



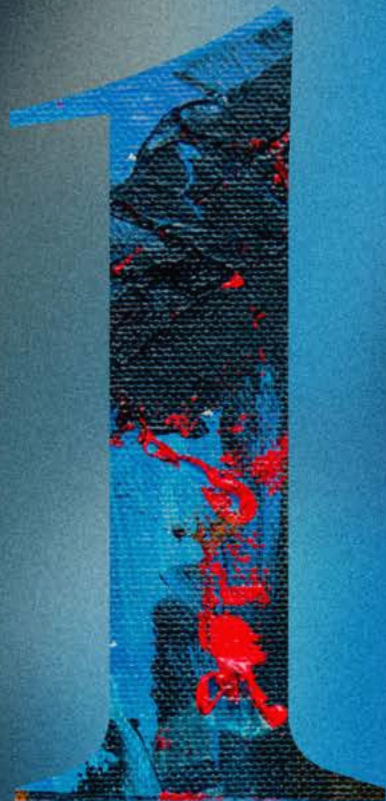
Tendances & actualités du numérique



Sommaire



- 01** Biographie
- 02** Le numérique culturel pendant le confinement
- 03** Les tendances post-confinement
- 04** Les opportunités



Biographie

Philippe Rivière

Je suis responsable de la stratégie numérique du fond de dotation Art Explora que j'ai rejoins en juin de cette année.

Auparavant j'étais directeur adjoint au développement à Paris Musées et chef des services Numérique et Communication.

A Art Explora, au-delà de l'élaboration de la stratégie numérique, je dirige la conception et mise en place des différents dispositifs numériques et participe à la mise en œuvre de partenariats nationaux et internationaux.





Le numérique culturel pendant le confinement

Les actions des institutions culturelles



1

Réaliser un inventaire des
ressources en ligne existantes

2

Investir les réseaux sociaux pour
valoriser son contenu

3

Engager les communautés avec
des jeux concours ou des
hashtags engageants

4

Créer du contenus pendant le
confinement

Les réseaux sociaux



ellaweehuizen

272 abonnés

Voir le profil

- Valorisation en ligne des contenus existants :
 - Visite Virtuelle (Expo « Voyage Voyages » du MUCEM)
 - Contenus jeunes publics (<https://petitlouvre.louvre.fr/>)
 - Des vidéos sur les œuvres emblématiques
 - (https://www.youtube.com/watch?v=Q4u0-nTdepc&feature=emb_logo)
 - Les bases de données (<https://www.parismuseecollections.paris.fr/fr>)
 - Les applications mobiles (SecondCanvas à partir de Gigapixels)
 - Des proposition d'activités et de jeux
 - (<https://www.mam.paris.fr/fr/activites-la-maison>)
 - Les livrets pédagogiques (<https://www.musee-orsay.fr/fr/espace-professionnels/professionnels/enseignants-et-animateurs/documentation-pedagogique/documentation-pedagogique.htm>)
 - Les MOOC (www.mooc-centrepompidou.com)
- Les lives sur Facebook et Instagram
 - Des hashtags en quantité :
 - #CultureChezNous (par le MCC)
 - #GettyMuseumChallenge (par le Getty)
 - #CreepiestObjects
 - #Tussenkunstenquarantaine
 - Résultats :
 - des statistiques en forte augmentation (jusqu'à + 200%!)
 - Les limites :
 - un effet de courte durée (les 3 premières semaines du confinement)
 - une cible française car contenu et valorisation en français seulement





Les tendances post-confinement

Repenser le in-situ

- Dorénavant les dispositifs tactiles sont inutilisables car sources de contaminations éventuelles -> les institutions les repensent en audiovisuels non interactifs qu'ils peuvent aussi diffuser en ligne!

Comme par exemple pour l'exposition

« **Les contes étranges de Jacobsen** » au musée
Bourdelle

<http://www.parismusees.paris.fr/fr/actualite/l-exposition-les-contes-etranges-de-jacobsen-depuis-chez-vous>

Ou l'exposition « Pompéi » au Grand Palais

<https://www.grandpalais.fr/fr/evenement/pompei>

- Les événements à jauges restreintes obligent les musées à trouver une solution pour ne pas perdre trop d'argent -> les cours d'histoires de l'art du Grand Palais seront proposés aussi en ligne

