

Zeitschrift: NIKE-Bulletin
Herausgeber: Nationale Informationsstelle zum Kulturerbe
Band: 10 (1995)
Heft: 1: Gazette

Rubrik: Organisations

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

Download PDF: 24.12.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

ORGANISATIONS

Cycle d'études en danger

Appel aux archives, aux bibliothèques, aux collections de graphiques, aux musées et aux personnes privées

La poursuite du nouveau cycle d'études pour la conservation et la restauration des œuvres sur papier et gravures à la Schule für Gestaltung Bern est remise en question.

Le nouveau cycle d'études de la section de conservation et de restauration a été créé en 1993 à la Schule für Gestaltung Bern pour répondre à un besoin des restaurateurs qualifiés, spécialisés dans les travaux sur les œuvres sur papier, sur les graphiques et sur les photographies (voir p. 31 ss.). Le fait que cette formation puisse se faire en Suisse est essentiel car c'est la seule façon de tenir compte des particularités artistiques, historiques et culturelles de la Suisse et des collections spécifiques s'y trouvant. La conservation des biens artistiques et culturels du patrimoine qui sont les témoins de l'histoire et de l'originalité de la Suisse est une tâche nationale qui doit être menée à bien au delà des frontières cantonales!

Cette formation professionnelle constitue le projet no 172 de la campagne de formation professionnelle de la Confédération et bénéficie en outre de subventions de la Confédération, du Canton de Berne, de l'ancienne Association de travail pour la restauration du papier à Berne (AGPB) et de la Ville de Berne. La campagne de formation professionnelle n'assure le financement de ce cycle d'études que jusqu'en 1996. Cela signifie qu'avant fin 1995 il faut trouver une solution pour la poursuite du financement et chercher les moyens de couvrir chaque année les Fr. 500'000.-- dorénavant manquants.

C'est pour cette raison que nous nous adressons à tous ceux qui sont concernés. Apportez-nous votre soutien afin d'assurer la poursuite de ce cycle d'études unique en Suisse pour la restauration des œuvres sur papier, des graphiques et des photographies. Ecrivez aux services compétents de votre canton et informez les politiciens concernés! Participez, si vous disposez de moyens financiers suffisants, au financement de ce cycle de formation! Ce n'est que de cette façon qu'il sera possible d'assurer la conservation des œuvres culturelles et artistiques sur papier dans le futur.

Pour plus de renseignements, s'adresser à: Erwin Hänni, Vorsteher Fachklassen, Schule für Gestaltung Bern, Schänzelhalde 31, Postfach 53, 3000 Bern 25 T 031 331 05 75 Fax 031 331 06 79

Peter Fierz, Directeur SFGB

L'évolution vers l'information culturelle numérique

En janvier 1995, deux congrès spécialisés ont eu lieu à peu d'intervalle qui ont permis de se faire une idée concrète des tendances actuelles dans l'emploi des nouveaux médias dans le domaine de l'information culturelle. L'exposition spécialisée multimédia MILIA organisée pour la troisième fois à Cannes a démontré que l'informatique électronique sur CD-ROM et sur les services Online joue déjà un rôle important au niveau international dans le domaine de l'art et de la culture. L'exposition spécialisée ENTER organisée pour la deuxième année consécutive à Innsbruck a permis de souligner les chances et les dangers de la diffusion de l'information culturelle au moyen des systèmes d'informations touristiques qui, pour certains, ne sont encore qu'à leurs débuts.

Le CD-ROM, complément du livre d'art

Alors qu'en 1993, à la MILIA, les livres illustrés dominaient encore l'exposition qui se déroulait parallèlement au congrès, en 1995 elle ne présentait pour ainsi dire que des CD-ROM. L'importance rapidement croissante du marché des multimédias justifie l'apparition d'un large éventail de nouveaux métiers et de nouvelles prestations qui ont vu le jour dans le cadre de la production et de la distribution du CD-ROM. Presque tous les musées d'art et les institutions culturelles de niveau international ont présenté ou annoncé des produits multimédias lors de la MILIA 95.

Rien d'étonnant que le premier prix du jury de la MILIA ait été attribué au Ministère Français de la Culture pour un nouveau CD-ROM sur le Louvre. Jacques Toubon, depuis qu'il a pris ses fonctions de Ministre de la Culture il y a à peine deux ans, réclame avec beaucoup d'engagement personnel l'exploitation des musées et des biens culturels grâce aux nouveaux médias. La Réunion des musées nationaux (RMN) chargée par le Ministère de la Culture de la publication électronique a pu au cours de ce congrès présenter toute une série de productions de grande qualité sur CD-ROM. A côté du guide des collections du Louvre, un CD-ROM conçu comme publication d'appoint à l'exposition Poussin et comprenant des documents du Laboratoire des Musées de France a d'ores et déjà atteint le tirage d'un livre spécialisé. En 1995/96 la RMN prévoit de poursuivre une double stratégie, d'une part la publication d'autres guides de musées intéressant le grand public, d'autre part la publication de CD-ROM de haut niveau scientifique pour le public international spécialisé.

