

LA VIE DU MUSÉE

LA GESTION DES COLLECTIONS FAIT PEAU NEUVE AVEC SKINSOFT

TRÈS PROCHAINEMENT OUTILLÉ D'UN NOUVEAU LOGICIEL EFFICIENT, LE MUSÉE L POURRA NON SEULEMENT AMÉLIORER LA CONNAISSANCE ET L'ACCESSIBILITÉ DE SES OBJETS, MAIS AUSSI FAVORISER LA TRANSVERSALITÉ ENTRE LES DIFFÉRENTS SERVICES DU MUSÉE.

ROXANNE LOOS
CHARGÉE DE PROJET
SERVICE AUX
COLLECTIONS

Le projet d'acquisition d'un nouvel outil de gestion informatisée des collections ambitionne d'inscrire pleinement le musée dans son temps. Répondant à la double identité du Musée L, à la fois public et universitaire, ce projet rencontre les exigences de la Fédération Wallonie-Bruxelles (FWB) et de l'UCLouvain, ses deux autorités de tutelle.

En effet, parmi les critères attendus par la FWB pour être reconnu en musée de catégorie A, la gestion (informatisée) des collections occupe une place importante. Outre la réalisation de campagnes de numérisation et l'intégration de nouvelles technologies, le musée doit ainsi être en mesure de mettre en réseau l'inventaire informatisé de ses collections avec l'extérieur¹. De la même manière, l'ancrage du Musée L – récemment devenu plateforme technologique intersectorielle – au sein de l'UCLouvain implique immanquablement de resserrer les liens avec la communauté universitaire notamment grâce à une plus grande visibilité de ses collections.

Le déploiement de l'outil s'inscrit d'abord et avant tout dans le cadre des missions du Service aux Collections². L'objectif consiste à améliorer la gestion des collections et des ressources documentaires, tout en facilitant l'accès à l'information pour les utilisateurs, tant internes qu'externes au musée. Pour ce faire, un catalogue en ligne permettra, à terme, de valoriser les collections en leur conférant plus de visibilité, aussi bien auprès du grand public que de spécialistes.

Bien plus qu'un simple inventaire informatisé, cet outil de gestion muséale a également une visée transversale destinée à fédérer les équipes du musée et à favoriser les interactions entre ses différents services (régie, prêts, restaurations, expositions et autres projets).

Partenaire particulier cherche partenaire particulier...

C'est avec SKINsoft, une entreprise française basée à Besançon, que le musée entend relever ce défi numérique. Véritable « laboratoire de recherche informatique », cette société est spécialisée dans la gestion et la publication de collections dans le monde culturel³.

