



NOUVEAU

NOUVEAU LIVRE BLANC LE MARKETING CULTUREL DE A À Z


[STRATÉGIE](#)
[COMMUNICATION](#)
[PORTRAITS](#)
[RESSOURCES](#)
[EVÉNEMENTS](#)
[INFOGRAPHIES](#)
[MÉDIAS](#)
[VIDÉOS](#)
[CULTURE SOUTENABLE](#)
[Actualités](#) ▶ [2021](#) Spécial SITEM / « La médiation numérique doit donc refléter l'importance de ce c...

JUN 21,

[Accueil](#) - [Accueil](#) - [Spécial SITEM / Roberta Setale \(Rendr\) : « Le bon média pour la bonne médiation ! »](#)

ACCUEIL SITEM

Spécial SITEM / Roberta Setale (Rendr) : « Le bon média pour la bonne médiation ! »

© juillet 2, 2021

Visites guidées en ligne, visites virtuelles,
collections ou monuments accessibles en ligne...

Nous utilisons des cookies pour vous garantir la meilleure expérience sur notre site web. En acceptant, vous nous aidez dans notre travail !

[J'accepte](#)
[Je refuse](#)

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.

NOTRE VEILLE SUR TWITTER

technologie peuvent-ils faire bon ménage ? Nous avons interrogé Roberta Setale, chargée de communication de Rendr.

Communicant.info : Bonjour Roberta, pouvez-vous nous présenter Rendr ?

Roberta Setale : Rendr est une entreprise spécialisée dans la mise en valeur du patrimoine historique avec la réalité virtuelle et les nouvelles technologies. La mission de Rendr est de permettre à toutes et à tous, sans distinction d'âge, de langue, d'éducation ou de mobilité, de découvrir des sites historiques inaccessibles, et ainsi d'assurer non seulement leur préservation sous une forme numérique, mais également leur transmission au plus grand nombre. Rendr est aussi à l'origine d'une application, Legendr, un guide touristique numérique qui permet d'explorer des lieux insolites ou inaccessibles, de voyager dans le temps avec des reconstitutions historiques en réalité virtuelle et de découvrir des anecdotes avec des chasses aux trésors et des mini-jeux.



Roberta Setale : « Les visiteurs, de plus en plus,

Nous utilisons des cookies pour vous garantir la meilleure expérience sur notre site web. En acceptant, vous nous aidez dans notre travail !

J'accepte Je refuse

Tweets de @InfoCommunicant



communicant.info

@InfoCommunicant

#CultureSoutenable

#Développementdurable

Entretien avec à propos de la #décarbonation du #secteurculturel avec David Irle, consultant et partie prenante du projet Objectif 13 (avec @LaCollaborative et The Green Room)tinyurl.com/3yydu728

« Il y a urgence à faire comprendre...

A la sortie des différents confinem...
communicant.info

15 juil. 2021

communicant.info a retweeté



FNCC

@laFNCC

"Coopération culturelle territoriale : apprendre de la crise." Débat au @FestivalAvignon avec @Fredhoc @SNSPscenes @Maires_Rurales @JeremPinto7 @I_amf @CecileHelle @MinistereCC
👉 16 juillet à 10h au Cloître Saint-Louis
#AvignonFNCC2021

[Intégrer](#)

[Voir sur Twitter](#)

ARTICLES RÉCENTS

> « Il y a urgence à faire comprendre

et réalité virtuelle ?

RS : C'est une bonne question ! En effet, la distinction entre réalité virtuelle et réalité augmentée est source de confusion, les deux termes sont souvent utilisés de manière interchangeable. Brièvement, la réalité augmentée c'est quand on filme avec une caméra et que l'on ajoute des éléments dessus ; cela va ainsi générer un effet de superposition entre le réel et le virtuel. La réalité virtuelle nécessite un casque grâce auquel l'on va se plonger à 360 degrés dans un environnement entièrement reconstitué en 3D.

« Le vrai défi est d'échapper à l'idée que les nouvelles technologies ne sont pas "dignes" (...) de dialoguer avec l'art et le patrimoine. »

C.I : Voyager dans le temps, rendre accessible des lieux insolites ou inaccessibles, redonner vie à des sites disparus... Peut-on tout faire avec la technologie ? Et doit-on forcément le faire ?

RS : Aujourd'hui, il existe beaucoup d'actions concrètes pour agir en faveur de l'accessibilité et de la sauvegarde du patrimoine historique. Chez Rendr, par exemple, nous le reconstituons en réalité virtuelle !

Si l'on peut tout faire avec la technologie ? Cette dernière année nous a donné la preuve concrète que la technologie peut arriver bien plus loin que ses usages habituels. Par exemple, avec tous les musées et les sites culturels qui ont mis au point des visites virtuelles accessibles depuis le domicile

Nous utilisons des cookies pour vous garantir la meilleure expérience sur notre site web. En acceptant, vous nous aidez dans notre travail !

