

BOURGOGNE
FRANCHE
COMTE

en partenariat avec

OTL

TOURISME

WEB'INNOV

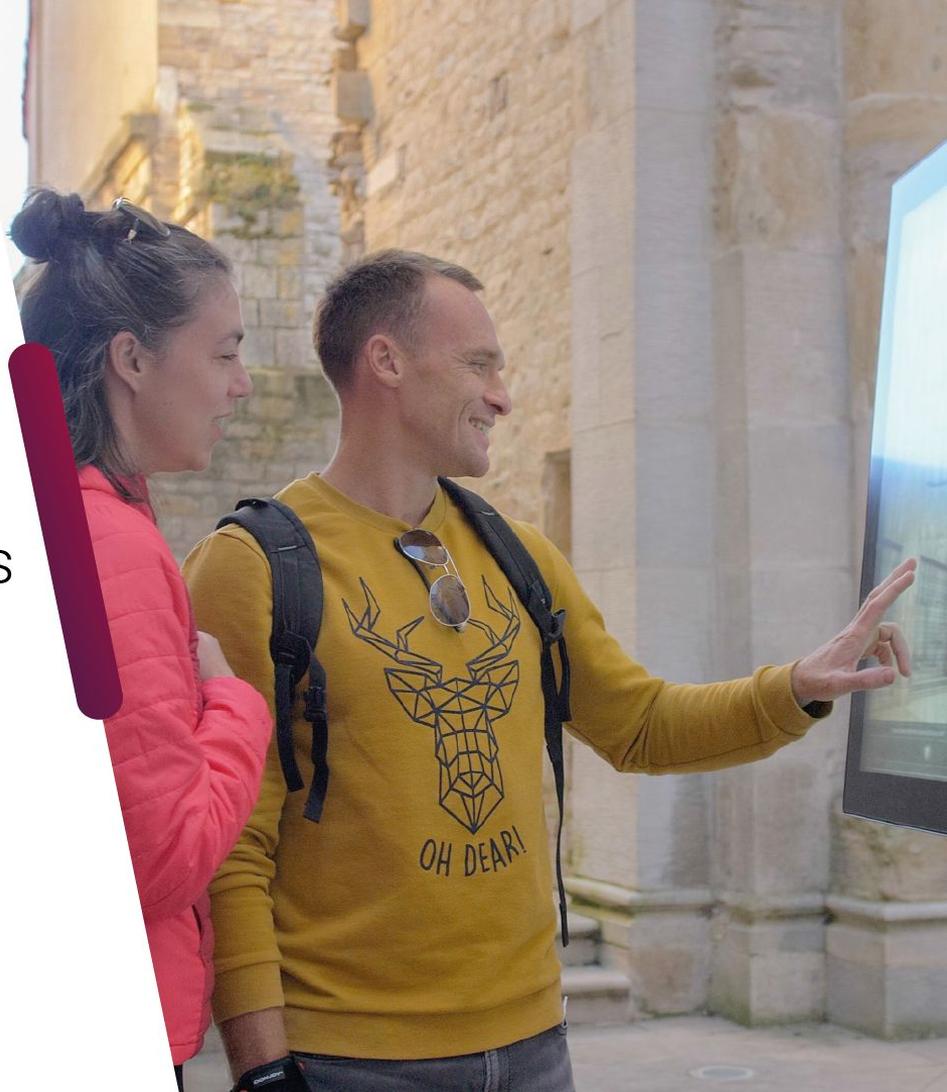
Comment les territoires peuvent-ils proposer des nouvelles expériences aux visiteurs pour découvrir leur patrimoine ?