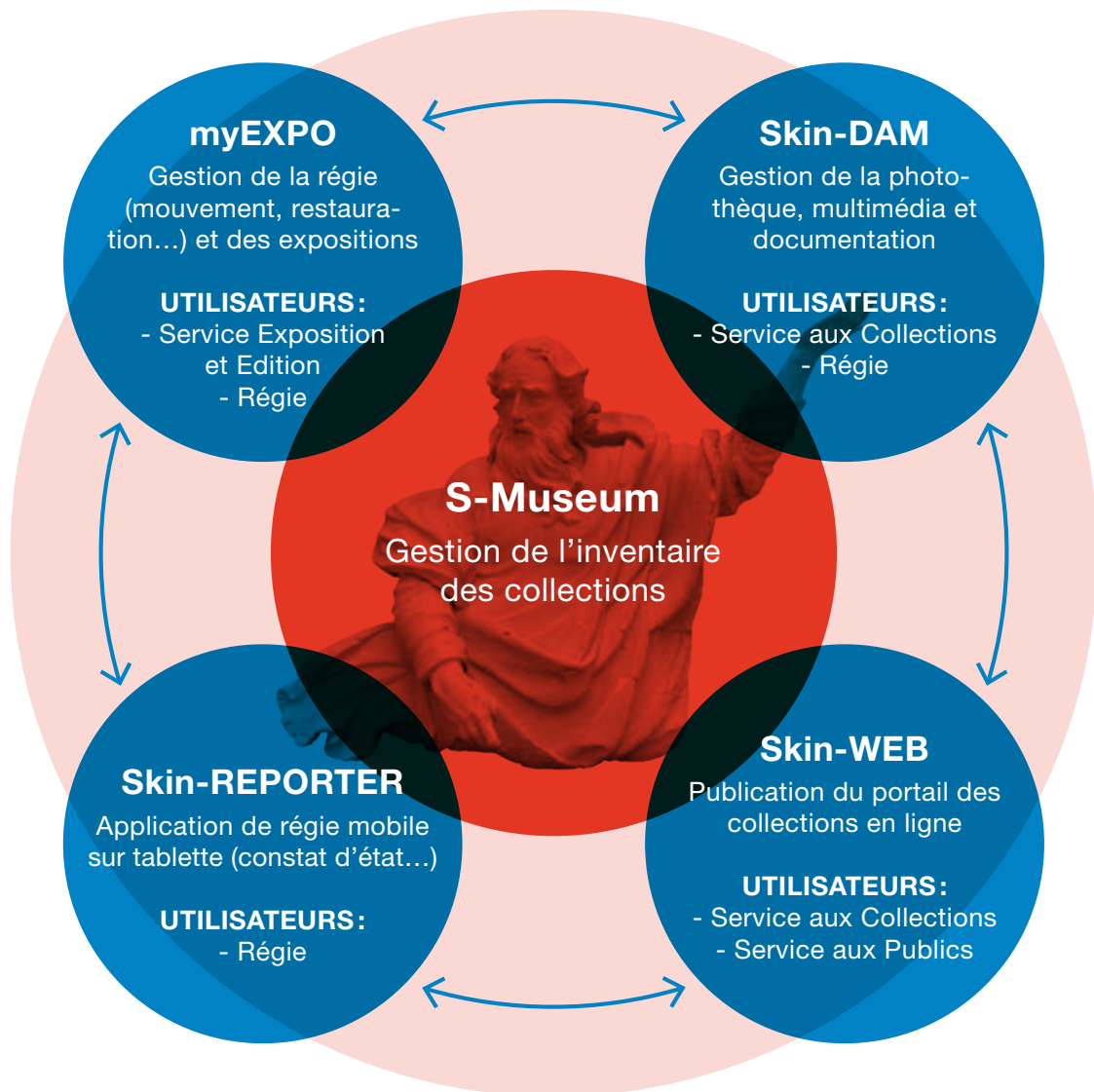
La solution proposée par SKINsoft est une application *full web*. Cela signifie que, contrairement à l'ancienne génération de bases données dont l'accès était limité aux seuls postes fixes sur lesquels elles étaient installées, le logiciel « full web » est accessible partout, à partir de n'importe quel navigateur internet. Particulièrement ergonomique, l'interface est conçue pour une navigation interactive et conviviale.

La suite logicielle SKINsoft se compose d'un noyau central dédié à l'inventaire des collections, **S-Museum**, autour duquel gravitent des modules complémentaires interconnectés. Ainsi, la documentation numérique (photo, vidéo, pdf, etc.) est stockée et gérée par **Skin-DAM**, tout en étant reliée aux notices d'objets ou tout autre projet corrélié. Les projets collaboratifs, tels que les expositions, sont organisés dans **myEXPO**, un module qui permet aussi d'assurer la régie des œuvres (prêts, restaurations, transports, etc.). L'application pour tablette **Skin-REPORTER** offre en outre à la régie une grande mobilité pour notamment réaliser des constats d'état, même déconnectée de tout Wi-Fi. Enfin, les fiches d'inventaire tirées de S-Museum peuvent être publiées en ligne via **Skin-WEB**, alimentant ainsi le portail des collections qui sera accessible à tous depuis le site internet du Musée L.

³ <http://www.skinsoft.fr>.

¹ Pour la liste détaillée des critères, voir : <http://www.patrimoineculturel.cfwb.be/index.php?id=9054>.

² Le service s'emploie entre autres à gérer, valoriser, dynamiser et documenter les collections, mais aussi à assurer la régie des œuvres, c'est-à-dire les mouvements (prêts, emprunts, etc.), la conservation et la restauration des objets.



Pour mieux comprendre cet important projet initié avec SKINsoft, nous avons interrogé Geoffroy Rigoulot, fondateur et directeur de l'entreprise.

Que signifie « SKINsoft » ?

Derrière le mot « skin » émerge bien sûr l'idée de peau, mais aussi d'élasticité, d'adaptabilité, une idée fondatrice dans la façon d'entreprendre.

