

Conseil/Veille	Projets	Démonstrations	Programme de formations	Communication	Location
Veille commune (newsletter) Veille spécifique à la demande Conseil	Portage de projets Aide à l'incubation et au montage de projets Lancement d'appels à projets	Show-room permanent Présentation d'applications, de logiciels et de prestations Présentation de matériels in situ	Journées techniques Journées de formations Colloques, séminaires	Stratégie et outils de communication Représentations à l'extérieur (stand, salons) Interventions à l'extérieur (colloques, séminaires)	Matériels pour durée limitée (pour saison, exposition, salon)

✓ La signalétique : vers une personnalisation de la visite

Dans un musée, un site ou une destination touristique (Loire à Vélo), un centre-ville (Le Mans, Angers, ...), comment apporter du contenu adapté à des publics cibles différents sans multiplier les supports de signalétique ?

✓ La diversification des offres de visite : la prise en compte des handicaps

Comment offrir à tous les publics des expériences de visites riches et attractives ?

✓ L'expérience de visite partagée : s'adapter aux visiteurs

L'essentiel de l'offre de visite est une offre individuelle (audioguide, borne interactive), alors que l'écrasante majorité des visites se fait au moins à deux personnes.

Comment déployer une offre de visite "partagée" plutôt que des outils qui ont tendance à séparer ou à isoler ?

C'était par exemple l'objectif (et le succès) du projet Multitouch (<http://experience-fontevraud.com/>) à l'Abbaye de Fontevraud.

✓ La transformation de l'offre de visite : des outils pour les guides

Comment permettre aux guides de s'approprier et de contribuer aux nouveaux outils numériques dans leur pratique professionnelle ?



IDEV

INNOVATION ET DESIGN
D'EXPÉRIENCES DE VISITE

Guide de présentation 2013



Contact : Lydia Labalette



06 15 31 47 33



l.labalette@abbayedefontevraud.com



Région
PAYS DE LA LOIRE

1 LE "CŒUR DE MÉTIER" D'IDEV

Les sites touristiques, les lieux culturels, les villes et même certaines entreprises sont confrontés à une **demande croissante "d'expériences à vivre"**, permettant de renforcer leur attractivité.

Ces attentes s'expriment dans le champ traditionnel du **tourisme** et de la **culture**, mais aussi dans des champs diversifiés d'activités souhaitant "**mettre en scène**" un territoire, une entreprise, une activité, un savoir-faire, etc...

Il peut également s'agir de s'adresser à des **publics spécifiques** comme les enfants, les familles, les personnes en situation de handicap, les touristes étrangers, ...

Le positionnement de la Plateforme Régionale d'Innovation (PRI) est dans un secteur d'activités en plein développement : le **design d'expériences de visite**.

Faisant largement appel à l'**innovation numérique**, son champs d'intervention est bien plus large et mobilise d'autres sciences : marketing, sciences humaines, ...

SCIENCE HUMAINES

Ergonomie
Sociologie
Marketing
Sciences Cognitives
(...)

+

NUMÉRIQUE

Hardware
Software
Réseaux
Multimédia
(...)

=

NOUVELLE EXPÉRIENCE DE VISITE

Design de nouveaux usages
Interactif / Immersif / Partagé /
Inductif / Sensoriel /
Evenementialisé / Adaptable

C'est donc à l'intersection de l'innovation technologique, de la production de contenus et du design de nouveaux usages que se positionne cette nouvelle plateforme.

2 LES ACTEURS D'IDEV

La Plateforme Régionale IDEV sera portée par l'**Abbaye de Fontevraud**. Son **équipe** et son **show-room** y seront installés, les expérimentations seront réalisées par les partenaires régionaux sur l'**ensemble du territoire** des Pays de la Loire.

La PRI aura pour adhérents des **acteurs publics** (villes, destinations, sites touristiques et culturels), des **entreprises** (issus du tourisme, de la culture et du numérique), des **universités ou écoles**.

Il s'agit de mettre d'une part les destinations et sites de visites régionaux dans une situation d'**attractivité renforcée** et d'une **plus-value "image"** adossée à l'**innovation**, et d'autre part de soutenir les **PME régionales** (issues des métiers du numérique, de la scénographie, ...) dans une posture de **conquête du marché national et international**.

Les villes, les musées et sites de visites, de renommée internationale, sont entrés dans une logique d'**investissements stratégiques** dans le renouvellement de leur offre de visite.

A titre d'exemple, le Louvre a annoncé désormais consacrer 1% de son budget au numérique.

De nombreux **acteurs des Pays de la Loire** ont manifesté un vif intérêt pour "intégrer" IDEV comme **MG Design, Cent Millions de Pixels, Idéesculture, Cartage, Axians, PRI de la réalité virtuelle, Château de Ducs de Bretagne, Ville Angers, ITBS**.