26 JAN. 2023 | 10h

NEW
ART
EXPERIENCES

WHATIZIS
MONUMENT

EXTRA
ART



Déroulé

- ✓ **Mise en contexte** *par Michael COUZIGOU de New Art Experiences*
Dispositifs & Chiffres en Bourgogne-Franche-Comté
 - *BFC Tourisme | Florence BOURMAULT*
 - *Collectif Patrimoine BFC Tourisme | Catherine DEMOLY*
- ✓ **Retour d'expérience** *d'Olivier d'AVESNES de Whatizis*
Retour d'expérience *d'Arnault LABARONNE d'Extra Art*
- ✓ **11h - 11h15 Temps de discussion**

OTL Open
Tourisme
Lab



Concepteur / opérateur de programmes **start-up**

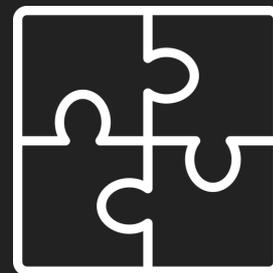


Designer d'écosystème
créatif & innovant

Designer de services et
produits innovants



Opérateur d'**événements**



3 métiers en
synergie



NEW **ART** EXPERIENCES

- Directeur des Arènes de Nîmes
- Créateur des Grands Jeux romains
- Directeur du Théâtre Antique d'Orange et du Château des Baux de Provence
- Co fondateur de l'Atelier des Lumières à Paris
- producteur d'expériences immersives
Moment Factory Montréal

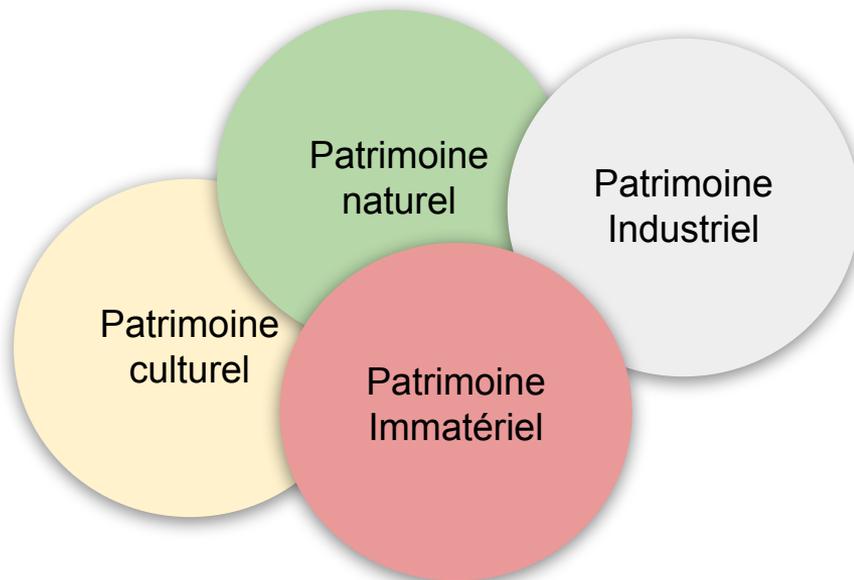
www.newartexperiences.com



1#

Plusieurs raisons à la réflexion sur la création de nouvelles expériences

“les patrimoines”, vecteurs de développement touristique



1#

Créer de nouvelles expériences pour animer son patrimoine NATUREL

Structurer l'offre : création de centres de visiteurs dans les parcs, applications mobiles de circuits de découverte, offre d'hébergement insolite



Créer de nouvelles expériences : parcours nocturnes en nature, évènements, concerts, installations artistiques...



1#

Créer de nouvelles expériences pour animer son patrimoine INDUSTRIEL

Reconversion : équipements de loisirs, sportifs, artistiques, hôtels, restaurants, musées...



1#

Créer de nouvelles expériences pour animer son patrimoine IMMATÉRIEL

Faire revivre : Histoire, folklore, gastronomie, produits du terroir, vins, vieux métiers...



SLOW TOURISME

ENJEU : Faire participer, engager, surprendre

Les touristes cherchent des produits insolites, courts séjours et expérientiels.

Ils doivent pouvoir “participer”, être acteurs de leur propre séjour.

Le patrimoine est porteur de valeurs et a une fonction hautement symbolique. Il crée le consensus.

Le public est prêt à s’engager pour le Patrimoine, pour une cause, un symbole.

Aujourd’hui, on veut donner du sens à ses loisirs, à ses vacances.



LES ATELIERS ▾ BON CADEAU ▾ ENTREPRISES ▾ À PROPOS ▾

FR ▾ ?



