HAL open science

Guide numérique et mise en scène du territoire, entre médiation patrimoniale et stratégie de communication touristique

Jessica de Bideran, Patrick Fraysse

To cite this version:

Jessica de Bideran, Patrick Fraysse. Guide numérique et mise en scène du territoire, entre médiation patrimoniale et stratégie de communication touristique. Études de communication - Langages, information, médiations, 2015, 45. hal-01399492

HAL Id: hal-01399492

https://hal.science/hal-01399492v1

Submitted on 22 Nov 2016

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

Distributed under a Creative Commons Attribution - NonCommercial - ShareAlike 4.0 International License

Guide numérique et mise en scène du territoire, entre médiation patrimoniale et stratégie de communication touristique

Jessica de BIDERAN
Université Bordeaux Montaigne, MSHA
Patrick FRAYSSE
Université Toulouse Paul Sabatier, LERASS-MICS

Il est frappant de constater qu'aujourd'hui tous les dispositifs, y compris et surtout numériques, sont présentés comme des dispositifs de médiation permettant de partager des représentations communes (Bideran, Fraysse, 2014). En contexte patrimonial, ces systèmes numériques intensifient à n'en pas douter la circulation de mises en scène touristiques et contribuent à requalifier un territoire par sa communication. Or, s'il est courant d'opposer un univers touristique artificiel et un univers patrimonial authentique, il est possible de dépasser cette opposition en questionnant les rapports unissant le développement touristique, les représentations territoriales et les valorisations du patrimoine (Flon, 2014). Les outils numériques de visite semblent actualiser, diversifier ou renouveler la notion de médiation. Mais derrière l'innovation technique que représentent ces applications, les formes de monstration et d'appropriation de l'espace s'appuient-elles sur des ressorts inédits ou empruntent-elles plutôt leurs schémas à une écriture déjà éprouvée dans l'industrie touristique ? Contribuent-elles à construire une nouvelle représentation des patrimoines ?

Cette question des dispositifs numériques, entre médiation patrimoniale et stratégie de communication touristique, est illustrée ici par une étude empirique examinant la manière dont une collectivité locale, le Conseil général de Lot-et-Garonne (CG47), présente son territoire, au moyen d'un système mobile de visite, Visit 47. Le territoire couvert par l'application étant inhabituellement vaste, celle-ci a retenu notre attention et c'est pourquoi nous proposons d'en faire une étude globale. Bien que de tels outils « territoriaux » se développent de plus en plus[1], les études s'intéressant à ces objets sont en effet encore rares. Ces dernières années, les analyses se sont plus généralement concentrées sur des applications de visite se déployant dans des lieux clos, tels que des musées et des sites historiques (Lesaffre et al., 2014), ou à l'intérieur de centres urbains (Bordeaux et Renaud, 2014 ; Bideran, 2014). Pour cela, une description du dispositif proposé aux visiteurs est combinée à des entretiens semi-directifs menés avec les commanditaires et producteurs du système informatique et à l'analyse du contenu de textes officiels, tels que le Cahier des Clauses Techniques ou les comptes rendus de réunions organisées lors de la réalisation de l'outil[2]. Se construit ainsi un terrain d'étude mixte qui facilite la compréhension du processus de fabrication de ces mises en scène numériques. Nous cherchons en effet à comprendre comment ce dispositif utilisé en contexte hybride, à la fois patrimonial et touristique, réactualise la documentation produite sur les objets patrimoniaux et régénère les représentations symboliques et culturelles élaborées sur un territoire. Cette documentation qui semble préférer la présentation cartographique à la liste qualifie une nouvelle articulation entre le territoire, sa représentation et son patrimoine. Nous nous interrogeons *in fine* sur les effets patrimoniaux de cette requalification numérique en essayant de comprendre comment se relie mémoire et patrimoine sur un territoire donné à partir d'un objet médiateur.

---

[1] Citons ainsi pour le seul département du Lot-et-Garonne une seconde application de visite mobile, nommée *Les 7 familles de la vallée du Lot*. Produite par les éditions Fragiles, elle est disponible gratuitement depuis l'été 2014 et propose de découvrir, en s'amusant, l'histoire et le patrimoine de cette portion de territoire.

