



THE ART NEWSPAPER *DAILY*

LUNDI 28 JANVIER 2019 / NUMÉRO 196 / 1€



TECHNOLOGIE : LES NOUVELLES TENDANCES POUR LES MONUMENTS ET LES MUSÉES P. 4



TRAITÉ D'AIX-LA-CHAPELLE
DES INSTITUTS CULTURELS
FRANCO-ALLEMANDS
VONT SE MULTIPLIER
DE PAR LE MONDE P. 7



MODE
LES ROBES DE
CATHERINE DENEUVE
GRIFFÉES YVES SAINT LAURENT
S'ENVOLENT CHEZ CHRISTIE'S P. 9

DISPARITION
DÉCÈS DE L'ARTISTE
PERFORMER ET VIDÉASTE
ÉRIC DUYNKAERTS P. 9

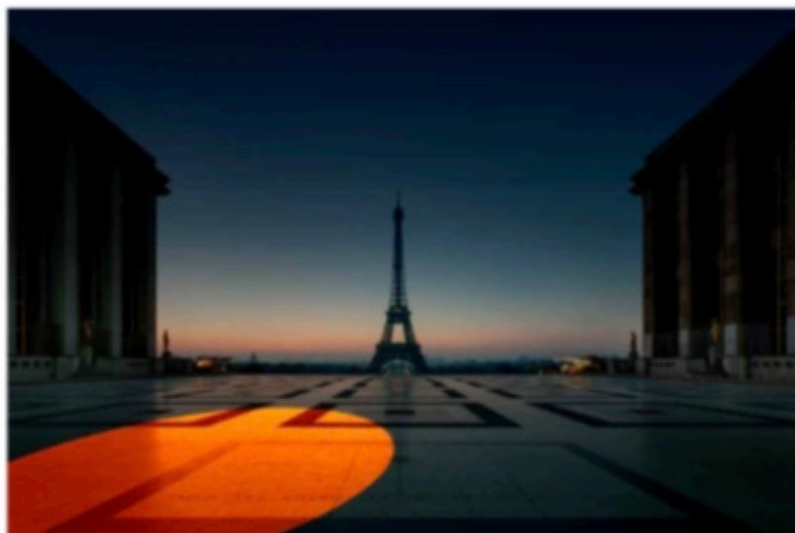
DÉCÈS
DISPARITION D'HENRY
CHAPIER, FONDATEUR
DE LA MAISON EUROPÉENNE
DE LA PHOTOGRAPHIE P. 9

INSTITUTIONS
LE MINISTÈRE VA LANCER
DEUX APPELS À CANDIDATURE
POUR LE PALAIS DE TOKYO
ET LA VILLA MÉDICIS P. 10

TECHNOLOGIE : LES NOUVELLES TENDANCES POUR LES MONUMENTS ET LES MUSÉES

En 2019, la tendance dans les musées est aux stimuli. Place à l'émotion, née d'un dispositif immersif ou favorisée par un environnement propice à l'imprégnation. Tour d'horizon de dix solutions de médiation les plus inspirantes présentées au Sitem, le salon de la scénographie innovante, dont la 23^e édition s'est déroulée à Paris, du 22 au 24 janvier aux Docks - Cité de la mode et du design.

Par Alexia Guggémos



Intervention de Charles Fréger en décembre 2018 sur l'esplanade du Trocadéro à Paris. Courtesy Charles Fréger et Athem

DES CLOISONS ACOUSTIQUES ONT ÉTÉ TESTÉES ET APPROUVÉES PAR LA BIBLIOTHÈQUE HUMANISTE DE SÉLESTAT, EN ALSACE

atmosphère, et un hommage», résume le photographe Charles Fréger, qui, en décembre 2018, a réalisé sur l'esplanade du Trocadéro à Paris une projection poétique et épurée dans le cadre du 70^e anniversaire de la Déclaration universelle des droits de l'Homme, en collaboration avec Athem, atelier spécialisé dans la vidéo mapping, procédé de projection de films ou d'images sur une façade, utilisé par exemple pour la Nuit blanche à Paris. Au jeu d'ombres et de lumières a été associée une composition sonore signée de l'Italien Teho Teardo.

www.athem-skertzo.com

3. Capturer le son et l'attention

Des cloisons acoustiques dotées d'un revêtement breveté : voilà la nouvelle innovation présentée par la société spécialisée MBA France. Les cloisons modulaires absorbent le son pour créer des espaces feutrés, véritables écrans particulièrement adaptés aux projections audiovisuelles lors d'expositions temporaires. Une solution notamment testée et approuvée par la Bibliothèque Humaniste de Sélestat, en Alsace, dédiée aux manuscrits médiévaux.

www.mba-france.fr

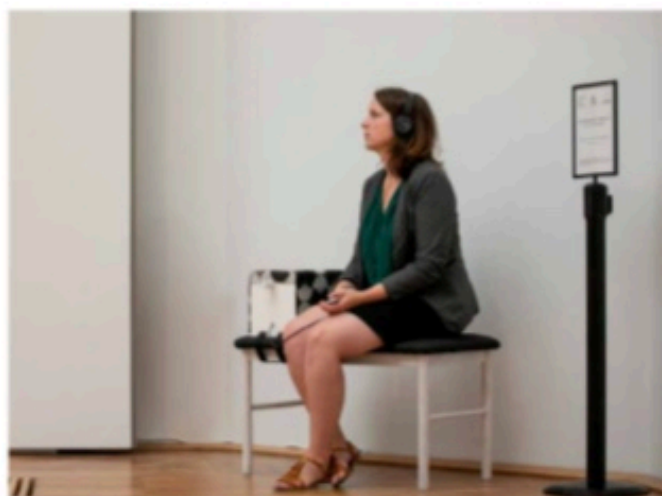
1. Éduquer par la réalité augmentée

Une cartographie géante et en réalité augmentée de la Première Guerre mondiale, c'est ce qui a été mis en place par le Musée de l'armée à Paris à l'occasion des commémorations du centenaire du conflit, en 2018. Imaginé par Intuit'art, une agence française culturelle, le dispositif a été récompensé au salon Sitem pour ses visualisations historiques et interactives avec le Premier Prix Sitem des contenus.

