



sur  
parolesdelus.  
com

> retrouvez  
toutes les  
initiatives

# Tourisme et culture

## sommaire

### 116 Paroles d'expert

Aurélien Sallé, directeur des Nouvelles Technologies d'Atout France

### 118 Interview

Luc Chatel, maire de Chaumont, ministre de l'Éducation nationale, de la Jeunesse et de la Vie associative

### 120 Initiatives

La Riviera française Sur les sentiers de l'histoire e-guidés

Bourg-en-Bresse Agglomération Flashcodez pour les Temps chauds!

Pays Une Autre Provence Escapado, les balades en ligne

Monestiés Estampille touristique

Luxeuil-les-Bains Tourist-TIC

Épinal Le virtuel, seconde vie des images d'Épinal

Biarritz Biarritz se lit en flashcode

CC Privas Rhône Vallées Bornes Internet à vocation touristique

Nevers Visite flashcodée, suivez le guide!

Donzenac Borne tactile au service de tous

Les Orres Ski "no stress" aux Orres

CC du Pays Châtillonnais Le numérique s'invite au musée

Quimper Communauté Une web TV sur les TIC!

Dijon Mobile et culture à l'opéra de Dijon

Audincourt Tout savoir avec une simple photo

CA Montélimar Créer son séjour en ligne

CC Vallée d'Ossau Mon smartphone, e-guide de montagne

### 136 Retour sur

Montier-en-Der Clic-clac, la photo se met aux TIC



**Aurélien Sallé,**  
directeur des Nouvelles  
Technologies d'Atout France

#### paroles d'expert

Atout France – atout-france.fr – est l'opérateur unique de l'État en matière de tourisme, chargé d'assurer le développement de ce secteur. Son directeur des nouvelles technologies présente ici la nouvelle politique numérique pour la destination France.

L'impact d'une politique numérique ambitieuse sur l'ensemble du secteur du tourisme français est majeur dans la stratégie de reconquête des parts de marchés à laquelle nous sommes collectivement assignés. La France n'a pas d'équivalent au monde sur la qualité, la diversité et la richesse de l'offre à proposer aux touristes internationaux. C'est la structuration de cette offre qui pose problème par la multiplication des acteurs et des opérateurs, d'une part, et la multiplicité des dispositifs numériques existants, d'autre part. La nouvelle politique numérique d'Atout France a été développée pour répondre à ce problème, avec l'ambition de créer une véritable politique collaborative où chaque acteur aura sa place et pourra valoriser sa (ses) marque(s) de destination à l'international. Le poids des outils numériques (web, applications, réseaux sociaux...) dans la préparation des voyages, dans l'achat de prestations touristiques ou dans la vie du touriste en mobilité s'accroît de façon continue et irrémédiable. Cette tendance lourde, accentuée par une modification comportementale touristique (fractionnement des séjours, individualisation accrue des voyages, comportement de "zappeur"... ) doit être accompagnée, voire amplifiée, par les acteurs du tourisme français. Nous devons accélérer la concentration des contenus touristiques et leur valorisation, marché par marché, auprès de nos cibles internationales. Notre stratégie ne pourra être efficace sans l'implication de l'ensemble du réseau touristique français, au premier rang duquel nos partenaires

et notamment les destinations touristiques. Les outils que nous mettons en place doivent nous servir collectivement à offrir le meilleur contenu touristique à chaque marché et, sur chaque marché, à chacune de nos cibles. Ainsi, nous considérons que les meilleurs connaisseurs de l'offre touristique sont les territoires eux-mêmes, qui déterminent leur politique marketing, développent des marques et décident de la stratégie de valorisation de leur offre. De même, nous considérons que les bureaux d'Atout France à l'étranger sont les meilleurs connaisseurs de la demande touristique internationale. Grâce à cette connaissance des territoires, d'un côté, et du multiculturalisme mondial, de l'autre,



nous devons être en mesure d'offrir, de façon différenciée et extrêmement ciblée, les contenus auxquels seront sensibles les différents touristes internautes du monde entier. C'est en partie ce que nous nous proposons de faire avec les outils que nous développons, notamment grâce au nouveau site Internet de la destination France, rendezvousenfrance.com, et à la plateforme collaborative mise en place pour agréger, qualifier et distribuer les meilleurs



contenus touristiques des opérateurs dans les territoires.