PAR UNIVERS

STAGES ET WEEK-ENDS
ENFANTS ET FAMILLE
ATELIERS D'INITIATION
ATELIERS TERROIR
VISITES ET DÉGUSTATIONS

PAR SAVOIR-FAIRE

POTERIE ET CÉRAMIQUE
À MANGER
À BOIRE
VÉGÉTAL
COSMÉTIQUE ET BIEN-ÊTRE
AGRICULTURE
TEXTILE
CUIR
BOIS
MÉTAL
BIJOUTERIE
VERRE
PAPIER
PIERRE

PAR VILLE

BRUXELLES
ANVERS

TOUS LES ATELIERS

NOUVEAUTÉS

Des ateliers portée de ma

Chercher par lieu

Rechercher



OTL

BOURGOGNE
FRANCHE
COMTE
TOURISME

2#

En Bourgogne-Franche-Comté ... du côté de BFC Tourisme

Le Collectif Patrimoine

✓ 2 enjeux

- la montée en qualité des offres
- la satisfaction des clients

✓ 2 objectifs

- déployer un marketing à 360° mieux coordonné
- imaginer et mettre en marché des offres plus expérientielles et plus personnalisées, pour répondre aux attentes des différentes cibles

Votre contact

Catherine DEMOLY - c.demoly@bfctourisme.com

2#

En Bourgogne Franche-Comté...

Profil des clientèles à motivation patrimoniale



Provenance de la clientèle française

1. **BFC**
2. Auvergne-Rhône-Alpes
3. Ile de France
4. Grand-Est

Durée moyenne de séjour : 5,1 jours
En moyenne, 5,7 sites visités par séjour



Provenance de la clientèle étrangère

1. Belgique
2. Allemagne
3. Suisse

Top 5 des motivations de séjours complémentaires

1. la visite des villes
2. la gastronomie
3. les vins et vignobles
4. le repos et le calme
5. les événements culturels

2#

En Bourgogne Franche-Comté...

Chiffres clés de la filière

Source : BFC Tourisme - données 2019

8

biens inscrits
sur la liste du
Patrimoine
mondial de
l'UNESCO

1^{er} rang national
(ex aequo avec
Occitanie)



3 672

biens protégés
au titre des
Monuments
Historiques

(source : base Mérimée)

15

territoires labellisés
Villes et/ou Pays
d'Art et d'Histoire,
5^{ème} rang national



9

villages labellisés
Plus beaux Villages
de France,
5^{ème} rang national



37

sites labellisés
Qualité Tourisme,
5^{ème} rang national

2

Grands sites
de France :

Bibracte,
Solutré-Pouilly-
Vergisson

et 4 Opérations Grands
Sites : Massif du Ballon
d'Alsace, Vignobles et
Reculées du Jura, Vallée du
Hérisson, Plateau des 7 lacs

2024

CAPITALE
FRANÇAISE
DE LA CULTURE

PAYS DE MONTBÉLIARD
AGGLOMÉRATION 2024

Tant de cultures à partager



OTL

BOURGOGNE
FRANCHE
COMTE
TOURISME

Solutions inspirationnelles



WHATIZIS
MONUMENT

20 ans d'expérience dans le secteur du tourisme

- Responsable **Innovation** et **Qualité**
PariscityVision (1er excursionniste français)
- **Guide-conférencier**
Château de Versailles, Musée du Louvre...
- **Tour Leader**
Etats-Unis, Russie, Europe...
- Master en Histoire de l'art
Paris X - Nanterre



LE PATRIMOINE DANS L'ESPACE PUBLIC EST MULTIPLE

Les arts du dessin : architecture, sculpture... urban art

Patrimoine historique,
patrimoine industriel,
patrimoine vernaculaire,
patrimoine mineur...



... l'information culturelle est
difficile à adresser.

INFOS CULTURELLES AVANT LE WEB



Panneaux informatifs : facilite le repérage, contenu limité, statique...



Brochure ou carte papier : accessibles dans les points d'information touristiques



Guide papier : nombre de monuments limité, hiérarchise les monuments autour des incontournables.



