

Le ministère de la Culture et de la Communication a publié le guide « Data Culture » le 25/03/2013. Il dit que la culture est le « parent pauvre » de l'open data. Est-ce également votre vision des choses ?

Je crois que le secteur culturel fait preuve d'une certaine réticence vis-à-vis de la philosophie de l'open data et de la mise à disposition des contenus culturels. Il y a trois raisons à cela.

La première réside dans le fait qu'elle n'est pas obligatoire pour lui, puisque la transposition en droit français, en 2005, de la directive européenne sur la réutilisation des données publiques exonère les établissements culturels de l'obligation de mise à disposition de leurs données.

L'autre explication vient des détenteurs de données culturelles, qui ont un sentiment, légitime, de propriété : les conservateurs, les archivistes, tous ceux qui ont consacré énormément de temps et d'efforts à constituer ces corpus, ne sont pas forcément enclins à les mettre à disposition gratuitement et sans contrôle. D'autant que le monde culturel reste structuré par le modèle du musée : un modèle pyramidal, avec un émetteur qui diffuse le savoir. La philosophie horizontale et partageuse de l'open data, est une révolution culturelle.

La troisième raison réside dans la politique du ministère de la Culture et de la Communication : il a été frileux sur ce sujet, notamment en ne faisant rien pour imposer la logique des données ouvertes aux corporations qui ne la voient pas d'un bon œil. Du fait d'une certaine inculture technologique qui sévit en France, le sujet n'a pas semblé prioritaire et ses enjeux n'ont pas été compris par tous. Enfin, il était difficile pour le ministère d'amorcer une politique d'accès libre aux données culturelles au moment où il faisait voter les lois DADVSI puis Hadopi, qui philosophiquement étaient à l'opposé.

La publication du guide « Data Culture » ne marque-t-elle justement pas un changement de considération de la part du ministère de la Culture ?

Oui et non. En fait, ce guide est une reprise, revue et augmentée, d'un vade-mecum qui existait déjà. Si cet acte manifeste une orientation positive, elle reste timide : aucun message politique traduisant une ambition forte vis-à-vis de cette forme de diffusion et de partage de la culture n'a accompagné la parution de ce guide ; et quand on l'ouvre, il ne s'y trouve pas non plus.

J'ai coprésidé un groupe de travail sur les questions de réutilisation du patrimoine culturel numérisé, qui a publié sur un rapport remis au ministère de la Culture et de la communication en 2009. Son message principal aux acteurs culturels était simple : faites le maximum de licences de réutilisation, car c'est ainsi que vous remplirez votre rôle de diffusion et d'éducation. Mais ce slogan n'a pris racine ni dans le

discours ni dans la praxis de la politique culturelle française.

Est-on à la veille d'une évolution ? Peut-être. Deux éléments peuvent le laisser penser. Le premier, c'est, alors que la Commission européenne entreprend la refonte de la directive sur la mise à disposition des données publiques, la remise en cause de l'exception culturelle qu'elle contient, qui oblige à évoluer. Le second, c'est qu'après quelques mois d'hésitation, le Gouvernement a clairement réaffirmé la ligne de son prédécesseur sur la politique de mise à disposition la plus large possible des données publiques.

Ce retard en matière d'open data ne vient-il pas non plus d'un manque d'exemples marquants sur l'utilisation qui peut être faite des données culturelles, notamment au travers d'applications ?

Oui, on manque clairement de « success stories », ou de communication à leur sujet. Aujourd'hui, les appels à projets portent souvent sur la réalisation de produits, d'applications et d'opérations de numérisation, mais trop rarement sur la valorisation économique des données. Or, on rêverait d'un appel à projet qui consisterait en un apport financier à des start-up dont les produits ou services reposeraient sur l'utilisation de données publiques culturelles.

Comment se situe la France sur cette problématique au niveau européen sur la question de l'open data culturel ?

La seconde préconisation du rapport de 2009 était de viser en priorité des licences avec les plus grands acteurs et opérateurs. En l'espèce, par exemple, les Allemands ont été plus rapides pour passer des accords avec Flickr, pour des photos d'archives. Lorsque le musée virtuel du Google Art Project s'est créé, les institutions françaises en étaient absentes, à la différence de celles de nos voisins, et le déblocage n'est intervenu qu'en 2011. Nous avons tout de même une réalisation remarquable avec Gallica (bibliothèque numérique de la Bibliothèque nationale de France), plus de un million de livres et documents proposés à la réutilisation, même si un puriste des données ouvertes trouverait à redire à certaines des conditions.

Les données et les métadonnées culturelles doivent-elles être systématiquement gratuites ?

La tarification des données proposées à la réutilisation est le sujet d'une mission confiée par le gouvernement actuellement à Mohammed Adnène Trojette, magistrat de la Cour des Comptes. C'est un sujet complexe à aborder avec pragmatisme.

En théorie, économiste de formation, je sais que si un bien a un coût marginal nul – ce qui est à peu près le cas des données numériques, l'optimum social s'obtient en le rendant gratuit. On ne peut ignorer cette force de gravité qui un jour ou l'autre conduit au financement collectif des biens à coût marginal nul, et qui sous-tend la

politique d'open data.