L'organisation de rendezvousenfrance.com autour de la "taxonomie" [Système de classification des contenus selon l'univers sémantique préalablement défini] permet de beaucoup mieux cibler les types de contenus par rapport aux internautes potentiels. Par exemple, la destination "Normandie" n'a pas la même signification pour un Américain, un Canadien ou un Anglais. Nous pouvons considérer qu'il serait plus impactant sur le web nord-américain de positionner les premiers contenus de la Normandie autour "des plages du débarquement" et, pour le marché anglais, de positionner le contenu autour de "Guillaume le Conquérant". Ainsi, par le travail de référencement naturel que nous effectuerons sur les moteurs de recherche du monde entier, nous visons à faire remonter dans les tops requêtes les contenus qui se trouveront sur nos pages.



Enfin, la plateforme collaborative du tourisme français sera l'outil primordial de notre réussite commune. C'est sur celle-ci que seront agrégés les contenus, puisqu'ils seront qualifiés. Cette plateforme sera également exploitée pour assurer une veille et une observation en temps

réel de l'évolution de la demande internationale et des usages numériques. Véritable outil de partage de l'intelligence touristique française, elle permettra à chacun d'apporter sa pierre à l'édifice de ce renouveau numérique. Cette nouvelle politique ne peut s'entendre que comme le point de départ d'une grande aventure collective en vue d'une meilleure valorisation de la diversité de notre offre touristique et non comme l'aboutissement d'une politique numérique qui serait imposée au secteur. Il s'agit de créer, ensemble, grâce à une palette d'outils numériques qui permettent le partage de l'intelligence, une véritable "Équipe de France du Tourisme", riche de sa diversité et forte de son destin commun. Ce projet ambitieux a débuté cet été, et l'enthousiasme des acteurs du secteur à participer à cette aventure est le meilleur gage de sa réussite.



**Luc Chatel,**  
maire de Chaumont,  
ministre de l'Éducation  
nationale, de la  
Jeunesse et de  
la Vie associative

#### interview

À l'affiche, Chaumont a accueilli du 21 mai au 5 juin avec succès le Festival international de l'affiche et du graphisme. Quinze jours d'une programmation variée faite de colloques, de salon, de rencontres professionnelles, d'ateliers et de concerts qui ont animé la ville et attiré à elle un public international et de tous âges. "Persuadé qu'une irrigation profonde de nos territoires peut permettre le développement d'une vraie politique culturelle", Luc Chatel, son maire, revient sur cet événement et sur les perspectives de l'ouverture de la ville au graphisme.

**Le festival de Chaumont doit davantage développer cette part de lui-même :**

**être un point de rencontre et d'échanges autour d'expositions de grande qualité."**

■ **Paroles d'élus Avec son Festival international de l'affiche et du graphisme, Chaumont est devenue un lieu incontournable du graphisme. Mais cette année, Chaumont s'est ouvert aux nouvelles technologies. Pouvez-vous nous dire en quoi ?**

■ **Luc Chatel** La mesure la plus simple a été de doter le festival d'un site Internet amélioré – dont la version définitive est attendue pour la rentrée 2011 – qui facilite l'accès à la programmation du festival et à l'inscription en ligne aux concours. Les réseaux sociaux comme Facebook et Twitter sont, bien sûr, de la partie. Après l'exposition "Code source" en 2009, le festival a consacré l'une de ses principales expositions au design d'interaction. Reconnus pour leurs travaux dans le domaine, les membres du collectif néerlandais Lust ont été invités à confronter leurs expérimentations à l'architecture baroque d'une ancienne chapelle jésuite. Aujourd'hui, dans sa vie quotidienne, le public est de plus en plus sollicité par des démarches interactives, cela se ressent dans les expositions, où il délaisse volontiers sa position de spectateur pour une participation active. Il n'est pas rare qu'une exposition se visite téléphone portable à la main. Enfin, le festival est un événement qui doit permettre l'expérimentation. En la matière, les nouvelles technologies sont un terrain

de jeu idéal : s'y trouvent déjà beaucoup de développeurs, d'ingénieurs et de techniciens, mais trop peu de designers. Le festival de Chaumont est leur porte d'entrée, leur cheval de Troie dans le secteur.

■ **Paroles d'élus Quelle sera la place occupée par les nouvelles technologies dans le futur Centre international de graphisme (CIG) qui ouvrira en 2013 à Chaumont ?**

■ **Luc Chatel** Elle sera multiple : ordinateurs, téléphones portables, tous les écrans sont des supports graphiques et le design d'interface appartient au champ couvert par le graphisme. Le CIG peut être un point de rencontre pour les industriels développant des technologies novatrices et pour des designers à même d'en explorer les possibilités. À ce titre, le graphisme qui recourt aux possibilités offertes par les nouvelles technologies pourra faire l'objet de recherche, de formation, d'expositions, de publications, autant de démarches qui se croiseront dans le fonctionnement du centre. En outre, les nouvelles technologies occuperont une place importante dans les dispositifs de présentation et de médiation du graphisme dans les expositions.