Visite audio : visite commentée autour des incontournables de la destination



Visite guidée : saisonnalité, horaires fixes, disponibilité des langues étrangères.

Paradigme :
indiquer et commenter
ce qu'il y a à voir

APPARITION DU WEB

Accès facilité aux infos pour préparer la découverte d'une ville et réserver



Moteurs de recherche : GOOGLE, YAHOO...



Wikipedia : contenu encyclopédique,
non vérifié



Sites institutionnels : OT, Département...



Blogs



Youtube...



Trip Advisor

... ET LA RÉVOLUTION DU SMARTPHONE

créée de nouvelles possibilités et de nouveaux usages,
dont beaucoup restent à inventer.

L'information peut être mobilisée in situ



Accès au Web en mobilité



Map interactive



Visite audio/GPS



QR code



Réalité augmentée/virtuelle



Chat GPT

OTL

BOURGOGNE
FRANCHE
COMTÉ

TOURISME

LA DIGITALISATION DE L'INFORMATION CULTURELLE

- Les institutions disposent de contenus pléthoriques de qualité pas faciles à mettre en valeur.
- La numérisation et la mise en ligne ne suffisent pas à elles seules à donner accès au patrimoine.
- L'enjeu est de capter l'attention et d'adresser au visiteur/internaute l'information qu'il recherche.

- Les institutions cherchent à : 

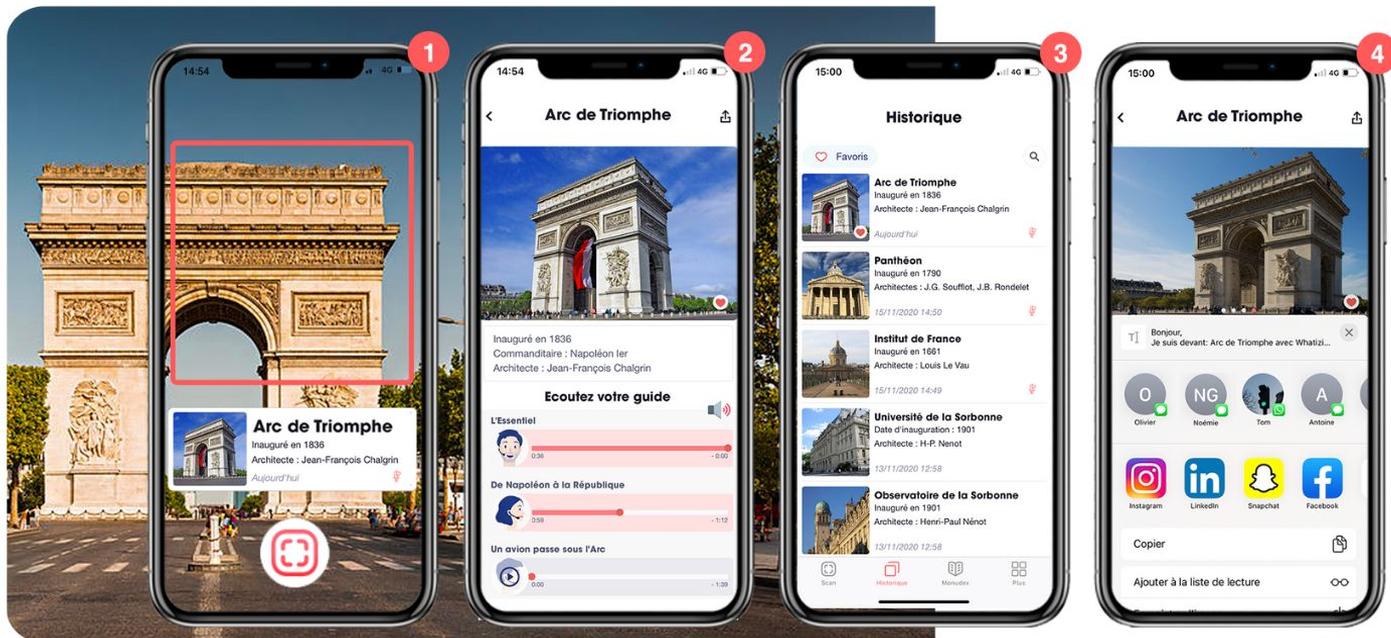
- A) Répondre aux nouvelles attentes, nouveaux comportements de visiteurs hyper-mobiles et hyperconnectés
- B) Attirer de nouveaux publics
- C) Permettre aux locaux de (re-)découvrir le patrimoine régional
- D) Encourager la curiosité et le goût de la découverte des visiteurs
- E) Allonger le temps de visite dans les destinations

