

Tourisme, culture et patrimoine

De longue date, les TIC ont participé à la promotion touristique, favorisant notamment l'organisation et le travail quotidiens dans le secteur (réservations de chambres d'hôtel, de tables au restaurant, informations en ligne, etc.). Aujourd'hui, le haut débit améliore encore les circuits locaux d'approche de la culture locale, du patrimoine et de l'environnement, accélérant le désenclavement des territoires les plus reculés. Au-delà, la part de "l'e-tourisme" est devenue très concrète dans ce secteur en pleine expansion, les grands acteurs innovant pour trouver de nouveaux relais de croissance. Avec un objectif majeur : mieux servir le consommateur avant, pendant et après son voyage.

paroles
d'élus





Porteur du projet Syndicat mixte pour le développement de Saint-Raphaël et du Pays de Fayence (EPCI, 9 communes regroupées)
Population 50 000 habitants
Contexte territorial Territoire touristique "Terres & Mer"
Contact 04 64 19 52 53 - direction@saint-raphael.com
Site www.saintraphael-paysdefayence.com

Centrale de réservation unique



Une centrale de réservation sur Internet qui structure l'offre d'hébergement pour la station balnéaire en littoral de Saint-Raphaël et huit autres villages perchés dans l'arrière-pays : l'initiative, portée par le syndicat mixte Saint-Raphaël et Pays de Fayence, assure la promotion du territoire "Terres & mer" (qui couvre deux cantons) par **un partenariat entre les offices du tourisme**. La centrale contribue à vendre l'hébergement et les produits touristiques, en améliorant le remplissage toute l'année grâce à la création de nouvelles offres. Les visiteurs peuvent y consulter les disponibilités d'hébergement en temps réel, les promotions ou se constituer la totalité d'un séjour.

En créant une centrale de réservation, le syndicat mixte qui rassemble une station balnéaire et huit villages de l'arrière pays mutualise les ressources au profit de tous les professionnels du tourisme. Les TIC jouent ici un rôle incontournable pour assurer la promotion du territoire.



De cette volonté de rapprocher les acteurs touristiques et économiques d'une station balnéaire et du haut pays est née la centrale de réservation de Saint-Raphaël Pays-de-Fayence. Elle dessine à présent un territoire original riche de complémentarités et d'attractivités où l'ouverture et l'innovation sont les qualités premières."



Georges Ginesta, maire de Saint-Raphaël, député du Var

Toute reproduction du présent ouvrage, totale ou partielle, quel que soit le support, est strictement interdite



Enjeux ■ Jusqu'à présent, 95 % de l'hébergement était concentré sur Saint-Raphaël. La mise en réseau de tous les offices de tourisme et l'engagement des professionnels du secteur ont renforcé les complémentarités entre les collectivités et amélioré le partenariat entre domaines public et privé. **La centrale est un véritable service public**, son site Internet complet devient l'interlocuteur privilégié pour construire un séjour dans le territoire. C'est aussi un facteur de modernisation indispensable d'évolution vers le e-tourisme.

Mise en œuvre ■ Créée en 2000, grâce à un portage politique fort, la centrale de réservation a d'abord été gérée par l'office du tourisme de Saint-Raphaël. Elle est devenue **l'association pour la promotion touristique Estérel-Pays de Fayence** en 2003. Le projet est financé par le syndicat mixte pour le développement de Saint-Raphaël et du Pays-de-Fayence, le conseil général, l'office de tourisme de Saint-Raphaël et la plupart des hébergeurs du secteur marchand (investissement : 20 000 €). Une commission prélevée sur chaque vente finance 35 % du budget de fonctionnement de la centrale (240 000 €).



Bilan et perspectives ■ Le premier succès de la centrale est d'avoir développé un territoire touristique grâce à l'implication des élus. Aujourd'hui, les professionnels peuvent proposer une offre promotionnelle hors saison, ils sont plus réactifs et développent réellement leurs actions de marketing. Avec 1,5 million d'euros de chiffre d'affaires, la centrale représente **environ un tiers des ventes d'hébergement du territoire**. Elle encourage la modernisation de l'offre vers la vente et le paiement en ligne. À plus long terme, la centrale devrait couvrir un territoire élargi à Fréjus et aux Issambres.

Tout sur La Fayette en MMS



Porteur du projet Conseil général de Haute-Loire
Population 217 300 habitants
Contexte territorial Département d'Auvergne avec deux secteurs d'emploi prospères dans les services et l'industrie
Site www.cg43.fr



À l'occasion de la célébration des 250 ans de la naissance du marquis de La Fayette (natif de Chavaniac), le conseil général de Haute-Loire expérimente un **service innovant d'information touristique**. Du 1^{er} août au 30 septembre 2007, les visiteurs et les touristes munis d'un téléphone mobile bénéficient d'un accès simple à un service d'information multimédia. Pour cela, il leur suffit de photographier avec leur téléphone mobile un code présent sur les affiches ou les brochures touristiques et de l'envoyer par MMS sur un numéro spécial (le 20803). Ils accèdent ensuite au site Internet mobile La Fayette 2007, à son contenu et au détail des festivités.

Nouveau service à la population, l'accès à des informations touristiques sur le téléphone mobile contribue à l'attractivité du territoire et facilite sa promotion.



Le conseil général de Haute-Loire a souhaité expérimenter avec France Télécom un dispositif très innovant en matière d'accès à des informations multimédia touristiques à partir d'un téléphone mobile. Cette proposition a semblé d'autant plus opportune qu'elle s'inscrit dans le cadre d'un événement touristique très important pour le département : l'année La Fayette 2007."