[2] À cet égard, les auteurs tiennent à remercier Gaëlle Le Lannic (CG 47) et Pierre Croizet (GMT édition), pour la livraison de ces éléments, leur écoute et les échanges que nous avons eus.

1. Visit 47, une mise en scène numérique d'un territoire

« Passionné de patrimoine ? Amoureux de la gastronomie ? Epicurien dans l'âme...? Avec Visit 47, tout le Lot-et-Garonne est disponible, gratuitement, sans connexion ! » ; c'est en ces termes que l'application proposée par le CG47 est décrite dans la catégorie « Voyage » d'iTunes[3]. Téléchargeable depuis l'été 2014, elle fonctionne sur tablettes et *smartphones* et a été développée par la société privée GMT Editions pour le CG47. À travers cet outil, cette collectivité entend exposer son patrimoine selon une formule de prescription touristique « *innovante* »[4]. Cette innovation n'est pas seulement technique (renouvellement de la logique des panneaux de signalisation) ou technologique (développement d'un système informatique), mais réside aussi dans la représentation sociale de ce dispositif (Rogers, 2003). Une part d'imaginaire œuvre effectivement dans tout processus d'innovation (Flichy, 1995) et c'est cet imaginaire – en l'occurrence ici un patrimoine accessible à tous et appropriable partout grâce aux outils numériques – que les concepteurs de *Visit 47*[5] souhaitent injecter dans cette présentation renouvelée du Lot-et-Garonne.

1.1. De la signalétique au guide numérique mobile

Le tourisme représente un secteur d'activité crucial pour le Lot-et-Garonne qui entend profiter des vagues de visiteurs qui se déplacent chaque été dans les départements voisins de la Dordogne ou du Gers. Si le développement d'hébergements ou d'équipements est essentiel, la communication et la création d'une image de marque territoriale s'avèrent tout aussi importantes pour assurer l'attractivité d'un pays. À cet égard, le département décline une stratégie communicationnelle dont l'enjeu est de faciliter l'accessibilité, physique et virtuelle, aux hauts lieux du territoire en s'appuyant sur une forme d'innovation. Affirmer un positionnement entre modernité et ruralité et assurer la visibilité des nombreux lieux d'intérêt de ce territoire sont donc les moteurs à l'origine du projet. Plus concrètement, la signalisation touristique en place s'est avérée, selon le CG47, présenter une certaine ancienneté, voire parfois manquer de crédibilité. Le recours aux technologies numériques est ainsi apparu comme une solution pertinente permettant de combler ces lacunes tout en assurant la promotion actuelle du département.

C'est en juin 2013 que le CG47 a lancé l'appel d'offre visant à sélectionner le prestataire chargé de créer une application numérique mobile valorisant le patrimoine du département grâce à un système de signalement et de description des monuments, lieux, événements historiques et thématiques identitaires. Ces experts du tourisme ont construit un concept éditorial facilitant *a priori* la découverte des richesses du Lot-et-Garonne. Ce concept éditorial s'appuie d'une part sur l'exploitation d'alertes indiquant au visiteur qu'il se situe à proximité d'un point d'intérêt[6] (POI) et d'autre part sur le recours massif à l'illustration iconographique et audiovisuelle.

Le prestataire retenu a produit, selon ses propres termes, « *un guide touristique mobile et interactif* ». Se déployant sur un vaste territoire où le patrimoine est diffus, la question de

---

[3] https://itunes.apple.com/fr/app/visit-47/id891662333?mt=8 (Page consultée le 18 mars 2015).

[4] Toutes les citations entre guillemets et en italiques présentes dans le texte sont extraites des entretiens libres que nous avons menés au mois de décembre 2014 avec les concepteurs et les producteurs de *Visit 47* et retranscrits pour le besoin de cette étude.

[5] À cet égard, on pourra souligner l'usage de l'anglais pour nommer l'application ; si celui-ci permet d'attirer un public étranger et anglophone, relève également d'un désir de transmettre une impression de modernité et de bonne intégration des codes de la culture numérique où les termes anglais sont nombreux.