Les nouveaux logiciels ouvrent la voie aux propres productions. Pour à peu près Fr. 10'000.--, il est possible de concevoir un système d'auteurs permettant de produire chez soi des CD-ROM. Les connaissances techniques et spéci-

fiques nécessaires sont comparables à celles requises pour la publication assistée par ordinateur. Pour la première fois on dispose actuellement de produits qui, à partir des mêmes documents, permettent aussi bien la publication sur papier que la publication sur CD-ROM. Pour les catalogues d'exposition avec reproductions en couleur, le CD-ROM va devenir un média extrêmement avantageux. La fabrication 'matérielle' d'un CD-ROM pour une entreprise suisse coûte encore aujourd'hui environ Fr. 2'000.-- pour un tirage de 500 exemplaires.

La diffusion rapide de ce nouveau média et l'amélioration des moyens techniques ont déjà pour conséquence une baisse encourageante des coûts de production dans tout le domaine des multimédias. La banque interactive d'images présentée en 1991 par la Banque de données des biens culturels suisses (BDBS) à l'HEUREKA pourrait être réalisée aujourd'hui pour le quart du coût d'alors. Etant donné qu'en Suisse on ne recherche que rarement des offres concurrentielles pour les productions multimédias réalisées pour les pouvoirs publics, le niveau des prix des producteurs suisses est trop élevé par rapport au marché international. Seules une ouverture et une démystification du marché permettront aux institutions culturelles de réaliser des projets multimédias dans le cadre de leurs budgets restreints.

Dans un bilan critique, la Commission de l'Union Européenne a présenté à la MILIA des projets qui ont été financés dans le cadre du programme IMPACT dorénavant terminé. Un tiers de ces projets se base sur les données des musées et des centres de documentation des biens culturels. Les résultats sont décevants. De nombreuses productions ne sont jamais arrivées à terme ou sont dépendantes de technologies qui ne permettent aucune autre diffusion. En comparaison les productions commerciales des entreprises américaines se révèlent être mieux adaptées au public et donc au marché. Pour le prochain programme de projets de l'Union Européenne dans le domaine multimédia, auquel les institutions suisses n'ont pour ainsi dire plus l'accès, on note une tendance à s'adapter au goût dominant du public américain.

L'information culturelle pour la publicité culturelle

Lors de la présentation de systèmes d'informations touristiques à Innsbruck, on a pu se rendre compte que peu de chose sépare le bon goût du mauvais goût dans la production multimédia. Avec l'extension rapide de ces réseaux encouragée en grande partie directement ou indirectement par des fonds publics, les musées et les centres de documentation des biens culturels de Suisse sont confrontés à un besoin toujours grandissant de données et d'images numériques.

Le 1er mars 1995, le système d'informations touristiques InfoRes lancé par l'Office national suisse du tourisme (ONST) est entré en fonction. L'ONST met en place par

ORGANISATIONS

étapes une banque de données touristiques sur la Suisse qui comprend, comme support de base du système, également des informations culturelles. InfoRes contient le guide des musées élaboré par la BDBS en collaboration avec l'Association des musées suisses (AMS). Toutes les informations actuelles sur les musées, les biens culturels et les expositions peuvent de diverses manières être intégrées au système. En règle générale les renseignements sur les expositions et les événements locaux sont transmis par les offices du tourisme locaux à l'Office national à Zurich et de là aux représentants de l'ONST à l'étranger. Le public ne peut pas avoir accès à InfoRes qui sert essentiellement à l'information des professionnels du tourisme.

Pour le consommateur, l'entreprise Info Z Communication SA de Fribourg a mis au point des kiosques d'information. Ces kiosques se présentent sous la forme de colonnes équipées soit d'un téléphone soit d'un lecteur de cartes de crédit qui sont reliées à la centrale à Fribourg par le réseau PTT Swissnet 2. Info Z aimerait installer avant la fin 1995 quelques 120 colonnes à des emplacements touristiques intéressants et attirer l'intérêt du public pour ce nouveau média entre autres en lui permettant de diffuser des informations sur la culture et les biens culturels. Lors de la présentation d'un prototype fin janvier, le décor pittoresque d'Estavayer et les grenouilles bien connues du musée local ont servi tout d'abord de cadre pour la publicité des banques, des assurances et des entreprises locales.