Gérard Roche, président du conseil général de Haute-Loire

Toute reproduction du présent ouvrage, totale ou partielle, quel que soit le support, est strictement interdite



Mise en œuvre ■ Cette expérimentation a été développée par les Orange Labs, les laboratoires de recherche et développement du groupe France Télécom. Pour recevoir les informations, l'utilisateur doit simplement photographier et envoyer par téléphone des Tag 2D. Ces Tag 2D se trouvent sur les supports de communication touristiques, comme les dépliants et les affiches. En retour, il reçoit sur son mobile un lien pour **accéder au site Internet mobile La Fayette 2007**.



Bilan et perspectives ■ Menée du 1^{er} août au 30 septembre 2007, l'expérimentation se limite aux clients d'Orange France mais devrait être généralisée ultérieurement. Déjà très prisé notamment au Japon, ce type de service est appelé à se développer très largement. Pour l'heure, les contraintes techniques imposent d'utiliser des formats particuliers et légers afin de faciliter la **transmission des données**. Mais l'avènement prochain de mobiles nouvelle génération promet plus de souplesse et encore plus de simplicité.

Enjeux ■ Le conseil général profite d'un événement culturel majeur – les manifestations La Fayette 2007 – pour expérimenter des usages innovants. Le projet assure la promotion des manifestations de manière ludique et moderne : les visiteurs et les touristes n'ont pas besoin de posséder un téléphone WAP pour accéder au service. Pour le prix d'un MMS, ils peuvent **obtenir des informations multimédias exclusives** sous forme de textes, vidéos ou audios, sur les derniers événements, le programme des festivités ou la biographie du marquis.



Collections en réseau



Porteur du projet Commune de Menton
Population 40 000 habitants
Contexte territorial Sur une zone urbaine limitée par le littoral et une zone montagneuse, à forte densité
Contact 04 92 10 50 00
 mairie@ville-menton.fr
Site www.menton.fr



Optimiser la gestion et la documentation de ses collections patrimoniales, c'est l'objectif recherché par Menton en développant le **projet de mise en réseau sur Internet** de ses collections Jean Cocteau, alimentant ainsi une base de données commune à 57 collections publiques d'art moderne et contemporain. Principalement destinée à un usage professionnel, cette base s'ouvrira aussi à une diffusion plus large grâce à des produits destinés au grand public : site Internet présentant les collections, publication de catalogues de collections, CD-roms.

■ Grâce à l'adoption d'un logiciel spécifique, le travail d'inventaire et de numérisation, effectué sur la nouvelle collection Cocteau-Wunderman (inédi- te à ce jour), pourra être mis en valeur, diffusé et complété : cette donation, faite par M. Wunderman en 2005, fera l'objet d'un nouveau Musée Jean Cocteau, plus ambitieux, qui s'inscrira dans le "parcours Jean Cocteau" de la ville.



La donation Séverin Wunderman, riche de 1 525 pièces, portera à 1 800 œuvres l'ensemble de la collection appartenant à Menton. La mise en ligne de l'intégrité de ce patrimoine, outre le fait qu'elle constitue un complément indispensable au futur musée qui ouvrira ses portes en 2010, invite également à un voyage virtuel et onirique, que n'aurait pas désavoué Jean Cocteau."



Henri-Paul Ruiz, directeur général des services de la ville de Menton



Enjeux ■ L'informatisation et la mise en réseau des collections Jean Cocteau appartenant à la ville font partie du projet scientifique et culturel du futur musée, validé par la municipalité en 2006. Travail préalable au versement de données dans la base commune, l'inventaire des collections et la numérisation des 1 800 œuvres ont été menés entre 2005 et 2007. La gestion des collections sera grandement facilitée par cet outil performant et fera connaître les collections et le projet de musée aux autres musées membres du réseau. Surtout, **la diffusion des collections sera assurée auprès d'un public de professionnels** et d'amateurs éclairés.

Mise en œuvre ■ Le démarrage des opérations est prévu pour janvier 2008 avec l'adhésion de la ville à l'association Vidéomuseum, principal partenaire qui fédère 57 structures gérant des collections de façon novatrice, et l'acquisition du logiciel de gestion des œuvres, pour une mise en réseau des collections courant 2008. Principale difficulté : la gestion des droits de publication et de reproductions photographiques des œuvres. Le projet sera totalement financé par la ville de Menton, l'adhésion annuelle à Vidéomuseum (6 500 €) ainsi que le paiement de droits de reproduction et publication (environ 3 000 €).

Bilan et perspectives ■ Le développement économique de Menton se conçoit en rapport avec le tourisme et ses attraits patrimoniaux et culturels. Ce projet s'inscrit dans la continuité logique de la stratégie de l'offre touristique et apporte une nouveauté et une ouverture à la diffusion de l'art au plus grand nombre. Le dynamisme culturel de la commune y trouve un prisme démultiplicateur d'image. Il prolonge également l'idée de créer, dans le centre-ville, un pôle de start-up dans le domaine de l'image numérique, autour d'un nouveau département de l'IUT spécialisé dans le traitement de l'image.



