvre) s'avère très important.»

L'AVANT / APRÈS COVID

«En matière de production et de diffusion de la création numérique, il y a un avant et un après Covid. Durant la pandémie, les collectivités ont notamment introduit des bourses de recherche pour artistes. Hérités de ce post Covid, il y a aujourd'hui des fonds qui se sont mis en place pour penser des projets avant leur création. Des fonds de transformation ont aussi permis d'équiper des lieux.»

COPRODUIRE AVEC LES MUSÉES

«Les musées peuvent aussi être des acteurs du financement d'une œuvre. Dans notre cas, une grande institution a coproduit l'une de nos œuvres, sous la forme d'une carte blanche donnée à notre collectif sur une thématique donnée.»

UN HISTORIQUE ÉTABLI

«Il y a beaucoup de demande de la part des musées pour revaloriser leurs collections existantes via des projets de scénographie interactive mais la question demeure sur qui fournit les éléments techniques. Les coûts liés à la technique de ces installations et à l'ingénierie qu'elles impliquent sont souvent mal connus et peuvent engendrer des incompréhensions au moment de l'exposition.»

UN ÉVÉNEMENT FÉDÉRATEUR

«La proposition de créer un moment dans l'année consacré spécifiquement à la création numérique sur le modèle du printemps numérique québécois, est une piste intéressante. Ce type d'initiatives permettent de mettre en lien plusieurs institutions et de valoriser les spécificités de chaque institution.»

CLARIFIER LA COLLABORATION

«En tant qu'artiste numérique, travailler avec une institution sur une exposition ou une œuvre ou un dispositif est une opportunité. En revanche, de nombreux enjeux doivent impérativement être clarifiés avant le début de la collaboration. Il est capital d'avoir des instructions claires du musée et un cahier de charges précis.»

PAROLES DE CURATEURS ET D'EXPERTS INSTITUTIONNELS

COPRODUCTION INTERNATIONALE

«Une question récurrente pour ceux qui travaillent institutionnellement dans le domaine, c'est de comprendre comment transposer les modèles que l'on voit à l'étranger au petit bassin de la Suisse romande. A ce titre, la coproduction internationale a aussi une valeur importante, dans la mesure où elle nous renseigne sur les savoir-faire mais aussi sur les standards dans le domaine.»

OSER LE PARI

«En tant que responsable de collections, je trouve très intéressant de travailler avec des créateurs et créatrices, sans forcément savoir si le produit final sera une œuvre ou plutôt un dispositif de médiation, ou les deux. Le numérique permet de transformer notre relation au monde physique et aux objets de collections.»

UNE MEILLEURE INFORMATION

«Il faudrait avoir une réflexion sur des outils de médiation moins invasifs que la réalité virtuelle, par exemple. Cela permettrait aux musées de s'approprier cette question du numérique en douceur, sans forcément penser à une transition radicale. Disposer d'un répertoire avec la liste des coûts et une information sur les ressources en temps nécessaires à la mise en place de tels projets pourrait également s'avérer grandement utile.»

INTERNE OU EXTERNE

«Le besoin de disposer de davantage d'expertise sur la création numérique dans les musées est avéré. Cela dit, il serait certainement envisageable de faire appel à un centre de compétences en la matière, si un tel service existait en Suisse.»

PAS DE MODÈLE UNIQUE

«Il faut garder à l'esprit qu'en matière de lieux programmant du numérique, il n'existe pas de modèle unique et prédéfini. A Paris, par exemple, il n'existe actuellement plus de lieu permanent consacré uniquement à la création numérique. Plusieurs modèles de diffusion cohabitent. Cela reste un terrain d'expérimentation.»

DÉCISION POLITIQUE

«Nous devons aussi rappeler l'importance des décisions politiques pour valoriser l'écosystème existant et le rendre accessible et visible. On ne doit pas mettre de côté ce point: mieux diffuser la création numérique, y compris dans les grandes institutions existantes, est aussi un enjeu de politique culturelle.»



Seconde partie : Propositions



1

Favoriser la coproduction et l'expérimentation

PROPOSITION

Encourager les musées et institutions à collaborer dès la phase de conception des œuvres numériques, plutôt que de se limiter à leur diffusion.