Apportez une réponse **immédiate** et **personnalisée**
sur les monuments, dans l'espace public



...dans la langue de votre visiteur

EN TOUTE SIMPLICITÉ



Scannez 📷

un monument, obtenez
une réponse instantanée

Écoutez 🎧

son histoire et
ses anecdotes

Collectionnez 📁

vos découvertes et vos
coups de coeur

Partagez 📤

vos souvenirs
avec vos proches

**RENNES, PARTENAIRE HISTORIQUE
PARIS, CAPITALE PILOTE**

OTL

BOURGOGNE
FRANÇHE
COMTÉ

TOURISME

UN GUIDE 24/7 QUI RÉPOND...

- W Au besoin d'**autonomie** et de liberté des visiteurs
- W À la tendance digitale de l'**immédiateté**
- W À la quête de **divertissement** et de connaissance du voyageur
- W À une préoccupation **éco-responsable** (OffLine)
- W À l'**accélération** des usages du digital pendant la crise sanitaire
- W À la recherche croissante d'expériences **personnalisées**



RENNES, VILLE PARTENAIRE

55 monuments reconnus et commentés (audio et textes)

LANCEMENT DE RENNES by Whatizis le 25 juin 2022

Communication des équipes de Destination Rennes: JT de TF1, M6...

Objectif : 10.000 téléchargement en 2022

Commande de 50 monuments supplémentaires pour 2023 + version GB

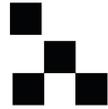


Les engagements de Destination Rennes :

- Sélectionner les monuments à intégrer.
- Fournir la documentation et les illustrations à nos rédacteurs.
- Valider les contenus rédigés par Whatizis.
- Faire connaître Rennes by Whatizis auprès des visiteurs.

Les engagements de Whatizis

- Nos équipes se chargent de tout (repérages, prises de vue, machine learning, rédaction des textes, enregistrement des commentaires, mapping, traduction...) et livrent une solution clé en main.
- Nous vous transmettons mensuellement les statistiques et chiffres de votre destination.

E  **TRA** \wedge **RT**

ARNAULT LABARONNE

Réalisateur et producteur



30

ans de métier

100

films

50

festivals nationaux
ou internationaux



UBISOFT

ASSASSIN'S
CREED



IdeAL FilmProd



EXTRA
ART

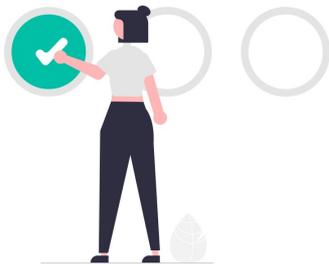
OTL

BOURGOGNE
FRANÇHE
COMTÉ

TOURISME

OFFRE CULTURELLE NUMÉRIQUE

+++



! SAUF PATRIMOINE



OTL

BOURGOGNE
FRANÇHE
COMTÉ

TOURISME

Une majorité de Français attirée par les lieux de patrimoine

7 FRANÇAIS SUR 10

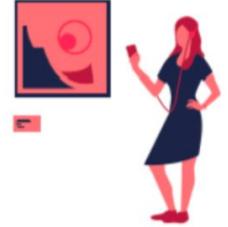


ont visité un lieu de patrimoine
au cours des 12 derniers mois



41 %

des Français ont visité un musée
ou une exposition temporaire
au cours des 12 derniers mois



Les 18-24 ans : la tranche d'âge parmi laquelle on trouve le plus de visiteurs

73 %
ont visité un musée,
une exposition ou un monument
au cours des 12 derniers mois