Le Guichet du savoir



Porteur du projet Commune de Lyon
Population 470 000 habitants
Contexte territorial Située dans une zone urbaine dense avec de fortes mobilités territoriales
Contact 04 78 62 19 24
Sites www.bm-lyon.fr et www.guichetdusavoir.org



Véritable encyclopédie dynamique, le Guichet du savoir est installé à la bibliothèque municipale de Lyon, mais sa communauté d'utilisateurs s'étend sur toute la région lyonnaise et au-delà... Il s'agit d'un **service de questions/réponses** via Internet, portant sur tous les sujets possibles, dans une perspective généraliste. Sont exclues les consultations médicales, juridiques et l'aide aux devoirs. Certifiées par des bibliothécaires en 72 heures maximum, les réponses associent des éléments concrets d'explication, des orientations bibliographiques et documentaires. Elles sont publiées, capitalisées et consultables en ligne, librement et gratuitement.



www.guichetdusavoir.org

Le Guichet du savoir répond à 6 500 questions par an et les publie gratuitement sur Internet. Il constitue ainsi une base de données colossale en libre service.



La société de l'information n'a de sens que si elle permet un meilleur accès à la connaissance. Le Guichet du savoir fait du bibliothécaire un véritable manager de la connaissance entre l'outil et le public."



Pierre-Alain Muet, adjoint au maire de Lyon, en charge des TIC et du développement économique, député du Rhône



Enjeux ■ Nouveau service à la population, le Guichet du savoir accompagne le public à distance dans sa recherche d'informations et de connaissances. La bibliothèque partage ainsi avec les usagers les compétences culturelles et le savoir-faire documentaire de son personnel qualifié. Innovant, cet outil facilite en outre l'accès aux services publics des utilisateurs. Grâce à Internet, **la capitalisation du savoir** offre un rayonnement au-delà de la ville. Le projet s'inscrit dans la stratégie du territoire lancée en 2001 sous la dénomination "Programme lyonnais pour la société de l'information" (PLSI).

Mise en œuvre ■ Voulu par la bibliothèque municipale de Lyon, le projet a été lancé en avril 2004. Le comité de pilotage mis en place, qui s'est chargé de la conception et de la mise en œuvre du projet, assure aujourd'hui son suivi et son évaluation. Le Guichet du savoir a nécessité un investissement de 90 000 € pour la mise en place d'un logiciel spécifique et la création de trois postes. Plusieurs actions de communication municipales (affiches, dépliants), relayées par la presse, ont fait connaître ce nouveau service auprès des Lyonnais.

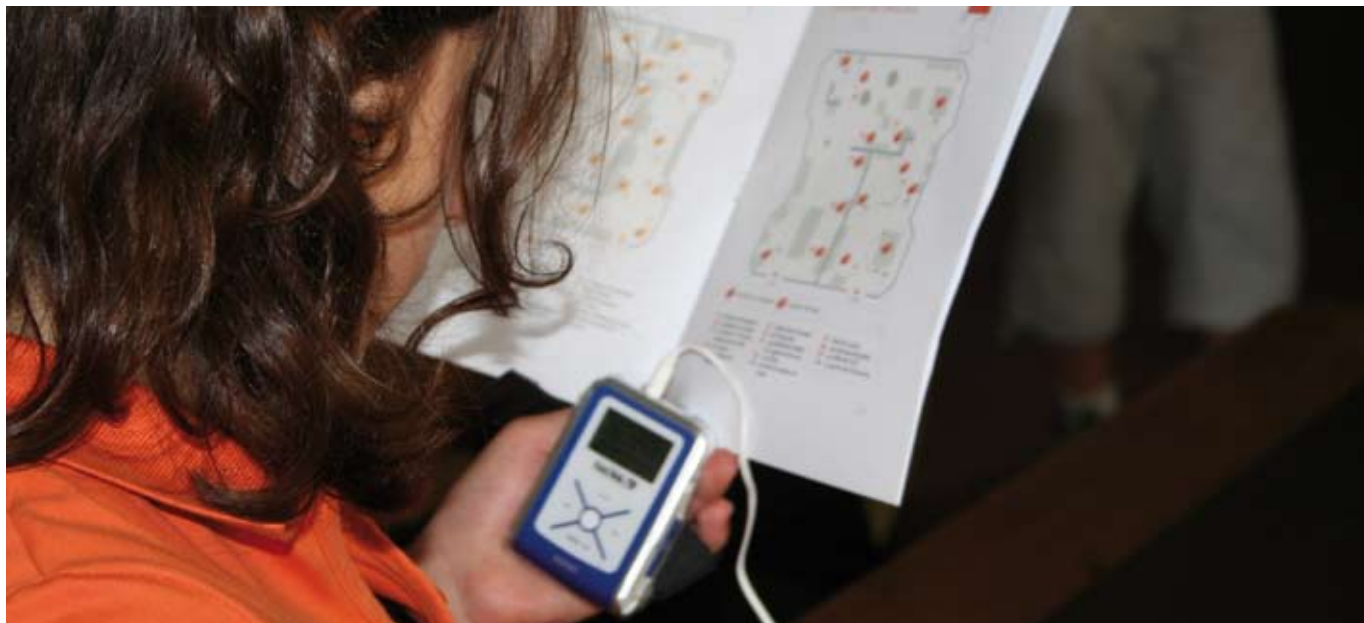
Bilan et perspectives ■ Le service est victime de son succès et doit limiter le nombre de questions à 6 500 par an. Sur le site Internet qui lui est consacré, **le Guichet du savoir enregistre 650 000 visites par an** : les réponses sont lues environ 1,5 million de fois par an. Selon les évaluations, 85 % des demandeurs sont satisfaits ou très satisfaits, notamment en raison du respect du délai de 72 heures maximum. Pour les thématiques particulièrement sollicitées, des portails spécifiques devraient être développés prochainement.



