



FICHE ACTION 12

Développer les outils numériques et interpréter les patrimoines

➤ Références à la CETD

Principes n° :

- **3** : Protéger et mettre en valeur l'héritage naturel et culturel de l'espace protégé, pour et par le tourisme, et le protéger d'un développement touristique abusif.
- **4** : Proposer aux visiteurs une expérience de grande qualité pour tous les aspects de leur visite.
- **5** : Communiquer de manière effective auprès des visiteurs, des entreprises touristiques et des résidents, au sujet des qualités particulières de la zone.
- **6** : Promouvoir les produits spécifiques permettant la découverte et la compréhension de ce paysage.
- **10** : Surveiller et influencer les flux de visiteurs afin de réduire les impacts négatifs.

➤ Références à la charte

Axe 2 : Un développement économique respectueux des équilibres écologiques et humains

----- Objectif stratégique : Développer un tourisme et des loisirs de nature et de découverte des patrimoines

----- Objectif opérationnel : Développer les clientèles actuelles et potentielles

----- Article 63 : Promouvoir une offre adaptée à des clientèles spécifiques

----- Objectif opérationnel : S'appuyer sur les patrimoines et les savoir-faire pour créer de la valeur ajoutée

----- Article 64 : Faire découvrir les richesses patrimoniales du territoire

----- Objectif opérationnel : Gérer l'accueil des publics dans les espaces naturels

----- Article 66 : Identifier et promouvoir les potentialités d'accueil des publics dans les espaces -----
-----naturels

Axe 3 : Un territoire responsable et dynamique, ouvert à la coopération

----- Objectif stratégique : Conduire une politique culturelle concertée et créative valorisant les patrimoines et
-----le paysage

----- Objectif opérationnel : Favoriser l'appropriation des patrimoines et du territoire par les habitants

----- Article 74 : Proposer une offre culturelle de valorisation des patrimoines

➤ Référence à l'axe stratégique

→ **Axe 4 : Innovation et mise en tourisme des patrimoines**

➤ CONTEXTE

Le développement des technologies de l'information et de la communication (TIC) bouleverse les attitudes et les pratiques dans la vie quotidienne, le travail, les loisirs. Le tourisme fut un des premiers

secteurs touchés par la montée en puissance de l'Internet hors contexte professionnel, pour l'information et la préparation d'un voyage ou d'un séjour touristique jusqu'à la réservation et la vente en ligne.

Au rythme de la diffusion des outils numériques les utilisateurs ont à leur disposition divers terminaux fixes et mobiles (de l'ordinateur au smartphone et récemment la tablette numérique) leur permettant d'accéder à l'information avant, pendant et après leur séjour touristique.

L'offre évolue également sans cesse en matière d'usages : sites Internet, GPS, espaces multimédia, visites virtuelles... Suivant ce mouvement, les attentes des utilisateurs vis-à-vis des services numériques vont croissant.

Les possibilités du m-tourisme (géolocalisation et guidage, interprétation et QR codes, réalité augmentée...) accompagnent déjà les visiteurs et demain plus encore dans la découverte d'un lieu, la visite d'un musée... Les outils numériques enrichissent considérablement les possibilités d'informations et les contenus mis à disposition du visiteur. Les outils numériques mobiles offrent aux visiteurs une très grande autonomie avec :

- **Les applications mobiles** à télécharger directement sur le Smartphone (iphone/android) = contenus multimédia.
- **Les QR codes** : codes-barres en deux dimensions donnant accès à l'Internet mobile ; des pictogrammes noir et blanc apposés sur n'importe quel support, in situ ou sur un document, à photographier à l'aide d'un Smartphone (équipé d'un lecteur adéquat) ; renvoi vers un site Web mobile ou vers une application dédiée. Des informations complémentaires proposées au visiteur du lieu : vidéo, diaporama, fichier son pour écouter un commentaire...
- **La tablette tactile** : en accès libre avec des contenus identiques à ceux disponibles dans l'application pour Smartphone = contenus multimédia.
- **Le visioguide**, évolution de l'audioguide (classique et désormais mature, encore d'actualité) ; contenu multimédia (et pas seulement sonore) = propositions de vidéos interactives, récits scénarisés, jeux et quizz... Déclenchement automatique devant un point d'intérêt ou selon l'impulsion du visiteur.