[6] Les concepteurs d'applications mobiles se basant sur l'usage des GPS intégrés aux smartphones et tablettes utilisent l'acronyme POI, pour Point Of Interest, c'est-à-dire un point, qui suppose un intérêt et sur lequel le dispositif propose une action.

l'accessibilité aux sites et attractions sélectionnés s'est rapidement imposée comme le point d'achoppement du projet. Comment le visiteur peut-il appréhender techniquement et intellectuellement cette abondante information ? La solution technique exploitée est celle des alertes, utilisées par exemple par les applications de journaux et magazines. Localisé par le GPS intégré à son terminal et qui s'active lors de l'ouverture du dispositif, le visiteur devient le récepteur d'informations touristiques qui s'offrent à lui de manière autonome et mécanique en fonction de son positionnement spatial au sein du territoire. Il s'agit pour les concepteurs d'identifier au préalable puis d'indiquer au voyageur ce « *qui mérite le coup d'œil* ». La dimension prescriptive, sur laquelle s'appuie toute production touristique en requalifiant les lieux hors de leur réalité quotidienne est évidente. C'est l'espace qui module l'expérience de visite. Il en découle que l'interface qui gère l'accès cognitif à ces informations localisées s'appuie essentiellement sur une appréhension géographique des données touristiques. Si la première définition du projet envisageait de privilégier un accès chronologique, le prestataire a convaincu les commanditaires de basculer leur pensée principalement textuelle et historique en une pensée visuelle et géographique.

1.2. De la liste à la carte

Valorisant des informations patrimoniales localisées, l'outil relève désormais des genres éditoriaux consacrés aux territoires tels que les guides de voyages ou les itinéraires de découverte. À l'inverse toutefois du guide qui, sous son format traditionnel papier, construit « une écriture de la liste qui garantit une passation de discours touristique entre lui et son lecteur/voyageur » (Vergopoulos, 2010, 311), *Visit 47* élabore une écriture de la carte qui assure la transmission de l'information à l'usager. Abandonnant la matérialité tabulaire des guides papiers, ce dispositif de signalement médiatise doublement le territoire concerné grâce à la cartographie organisant l'accès aux informations spatiales et touristiques tout en représentant la réalité physique de cet espace. Alors qu'une structuration chronologique aurait entraîné pour l'usager une appropriation ordonnée et temporelle des informations selon un parcours préétabli par les producteurs, l'organisation géographique l'autorise à déambuler à sa guise entre les différents POI. Concrètement, pour l'usager il s'agit d'abord de localiser sur la carte l'unité spatiale du département sur laquelle il se trouve et souhaite obtenir des informations touristiques. Compte tenu des nombreuses données téléchargeables, l'ensemble du département ne peut en effet être appréhendable dans son entièreté ; celui-ci est divisé en cinq pays ou unités spatiales. Avant de recevoir des alertes, l'usager sélectionne donc l'un des cinq pays du département sur lequel il se trouve. Se matérialise dès lors une carte de l'unité spatiale choisie qui localise les sites à voir grâce à des points colorés et ornés de symboles graphiques comme une tour crénelée ou un bateau (fig. 1). Au-delà des alertes, qui sont de l'ordre du signalement attirant l'attention du voyageur, cette cartographie organise la pratique de découverte et gouverne l'accès aux informations concernant chaque site. Bien que cette organisation géographique prime, un cheminement thématique est toutefois possible. Celui-ci regroupe au sein d'un inventaire transversal des rubriques tels que « Bastides et villages remarquables », « Monuments », « Fleuve, rivières canal et voie verte », « Musées et sites de visites », ou encore « Gastronomie ». La sélection d'une thématique entraîne la matérialisation sur la carte d'un parcours regroupant les lieux concernés et proposant un cheminement possible entre ces derniers. Figures de l'archipel – les pastilles colorées de la carte comme autant d'unités autonomes – et figures du réseau – les pastilles regroupées en unité cohérente – (Vergopoulos, 2010, 319) se retrouvent donc inscrites dans une même mise en scène géographique et visuelle. En ce sens, le dispositif développé par l'éditeur numérique répond parfaitement au besoin de signalétique territoriale exprimé par le commanditaire. Parallèlement, les lieux patrimoniaux dont il est question dans l'application ne sont plus liés

entre eux par une narrativité chronologique mais par une figuration territoriale qui valorise un espace géographique plus qu'un récit historique.