C'est la tranche d'âge dans laquelle
on trouve le plus de visiteurs de musées

**52 % des 18-24 ans déclarent
s'être rendus dans un musée
ou une exposition dans l'année,
contre 45 % des 60 ans et plus**

É T U D E
C R E D O C

OTL

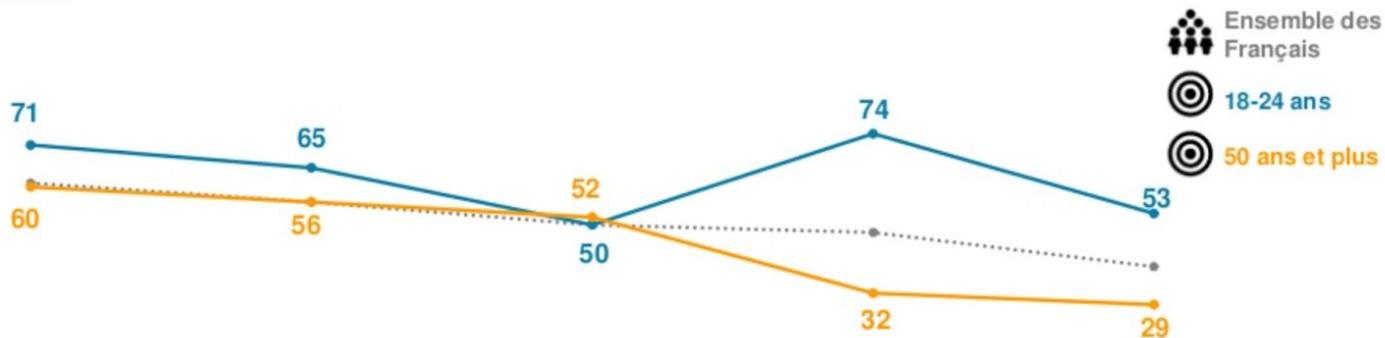
BOURGOGNE
FRANÇHE
COMTÉ

TOURISME

Les jeunes se montrent davantage intéressés que leurs aînés par les expositions immersives et les expériences uniquement numériques

Tous-même, seriez-vous intéressé(e) ou pas intéressée par chacune des activités suivantes, rendues possibles via le numérique ?

À tous, en % de « Intéressés »



Visiter un monument historique en réalité augmentée / virtuelle, via un casque ou une application vous permettant de faire apparaître des pièces non visibles, des projections de fresques ou de pièces telles qu'elles devaient être à l'origine de la construction, etc.

Visiter un musée en réalité augmentée, via un casque, une application, vous permettant d'enrichir votre regard sur les œuvres (dérouler d'autres œuvres de l'artiste, trouver des tableaux similaires, approfondir un mouvement artistique, etc.)

Visiter une exposition / un musée en ligne, depuis chez vous

Participer à une exposition immersive (être reconnu(e) et intégré(e) aux œuvres, au parcours de la visite, effectuer la visite de manière gamifiée, sous forme de jeu, etc.)

Visiter une exposition présentant essentiellement des œuvres numériques

EXTRA ART

est une Entreprise de l'Économie Sociale et Solidaire, spécialisée dans l'**innovation** au service du **patrimoine artistique, historique, scientifique ou industriel**. En combinant les technologies numériques les plus innovantes à des contenus scénarisés, EXTRA ART contribue à la **rencontre des œuvres et du public**.

EXTRA ART est un studio de production de contenus audiovisuels linéaires ou agencés sous forme d'**expériences immersives 360°** en **réalité virtuelle** ou en **réalité augmentée**. Ses productions allient qualité technique et esthétique, rigueur scientifique des contenus et créativité narrative.



BOURGOGNE
FRANÇHE
COMTÉ

TOURISME



Full 3D - 30 millions d'euros

METAVVERSE

Rythme
de **démocratisation** et
d'**acculturation**



Seulement 9,6 millions de
casques VR vendus dans
le monde en 2022...