■ **Paroles d'élus Vous aviez à cœur de faire vibrer Chaumont et ses habitants. Quel bilan tirez-vous de l'édition 2011 de ce festival ?**

■ **Luc Chatel** Le festival continue d'être le rendez-vous majeur d'une discipline, de ses professionnels et de ses étudiants. Leur accueil à Chaumont doit être un des temps forts de la vie de la cité qui, à l'occasion de leur venue, se met en fête. Des démarches sont menées en direction de tous les publics : profanes, institutions de l'art et de la culture. Le graphisme est un art de rue qui peut aisément animer le paysage urbain : des images étaient présentes dans le quartier populaire de la Rochotte et dans les espaces publics. En partenariat avec les centres départementaux et régionaux de la documentation pédagogique, un guide du jeune festivalier, conçu par le graphiste Tom Henni, a été distribué dans les écoles de la ville. L'équipe du festival a beaucoup insisté sur les "visites accompagnées" des expositions. Toutes sortes de publics s'y croisent : associations, scolaires, particuliers, mais aussi les militaires du 61<sup>e</sup> régiment d'artillerie. Le festival doit davantage développer cette part de lui-même : être un point de rencontre et d'échange autour d'expositions de grande qualité.

> [cig-chaumont.com](http://cig-chaumont.com)  
> [ville-chaumont.fr](http://ville-chaumont.fr)

#### repères

■ **Le festival international de l'affiche et du graphisme** Engagée en faveur du graphisme depuis plus de vingt ans, la ville de Chaumont possède aujourd'hui une collection de 35 000 affiches historiques et contemporaines de grande valeur. Le Festival

international de l'affiche et du graphisme, qui est organisé chaque année par la commune, est un des rendez-vous majeurs du design graphique en Europe, avec des expositions et des concours ouverts aux professionnels et aux étudiants.

■ **Un Centre international du graphisme** Chaumont porte le projet d'un lieu pérenne pour le graphisme à travers la construction du Centre international du graphisme (CIG). Dès 2013, ce centre aura pour vocation d'accueillir des expositions,

des graphistes en résidence, des activités de recherche et de formation, ainsi qu'un pôle de conservation qui concentrera en un même lieu les différentes missions déjà menées autour du graphisme. Avec cette perspective, le festival entre dans une nouvelle dynamique.

## Sur les sentiers de l'histoire e-guidés

Communauté d'agglomération  
de la Riviera française (Alpes-Maritimes)



“Ce dossier me tient à cœur parce qu'il nous aide, nous petites communes, à valoriser nos richesses patrimoniales. Il témoigne de notre vitalité, de notre volonté de faire vivre les commerces locaux, à mieux faire connaître notre authenticité, l'amour que nous portons à nos villages, à notre histoire et à nos habitants.”

**Michel Isnard**, maire de Gorbio, vice-président de la Communauté d'agglomération de la Riviera française

■ **Mémoire** “Parce que les vrais hommes de demain sont ceux qui ont un profond respect du passé”... C'est par cet adage d'Ernest Renan que Michel Isnard, maire de Gorbio, justifie son engagement dans le projet Chemin (Chemins de l'histoire e-guidés par mobiles intégrant le NFC). Grâce à des puces électroniques placées à proximité des lieux touristiques, les visiteurs pourront recevoir sur leur téléphone mobile des informations multimédias sur l'histoire du patrimoine, les itinéraires cachés, les bonnes adresses des spécialités du terroir.

> [jf.boullier@carf.fr](mailto:jf.boullier@carf.fr) et [f.martelli@carf.fr](mailto:f.martelli@carf.fr)

> Si cette initiative vous intéresse, retrouvez-en l'intégralité sur [parolesdelus.com](http://parolesdelus.com)



## Flashcodez pour les Temps chauds!

Bourg-en-Bresse Agglomération (Ain)



“Le festival les Temps chauds présente diverses formes des musiques du monde, avec la particularité d'offrir à ces artistes des résidences destinées au public scolaire, dans le cadre du « Fil de l'Air ».”