D'autres systèmes d'information conçus sur la base de terminaux libre-service multimédias vont être testés à partir du printemps sur le terrain. Un projet indépendant cofinancé par les banques et les assurances va intégrer les institutions culturelles de la Ville de Zurich. Sur le plan national, l'entreprise IBM cherche, en collaboration avec les kiosques du Groupe Merkur, à se positionner grâce à un système électronique d'information et de réservation. Le système de réservation de billets mis au point par la Ville de Lausanne a déjà pris une bonne avance, il inclut depuis peu également les institutions culturelles de Genève. Quelques musées comme le Musée historique de Lausanne participent également à ces systèmes financés par des fonds publics.

Les musées, gagnants ou perdants?

Les musées et les services de documentation auxquels ce type de projets s'applique sont actuellement très courtisés par les entreprises qui développent des services Online. Pourtant les entreprises intéressées se portent rarement acquéreurs de données, en règle générale elles souhaitent

ORGANISATIONS

vendre leurs services aux musées. Concrètement on demande non seulement aux musées de livrer leurs textes et leurs données gratuitement mais on leur demande en plus de payer pour des pages publicitaires électroniques. Etant donné qu'il n'existe pas encore vraiment de marché pour ce type de publicité, les bases de calcul sont arbitraires. Pour la même somme qu'un musée paierait pour réaliser et placer un spot publicitaire sur la chaîne locale de télévision de la plus grande ville suisse, on essaie de louer à une institution culturelle un sous-registre dans un kiosque d'information. Quelques musées ont déjà reçu des offres pour acquérir un propre kiosque d'information. En fonction du fabricant, des prestations et des bases de calcul, les prix pour des produits semblables sur le plan de l'utilisation oscillent entre Fr. 10'000.-- et Fr. 80'000.--.

La proposition selon laquelle les producteurs multimédia devraient payer l'utilisation des images et des textes provenant des musées se heurte à l'incompréhension. Certains pionniers dans le domaine du multimédia semblent n'avoir aucune idée en matière de droits d'auteur et d'exploitation. Cela devrait bientôt revenir à cher aux musées et aux producteurs. La Suisse applique une réglementation en matière de droits d'auteur qui peut empêcher une commercialisation sans borne des informations culturelles. Une attitude solidaire des musées et des services culturels face aux milieux qui utilisent l'information culturelle uniquement comme support pour des activités commerciales serait certainement plus efficace que l'application des lois et des ordonnances. Malgré les problèmes financiers de nombreuses institutions et la concurrence toujours plus âpre dans le domaine culturel, il ne semble pourtant pas qu'une politique commune des musées suisses soit pour demain.

Renseignements

Pour les CD-ROM de la Réunion des musées nationaux (RMN), il n'existe en Suisse pas de canaux de distribution. En France ces CD-ROM sont disponibles dans les FNAC et dans les librairies des musées. Il est possible de prendre directement contact avec le directeur du service multimédia de la RMN, Joël Poix, (T 0033 1 40 13 47 97) qui est intéressé à des coproductions avec des partenaires suisses.

La publication suivante, malheureusement seulement parue en anglais, propose une vue d'ensemble détaillée des aspects de la production et de la distribution des produits multimédias: *Multimedia Demystified*, Edition Random House, New York 1994, ISBN 0-679-75603-5.

L'Office national suisse du tourisme (ONST) à Zurich donne volontiers des renseignements sur InfoRes: directeur du projet, Max Holzer (T 01 288 11 11). On peut également obtenir à l'ONST le logiciel FirstClassClient nécessaire pour communiquer avec InfoRes.

En collaboration avec l'Association des musées suisses (AMS), la BDBS organise le 28 mars 1995 à l'Université de Bâle un séminaire de travail sur le thème multimédia. Le programme du séminaire peut être obtenu auprès du secrétariat de l'AMS à Soleure (T 065 23 67 10 Fax 065 23 85 83) ou de la BDBS à Berne (T 031 302 55 44 Fax 031 302 55 78).

David Meili

La SCR informe

Première séance d'information et de coordination de l'Association suisse de conservation et de restauration (SCR)

Le 20 janvier, le président de la SCR, Josef Maria Lengler, a ouvert la première séance d'information et de coordination de son association en présence de 19 membres dans la salle de conférence de l'Institut Suisse pour l'Etude de l'Art (ISEA).

Ce type de séance qui a été décidé en juin 1994 à Lausanne lors de la modification des statuts, doit dorénavant avoir lieu une fois par an. Ces séances ont pour objectif d'assurer les contacts et le passage de l'information entre le comité, les services et les différents groupes spécialisés, les groupes d'intérêt et les sections régionales. Etant donné qu'il s'agit d'un colloque de discussion et d'information, il n'est pas possible d'y prendre des décisions ayant force obligatoire. La participation des membres de la SCR est facultative.