Baladodiffusion au musée



Porteur du projet Commune de Haguenau et musée historique
Population 35 000 habitants
Contexte territorial Zone urbaine et pôle d'attraction d'Alsace du Nord
Contact 03 88 93 99 30 - musees-archives@ville-haguenau.fr Site www.ville-haguenau.fr



En utilisant le podcasting (en français "baladodiffusion"), le musée historique de la ville de Haguenau propose des visites à la carte sur lecteur MP3. Au visiteur de télécharger simplement les fichiers audio disponibles en trois langues (français, allemand et anglais) sur la page Internet du musée. Plus qu'un audio guide qui ne s'utilise qu'au musée, **le podcasting facilite la préparation de sa visite, incite à découvrir des collections à son rythme** et selon ses intérêts, ou à réécouter certains commentaires. Mais nul besoin de posséder un lecteur MP3 pour en profiter, le musée en met à la disposition des visiteurs contre une simple pièce d'identité.



www.ville-haguenau.fr

■ La technique du podcasting va plus loin qu'un simple audio guide : elle peut être utilisée avant la venue au musée, pour mieux préparer la visite, ou après, pour réécouter certains commentaires, dans le cadre scolaire en particulier. Bref, pour s'appropriier littéralement son contenu depuis son ordinateur.



Projeter notre musée et ses collections consacrées au patrimoine local vers de nouveaux publics, cent ans après sa création, en innovant par les moyens de médiation, telle a été la motivation de la municipalité."



Claude Sturni, adjoint au maire d'Haguenau, chargé des affaires culturelles

Toute reproduction du présent ouvrage, totale ou partielle, quel que soit le support, est strictement interdite



Enjeux ■ Tenant compte de l'essor des lecteurs MP3, la ville d'Haguenau propose une autre façon de visiter son musée. Véritable mission de service public, le projet consiste à **ouvrir l'ensemble des collections du musée au plus grand nombre**, que les visiteurs soient scolaires ou touristes, français ou étrangers. La solution du podcasting est adaptée à tous les publics. L'outil s'avère très ludique et favorise l'appropriation des contenus, notamment par les plus jeunes et les scolaires. Pour le musée, il s'agit d'un véritable challenge : allier un discours sur des collections historiques à un mode de diffusion caractérisé par la mobilité.

Mise en œuvre ■ Lancé en juillet 2007, ce projet a démarré début 2006 avec la rédaction des textes, en partenariat entre des rédacteurs professionnels et le conservateur du musée. Financé sur fonds propres, il a mobilisé le personnel du musée et des entreprises privées pour la traduction et les voix. Disponibles sous format MP3, **les fichiers audio sont téléchargeables sur le site Internet du musée**. Sur place, une signalétique facilite la synchronisation entre commentaires et lieux visités.

Bilan et perspectives ■ L'outil est bien accepté par les utilisateurs et les retours sur ce podcasting sont positifs, ce qui gratifie le musée d'une nouvelle attractivité. Pour mener à bien un tel projet, il a fallu fournir un fonds documentaire et historique solide, mais surtout sélectionner les informations pour proposer des contenus adaptables à des formats courts. Le musée propose donc désormais **une alternative plus libre aux visites guidées** traditionnelles. Avec un certain succès !



Le Périgord Noir en ligne



Porteur du projet Association Pays du Périgord Noir (142 communes regroupées)
Population 78 000 habitants
Contexte territorial Au sud-est de la Dordogne, une des principales zones de tourisme d'intérieur
Contact 05 53 31 56 29 / patpn@wanadoo.fr
Site www.perigordnoir.com



Une vitrine en ligne s'est ouverte au pays du Périgord Noir avec le site portail touristique www.perigordnoir.com. Dès 2002, la création du pays d'accueil touristique avait regroupé les professionnels du secteur privé, les offices de tourisme et des élus. Aujourd'hui, ces professionnels disposent d'un **site Internet en quatre langues, mis à jour par les quinze offices de tourisme** du pays. Grâce à un extranet sécurisé, les données ne sont saisies qu'une seule fois et peuvent être utilisées sur les sites de tous les partenaires, pour les brochures, la presse ou encore les statistiques. Cet outil performant répertorie aussi tous les professionnels du tourisme.



www.perigordnoir.com

Le partenariat public/privé du pays d'accueil touristique du Périgord Noir fait progresser le territoire vers une organisation de plus en plus performante qui répond aux attentes des clients et de la population.



Internet est un outil au service du développement touristique durable en Périgord Noir. La base de données partagées et la réalisation du site portail ont été des catalyseurs pour la mise en réseau des offices de tourisme.”



Jean-Jacques de Peretti et Germinal Peiro, coprésidents du Pays du Périgord Noir



Enjeux ■ Le site Internet, qui propose une présentation du pays en ligne, améliore la promotion des activités touristiques de tous les professionnels. Les touristes n'ont plus à multiplier les recherches pour obtenir des informations de qualité. Quant aux agents des offices de tourisme, la solution partagée leur évite les multiples saisies destinées à la presse, au département ou à la région. Le projet est aussi l'occasion de **renforcer l'identité du pays** et de mettre en place un réseau opérationnel de techniciens du tourisme à l'échelle de la destination Périgord Noir.