J'accepte Je refuse

- > Spécial SITEM / Roberta Setale (Rendr) : « Le bon média pour la bonne médiation ! »

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

entièrement reproduites en 3D.

Est-on obligé d'aller si loin ? Ça dépend. Les bénéfices du numérique sont sûrement tangibles, sachant que la vraie expérience reste celle à vivre sur place. Aujourd'hui le numérique a atteint un tel niveau de maturité, que la notion "rendre accessible" ne signifie plus seulement rendre accessible à distance, mais aussi faciliter l'expérience sur place aux personnes à mobilité réduite ou souffrant d'un handicap sensoriel. Concernant la position des acteurs de la culture et du tourisme, ces dernières années nous avons constaté un intérêt croissant pour le numérique comme outil de médiation et de valorisation. Il y a beaucoup de sites patrimoniaux en France qui ne peuvent toujours pas garantir l'ouverture aux visiteurs, à cause de travaux de rénovation, de contraintes liées à la sécurité, ou d'un faible flux touristique qui ne permet pas de garantir l'accueil quotidien de ces lieux. L'expérience touristique devient ainsi décevante pour les visiteurs, les habitants ne se sentent pas concernés par l'histoire de leurs lieux d'origine, et les villes perdent des opportunités de revenus car les visiteurs ne restent pas assez sur place.

À mon avis, aujourd'hui le vrai défi est d'échapper à l'idée que les nouvelles technologies ne sont pas "dignes", on pourrait dire, de dialoguer avec l'art et le patrimoine. Par exemple, les reconstitutions en réalité virtuelle représentent à la fois un outil de médiation pour améliorer l'expérience visiteur et un moyen pour les collectivités de valoriser leur territoire, mais elles ont aussi la fonction de valider la recherche scientifique. Les villes et les sites culturels possèdent des archives inestimables qui témoignent du « millefeuille historique » : la superposition, à différentes époques, de monuments, de sites archéologiques dans les villes, les bourgs... Cette documentation,

Nous utilisons des cookies pour vous garantir la meilleure expérience sur notre site web. En acceptant, vous nous aidez dans notre travail !

J'accepte Je refuse

synthèse ou encore de la photogrammétrie (technique qui consiste à effectuer des mesures dans une scène NDR). Pour ce faire, chez Rendr l'équipe des ingénieurs 3D travaille en étroite contact avec ses historiens et spécialistes en médiation culturelle. Le rendu final de ces reconstitutions donne vie à un témoignage historiquement juste, qui valorise encore davantage la recherche scientifique. Aujourd'hui, la réalité virtuelle est associée notamment à l'aspect ludique d'une visite ou d'un produit culturel, mais un jour, dans 50 ans (ou même avant !) les reconstitutions historiques feront sûrement partie de ces archives, ce qui nous permettra de garder une trace permanente du patrimoine disparu ou inaccessible.

« Les visiteurs, de plus en plus, désirent se sentir directement impliqués au cours de leur visite »

C.I : Immersion, expérience, ces mots reviennent comme des leitmotivs lorsque l'on évoque le domaine culturel... Cependant comment peut-on proposer d'allier immersion et expérience sans perdre le sens du lieu / du projet culturel ?

RS : Ces dernières années, on entend beaucoup parler de marketing expérientiel, un marketing centré sur la création d'un produit culturel dont l'expérience du client et sa satisfaction constituent des indicateurs clé de performances décisifs pour améliorer le produit par la suite (parcours de visite, expositions...). L'importance attribuée au processus de fidélisation révèle l'intérêt de miser sur la qualité de l'expérience plutôt que sur le

Nous utilisons des cookies pour vous garantir la meilleure expérience sur notre site web. En acceptant, vous nous aidez dans notre travail !

J'accepte Je refuse

une expérience “immersive”. Les visiteurs, de plus en plus, désirent se sentir directement impliqués au cours de leur visite. Il faut alors leur donner l’occasion d’interagir grâce à des contenus multimédias pertinents, conçus en fonction de leurs besoins et attentes. Le bon média pour la bonne médiation !

« L’immersion virtuelle et l’expérience physique doivent être deux choses complémentaires »

Par ailleurs, l’immersion virtuelle et l’expérience physique doivent être deux choses complémentaires : l’expérience de visite sur place peut être agrémentée par des outils numériques, qui proposent des points de vue inédits ou la découverte de nouvelles choses auxquelles on ne prêtait guère attention. Cependant, la réalité virtuelle et augmentée ne peuvent remplacer une expérience réelle. Nous vivons dans une société mondialisée qui amène facilement à la perte de contact avec la réalité et la délocalisation des produits culturels est aussi à l’ordre du jour. Le rôle de la VR/AR est de fournir essentiellement un contenu complémentaire, capable d’apporter une plus-value à l’expérience et de donner vie à ce qu’on appelle l’effet “wahou” de la réalité virtuelle (en tant que communicante, je n’aime pas trop l’adoption d’une expression onomatopéique, pourtant il m’est arrivé en effet d’entendre cette exclamation !). Avec la crise sanitaire, les lieux de la culture ont créé des expériences à vivre exclusivement

Nous utilisons des cookies pour vous garantir la meilleure expérience sur notre site web. En acceptant, vous nous aidez dans notre travail !

