



NOUVEAU
NOUVEAU LIVRE BLANC
 LE MARKETING CULTUREL DE A À Z

Actualités

Communicant.info, partenaire du Sitem - JUN 14, 2021



Accueil - Accueil - Spécial SITEM / « La médiation numérique doit donc refléter l'importance de ce capital que nous détenons » Entretien avec Frédéric Durand (Smartapps)

ACCUEIL SITEM

Spécial SITEM / « La médiation numérique doit donc refléter l'importance de ce capital que nous détenons » Entretien avec Frédéric Durand (Smartapps)

© juin 21, 2021

Aujourd'hui, quasiment tous les visiteurs de musées ou de lieux patrimoniaux ont dans leur poche un « couteau suisse » qui peut servir à la fois de caméra, d'appareil photo, de dictaphone, de carte routière, de dictionnaire... Et s'il pouvaient aussi arriver dans les lieux culturels avec leur propre guide de visite ? C'est l'idée de Smartapps qui crée des applications faisant office d'outils de médiation numérique. Rencontre avec Frédéric Durand, PDG de cette entreprise.

Communicant.info : Bonjour Frédéric, pouvez-vous nous présenter brièvement Smartapps ?

Frédéric Durand : Smartapps est une aventure qui a commencé en 2010, avec mon associé Damien Debin, nous avons pour objectif de transformer la médiation culturelle à travers le numérique. Aujourd'hui, plus de 77% des Français ont un smartphone dont 92% de la population de moins de 40 ans. Nous voulions donc intégrer la consultation des contenus culturels sur smartphone dans les habitudes des visiteurs des lieux de patrimoine.

Smartapps développe alors une solution de médiation numérique directement téléchargeable sur smartphone, destinée aux visiteurs sous forme d'application mobile, de web app (PWA) ou d'application in-situ. Aujourd'hui, Smartapps a réalisé plus de 500 applications pour plus de 100 clients, téléchargées plus de 5 millions de fois en France et à l'international.



Frédéric Durand - PDG de Smartapps

« Le smartphone prend aujourd'hui une place centrale »

Cl : Vous proposez « d'enrichir la médiation numérique ». Qu'entendez-vous par là et comment procédez-vous ?

FD : Le secteur culturel en France est riche et essentiel à notre pays et à notre culture. La médiation numérique doit donc refléter l'importance de ce capital que nous détenons. Or, les audioguides et les visio-guides proposés par les lieux culturels limitaient souvent les possibilités en termes de consultation, d'engagement, et d'immersion. Notre solution permet de faciliter les choses car, tout d'abord, le visiteur est en possession de son propre guide de visite dès son arrivée : son smartphone.

Deuxièmement, nous intégrons tout type de contenu : photos, vidéos, audio, commentaires, jeux, réalités immersives, etc., dans nos outils, tout en nous basant sur de réels usages des utilisateurs. Nous réalisons donc des tests utilisateurs afin d'optimiser l'interface et la navigation pour un public de plus en plus composite ainsi que le public présentant un handicap. La culture ne peut être enrichie que lorsqu'elle est démocratisée et que tous les visiteurs y ont accès : les jeunes, les enfants, les familles, le public malentendant/sourd, le public malvoyant/aveugle ainsi que les étrangers.

Troisièmement, la gestion des contenus devient simple grâce à notre smart«publisher», un système de gestion en back-office qui permet de saisir les contenus multimédias dans toutes les langues souhaitées. Vous pouvez ainsi organiser vos parcours et les scénariser pour proposer une expérience unique, et puis enfin il permet de générer automatiquement vos apps mobiles, vos web apps et vos apps in situ.

Cl : Le smartphone est devenu incontournable dans nos vies quotidiennes, qu'en est-il dans les lieux de visite ?

FD : En effet, le smartphone prend aujourd'hui une place centrale dans notre vie quotidienne grâce à son utilité. Après la crise sanitaire, nous avons remarqué que son importance dans les lieux culturels a exponentiellement augmenté. Des institutions françaises et internationales ont dû faire appel à smartapps pour réaliser leurs applications de visite. Ces musées, utilisant des audioguides traditionnels, étaient contraints d'arrêter la distribution de leurs outils in situ pour des raisons de sécurité sanitaire. En effet, un audioguide utilisé par plusieurs visiteurs présente un risque sanitaire beaucoup plus élevé, et tous les musées n'ont pas les moyens et les ressources pour désinfecter leur parc matériel après chaque utilisation. Le smartphone devient donc le seul outil de consultation 100% sécurisé voire le seul outil de prévention grâce à l'intégration des rappels sanitaires (gestes barrières, jauges de personnes, distanciation grâce à la géolocalisation).

« Penser sa stratégie de médiation numérique d'une façon holistique »

Cl : Est-ce que les gens continuent à télécharger des applications ?