**Jean-Paul Rodet**, vice-président de Bourg-en-Bresse Agglomération, vice-président du Conseil général

■ **Festival** À l'occasion du 15<sup>e</sup> anniversaire de son festival “Les Temps chauds”, l'association l'Estuaire a souhaité développer l'attractivité de son projet culturel et artistique. En partenariat avec France Télécom Orange, l'association culturelle bressane a donc proposé une nouvelle forme d'interactivité autour de sa manifestation, grâce à la technologie flashcode. Résultat : la présentation multimédia (via des contenus vidéos, textuels et sonores) des lieux, des artistes et des événements rythmant le festival, accessible au public grâce à leur téléphone mobile.

> [lestempschauds@wanadoo.fr](mailto:lestempschauds@wanadoo.fr)

> Retrouvez la présentation des enjeux, de la mise en place, du bilan et perspectives de cette initiative sur [parolesdelus.com](http://parolesdelus.com)

## Escapado, les balades en ligne

Pays Une Autre Provence  
(Vaucluse et Drôme)



“Doter un territoire d’une technologie innovante pour les loisirs en nature : c’est le pari d’Escapado, précurseur en m-tourisme. Conçu pour le Nord Vaucluse - Sud Drôme, il séduit déjà d’autres territoires.”

**Pierre Meffre**, maire de Vaison-la-Romaine, président de la Communauté de communes Pays Vaison Ventoux, vice-président de Pays Une Autre Provence, conseiller régional PACA et président du Comité régional de tourisme PACA

■ **Guide embarqué** Escapado propose sur smartphone, sur Internet et sur les 24 bornes multimédias des offices de tourisme des itinéraires de balades dans le Pays Une Autre Provence. Les visiteurs français ou étrangers, les habitants ou les scolaires peuvent choisir des circuits – selon un thème, un mode de déplacement, sa durée ou sa difficulté – puis les imprimer ou les télécharger sur un support mobile. Des informations pratiques, des alertes avec photos et vidéos en arrivant à proximité des points d’intérêts du parcours, ou la météo locale sont également en ligne. En route!  
> f.battestini@copavo.fr

> Pour plus d’informations sur cette initiative, rendez-vous sur [parolesdelus.com](http://parolesdelus.com)



## Estampille touristique

Monestiés (Tarn)



“L’efficacité en matière d’information est primordiale pour les territoires ruraux, qui se doivent d’investir dans les TIC. Vecteurs de développement économique, ils traversent tous les secteurs de la vie quotidienne et nous offrent un défi stratégique.”

**Denis Marty**, maire de Monestiés, conseiller général du canton de Monestiés, président de l’office du tourisme

■ **Patrimoine** Forte de son histoire et de ses vestiges médiévaux, Monestiés a développé depuis une décennie une offre culturelle et touristique de qualité. Proche de villes emblématiques de la région comme Albi et Cordes, la petite commune offre des prestations attractives pour tous les amateurs d’art et de patrimoine. Le prêt-à-poster flashcodé vient idéalement compléter la stratégie de communication déployée par l’office de tourisme, associant site Internet, campagnes radios et presse, kakémonos in situ, web-trésor, etc. > [mairie-monesties@orange.fr](mailto:mairie-monesties@orange.fr)

> Pour plus d’informations sur cette initiative, rendez-vous sur [parolesdelus.com](http://parolesdelus.com)

## Tourist-TIC

Luxeuil-les-Bains (Haute-Saône)



“Luxeuil-les-Bains est une ville thermale riche en patrimoine et en histoire que nous voulons faire vivre ; l’innovation nous permet aujourd’hui de faire parler nos pierres et d’exister... au-delà du temps.”

**Michel Raison**, maire de Luxeuil-les-Bains, député de la Haute-Saône

■ **Visite** Afin de développer son offre en ligne et sur mobile, l’office de tourisme a entièrement refondu son site Internet, en intégrant une version pour smartphone et une boutique en ligne permettant de consulter les informations et de réserver depuis n’importe quel endroit. Une visite audio de la ville est également disponible en quatre langues sur audioguide à louer à l’office de tourisme, sur tous les smartphones et les tablettes numériques. Des flashcodes ont aussi été installés à proximité de chaque monument pour obtenir des informations sur le web. > [communication@luxeuil-les-bains.fr](mailto:communication@luxeuil-les-bains.fr)

> Si cette initiative vous intéresse, retrouvez-en l’intégralité sur [parolesdelus.com](http://parolesdelus.com)

## Le virtuel, seconde vie des images d'Épinal



“La qualité des expositions du musée de l'Image vaut d'être partagée. Grâce aux moyens techniques et humains mobilisés, le nouveau site du musée invite aux visites virtuelles. Comment mieux inciter l'internaute à une visite réelle ?”