J'accepte Je refuse

expériences virtuelles et de les intégrer à l'expérience physique, pour un engagement plus important et inclusif. D'ailleurs, créer un produit de qualité est devenu primordial, au risque de décevoir les utilisateurs, déjà habitués aux effets spéciaux du cinéma. Il s'agit par ailleurs de trouver le bon équilibre entre les informations assimilées sur place et les contenus complémentaires proposés via les dispositifs numériques (smartphones, tablettes, casques de réalité virtuelle, bornes tactiles).

Les parcours de visite sur Legendr sont un exemple concret de cette complémentarité entre physique et virtuel.

Ils intègrent des reconstitutions historiques en réalité virtuelle. La plupart de ces reconstitutions sont à découvrir sur place : l'application guide les visiteurs étape par étape, pour avancer et déclencher les expériences en réalité virtuelle. Il faut valider les étapes de la visite dans un ordre précis, de sorte à ce que le visiteur se retrouve exactement dans le bon endroit reconstitué. Pour le moment, nous ne proposons pas ces expériences à distance : les parcours créés ont pour but d'attirer les visiteurs sur place et de leur offrir une vraie expérience immersive.

Mais attention au terme "immersif" : notre deuxième objectif est de donner aux visiteurs le moyen de découvrir autrement un lieu, en posant le regard sur des détails qu'ils n'auraient jamais remarqués ; les balades présentes sur Legendr ont été conçues pour offrir aux visiteurs une médiation avec un minimum de textes et qui leur permet de profiter avant tout du paysage qui l'entoure et ensuite des contenus multimédias.

Nous utilisons des cookies pour vous garantir la meilleure expérience sur notre site web. En acceptant, vous nous aidez dans notre travail !

J'accepte Je refuse

Sujets associés :

événement

médiation

Médiation numérique

réalité augmentée

Réalité virtuelle

SITEM

transformation digitale

<	Article précédent	Article suivant	>
	<p>Spécial SITEM / « La médiation numérique doit donc refléter l'importance de ce capital que nous détenons »</p> <p>Entretien avec Frédéric Durand (Smartapps)</p>	<p>« Il y a urgence à faire comprendre l'ampleur des mesures nécessaires » –</p> <p>Entretien avec David Irle</p>	

CES ARTICLES POURRAIENT VOUS INTÉRESSER



🕒 mars 30, 2016

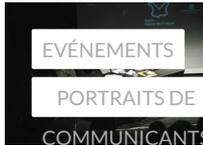
PORTRAITS DE

Nous utilisons des cookies pour vous garantir la meilleure expérience sur notre site web. En acceptant, vous nous aidez dans notre travail !

J'accepte Je refuse

une société de management
d'artistes et d'édition musicale
et elle est également depuis
2014 directrice générale
de MyOpen

[READ MORE](#)



🕒 décembre 18, 2019

Portrait de communicant : Matthieu Raoult, responsable marketing (Le Louvre-Lens)

Réconcilier le marketing et la culture c'est possible ! Et ce n'est pas Matthieu Raoult, responsable marketing au Louvre-Lens qui va nous contredire ! Au contraire, il cherche à apporter s

[READ MORE](#)



🕒 juin 11, 2020

Compte-rendu : Musées in situ et numériques : quelles recettes pour garder le lien avec vos publics ? »

Le 4 juin 2020, Artips organisait un webinaire intitulé « Musées in situ et numériques : quelles recettes pour garder le lien avec vos publics ? » Celui-ci s'est intéressé aux pratiques mises en

[READ MORE](#)



🕒 octobre 14, 2019

Nous utilisons des cookies pour vous garantir la meilleure expérience sur notre site web. En acceptant, vous nous aidez dans notre travail !

J'accepte Je refuse

Culture & Management (C&M)
est un club professionnel
réunissant des professionnels
de la culture issus de 8 écoles
(Audencia,
Edhec, emLyon, ESCP Europe,
ESSEC, HEC, Insead et Sciences-
Po Pari

[READ MORE](#)

**Des idées
nouvelles
pour votre
communica
tion
culturelle**

Informations

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

Nos Derniers Articles

Nous utilisons des cookies pour vous garantir la meilleure expérience sur notre site web. En acceptant, vous nous aidez dans notre travail !

[J'accepte](#) [Je refuse](#)

Rejoignez-Nous



2021 Communicant.info tous droits réservés.

Nous utilisons des cookies pour vous garantir la meilleure expérience sur notre site web. En acceptant, vous nous aidez dans notre travail !

J'accepte Je refuse