Prise de vue réelle + 2D
10 000 à 100 000 €

2015

2020

2025

2030

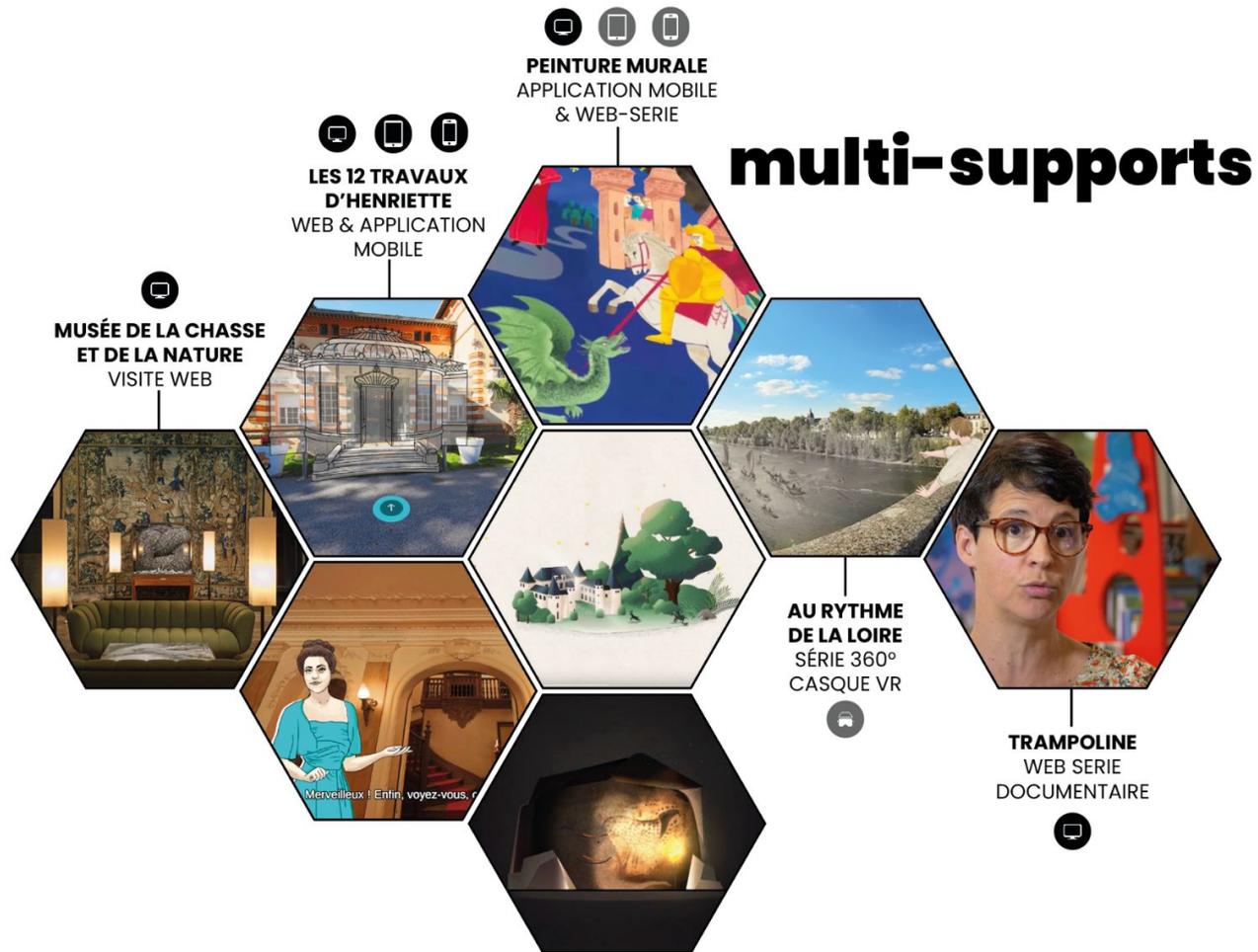
2035

2040

OTL

BOURGOGNE
FRANÇHE
COMTÉ

TOURISME



FONDATION
FRANÇOIS
SOMMER 

MUSÉE DE LA CHASSE
& DE LA NATURE



 Couvent
des Jacobins
Toulouse

Typologie de clients :