**Michel Heinrich**, maire d'Épinal, député des Vosges

■ **Musée** Les visites virtuelles proposées sur le site du musée de l'Image d'Épinal font découvrir, sous forme de minisites, les expositions temporaires en cours ou achevées : c'est par un parcours panoramique dans les salles de chaque exposition que le musée propose un accès à distance d'une grande partie des œuvres, des textes et de la scénographie. Un parcours qui contribue à l'accès aux réflexions que les expositions ont suscitées. Cette initiative de diffusion en ligne du savoir autour de ce patrimoine participe à l'essor du Pôle image d'Épinal et confirme le statut du musée comme établissement de référence et centre de ressources dans le domaine de l'image en France.

> [martine.sadion@epinal.fr](mailto:martine.sadion@epinal.fr) et [musee.image@epinal.fr](mailto:musee.image@epinal.fr)

> Si cette initiative vous intéresse, retrouvez-en l'intégralité sur [parolesdelus.com](http://parolesdelus.com)

Épinal (Vosges)



## Biarritz se lit en flashcode

Biarritz (Pyrénées-Atlantiques)



“Grâce à cette affiche interactive « Biarritz, les temps forts de l'été 2010 », tout un chacun accède en temps réel depuis son téléphone mobile aux événements organisés par la ville pendant la saison estivale : festivals, expositions, concerts, etc.”

**Michel Veunac**, adjoint au maire de Biarritz, vice-président de la Communauté d'agglomération Bayonne-Anglet-Biarritz, conseiller régional d'Aquitaine

■ **Information** La ville de Biarritz a choisi de communiquer par le biais de flashcodes pour donner aux habitants et aux visiteurs directement accès à un site Internet mobile où ils pourront bénéficier de services et informations touristiques, culturelles et événementielles. Elle a commencé par les placer durant l'été 2010 sur ses affiches, avant de les associer plus tard au bulletin municipal, aux dépliants ou aux vitrophanies collées en façade de la mairie. La collectivité est convaincue de contribuer ainsi au développement du tourisme, moteur économique local, et d'améliorer l'information des citoyens.

> [c.ripert@biarritz.fr](mailto:c.ripert@biarritz.fr)

> Retrouvez la présentation des enjeux, de la mise en place, du bilan et perspectives de cette initiative sur [parolesdelus.com](http://parolesdelus.com)

## Bornes Internet à vocation touristique



“Une fois chez nous, le visiteur peut découvrir toutes les richesses de l’Ardèche. Ces bornes lui apportent, dès son entrée sur le territoire, les informations essentielles à son séjour. De fait, elles améliorent l’accueil de l’office de tourisme.”

**François Veyreinc**, maire de Lyas, président de la Communauté de communes Privas Rhône Vallées

■ **Bornes** La communauté s’équipe de deux bornes Internet en libre-service (bils) à vocation touristique, l’une à l’office de tourisme intercommunal Privas Rhône Vallées situé à Privas, et l’autre dans le hall d’accueil de la mairie du Pouzin. Destinées à la fois aux habitants et aux visiteurs, les bornes offrent des renseignements pratiques et touristiques, notamment sur les hébergements, les transports ou les sites de loisirs. En toute autonomie, l’utilisateur a accès à sa messagerie électronique et à des outils bureautiques.

> [contact@privas-rhone-vallées.fr](mailto:contact@privas-rhone-vallées.fr)

> Si cette initiative vous intéresse, retrouvez-en l’intégralité sur [parolesdelus.com](http://parolesdelus.com)



Communauté de communes  
Privas Rhône Vallées (Ardèche)



## Visite flashcodée, suivez le guide!

Nevers (Nièvre)



“Créé en 1994, le Fil bleu est l’itinéraire incontournable pour découvrir et valoriser le patrimoine de Nevers. Depuis un an, il s’est numérisé grâce à des flashcodes qui permettent, via une information mobile, de localiser des commerçants partenaires et des artisans d’art situés à proximité du parcours emprunté.”

**Florence Ombret**, adjointe au maire de Nevers

■ **Balise** Grâce à la technologie des codes-barres 2D, les visiteurs de la ville sont invités à découvrir les “secrets de Nevers” (anecdotes, images et sons racontant l’histoire des monuments ou les coulisses de certains lieux fermés au public). Placés sur les plaques de commentaires touristiques du cheminement piéton, les flashcodes permettent à chaque personne munie d’un téléphone mobile compatible d’accéder instantanément au contenu multimédia correspondant à chaque balise numérique.