Mise en œuvre ■ Le projet repose sur une politique volontariste de développement

touristique durable. Un comité de pilotage paritaire public/privé assure la direction du pays d'accueil touristique. Lancé en juin 2005, le site Internet a bénéficié d'une forte implication des 40 agents des 15 offices de tourisme qui se sont mobilisés pour créer la base de données au format national "tourinfrance 3.1". Dans le cadre du contrat de pays 2005-2006, ce projet de site (investissement de 40 000 €) a bénéficié de subventions de l'État et de la région.

Bilan et perspectives ■ Le site Internet perigordnoir.com connaît une importante fréquentation avec **270 visiteurs par jour** en moyenne. Grâce à la participation de tous les techniciens, la base de données est devenue l'unique outil de gestion de l'information touristique. Elle devrait s'enrichir dans les prochains mois de brochures, d'un outil de géolocalisation ou encore de liens commerciaux avec le réseau des offices de tourisme. La collaboration des acteurs du tourisme va se poursuivre dans le cadre de ce site et du programme de pôle d'excellence rurale du Périgord Noir.





Porteur du projet Commune de Chalon-sur-Saône
Population 52 300 habitants
Contexte territorial Première ville de Saône-et-Loire et deuxième pôle économique de Bourgogne
Contact 03 85 48 41 98
Site www.museeniepce.com

Les TIC au cœur du musée



C'est le pari de l'intelligence que Chalon a engagé avec le projet de nouveau musée Niépce au cœur du pôle Nicéphore Cité. Car si, aujourd'hui, presque tout le monde dispose de la technologie, encore faut-il proposer des contenus... La ville et la communauté d'agglomération ont voulu impulser une dynamique de territoire autour des nouvelles technologies de l'image et du son. L'objectif est aussi d'analyser les bouleversements qui touchent la pratique photographique, plus encore depuis la disparition de l'argentique au profit du numérique. Plus qu'un musée, le nouveau musée Niépce a pour ambition de devenir **un véritable centre de ressources et de création autour de l'image.**



www.museeniepce.com

Au cœur de Nicéphore Cité, le musée Niépce en est d'ores et déjà le pilier patrimonial et culturel, de par la nature de ses collections, son expertise scientifique et sa valeur pédagogique reconnues.



Avec le nouveau musée Nicéphore Niépce, nous voulons donner vie à un grand musée consacré à la photographie, à son histoire, à ses pratiques et ses usages liés aux nouvelles technologies liant le son et l'image."



Michel Alex, maire de Chalon-sur-Saône, premier vice-président de la communauté d'agglomération du Grand Chalon



Enjeux ■ Le musée Niépce retrace l'évolution permanente de l'histoire de la photographie. En intégrant les nouvelles technologies, il souhaite devenir un lieu de découverte adapté aux multiples formes d'expression et un lieu de rencontre pour l'ensemble des publics. **Le nouveau développement du musée** optimise la conservation et la valorisation des collections, tout en favorisant une synergie des activités (formation, transmission des savoirs, production, création contemporaine). Le musée a vocation à développer un ancrage territorial fort dans le nouveau quartier Sud Saint-Cosme, en lien avec le pôle Nicéphore Cité et la population.

Mise en œuvre ■ Le musée Niépce fait appel à des partenaires du pôle Nicéphore Cité et à des prestataires extérieurs pour développer des dispositifs

muséographiques et pédagogiques en appui de la présentation des collections. Intégrés au parcours du musée, ces dispositifs privilégient la visite collective et la découverte instantanée parmi les milliers d'images au sein des collections originales détenues par le musée, grâce à des installations interactives et des films documentaires pédagogiques utilisant les projections, les images de synthèse et les simulations virtuelles. Le e-catalogue consultable sur le site Internet du musée offre aussi une première approche interactive des œuvres.

Bilan et perspectives ■ Spécificité de ce musée : il constitue **l'un des plus grands sites mondiaux d'images, ouvert à tous.** Aujourd'hui, il se trouve au cœur d'un réseau d'institutions et de partenaires privés pour expérimenter la numérisation et l'analyse de collections photographiques. Grâce aux nouvelles technologies, on peut redonner vie aux images pour en faire de nouveaux produits. C'est parce que le musée Niépce propose ce savoir-faire que des entreprises de renom se sont installées à Chalon. Ce musée fera l'objet d'un nouveau développement au cœur de Nicéphore Cité, pôle de l'image et du son.





Porteur du projet Commune de Dijon
 Population 151 000 habitants
 Contexte territorial L'un des carrefours de l'Europe
 Contact 03 80 74 51 51
 Sites www.dijon.fr
 www.leduodijon.com

Le déclic de "l'e-billetterie"



Parallèlement à l'ouverture de son site web en juin 2006, le Duo-Dijon, qui regroupe le Grand Théâtre et l'Auditorium, a créé une billetterie en ligne. Désormais, les internautes peuvent consulter le calendrier et les descriptifs des spectacles, réserver et payer leurs places en ligne. Ils visualisent le positionnement des places sur le plan de salle et bénéficient d'un paiement sécurisé... et économique. Les internautes choisissent de recevoir leurs billets par voie postale ou de les retirer directement sur place, au guichet. Dans le cadre de sa **démarche globale en faveur des TIC**, la collectivité a choisi de proposer une offre de billetterie de qualité au public, notamment aux personnes à mobilité réduite.



www.leduodijon.com

En créant la billetterie en ligne pour ses structures culturelles, Dijon a lancé une dynamique de modernisation de la communication vers le public, afin d'élargir l'audience du Grand Théâtre et de l'Auditorium.