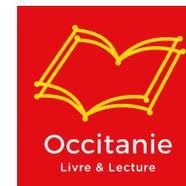
Privés - Collectionneurs - Fondations

Institutions culturelles - Collectivités (marchés publics)

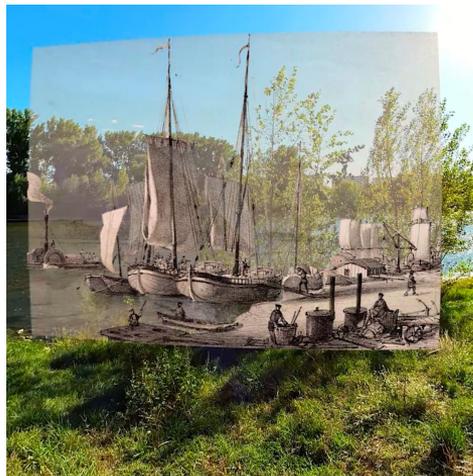
Lieux de patrimoine - Musées - Monuments - Lieux fermés
(Archives - Recherches - Histoire - Œuvres à valoriser)

Centres d'interprétation touristiques - Grands sites

*Château de
Longues Aygues*



360°



Budget :

Expérience casque VR : 30 000 € HT.

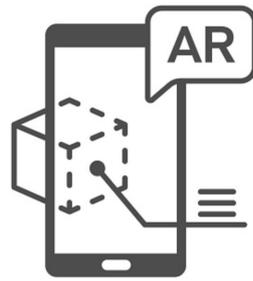
Dispositif immersif VR : 5 000 € HT.

Device supplémentaire (smartphone ou desktop) : 15 000 € HT.

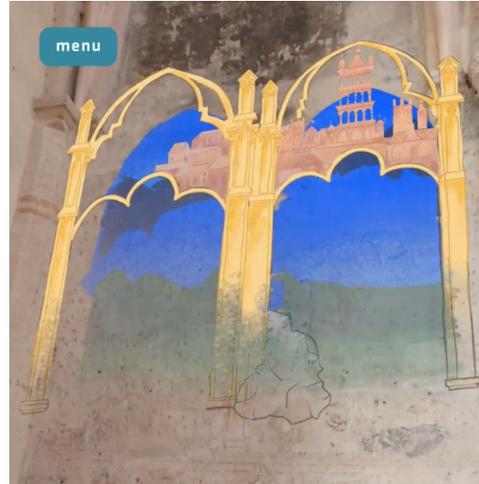
OTL

BOURGOGNE
FRANÇHE
COMTÉ

TOURISME



Q4 2022 : 8000 téléchargements



Budget :

Application pour Smartphone / Ipad : 10 000 € HT.

Expérience pour lunettes AR : 20 000 € HT.



BOURGOGNE
FRANCHE
COMTÉ

TOURISME

en partenariat avec

OTL

WEB'INNOV

Web'Innov 5 | Jeudi 26 janvier 10h00

COMMENT LES TERRITOIRES PEUVENT-ILS PROPOSER DE NOUVELLES
EXPÉRIENCES AUX VISITEURS POUR DÉCOUVRIR LEUR PATRIMOINE ?

Ce formulaire a plusieurs objectifs, il doit vous permettre de :

- poursuivre les échanges avec nous au-delà du webinaire si vous le souhaitez
- nous partager vos réflexions, vos problématiques, vos besoins "terrains" face aux sujets évoqués lors de ce webinaire
- nous demander des éléments complémentaires sur les sujets évoqués, sur les données touristiques relatives à votre territoire, etc...
- nous partager vos recommandations

Vous avez le choix de renseigner vos coordonnées ou non.

<https://forms.gle/zy4wqdzD96jw7QDw7>



Discussion

- ✓ *Michael COUZIGOU de New Art Experiences*
- ✓ *BFC Tourisme | Florence BOURMAULT*
Collectif Patrimoine BFC Tourisme | Catherine DEMOLY
- ✓ *Olivier d'AVESNES de Whatizis*
Arnault LABARONNE d'Extra Art