www.104factory.fr/portfolio/intuitart/

2. Voir l'art se déployer

« Pas de bavardage, mais une



Boîte acoustique. Photo : William Jezequel

4. Que la lumière soit !

Chaque lieu doit être éclairé pour laisser une empreinte forte dans le souvenir du visiteur. La société allemande Erco a fait de l'éclairage de musées sa spécialité en s'appuyant sur la technologie de la Led (light-emitting diode). Avec les normes européennes, les musées s'adaptent, conçoivent de nouvelles dramaturgies. Une charte des « 20 critères de performance des luminaires Led » a été ratifiée en 2018 par le Syndicat de l'éclairage : les institutions culturelles vont devoir se mettre aux Led.

www.erco.com/fr/

5. Donner à entendre

Une assise qui vous parle, ça existe ! Avec le « Confident connecté » invention de la société française Akken, la découverte d'un lieu ou d'une œuvre peut s'effectuer assis dans un fauteuil dit « sensible ». Via l'interface d'un tissu interactif, ce dispositif d'écoute a été lauréat en 2018 de la première promotion de l'Incubateur

du patrimoine organisé par le Centre des monuments nationaux. « *Nous donnons du sens au patrimoine immatériel* », explique Laurence Guiliani, créatrice de la start-up nantaise. Après des tests réalisés fin 2018 au musée d'arts de Nantes, c'est au château de Vincennes que le « Confident » sera déployé au printemps.

www.akken.fr

APRÈS DES TESTS AU MUSÉE D'ARTS DE NANTES, C'EST AU CHÂTEAU DE VINCENNES QUE LE « CONFIDENT » SERA DÉPLOYÉ AU PRINTEMPS

6. Dynamiser l'affichage

Muni de son propre téléphone portable, le visiteur peut interagir avec le contenu des écrans : les bornes diffusent des vidéos... dont le son n'est audible que depuis son smartphone. L'avantage côté public : des parcours à la carte. Pour les professionnels, les responsables n'ont plus à gérer l'affichage et le paramétrage d'un audioguide... Ce qui confère autonomie et efficacité à l'heure où les contenus sont de plus en plus lourds à gérer avec des temps courts entre deux programmations d'expositions.

www.videmus.fr/pixilab-blocks/

7. Le son oriente le regard

Laurence Bagot et Cécile Cros-Couder, les fondatrices en 2008 de Narratives, ont mis leur talent de scénaristes au service de la médiation. Les « Voyages sonores » en 3D réalisés en 2015 pour l'Abbaye aux Dames, cité musicale à Saintes (Charente-Maritime) mêlaient des scènes enregistrées par des comédiens in situ et un habillage sonore. Le choix du son binaural - dirigé vers une oreille ou vers l'autre - s'est imposé pour jouer sur l'origine du son et guider le regard.

www.narrative.info

8. Arpenter hors connexion

Le compagnon idéal de visites itinérantes s'appelle « Livdeo », développé par la société française Geed. Une solution sans téléchargement et sans Internet, adaptée aux sites non équipés de Wifi, comme les monuments historiques, la Citadelle de Belfort (Bourgogne-Franche-Comté) par exemple. Les contenus sont directement téléchargés sur les tablettes ou les mobiles des visiteurs : pas d'audioguides à prévoir par les musées, et donc une gestion facilitée de la logistique des appareils.

www.geed.info

9. Réguler le visitorat

Face à un sondage affirmant que 72 % des Français déclarent aller moins au musée à cause des files interminables devant les caisses, Affluences, société française créée en 2014, a développé une application afin d'optimiser les temps d'attente. « *La solution est très appréciée, notamment par les jeunes* », assure Clémentine Lamentin, responsable des publics chez Affluences. Gratuit et sans publicité, le service délivre grâce à des capteurs des informations pratiques en temps réel : horaires, services, événements, et temps d'attente pour entrer. Il n'y a plus qu'à réserver un billet horodaté selon les prévisions. En cours de déploiement, ce service gagne du terrain dans les institutions.

www.affluences.com

10. Sortir les œuvres au grand air

Les peintures de musées passées dans le domaine public s'affichent en grand sur les murs de la ville grâce à Outings Project. « *Faire un outing est un acte engagé* », explique son fondateur, l'artiste Julien de Casabianca, qui a déjà une cinquantaine de réalisations monumentales à son actif depuis 2014. En octobre dernier, la silhouette d'une jeune fille extraite d'une toile de 1886 du peintre William Bouguereau conservée au Memphis Brooks Museum of Art aux États-Unis s'affichait sur les sept étages du bâtiment. Et d'ici peu, ce sera le tour du musée de Bastia, en Corse, du musée Girodet à Montargis (Loiret), d'Urban Nation à Berlin, du Nuart Rad, projet pilote à Oslo...

www.outings-project.org

<http://www.museumexperts.com/sitem/>



Réalisation d'Outings Project. Courtesy Outing Project

**LES PEINTURES
DE MUSÉES
PASSÉES DANS LE
DOMAINE PUBLIC
S'AFFICHENT
EN GRAND SUR
LES MURS DE
LA VILLE GRÂCE
À OUTINGS
PROJECT**