Les outils numériques ne modifient pas seulement les modes de diffusion et transmission de l'information. Ils en démultiplient les contenus et changent le rapport même à l'information : les outils numériques permettent l'interactivité et suscitent de nouveaux services. Ils ont aussi une influence sociétale profonde avec le développement des lieux d'expression des internautes (sites Webs d'avis, blogs...), les réseaux sociaux, les plateformes collaboratives.

À titre d'exemple, l'organisation de l'accueil touristique des Offices de Tourisme s'en trouve complètement transformée. L'État, Atout France, et la Fédération des Offices de Tourisme de France développent depuis quelques années l'implantation d'outils numériques fixes :

- **Vitrine interactive tactile** (à l'instar de la tablette) : le visiteur pouvant zoomer sur un point d'intérêt, envoyer des eCartes postales à ses amis, prendre connaissance de l'actualité du Web social concernant le territoire : photos du site Flickr, commentaires de Facebook et Twitter, parcours de randonnées d'EveryTrail.
- **Table tactile** réunissant plusieurs utilisateurs à la fois qui interagissent avec les contenus proposés.
- **Carte numérique collaborative du territoire** en perpétuelle construction (projetée sur le mur ou au sol), réagissant aux sollicitations du visiteur, intégrant ses propositions de parcours ou de points d'intérêt, agrégeant en temps réel des contenus publiés par les internautes (images, vidéos, commentaires).
- « **Façade mapping** » : projection sur un mur des commentaires des internautes concernant le territoire, les points d'intérêt et lieux de visite, les retours d'expérience d'une visite ou d'une

découverte du patrimoine... Messages compilés depuis les réseaux sociaux. Un « livre d'or numérique » qui s'actualise en permanence.

Les outils numériques et l'interprétation du patrimoine

Les nouvelles générations naissent avec le numérique, se saisissent de tous ses outils, en inventent sans cesse de nouveaux usages. L'intégration des outils numériques fixes ou mobiles s'avère incontournable à l'avenir dans tout service touristique y compris dans la médiation et l'interprétation des patrimoines. Dans ce domaine, ils offrent des perspectives nouvelles de valorisation, d'interprétation, de mise en produits en renouvelant l'intérêt des publics affinitaires et fidélisés, en actualisant et enrichissant l'offre d'interprétation, en s'adressant à un éventail plus large de visiteurs potentiels et de nouveaux publics, en se lançant à la conquête des plus jeunes générations.

Les outils numériques donnent accès à des ressources culturelles multiples, sans commune mesure avec les conventionnels « panneaux d'interprétation » et leurs défauts (pollutions visuelles, dégradations du mobilier, informations figées, vieillissement ...). Les outils numériques rendent l'interprétation des patrimoines interactive pour les visiteurs libres et autonomes : en proposant plus de contenus ils sont en mesure de stimuler leur curiosité, aiguïser l'observation... enrichir l'expérience et davantage satisfaire in fine. Ils peuvent approfondir l'information selon les centres d'intérêt de chacun ou par exemple de « compenser » l'échec de l'observation lorsque dans un site naturel l'espèce emblématique tant vantée par ailleurs n'est pas visible ou facilement reconnaissable).

Dans ce contexte et face à la révolution numérique, l'enjeu est d'innover en faisant les bons choix, en créant de la valeur ajoutée pour le visiteur et le gestionnaire du patrimoine, tout en maîtrisant les budgets et les coûts.

Des écueils à éviter :

- La fascination de l'outil pour l'outil. L'outil numérique est au service des attentes, des pratiques des visiteurs, de l'interprétation du patrimoine. Et non l'inverse (cf. dans le passé la surestimation de l'attrait pour les visiteurs des écrans vidéo dans les lieux de visite).
- Le remplacement de l'accompagnement et de l'échange personnalisé avec un guide par l'outil numérique. Le tout numérique ne remplacera pas la relation humaine. Autant que possible la rencontre et l'échange sont à privilégier dans l'offre touristique PNRLAT.
- Le surinvestissement financier dans l'outil numérique, évolutif et qui peut être à durée de vie relativement courte.
- L'impasse sur l'autofinancement de l'outil numérique mis à disposition des visiteurs : un autofinancement nécessaire, lié à une création de valeur, d'un service rétribué...