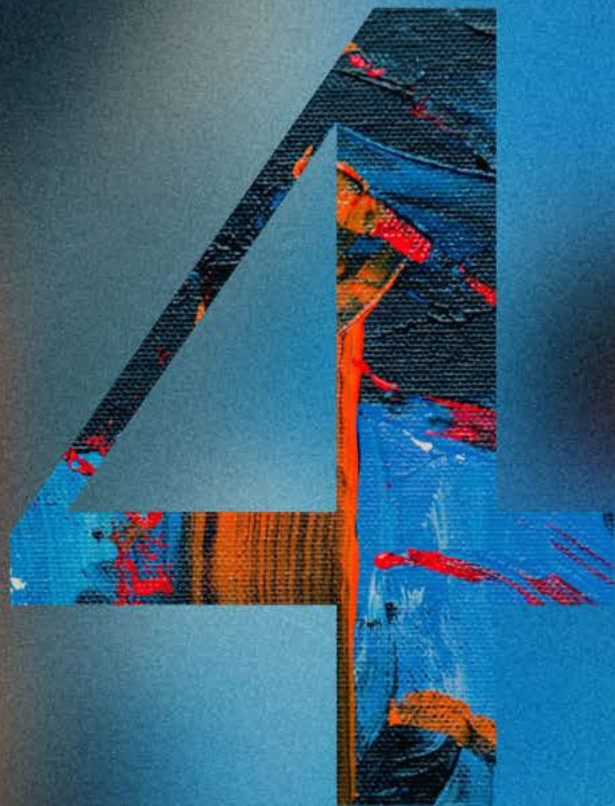
Le contenu en ligne à développer



- Les nouveaux formats numériques vont donc s'imposer dans les musées à travers :
 - des captations d'événements à jauges restreintes
 - des formats à succès comme les podcasts
 - Des visites virtuelles des expositions
 - Des lives sur les réseaux sociaux
 - Etc...

Toutefois la modèle gratuit du numérique culturel appliqué jusqu'à présent en masse pourrait être remis en question

- Des cibles mieux identifiées grâce à une intégration des présences en ligne dans une stratégie globale des publics

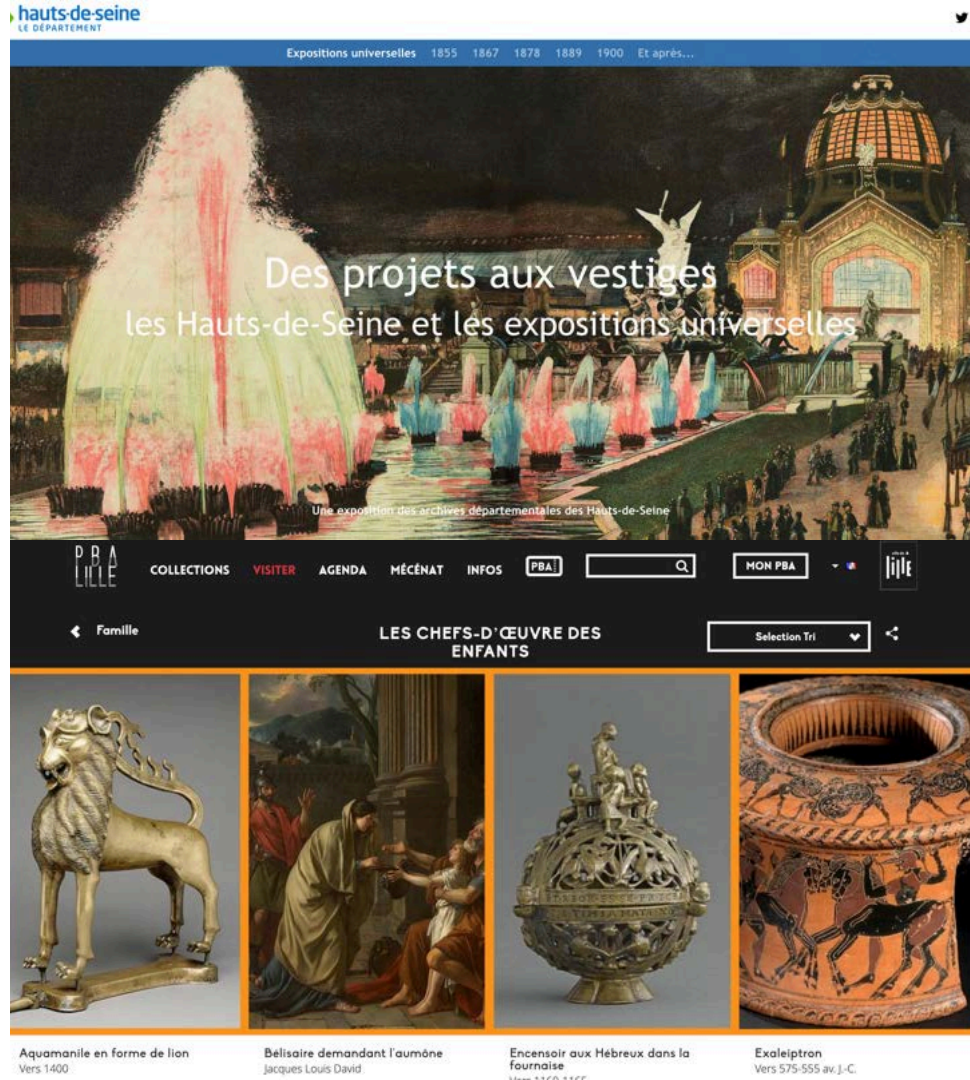


Les opportunités

1 Des nouveaux contenus culturels français en ligne pour tous

2 Des nouveaux sites Web riches en contenus culturels

3 Une multiplication des canaux de diffusion pour sortir de son écosystème





Follow us on



philippe.riviere@artexplora.org