Mais il a aussi un principe de réalité. Le raisonnement ci-dessus vaut dans une économie fermée. Or, le numérique est un monde ouvert, où les réutilisateurs peuvent être situés à l'étranger. Doit-on faire bénéficier de cette gratuité des citoyens qui n'ont pas contribué à financer la conservation du patrimoine ni sa numérisation ? Par ailleurs, il faut regarder l'emploi des revenus issus de la monétisation des données : s'ils conditionnent la survie des institutions détentrices, ou s'ils leur servent à mener une politique de numérisation ou de mise à disposition, la tarification peut alors être vertueuse, car elle préserve et accroît le stock de données mises à disposition. Mais comme les réutilisations ne se développeront pas sans des tarifs nuls ou modiques, ce raisonnement a lui-même des limites. Sur ce sujet tarifaire, il ne me semble donc pas y avoir de vérité absolue, il faut à mon avis raisonner au cas par cas, et parfois en distinguant les données des métadonnées.

Êtes-vous optimiste sur l'avenir de ce chantier de l'open data culturel ?

Les choses bougent, on le voit dans la manière dont évoluent les relations entre de grandes institutions culturelles et Wikipedia, par exemple. Et puis certains établissements donnent le ton, comme le Centre Pompidou avec le Centre Pompidou Virtuel.

Un domaine où la France va avoir un rôle important à jouer est celui des ressources linguistiques et des ontologies. Par exemple, un travail comme celui qui est concentré dans Rameau (Répertoire d'autorité-matière encyclopédique et alphabétique unifié) représente un atout formidable pour la francophonie dans le web sémantique du futur : c'est la possibilité de disposer d'un référentiel que l'on peut intégrer dans toute sorte de logiciels de recherche ou de chaînages de sites web utilisant l'analyse sémantique.

Votre discours sur l'ouverture des données est assez similaire à celui que vous teniez à l'époque où vous étiez gérant de l'Adami : vous prôniez la licence globale, soit la possibilité d'accéder à tous les contenus musicaux disponibles sur Internet moyennant une somme forfaitaire ponctionnée sur l'abonnement de chaque internaute. Soutenez-vous toujours ce modèle pour la musique ?

Je persiste considérer la licence globale comme le modèle le plus intéressant du point de vue du citoyen. Beaucoup des arguments que lui opposait l'industrie musicale étaient factices, par exemple la soi-disant impossibilité de mesurer les téléchargements – des robots peuvent très bien le faire – ou le tarissement annoncé de la création, alors que les enregistrements sont la plupart du temps produits par les artistes eux-mêmes. L'apport culturel et la valeur ajoutée collective des majors de la musique sont loins d'être évidents à mes yeux. Je cherche encore...

Aujourd'hui, quels sont les modèles qui fonctionnent dans la musique ? C'est l'accès

libre à un très large catalogue, comme sur Deezer ou Spotify, qui se financent par de l'abonnement ou par des revenus publicitaires. La licence globale visait un objectif similaire, mais en assurant aux artistes une part beaucoup plus équitable des revenus de leurs œuvres.

Du côté de l'audiovisuel, les choses sont plus complexes, mais les revenus anticipés de la licence globale étaient tout à fait à la dimension des coûts de production du cinéma français. Si on la mettait en place, pour les seuls fonds de catalogue des films français, par exemple ceux de plus de cinq ans, elle pourrait être un outil formidable au service de la promotion de la langue et de la culture françaises dans le monde, et dont les pays anglo-saxons n'auraient pas l'équivalent.

Je pense qu'à long terme, des systèmes d'accès gratuit domineront. Les contenus que l'on pourra continuer à monétiser seront les plus récents, avant qu'ils ne se soient répandus, les plus pointus, pour lesquels les outils de recherche ne suffisent pas, et ceux qui intègrent une valeur ajoutée nouvelle ou des services. Dans 30 ou 50 ans, les combats d'arrière-garde qui ont été menés nous feront sourire. La logique de gratuité et de circulation qui a fondé Internet est une force profonde.

Pourtant, la Hadopi, qui est en place depuis le 08/01/2010, apporte des chiffres qui montrent son impact sur le trafic peer-to-peer. Rien n'est donc irréversible ?

Pourquoi le peer-to-peer a-t-il baissé ? Parce qu'il existe aujourd'hui plusieurs milliers de webradios et de jukebox numériques comme YouTube, qu'il est de surcroît très facile d'enregistrer. La bataille de 2005 se jouait dans un tout autre contexte, celui où l'offre légale, c'était 99 centimes d'euros par titre, de surcroît grevé de mesures techniques de protection.

Le succès des modèles gratuits comme Deezer ou Spotify, qui parviennent à se financer grâce à la publicité et à la petite partie des utilisateurs qui payent les offres premiums, pourrait inspirer une politique plus active d'ouverture des données. Son slogan serait : « pour faire du payant, commencez par du gratuit ». A côté d'un important corpus de données gratuites, vous pouvez en rendre d'autres payantes, par exemple celles en haute définition, ou encore avec les métadonnées les plus riches. Mais l'enjeu financier ne se limite pas à la gratuité ou au tarif des données proposées : il comprend aussi les effets positifs des licences accordées sur la fréquentation ou sur les autres ressources marchandes. Il faut donc s'organiser pour les maximiser. D'une manière générale, la mise à disposition des données, que ce soit ou non dans une logique d'open data, doit s'intégrer dans les stratégies plus globales de diffusion et de développement des institutions qui les détiennent.