Les patrimoines naturels et les patrimoines culturels sont concernés par l'usage des outils numériques : circuits et sentiers de découverte et/ou d'interprétation du patrimoine, lieux de visite extérieurs et intérieurs... Les expériences menées ailleurs comme les savoir-faire développés par des acteurs du territoire Parc sont à mettre à profit de la démarche. Deux exemples : la Maison du Tourisme, de l'Eau et de la Nature de la Communauté de communes de Pont-de-Vaux (01) dans la vallée de la Saône qui propose des balades interactives avec visioguide dans un site de patrimoine naturel (et tout un panel d'outils numériques dans la Maison du Tourisme qui vient d'être inaugurée). Autre exemple de retour d'expérience : le CPIE Touraine Val de Loire, détenteur d'un savoir-faire dans la conception de scénarios QR code destinés aux sentiers de découverte, expositions.

L'implication du PNRLAT vis-à-vis des TIC se situe dans le champ de l'expérimentation. L'action qui vise la mise en œuvre d'outils numériques dans l'interprétation du patrimoine aura pour objectif en parallèle de contribuer à réduire la fracture numérique, de faciliter l'accès et l'utilisation du numérique aux catégories d'habitants qui s'en trouvent écartées pour des motifs générationnel, social et culturel.

➤ OBJECTIFS

- **S'adapter aux attentes et aux pratiques croissantes des clientèles touristiques vis-à-vis des outils numériques.**
- **Introduire les TIC parmi les outils de médiation patrimoniale proposés.**
- **Enrichir les contenus d'interprétation du patrimoine mis à disposition des visiteurs.**
- **Proposer aux visiteurs individuels une offre alternative de support de découverte, souple et disponible à tout moment.**
- **Construire un service touristique différencié dans le PNRLAT.**
- **Séduire et satisfaire de nouveaux visiteurs, en particulier les nouvelles générations.**
- **Contribuer à communiquer les valeurs patrimoniales et culturelles du site inscrit UNESCO.**
- **Familiariser les habitants non formés pour contribuer à réduire la fracture numérique.**

➤ DESCRIPTIF

L'action d'expérimentation dépend d'un diagnostic préalable et comprend plusieurs étapes :

1. Réalisation d'un diagnostic numérique du territoire adapté :

État des lieux de la couverture « réseaux » à l'échelle du PNRLAT et perspectives de progression sur le moyen terme (5 ans). Recensement des compétences existantes dans le territoire et dans l'environnement (conception - mise en œuvre - gestion d'outils numériques). Actions réalisées et outils en place dans des sites touristiques de patrimoine. Repérage des potentialités dans le territoire Parc : sites de patrimoine, structures et personnes ressources, maîtres d'ouvrages.

2. Formation du PNRLAT en interne à l'utilisation et au choix d'outils numériques :

Retours d'expériences ailleurs sur des sites et patrimoines comparables et à même échelle : patrimoine naturel/patrimoine culturel, en extérieur et à l'intérieur. Évaluation des différents outils numériques par rapport aux objectifs d'interprétation du PNRLAT. Analyse comparative des outils sur le plan technique, du coût d'investissement, de maintenance, de gestion et du modèle économique.

3. Identification des thèmes et sites potentiels d'expérimentation dans le PNRLAT :

Esquisse d'une stratégie numérique. Critères de choix d'outils TIC/sites d'interprétation des patrimoines dans le PNRLAT: réponses aux attentes des visiteurs, attractivité du thème et du site pour les clientèles touristiques, besoins identifiés d'interprétation, adaptation du site aux contraintes techniques d'implantation des TIC, coûts de mise en œuvre et de gestion, mobilisation de maîtres d'ouvrage, moyens disponibles...

4. Définition des opérations et développement d'outils numériques d'interprétation des patrimoines

Il n'y a pas lieu de présumer du choix des thèmes et sites d'interprétation ni des outils numériques.

Plusieurs options sont envisageables pour des opérations d'expérimentation :

- Le choix d'un outil unique démultiplié dans le PNRLAT (économie de moyens) sur des sites de patrimoines variés.
- 2 expérimentations : un outil mobile et un outil fixe sur une même thématique identitaire, emblématique du PNRLAT et du site inscrit UNESCO.

- Le principe de 2 expérimentations sur des patrimoines distincts : un patrimoine naturel, un patrimoine culturel : un même outil numérique ou 2 outils différents.
- La création de services/outils numériques payants sur des sites préservés et aménagés d'accès gratuit.
- ...

Montage et mise en œuvre des opérations expérimentales. Sensibilisation des collectivités pour un développement (synergies et économies d'échelle).