Au début de la séance, le président a présenté un compte rendu des activités passées et actuelles du comité. La structuration des domaines de travail en services placés sous la responsabilité des membres du comité et la collaboration avec les délégués ont déjà eu des résultats positifs. Le nouveau système de gestion au sein du comité a jusqu'ici fait ses preuves car il permet d'agir avec rapidité et flexibilité, les contacts avec les services de conservation des monuments historiques, avec les scientifiques, les associations professionnelles et les services d'orientation professionnelle ont ainsi pu être intensifiés. Les activités engendrent bien sûr un énorme travail de correspondance. Cependant le système du bénévolat met des limites à la capacité de travail des membres du comité et des délégués.

Les membres ont à plusieurs reprises déjà demandé que la SCR pratique une information du public plus active et plus efficace. Afin d'effectuer ce genre de travail avec professionnalisme, il serait souhaitable de confier la tâche à une personne expérimentée dans le domaine des médias. Pour ce faire, le comité doit disposer d'une base financière plus solide ce qui signifie tout simplement: plus de membres, donc plus de moyens financiers. Il faut que la SCR s'accroisse. Selon l'évaluation de l'étude réalisée par 'Meta Cultura' en 1992, une augmentation du nombre des membres est possible.

Lors de la prochaine assemblée générale qui se tiendra du 19 au 21 mai 1995, deux membres du comité quitteront la direction de la SCR. Une fois terminée la réorganisation des domaines d'activité au sein du comité, il sera possible au printemps de faire savoir quelles sont les sections à pourvoir et de commencer à chercher des candidates et candidats appropriés.

Les membres du groupe spécialisé des restaurateurs en archéologie sont en discussion avec la direction de l'Ecole d'Art Appliqué au Chaux-de-Fonds pour la création d'un cours spécialisé de restauration au sein de cette école. Les travaux d'organisation sont déjà si avancés qu'il sera éventuellement possible de proposer à partir de 1996 un cours spécialisé de restauration des objets. De cette manière, la Suisse disposerait alors de trois cours officiellement reconnus pour la formation professionnelle des conservateurs et des restaurateurs.

Compte tenu de l'introduction de la taxe à la valeur ajoutée, cette réunion d'information a été l'occasion de discuter des tarifs pratiqués par les restaurateurs indépendants. Dans ce contexte, un autre problème se pose, celui de la formation et de la rémunération des étudiants pendant le stage préliminaire de formation. Un groupe de travail de la SCR essaie, en collaboration avec les enseignants de la Höhere Fachklasse für Gestaltung Bern (HFG), d'élaborer une réglementation dans ce domaine applicable à toute la Suisse.

La première séance d'information et de coordination de la SCR a montré à quel point l'intérêt des membres pour le travail de l'association est grand. Cette séance a surtout été l'occasion de présenter directement au comité et aux délégués des problèmes individuels.

Josef Maria Lengler

Le comité a également été informé de l'activité de l'association à l'étranger. L'Association suisse des restaurateurs de la culture (ASRC) a été créée en 1992. Son objectif est de promouvoir l'art et la culture dans le monde entier. L'ASRC a été fondée par l'Association suisse des restaurateurs de la culture (SCR) et l'Association suisse des restaurateurs indépendants (ASI). L'ASRC a été créée pour promouvoir l'art et la culture dans le monde entier. L'ASRC a été fondée par l'Association suisse des restaurateurs de la culture (SCR) et l'Association suisse des restaurateurs indépendants (ASI).

ORGANISATIONS

Changements au sein de la Société suisse des beaux-arts

Le secrétariat et la rédaction du Kunst-Bulletin de la Société suisse des beaux-arts se trouvent depuis janvier 1995 à Zurich (Zeughausstrasse 55, 8026 Zurich, T 01 241 63 01 Fax 01 241 63 73)

Le thème le plus important de la Société suisse des beaux-arts cette année sera consacré à l'orientation vers le futur. Le nouveau président élu en septembre 1994, Rainer Peikert, a dans un premier temps invité les 35 sections membres (sociétés des beaux-arts) le 25 février 1995 à Aarau à une assemblée extraordinaire des délégués. Au centre des débats, l'enquête menée en 1992/93 auprès des membres et les thèmes principaux qui en ont résulté:

- le problème des assurances;
- le parrainage commercial de la culture;
- l'information du public.

Les résultats et les propositions provenant des ateliers de discussion vont être adaptés de manière autonome par des groupes de travail constitués après l'assemblée et mis en pratique.

Sibylle Boppert