La mise en place de la billetterie s'est révélée n'être qu'une première étape et nous a permis de réfléchir à une plate-forme de téléservices web, créée par la ville de Dijon pour le citoyen, afin de rendre le service public plus attractif."



François Rebsamen, maire de Dijon



Enjeux ■ Avec un service à domicile et la disponibilité 24 heures sur 24, la billetterie en ligne facilite l'accès du public au Duo-Dijon. Loin des sites purement commerciaux, la billetterie en ligne a été dès l'origine conçue comme un moyen complémentaire d'information et de communication autour des spectacles et manifestations culturelles. Il s'agit en outre de contribuer à l'image de modernité de la ville de Dijon. En plus des économies générées, le projet inaugure **une dynamique de changement pour tous les acteurs culturels** et attire de nouveaux publics, plus jeunes et internautes, vers la culture traditionnelle.

Mise en œuvre ■ Lancé en septembre 2005, le projet a été conduit par la direction des systèmes d'information, la direction de la culture et le service communication de Dijon. Le choix technique s'est orienté vers un module de billetterie Internet développé par la ville en préservant son application de billetterie traditionnelle. Les technologies libres de droit ont été retenues, notamment la plate-forme LAMP (Linux-Apache-MYSQL-PHP), doublées d'un dispositif de paiement sécurisé, fiable et ergonomique.

Bilan et perspectives ■ Le premier bilan est très encourageant : plus complète et moins spartiate que les systèmes de référence, capable de gérer plusieurs tarifs (demandeur d'emploi, jeune, enfant...), **la billetterie en ligne touche un nouveau public**, qui n'était ni adhérent, ni abonné à Duo-Dijon. À l'avenir, elle devrait être totalement dématérialisée avec transmission des billets par voie électronique jusqu'à l'utilisateur. Il pourra les imprimer ou les télécharger sur son téléphone portable ! À terme, Dijon souhaite offrir toute une gamme de téléservices en ligne (état civil, bibliothèque ou petite enfance).





Porteur du projet Conseil général de la Martinique
 Population 394 000 habitants
 Contexte territorial Ile volcanique du bassin caribéen, au carrefour des influences européennes, africaines et américaines
 Contact 05 96 55 26 40 - biron.l@cg972.fr
 Site www.cg972.fr

Des yoles qui surfent sur le Net



Compétition unique au monde, le Tour des yoles rondes est un des événements les plus populaires de la Martinique. Cette course nautique autour de l'île attire en effet 80 000 spectateurs à l'arrivée de chaque étape. Le conseil général a décidé d'offrir aux Martiniquais et aux internautes du monde entier **la retransmission de la course en temps réel via Internet sur une maquette 3D** et des vidéos des parcours. Le site de la collectivité propose également des informations sur l'accès aux huit villes étapes. Sur un mode ludique, le public peut ainsi découvrir le portail Internet de la collectivité et ses nombreux services en ligne.

■ **En s'appuyant sur une manifestation sportive populaire, le conseil général valorise son portail Internet et les services en ligne au profit de la population.**



Au conseil général, nous entendons largement contribuer à faire de la Martinique un pôle de compétences technologiques et techniques, une plate-forme de communication et de savoir-faire au service de tous les citoyens."



Claude Lise, président du conseil général, sénateur de la Martinique

Toute reproduction du présent ouvrage, totale ou partielle, quel que soit le support, est strictement interdite



Enjeux ■ Le conseil général de la Martinique a saisi l'occasion du Tour des yoles pour participer activement au développement de "l'e-tourisme". En s'appuyant sur la popularité de la course, il a incité le public intéressé à découvrir ses différents portails Internet et les technologies développées, en particulier Sigma (Système d'information géographique de la Martinique). **Les internautes ont ainsi eu accès à l'éventail des informations accessibles en ligne** sur les risques naturels, la sécurité routière, l'état du réseau routier départemental, l'hydrologie, la météorologie ou encore l'état de la mer.

Mise en œuvre ■ Le suivi du parcours de la flotte des yoles via Internet bénéficie d'une modélisation très réaliste des étapes sur maquette en 3D. Chacune des 18 embarcations est en outre équipée du système GPS/GPRS. Grâce à la collaboration technique de RFO-Télé, il est possible de **diffuser en alternance des images réelles et des images virtuelles de la course**. Le projet repose sur un portage politique fort du conseil général et sur des partenariats avec Orange, RFO, des entreprises de TIC martiniquaises et les mairies des villes étapes.

Bilan et perspectives ■ À l'occasion de l'événement, les connexions sur le portail Internet du conseil général ont été multipliées par 25 et les serveurs de Sigma ont supporté **une très forte fréquentation : jusqu'à 700 000 accès par jour !** Aujourd'hui, la collectivité souhaite encore améliorer l'ergonomie des sites. Elle envisage d'étendre le suivi en temps réel par Internet à d'autres manifestations sportives, comme les courses automobiles ou le tour cycliste de la Martinique. De nouveaux partenariats devraient se développer, en particulier avec le comité martiniquais du tourisme.





Porteur du projet Établissement public du musée et domaine national de Versailles
Contexte territorial Inscrit au patrimoine mondial de l'Unesco, avec 7 millions de visiteurs accueillis chaque année
Site www.gvn.chateauversailles.fr

Visiter Versailles à distance



En première mondiale, le château de Versailles

propose la visite privée à distance de certaines salles généralement fermées au grand public. Du 7 au 27 juin 2007, les clients de l'offre "la fibre" d'Orange ont ainsi bénéficié de visites gratuites d'une durée de 20 minutes. Grâce à **un robot muni d'une caméra haute définition**, le visiteur, parti à la découverte d'œuvres du XIX^e siècle, a pu effectuer des zooms sur des détails de tableaux et entendre un commentaire audio explicatif. Cette expérimentation est susceptible d'être étendue à des visites de groupe, commentées par un conférencier des musées nationaux qui pilotera le robot à distance.