Le choix de ce nom ne relève donc pas du hasard. Il est signifiant : c'est un guide pour chaque acteur de l'entreprise, non seulement pour la relation avec le client, en étant à l'écoute du besoin, mais aussi pour la conception du logiciel, qui est commun aux clients mais ajustable à leurs besoins particuliers. Enfin, la « peau » implique aussi une notion de proximité et donc de relation humaine, d'écoute, de partage, de disponibilité et d'accessibilité. C'est donc le point de départ de l'histoire de l'entreprise.

Qu'est-ce qui fait la spécificité de SKINsoft ?

La ligne directrice de l'entreprise est le produit et le service apporté par le logiciel. Nos concurrents sont des entreprises plus âgées. S-Museum répond aux attentes d'un public inscrit dans son époque à l'aide de technologies numériques. La solution « full-web » constitue un service de mobilité que n'apporte pas une solution classique.

Et si traditionnellement ce genre d'application sert à documenter des collections, ici on va plus loin : la suite SKINsoft est très collaborative. Le musée participe à la construction d'une mémoire collective des œuvres, mais aussi d'expositions, de projets communs, etc. Chaque métier du musée (régisseur, restaurateur, communicant, etc.) trouvera ses repères. L'objectif est de mieux travailler ensemble.

Comment fonctionne l'entreprise et quelles sont les étapes d'un projet type ?

Du point de vue de l'équipe d'abord, SKINsoft est une structure plus jeune que d'autres sur le marché (une dizaine d'années d'activité). L'entreprise emploie environ 25 personnes aux compétences diversifiées, dont la moyenne d'âge avoisine 26-30 ans. L'entreprise, basée en France, ambitionne de se développer davantage encore à l'international.

Du point de vue de l'équipement du Musée ensuite, la première étape consiste à installer une application et à y migrer les données. Le projet est conduit en étroite collaboration avec les équipes du Musée pour permettre une migration de qualité

dans la nouvelle solution. Cette étape comprend également le paramétrage de l'application et dure environ six mois.

Parallèlement à cette phase, on peut entreprendre de construire un portail des collections pour les partager en ligne.

La seconde étape concerne la maintenance de la solution. On reste donc lié durant des années avec les clients pour apporter des améliorations fonctionnelles, des formations, un accompagnement.

Au terme d'une année, le Musée L peut donc travailler en interne avec l'outil et partager une partie publique en ligne.

Quelle expérience SKINsoft a-t-elle acquise dans le monde muséal ? Parmi vos partenariats, quelle place occupe le Musée L ?

À la base, SKINsoft est une start-up, qui a vite suscité l'intérêt de musées dynamiques. Aujourd'hui, nous équipons entre autres le Musée Rodin, le Louvre Lens, l'Agence France-Muséums qui l'utilise pour le Louvre Abu Dhabi, la Fondation Seydoux-Pathé (pour le cinéma), des musées canadiens ou européens de toutes les tailles. En tout, nous équipons entre 200 et 300 musées.

Pour SKINsoft, le Musée L représente une opportunité d'être en Belgique. C'est aussi important d'équiper un musée universitaire, avec une collection aussi éclectique. Le laboratoire de SKINsoft se penche effectivement sur des problématiques complexes pour documenter des objets variés, aussi bien physiques que numériques, des œuvres contemporaines, des tableaux, des œuvres filmiques, etc., tels que les rassemble le Musée L. C'est aussi un musée intéressant sur le plan architectural, actif dans la médiation, l'animation et les événements culturels, que S-Museum accompagnera. Le Musée L constitue donc une rencontre et très belle référence à l'échelle du pays et à l'international.

La crise sanitaire de la Covid-19 a-t-elle un impact sur SKINsoft ? Quelles répercussions cela peut-il avoir sur le projet ?

Pour les entreprises du numérique, la crise sanitaire ne semble pas avoir d'impact négatif. Nous sommes déjà familiers des nouvelles technologies. L'organisation des équipes et le télétravail se sont très vite mis en place. Ce qui nous touche, c'est de moins voir nos clients en présentiel, mais finalement beaucoup plus en virtuel. Cela induit une forme de convivialité, bien que ça ne remplace pas les vrais échanges. La crise n'a donc pas d'impact sur le projet ou sur le planning⁴.



⁴ Si la crise sanitaire actuelle ne semble pas affecter le travail de SKINsoft, elle n'est en revanche pas sans conséquence sur celui des équipes du Musée L (réorganisation du travail à distance, absence de renforts stagiaires et/ou jobistes, ...).