> [francoise.ropiteau-urbani@ville-nevers.fr](mailto:francoise.ropiteau-urbani@ville-nevers.fr)

> Retrouvez la présentation des enjeux, de la mise en place, du bilan et perspectives de cette initiative sur [parolesdelus.com](http://parolesdelus.com)

## Borne tactile au service de tous

Donzenac (Corrèze)



“Transparence de l’action communale et développement durable, voilà les finalités de l’installation d’une borne tactile interactive mise au service de tous.”

**Yves Laporte**, maire de Donzenac

■ **Vitrine** Pour satisfaire aux obligations de son label de village-étape, Donzenac a aménagé une borne tactile interactive sous le porche de la mairie. Cet équipement, apprécié des automobilistes qui y font étape, complète utilement les services proposés par l’office de tourisme intercommunal en fournissant 24 heures sur 24 de l’information actualisée sur les lieux d’hébergement, les restaurants et les commerces. Ce point info renseigne aussi les habitants sur les services municipaux, la vie de l’école, les services périscolaires ou l’animation de la vie locale. Autant d’éléments disponibles à tout moment qui peuvent aussi être consultés à domicile sur Internet et servir d’outil d’alerte en cas de crise. > [mairie-donzenac@wanadoo.fr](mailto:mairie-donzenac@wanadoo.fr)

> Pour plus d’informations sur cette initiative, rendez-vous sur [parolesdelus.com](http://parolesdelus.com)



## Ski “no stress” aux Orres

SEMLORE Les Orres (Hautes-Alpes)



“Ce projet pilote est la synthèse d’une volonté d’innovation au service de nos visiteurs grâce à une entente et à une organisation exemplaires avec les services du Conseil général. Forte de ce nouveau succès, la station des Orres ira toujours plus loin pour le confort de ses hôtes.”

**Paul Dijoud**, maire des Orres, PDG de la SEMLORE, ancien ministre

■ **Vacances tranquilles** Pour un séjour sans stress, Les Orres innove. L’application mobile de la station accompagne le skieur dès son entrée dans le département, en l’informant sur l’état des routes et du domaine skiable, les horaires des navettes locales, la géolocalisation des commerces, etc. Le dispositif de gestion de l’attente mis en place par l’exploitant de la station, la SEMLORE, optimise son temps de ski grâce à des panneaux à messages variables installés au pied de huit remontées mécaniques et relayés sur téléphone portable. Finies les queues aux remontées mécaniques en période d’affluence. Une première en France!

> [ot.lesorres@lesorres.com](mailto:ot.lesorres@lesorres.com)

> Pour plus d’informations sur cette initiative, rendez-vous sur [parolesdelus.com](http://parolesdelus.com)





## Le numérique s'invite au musée

Communauté de communes  
du Pays Châtillonnais (Côte-d'Or)



“Cette opération prouve que la ruralité et l'innovation ne sont pas un paradoxe. Même sans très haut débit, ces nouveaux outils montrent que l'on peut être en avance technologiquement et participer à une nouvelle attractivité.”

**Laurent Schembri**, vice-président de la Communauté de communes du Pays Châtillonnais, maire de Faverolles-lès-Lucey

■ **Archéologie** Au musée du Pays Châtillonnais - Trésor de Vix et à l'office de tourisme, deux tables tactiles présentent aux visiteurs des photos aériennes de 115 villages selon différents thèmes, comme par exemple les richesses naturelles ou le patrimoine bâti, ainsi que des photos d'œuvres du musée. En plus des flashcodes installés près des lieux touristiques, le musée a initié le projet DIVINE (Diffusion de Vidéos et Images vers des terminaux hétérogènes). Il offre des informations approfondies au visiteur sur son mobile, son PDA, sa tablette numérique ou sur du matériel mis à disposition. > [j.rollin@cc-chatillonnais.fr](mailto:j.rollin@cc-chatillonnais.fr)

> Si cette initiative vous intéresse, retrouvez-en l'intégralité sur [parolesdelus.com](http://parolesdelus.com)



## HERMINEO TV

L'actualité des Technologies de l'Information et de la Communication de Quimper Communauté



### Emission à la une

Emission de mai-juin 2010  
31/05/2010



Emission intégrale -  
12 mn



Reportage sur le  
spectacle "Au Web  
ce Soir", au Théâtre  
de Cornouaille



Reportage au sein  
du studio des  
Polantés



Reportage à l'Ecole  
supérieure d'Art de  
Quimper, avec Pol

## Une web TV sur les TIC!

Quimper Communauté (Finistère)



“Le haut débit et ses usages apportent des services et des utilisations qui, s'ils ne sont pas forcément révolutionnaires, sont innovants car devenus indispensables.”