FD : Nous avons remarqué lors des fermetures des institutions pendant plusieurs mois que les applications continuaient à être téléchargées malgré les confinements. L'équation était simple : plus un musée alimente son application de nouveaux contenus engageants tout en communiquant dessus, plus le taux de téléchargement de cette dernière est élevé. Les visites guidées à distance, les commentaires d'artistes, les ateliers et les jeux interactifs pouvant être réalisés depuis l'application ; tout cela a permis de favoriser sa pertinence pendant ces périodes.

Cl : Que recommandez-vous : avoir des contenus sur un site web accessible sur le smartphone ? Ou développer une application ? Ou les 2 ?

FD : Il est indispensable de penser sa stratégie de médiation numérique d'une façon holistique et complète. Nous invitons nos clients à voir leur stratégie comme un écosystème permettant au visiteur d'obtenir l'information recherchée sur l'outil le plus pertinent, que ce soit le site web, l'application mobile, l'écran interactif sur-place, etc. Nos solutions permettent une consultation harmonieuse du site web grâce à l'intégration et l'adaptabilité des pages web sur mobile. Pour cela, les contenus sur un site web favorisent le téléchargement d'une application mobile (ou web) et vice versa, le flux de trafic étant fluide sur chaque élément de cet écosystème. Un autre point important est le référencement, si le site web du lieu culturel est bien référencé sur les moteurs de recherches, cela augmentera le nombre de visites sur le site et sur l'application par la suite. Si le référencement naturel de l'application est élevé sur les Stores, nous pourrions aussi remarquer le même effet d'engagement sur le site web.

Retrouvez nos articles dans le cadre de notre partenariat avec le SITEM

Sujets associés : médiation Médiation numérique portrait transformation digitale

Article précédent
 Communicant.info, partenaire du Sitem

CES ARTICLES POURRAIENT VOUS INTÉRESSER

EVÉNEMENTS | © mai 9, 2019
Mar-ke-ting / Quatorzième rencontre du TMNLab
 Le TMNLab questionne les changements induits par la révolution digitale, leur impact sur la manière de concevoir le théâtre, son rapport au territoire, aux publics. Pour sa quatorzième édition, le TMN

[READ MORE](#)

PORTRAITS DE COMMUNICANTS | © avril 13, 2017
Portrait de communicante : Mathilda / Grand écArt
 Comparer Kim Kardashian et la Vénus d'Urbain de Titien ? Imaginer une battle entre Maître Gims et Louis XIV ? Improbable ? C'est pourtant ce que nous avons fait pour le Grand écArt ! N

[READ MORE](#)

ACCUEIL | EVÉNEMENTS | © octobre 6, 2020
On aime : 3 événements à suivre en octobre / novembre
 Savoir concevoir sa stratégie, c'est savoir sortir le nez du guidon pour essayer voir à long terme, accepter l'étonnement, le changement pour pouvoir être plus créatif... Le contexte d

[READ MORE](#)

RESSOURCES | © janvier 23, 2020
« Comment mieux piloter son projet digital dans un établissement culturel » : Interview de Ronan Le Guern
 Un mémoire de fin d'étude à découvrir absolument. On vous rassure tout de suite : ce n'est pas une longue thèse ou un ouvrage universitaire un peu cryptique. Au contraire, dans celui-ci, R

[READ MORE](#)

RECEVEZ TOUS NOS ARTICLES

Saisissez votre adresse e-mail ci-dessous pour vous abonner à ce blog et recevoir une notification par e-mail pour chaque nouvel article.

[Je m'abonne](#)

NOTRE VILLE SUR TWITTER

Tweets de @InfoCommunicant

communicant.info a retweeté
L'inspiration politique @Linspirationpol
 Rencontre réjouissante avec le physicien et philosophe des sciences @EtienneKlein à lire dans l'inspiration politique [linspiration-politique.fr/2021/04/11/ren...](#)

« Nous vivons une crise de la pat...
 Le physicien et philosophe des scie...
 linspiration-politique.fr

16 juin 2021

communicant.info a retweeté
ARTCENA @artcena_fr
 [#RECRUTEMENT] ARTCENA recrute un.e #webmaster technique / administrateur.trice de base de données CDD 1 an - prise de poste : fin août / début septembre. Candidature à envoyer avant le 15 juillet ! La fiche de poste est disponible ici [artcena.fr/e-centre-nati...](#) #emploi #culture

[Intégrer](#) [Voir sur Twitter](#)

ARTICLES RÉCENTS

- Spécial SITEM / « La médiation numérique doit donc refléter l'importance de ce capital que nous détenons » Entretien avec Frédéric Durand (Smartapps)
- Communicant.info, partenaire du Sitem
- Spécial SITEM / « La voix est le futur » : Quatre questions à Lorène Pagès (OHZ)

Des idées nouvelles pour votre communication culturelle

Informations

- À propos
- L'équipe
- Contact
- Contribuer...
- Kit média

Nos Derniers Articles

Rejoignez-Nous