Mise en place des partenariats pour la gestion des services avec les Offices de Tourisme de Pôle, sites touristiques, prestataires...

5. Sensibilisation des habitants et animation numérique

Actions de médiation adaptées aux publics visés, habitants non familiarisés avec les outils numériques. Animations menées hors les murs dans le PNRLAT et à la Maison du Parc. Actions coordonnées avec le service et les acteurs locaux des domaines Éducation/Culture.

COMMUNICATION DE L'ACTION

Suivi de l'action et de ses différentes étapes sur le Forum des acteurs du site Internet du PNRLAT. Publication des projets et des réalisations dans L'Écho du Parc, la presse locale.

Mise en avant des produits et services numériques créés et disponibles dans les outils de communication touristique (sites Web, brochures) des Offices de Tourisme de Pôle et de l'ADT Touraine et d'Anjou-Tourisme.

RÉSULTAT(S) ATTENDUS

- La création de services numériques d'interprétation du patrimoine adaptés aux nouvelles pratiques et attentes des visiteurs.
- L'acquisition de la culture TIC par le PNRLAT.
- Un nouvel élan de l'attractivité touristique du PNRLAT sur des thèmes de patrimoine identitaires.
- Un succès renouvelé de la fréquentation de sites de patrimoines naturels et culturels.
- La conquête de nouveaux publics en particulier des nouvelles générations.
- Une interprétation des patrimoines au moyen des TIC intégrant les valeurs du tourisme durable.
- Un appui à la crédibilité du PNRLAT en termes de médiation patrimoniale.
- Une valeur ajoutée à la découverte des patrimoines du site inscrit UNESCO.
- De nouvelles relations du PNRLAT avec les prestataires touristiques leaders (adaptation et qualité des services pour leurs clients).
- Un développement progressif des outils numériques répartis si possible sur tous les territoires porteurs d'attractivité touristique.
- Un retour d'image positif pour le PNRLAT auprès des acteurs du tourisme, des collectivités et des clientèles.
- Une action sociale couplée à l'action de qualification touristique et patrimoniale.

➤ MODALITES D'ÉVALUATION

- Motivations du PNRLAT et de ses partenaires vis-à-vis du lancement d'expérimentations.
- Capacité à rassembler sur le projet des structures ressources compétentes et innovantes sur les TIC (laboratoires universitaires, réseaux professionnels...).
- Mobilisation de maîtres d'ouvrage candidats à l'expérimentation.
- Aboutissement d'une à deux opérations dans les 2 ans.
- Pertinence des sites, thèmes, outils numériques retenus : élargissement de la demande.
- Nombre de collectivités maîtres d'ouvrage candidates au développement.
- Nombre et types de sites de patrimoines équipés d'outils numériques à échéance des 5 ans.
- Nombre de produits et services numériques en place à échéance des 5 ans.
- Volume de fréquentation des services par les visiteurs.
- Sondages et questionnaires de satisfaction des visiteurs utilisateurs.
- Fréquentation des animations de sensibilisation organisées à destination des habitants.

➤ MAITRISE D'OUVRAGE

Syndicat mixte de gestion du Parc naturel régional Loire-Anjou-Touraine

➤ MAITRISE D'OEUVRE

Groupe projet : PNRLAT, Services dédiés à l'innovation numérique (Conseils régionaux et généraux), ADT Touraine/Anjou-Tourisme, Office de Tourisme de Saumur et sa région

➤ PARTENAIRES TECHNIQUES

CPIE Touraine-Val de Loire

Mission Val de Loire UNESCO

Laboratoires universitaires

Offices de Tourisme des villes portes

➤ ÉCHEANCIER DE REALISATION

2014/2015 : montage du groupe projet. Diagnostic numérique du territoire. Formation PNRLAT à l'utilisation et au choix des outils numériques. Identification des thèmes et sites potentiels d'expérimentation dans le PNRLAT, esquisse d'une stratégie.

2015 : définition des opérations et développement d'outils numériques d'interprétation des patrimoines. Sensibilisation des habitants et animation numérique.

2016- 2018 : extension des projets et développement des outils numériques.

➤ DÉPENSES

Diagnostic numérique 5 000 € Fonctionnement

Actions : budget à définir suite aux propositions du diagnostic

➤ RÉFÉRENTS PNR

Élu : Philippe BEAUVILLAIN

Chargées de mission : Virginie BELHANAFI et
Catherine ALLEREAU