■ **En mobilisant les usages innovants des TIC, le château de Versailles trouve de nouveaux moyens d'accueillir le public, en particulier les personnes éloignées ou à mobilité réduite. En répondant mieux encore à sa mission de service public.**



Le château-musée est confronté à une exigence souvent contradictoire : assurer la conservation du patrimoine tout en l'ouvrant au plus grand nombre. La visite à distance peut répondre à ces besoins."



Jean-Jacques Aillagon, ancien ministre, président de l'établissement public du musée et du domaine national de Versailles

Toute reproduction du présent ouvrage, totale ou partielle, quel que soit le support, est strictement interdite



Enjeux ■ Le château-musée doit assurer deux missions peu compatibles a priori : la conservation du patrimoine tout en l'ouvrant au plus grand nombre. La visite à distance ouvre certains de ses **espaces inaccessibles en temps normal** parce qu'ils sont fermés au public ou réservés aux visites conférences. Le projet favorise en outre l'accès au château des personnes à mobilité réduite ou éloignées, notamment des étrangers. L'expérimentation s'inscrit dans le projet Grand Versailles Numérique qui vise à développer des services innovants destinés aux visiteurs et à inventer de nouveaux moyens d'accueillir le public.

Mise en œuvre ■ Ce projet a été lancé le 22 novembre 2006 : **un robot, équipé d'une caméra numérique haute définition**, se déplace dans le musée du château de Versailles. L'image panoramique et les zooms sont ensuite transmis en direct via Internet grâce à la fibre optique et à un système de visiophonie développé dans les Orange Labs. Le projet est autofinancé par les trois partenaires : Robosoft pour le robot, Orange pour la desserte fibre du château, le site Internet et le codage de la vidéo HD, et enfin, le musée pour la mise en œuvre des visites.

Bilan et perspectives ■ Les visiteurs ont jugé le projet très innovant. Ils ont même regretté que la visite ne dure que vingt minutes ! Quant au château, il souhaite expérimenter prochainement la visite de groupes à distance avec un conférencier aux commandes du robot et qui répond aux questions des internautes. L'objectif à plus long terme est de mettre au point un modèle économique pour proposer régulièrement des visites à distance du château aux internautes.





Porteur du projet Commune de Saint-Cyprien
Population 10 000 habitants
Contexte territorial Point d'étape nautique entre France et Espagne, deuxième port de Méditerranée
Contact 06 25 12 00 61
claude-delaval@fr.oleane.com
Site www.saint-cyprien.com

Wifi à bon port



Quel plaisancier n'a pas rêvé d'être joignable

par Internet dès son arrivée à bon port ? C'est chose faite avec **l'usage du Wifi depuis chaque bateau à quai** que propose la capitainerie du port de plaisance de Saint-Cyprien, en Méditerranée, à tout plaisancier qui s'abrite dans ses eaux. Une facilité d'accès que bon nombre de matelots internautes apprécieront, que ce soit à l'année ou pour un court séjour, voire le temps d'une simple escale.

■ **Très fréquenté l'été, le port méditerranéen de Saint-Cyprien (Pyrénées-Orientales) devrait rapidement se forger une réputation de "port high-tech" auprès des plaisanciers branchés venant des quatre coins de la planète.**

“

Autrefois, les ports n'étaient que des garages à bateaux... Aujourd'hui, les plaisanciers veulent y trouver un lieu de vie, avec une zone de chalandise multiservices. La connexion Wifi s'inscrit dans cette évolution.”



Jacques Bouille,
maire de Saint-Cyprien



Enjeux ■ Sur mer comme à terre... la ville de Saint-Cyprien a décidé de jeter une passerelle virtuelle entre les deux univers afin de permettre à tout plaisancier amarré à son port de **se connecter à Internet**, et de pouvoir découvrir "online" toutes les richesses du territoire en termes de culture, de gastronomie, d'économie, d'arts et de spectacles, et, bien sûr, de tourisme. Une forme très concrète d'attractivité pour le troisième port de plaisance européen, situé à quelques encablures de l'Espagne.



Mise en œuvre ■ Inauguré en 1969, le port de Saint-Cyprien compte à ce jour 2 200 anneaux et affiche un taux de remplissage de 100 %, d'où l'extension prévue de 600 places supplémentaires. La mise en œuvre durant l'été 2007 d'un service embarqué d'accès sans fil à Internet (via une connexion directe par mobile Orange interposé) doit favoriser la découverte des atouts de cette petite ville estivale, notamment dans le cadre du projet ville pilote de "Port des Terroirs".



Bilan et perspectives ■ Symbole de modernité, service supplémentaire aux plaisanciers, **l'accès Wifi à Internet** doit permettre aux plaisanciers de passage de relever leurs courriels, de se connecter avec leur bureau... Ou tout simplement de surfer sur le web, sans avoir à se rendre sur terre. Lancé au cœur de l'été 2007, l'accès à Internet sans fil embarqué devrait connaître un large succès auprès des plaisanciers amarrés au port de Saint-Cyprien.