**Olivier Boisseau**, vice-président de Quimper Communauté chargé de l'Enseignement supérieur, de la Recherche et de l'Innovation

■ **Télé locale** Berceau historique des TIC, la Bretagne abrite de longue date les plus anciens territoires numériques du pays. En 2007, Quimper Communauté se dotait d'un réseau très haut débit, "Hermineo". Trois ans plus tard, en mars 2010, la collectivité mettait sur pied une web TV, dont les émissions – à base de reportages vidéos sur des initiatives et des actions d'habitants sur l'utilisation quotidienne du numérique – ont pour but de promouvoir les usages innovants liés aux TIC. > [contact@quimper-communaute-telecom.fr](mailto:contact@quimper-communaute-telecom.fr)

> Retrouvez la présentation des enjeux, de la mise en place, du bilan et perspectives de cette initiative sur [parolesdelus.com](http://parolesdelus.com)

## Mobile et culture à l'opéra de Dijon

Ville et opéra de Dijon (Côte-d'Or)



“Une première dont je suis fière : les superbes élévations de l'auditorium de Dijon recevant les trésors secrets de France Télécom. La présence de flashcodes permet de mieux comprendre ces œuvres magistrales.”

**Françoise Tenenbaum**,  
maire adjointe de Dijon et vice-présidente  
du Conseil régional de Bourgogne

■ **Arts** Au-delà des représentations musicales qu'il abrite, l'opéra de Dijon accueille une exposition high-tech dans le majestueux foyer de l'auditorium : Abstractions (du 9 mars au 31 décembre 2011). Les sept œuvres exposées, dont un célèbre Pierre Soulages, proviennent de la collection d'entreprise de France Télécom Orange. Près de ces œuvres, les visiteurs découvrent des pictogrammes flashcodes, qu'il suffit de photographier avec un téléphone mobile pour obtenir des renseignements détaillés sur les artistes et les œuvres.

> [sserfati@opera-dijon.fr](mailto:sserfati@opera-dijon.fr)

> Si cette initiative vous intéresse, retrouvez-en l'intégralité sur [parolesdelus.com](http://parolesdelus.com)



## Tout savoir avec une simple photo

Audincourt (Doubs)



“Avec le service flashcode, nous souhaitons rendre accessible l'histoire du patrimoine de notre ville et faire découvrir toute la richesse et les secrets de ces bâtiments chargés d'événements passés et présents. L'innovation à la portée de tous!”

**Martial Bourquin**,  
maire d'Audincourt, sénateur du Doubs

■ **Culture et histoire** Né autour de deux œuvres d'art, le projet repose sur la technologie flashcode et la diffusion d'informations multimédias sur le téléphone mobile du public. Des informations approfondies sur un sujet ou un autre sont simplement accessibles en prenant en photo le flashcode. Destiné à la fois aux habitants et aux touristes, le dispositif est aujourd'hui étendu au patrimoine culturel et historique, comme les églises du Sacré-Cœur et de l'Immaculée Conception, les châteaux Peugeot et Thévenot ou la filature, ainsi qu'à des événements ponctuels. > [d.charlet@audincourt.fr](mailto:d.charlet@audincourt.fr)

> Retrouvez la présentation des enjeux, de la mise en place, du bilan et perspectives de cette initiative sur [parolesdelus.com](http://parolesdelus.com)

## Créer son séjour en ligne

Communauté d'agglomération de Montélimar (Drôme)



“Otipass est un outil du développement économique de Montélimar qui véhicule une image de progrès et de modernité, et apporte un nouveau service aux visiteurs, aux administrés et aux acteurs du tourisme local.”

**Franck Reynier,**

maire de Montélimar, président de la Communauté d'agglomération de Montélimar-Sésame, député de la Drôme

■ **Passeport touristique** Baptisé Otipass, le pass numérique du territoire assure la commercialisation de prestations touristiques en ligne. La plateforme de services sécurisée, accessible sur Internet, répertorie des offres, réductions et avantages sur un ensemble de prestations du territoire. Par exemple dans les restaurants, pour des produits du terroir, lors de dégustations ou de visites. L'internaute peut y trouver une carte cadeau originale à offrir. Il est aussi possible de programmer des événements de tourisme d'affaires et de congrès.

> [emr@montelimar-tourisme.com](mailto:emr@montelimar-tourisme.com)

> Si cette initiative vous intéresse, retrouvez-en l'intégralité sur [parolesdelus.com](http://parolesdelus.com)



## Mon smartphone, e-guide de montagne

Communauté de communes de la Vallée d'Ossau (Pyrénées-Atlantiques)



“L'idée d'associer un outil dynamique et interactif comme le smartphone à la valorisation culturelle d'un site nous a paru aussi séduisante que d'avenir... C'est désormais une réalité en Ossau, grâce à notre programme Flash'Patrimoine.”

