

JOURNEE TECHNIQUE

Les technologies de l'information et de la communication au service de la visite culturelle et touristique

Mardi 5 mai 2009

09H30 Accueil des participants

10H00 Introduction générale de la journée par **Christian MANTEI, Directeur Général** ou par **Philippe MAUD'HUI, directeur Ingénierie et Projets**

10H15 Nouveaux usages et nouvelles technologies pour la visite culturelle : convergence, continuité de services, économie numérique par **Xavier DALLOZ, directeur de Xavier Dalloz Consulting**
Questions/réponses

11H00 Mieux utiliser les TIC : l'apport du numérique au tourisme
L'innovation comme invitation et réponse aux besoins des touristes par **Philippe FABRY, responsable nouvelles technologies - ODIT France**
Questions/réponses

11H45 Musées, monuments et innovations numériques
Puces RFID, interfaces 3D, supports mobiles géolocalisés, images HD, espaces immersifs, réalité augmentée, technologies tactiles... offrent aujourd'hui aux muséographes des moyens quasi illimités pour rendre attractif et personnaliser un parcours d'exposition, guider et informer les visiteurs dans leurs langues maternelles, recueillir leurs avis et faire appel à leur sensibilité.
Un impératif : connaître les limites et contraintes de ces technologies pour ne pas les subir et les mettre au service d'un projet culturel fort, par **Audrey DEFRETIN, chargée de recherches au LEDEN Doctorante en SIC laboratoire Paragraphe - Université de Paris 8**
Questions/réponses

12H30 Déjeuner

Introduction de l'après-midi

13H45 Jean ROZAT, directeur général d'Arte France introduira les échanges de l'après-midi et expliquera l'importance des partenariats entre les sites culturels et les médias traditionnels et numériques

14H15 Mobilité touristique et visite culturelle

Le touriste, de plus en plus nomade, a la possibilité de se connecter de façon permanente, et de disposer de nouveaux services liés à sa mobilité. La culture peut aider un territoire à devenir attractif pour le tourisme ; le nomadisme (transport, par exemple) peut aussi favoriser une autre forme de tourisme : lecture d'une ville, d'un paysage, préparation d'une visite in situ pendant le temps du transport ou celui de l'hébergement.

- Comment le numérique rend possible la fourniture de services touristiques personnalisés en suivant le parcours du touriste culturel ? par **Julien LAZ, directeur de Cityzeum**
- Les guides numériques et les modèles économique : l'exemple de viaMichelin par **Jacques NAVES, Content Manager & Partnerships à viaMichelin.**
Questions/réponses

15H15 Site web et stratégie multi canal

Les "amis du musée" sont également sur Facebook.

Le Muséum de Toulouse part à la rencontre des visiteurs-internautes : avant la visite, pendant, après...et encore après. A l'heure des échanges en flux continu sur les réseaux sociaux, à l'aube des "objets communicants" mobiles et multi-formes dans les expositions, quelle place pour le muséum (ou les musées) dans cette "conversation ambiante" ? De la conservation à la conversation, le muséum (les musées) négocient en ce moment une mutation en profondeur et ce passage d'une logique "vitrine" à une logique "relationnelle" par **Samuel BAUSSON, webmaster au Muséum de Toulouse**

Questions/Réponses

16H00 La visite culturelle et touristique, un centre de profits

Réseaux et technologies numériques permettent de construire des synergies entre tous les acteurs du territoire dans un jeu gagnants-gagnants en approfondissant et pérennisant les relations existantes et en attirant de nouveaux visiteurs physiques et/ou virtuels aussi bien à proximité que dans le monde entier par **André-Yves PORTNOFF, directeur de recherches associé, Futuribles international**

16H30 Conclusion et fin de la journée de travail