Grâce à l'installation d'une borne Wifi à la maison du tourisme et de la plaisance de Frontignan,

la collectivité offre un service supplémentaire très attendu. Toute notre clientèle de passage peut désormais consulter ses courriels à partir de ce point Internet. Et comme nous partageons nos locaux avec l'office de tourisme, au sein de la maison du tourisme et de la plaisance, ce service, mis en place en 2005, bénéficie non seulement aux plaisanciers, mais aussi aux touristes.

L'apport est indéniable pour les plaisanciers qui font escale à Frontignan ; ils peuvent ainsi renouer des contacts avec leur famille ou leur entreprise. Dans l'absolu, nos plaisanciers présents à l'année auraient préféré disposer du Wifi à partir de leur bateau, plutôt qu'à partir de ce point partagé. Mais, pour nous, à la capitainerie, la présence de cette borne génère davantage de flux de passage et nous donne l'occasion de voir davantage nos plaisanciers. J'ajoute que sur les sept kilomètres de plage, nous sommes les seuls à disposer d'un point Internet.

Ce service est vraiment un « plus » qui s'avère indispensable aux plaisanciers qui peuvent effectuer, à tout moment,



des recherches de plus en plus pointues dans le domaine de la météo, de la cartographie ou préparer de nouvelles croisières.

Cela dit, nos locaux n'étant pas ouverts en permanence, l'idéal serait que cette technologie soit diffusée sur l'ensemble du port et donc accessible à partir des bateaux."

Gérard Arnal,
conseiller municipal de Frontignan,
chargé du tourisme et de la plaisance

Paroles d'élus, édition 2006, p. 119



Ville de Frontignan-la-Peyrade (34)
Surf en haut débit pour les plaisanciers



**Tout a commencé,
en 1990, avec
Camille : un outil
d'information
touristique fondé
sur les TIC,**

complémentaire
des moyens traditionnels utilisés par les
offices de tourisme et mis en place par la
Fédération des foyers ruraux (devenu par
la suite www.portailcevennes.org).

L'office de tourisme d'Allègre-
Les Fumades, avec le soutien de la
municipalité, a activement participé
à sa mise en place.

L'année 2000 a marqué une nouvelle
étape. Après une formation de plusieurs
mois proposée par les Foyers ruraux
autour d'Internet et de la création de
sites web, il a été plus facile pour moi,
comme pour la direction, de choisir les
orientations technologiques pour notre
site Internet correspondant parfaitement
à nos besoins : ce site a été créé avec
un logiciel mis en place par le comité
départemental du tourisme du Gard,
en collaboration avec le comité régional
du tourisme du Languedoc-Roussillon
et l'union départementale des offices
de tourisme du Gard.

La qualité de l'information et sa mise
à jour étant l'une des activités
principales de l'office de tourisme,
j'ai pu instaurer un mode de
fonctionnement relativement innovant



à l'époque en milieu rural, et fait ainsi
participer activement nos adhérents.

Ayant été sensibilisée à ce moyen de
communication, j'ai ensuite fait suivre
différentes formations au personnel
de l'office, notamment avec les Foyers
ruraux, afin qu'ils puissent renseigner
directement notre site Internet et
le site portailcevennes.org.

Maintenant, c'est un programme de
formation aux logiciels de graphisme,
à la photographie ou à la vidéo,
qui serait un atout pour permettre
aux offices de tourisme en milieu
rural de proposer des moyens de
communication performants
et modernes.

Enfin, je tiens particulièrement à
souligner le professionnalisme des
Foyers ruraux pour la mise en valeur
du milieu rural, de son patrimoine et de
ses richesses, afin qu'il puisse conquérir
de nouveaux marchés touristiques."

Annette Bourret,
directrice de l'office de tourisme
d'Allègre-Les Fumades

Paroles d'élus, édition 2005, p. 73



Les Cévennes - Dans les Cévennes gardoises,
avec "Camille"



Le site Internet drome-dispo.com, mis en place en 2005 par le conseil général et par le comité départemental du tourisme,

nous paraît d'autant plus positif qu'il est simple d'accès. www.drome-dispo.com présente de nombreux avantages : de chez elle, une personne peut se rendre sur ce site, faire le choix d'un établissement au vu des images et à la lecture des commentaires, puis effectuer sa réservation en quelques clics. En toute simplicité, elle effectuera son achat sans souci, sans même demander l'envoi d'une documentation.

Parmi ses points forts, nous apprécions la facilité de gestion de ses fonctions : chacun se sent vite capable d'utiliser toutes ses facettes. Et les internautes y parviennent très facilement. Même si quelques points pourraient être améliorés pour rendre le système de réservation plus efficace.

Nous constatons que la continuité dans le développement du projet a été une clé de son succès, d'une part, par une promotion



continue et, d'autre part, par la simplicité du système de réservation pour les clients.

Cela fait maintenant deux ans que nous utilisons www.drome-dispo.com et que nous enregistrons une progression des réservations en ligne. C'est toute la logistique informatique, derrière le système, qui nous apporte une aide précieuse au niveau des réservations par téléphone : il suffit de lancer le programme et de rentrer une réservation avec le client au bout du fil pour que, dans la minute qui suit, il reçoive son contrat de préservation par courriel. Quel progrès ! Merci."

Jean-Michel Valéry et Ludovic Monier,
hôteliers de L'Oustau de la Font à
Reilhanette (Montbrun-les-Bains)

Paroles d'élus, édition 2005, p. 73



Comité départemental du tourisme drômois
Réserver son séjour drômois en ligne