**Francis Courouau,**

président de la Communauté de communes de la Vallée d'Ossau

■ **Modernité** Au travers de son parcours numérique baptisé “Flash' Patrimoine”, la vallée d'Ossau initie une nouvelle forme de découverte de son territoire, moderne et ludique. Ici, tous les ingrédients sont réunis pour intéresser les curieux : histoire, préhistoire, patrimoine immatériel, bâti architectural civil ou religieux, festivals, etc. L'idée est d'associer un outil interactif (le smartphone) à la valorisation culturelle d'un site hautement attractif sur le plan touristique. Et ceci, à la fois pour les visiteurs de passage et pour les habitants de cette zone montagneuse. > [ccvo@cc-valleedossau.fr](mailto:ccvo@cc-valleedossau.fr)

> Retrouvez la présentation des enjeux, de la mise en place, du bilan et perspectives de cette initiative sur [parolesdelus.com](http://parolesdelus.com)

retour sur

## Clic-Clac, la photo se met aux TIC

Montier-en-Der (Haute-Marne)

Le festival international de photo animalière a atteint des objectifs inespérés grâce à une communication tous azimuts. Régis Lafarge, son président, revient sur l'événement qui, sans perdre son âme, évolue au gré des technologies.

■ **Le témoin** "Si notre festival a réussi son tournant, c'est en grande partie grâce aux diverses technologies apportées au fil de notre partenariat avec France Télécom Orange, en développant toutes sortes d'usages du numérique : Pikeo, flashcode, connexions gratuites et à haut débit. Aujourd'hui, tous les photographes nous proposent leurs sujets sur tablette..."

À Montier-en-Der, la technologie est mise au profit de la relation humaine, de la communication de qualité en temps réel. De sorte que nos pratiques ont véritablement changé, y compris dans les échanges avec les photographes. Au lancement de son festival il y a une quinzaine d'années, je n'imaginai pas que Montier puisse donner rendez-vous au monde entier grâce à ces connexions. Nous avons à cœur de préserver ce souci de la solidarité, du lien social, dans le respect de la planète. Le festival est un lieu de communion entre amoureux de la nature, photographes et amateurs passionnés. Mais

la grande richesse de cet événement, devenu musée éphémère, c'est la présence des photographes, qui rend incontournable l'événement pour les amateurs de photo. L'avenir du festival passe, d'après moi, par la technologie numérique, soucieuse de l'homme, sans gaspillage et dans le respect de l'environnement. Mini-sujets filmés, tablettes, écran, images en mouvement sur écran plutôt que sur papier..., les idées ne manquent pas. Elles sont actuellement en train de germer avec France Télécom Orange."

### historique

■ Le festival international de photo animalière et nature de Montier-en-Der s'est très vite ouvert aux nouvelles technologies (*Paroles d'élus*, tome 5, page 182). Les exposants et le grand public bénéficient depuis 2009 d'un accès ADSL Wifi sur les différents lieux du festival. Des informations sur le festival sont également diffusées via Contact Everyone par SMS. Au moyen de flashcodes, les festivaliers sont invités à photographier avec leur mobile. Une nouvelle catégorie de concours est créée sur le portail Pikeo, site de stockage de photos.



**“L'avenir du festival passe par la technologie numérique soucieuse de l'homme, sans gaspillage et dans le respect de l'environnement.”**

Régis Lafarge, président et cofondateur du festival de photo de Montier-en-Der

■ L' élu



Jean-Pierre Calabrese, premier adjoint au maire de Giffaumont-Champaubert

“ Depuis 2009, le festival a pris le virage des nouvelles technologies et nous disposons d'une connexion Internet irréprochable grâce aux liaisons mises en place par Orange. À Giffaumont, par exemple, nous fournissons du haut débit sur l'espace d'exposition à nos exposants sponsors (Canon, Nikon) : c'est précieux pour le commerce comme pour les transferts d'images. De même, pour les tours operators en tourisme animalier, qui sont reliés au web et peuvent prendre les commandes. J'ajoute que les retombées de ce festival sont localement importantes et tout à fait positives en matière de commerce et d'hébergement. De quoi nous faire attendre avec impatience le festival 2011 (17 au 20 novembre 2011).

> [festiphoto-montier.org](http://festiphoto-montier.org)