OBJECTIF

Mieux intégrer ces créations aux expositions et répondre aux défis techniques et narratifs dès le départ.

Créer un centre de compétences dédié au numérique

PROPOSITION

Mettre en place une structure nationale ou régionale qui accompagne les institutions culturelles dans leur transition numérique.

OBJECTIF

Offrir conseils, formations et ressources techniques sur le numérique aux institutions culturelles.

2

Renforcer la formation et l'auto-apprentissage dans les musées

PROPOSITION

Proposer des formations spécifiques pour les professionnels des musées.

OBJECTIF

Aider les institutions à mieux comprendre et intégrer les technologies numériques, développer une culture de l'apprentissage continu pour accompagner l'évolution rapide des outils numériques.

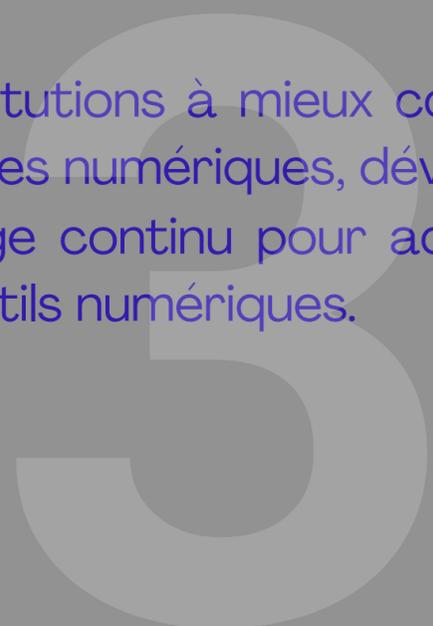
Valoriser le patrimoine numérique plutôt que l'innovation à tout prix

PROPOSITION

Adopter une approche patrimoniale de la création numérique en mettant en place des stratégies de conservation et de documentation de ces oeuvres.

OBJECTIF

Inscrire la création numérique suisse dans une perspective historique et lui donner une place légitime dans le paysage culturel suisse.



5

Encourager la participation et la co-création avec le public

PROPOSITION

Mettre en place des dispositifs interactifs et participatifs pour enrichir l'expérience et démocratiser l'accès au numérique.

OBJECTIF

Explorer de nouvelles formes d'interaction avec les visiteurs, qui peuvent être non seulement spectateurs mais aussi acteurs des œuvres numériques.

Développer un réseau de lieux dédiés à la création numérique

PROPOSITION

Identifier et promouvoir les espaces pouvant accueillir ces créations en Suisse romande, afin d'accroître leur visibilité et leur accessibilité.

OBJECTIF

Mettre en réseau ces lieux pour favoriser la diffusion des œuvres et mutualiser les ressources.

6

Créer un événement annuel autour du numérique

PROPOSITION

Organiser un festival ou un mois thématique dédié à la création numérique en Suisse romande, sur le modèle du Swiss Photomonth pour la photographie.

OBJECTIF

Fédérer les acteurs du secteur et accroître l'intérêt du public.

Développer un répertoire des coûts et ressources pour la création numérique

PROPOSITION

Mettre à disposition des institutions un guide détaillant les coûts et besoins en ingénierie, en maintenance et en formation liés aux projets numériques.

OBJECTIF

Mieux anticiper les défis techniques et budgétaires et assurer une intégration réussie du numérique dans les musées.

LES QUATRE FONCTIONNALITÉS ESSENTIELLES D'UN LIEU DÉDIÉ AUX CULTURES NUMÉRIQUES

1

Créer un point de rencontre entre l'art, l'innovation et la société en démocratisant l'accès aux nouvelles formes d'expression, à travers des expositions pensées pour tous les publics.

2

Servir de levier pour la création et l'innovation, en travaillant en étroite collaboration avec l'écosystème local et international sur des projets ambitieux et fédérateurs.

3

Devenir un moteur pour l'économie créative et l'innovation technologique locales, en attirant l'attention du monde de l'entreprise et des grandes institutions culturelles sur la qualité des savoir-faire régionaux.

4

Offrir de nouvelles perspectives de rayonnement culturel à la Suisse romande, en créant des partenariats forts avec des institutions internationales de renom.