1.3. Portabilité et interactivité comme signes d'innovation

Le caractère inédit de cette application repose en partie sur un présupposé propre aux technologies numériques qui participeraient notamment à requalifier nos rapports à la culture. Or, derrière le discours porté par les producteurs de facilité d'accès à l'information grâce aux alertes qui assure au voyageur que le dispositif « *reconnait* » son itinérance, il faut souligner la complexité des conditions de téléchargement. Une fois l'application repérée et téléchargée, l'usager doit ensuite enregistrer sur son appareil l'ensemble des fichiers multimédias qui composent le contenu informationnel du dispositif. Pour chaque unité spatiale, cela représente plusieurs centaines de mégaoctets de données. Cette opération, si elle s'explique par les contraintes de connexion en milieu rural, suppose d'être connecté à un réseau wifi lors du téléchargement. Pour fonctionner, l'application s'appuie en réalité sur une anticipation de la visite par le public et va, par conséquent et d'une certaine façon, à l'encontre de la mobilité promise. Ici comme ailleurs, la mobilité du dispositif numérique consiste plus en la possibilité de transporter avec soi et sur soi des systèmes informationnels embarqués que sur la construction d'usages autonomes lors des déplacements physiques (Bordeaux et Renaud, 2014). Au terme de mobilité, souvent valorisé par les commentateurs des tendances numériques parce que celle-ci impliquerait une grande liberté d'usage et de déplacement, celui de portabilité est-il sans doute préférable.

Portable, *Visit 47* se donne également à voir comme un dispositif innovant puisqu'il propose d'embarquer sur son terminal un guide interactif où « *ce qui est à voir du Lot-et-Garonne se fait connaitre de lui-même* ». Les contraintes d'accessibilités signalées ci-dessus dépassées, l'application s'appuie sur une série d'interactions qui s'établissent entre l'outil et le voyageur outillé. Sélection de l'unité spatiale sur laquelle il se situe et réception des signalements, le mode de communication que construit l'application émettrice du signal avec le visiteur récepteur de ce signal est donc celui de l'interactivité élaborée par d'autres types d'applications telles que celles des journaux et périodiques contemporains. Comme pour les systèmes interactifs exploités en contexte muséologique, concepteurs et visiteurs dialoguent via l'outil et les modes d'appréhension proposés (Le Marec, 1993). En anticipant ce que souhaite voir le public, et comment celui-ci souhaite le voir, les créateurs ont programmé, au sens informatique comme pratique, des séries d'actions possibles. Conséquemment *Visit 47* canalise l'accès à l'information touristique et organise une déambulation optimisée – l'impression de pouvoir tout voir sans se perdre – selon une démarche qui associe exhaustivité, directivité et autonomie, combinaison *a priori* impossible à obtenir via un guide papier.

Pour autant, ce contrat de communication qui fait du touriste l'acteur de son parcours de découverte a parfaitement été repéré dans les formes d'écriture des guides de voyage traditionnels (Vergopoulos, 2010, 323). Et bien que le visiteur soit libre de sélectionner tel ou tel lieu, l'outil assume une certaine dimension prescriptive en situation de visite. Celui-ci recommande ainsi à l'usager le meilleur emplacement pour réaliser la meilleure prise de vue avec son appareil portable ou préconise la période de l'année où le site visité est susceptible de proposer une expérience plus enrichissante (climat plus propice à la contemplation, jours de fête ou d'animation, etc.). Il ne s'agit plus seulement de fournir des informations renseignant l'intérêt historique, artistique ou anecdotique d'un lieu mais également de raccrocher sa découverte à une pratique touristique parfaitement balisée. De même, l'ensemble des courtes vidéos présentant certains lieux reprennent systématiquement la même formule : un acteur du patrimoine local filmé en situation et racontant une histoire, mimant

finalement ce que le voyageur peut vivre lors d'une visite guidée. Ces nombreuses images contemporaines, fixes ou animées et présentant les sites qui s'élèvent devant les yeux du voyageur, valident le décor de l'expérience touristique. La photographie touristique, symbole de l'appropriation individuelle du territoire et souvenir personnel de la visite (Gunthert, 2013, 303), devient la référence à une expérience touristique collective.

Dépassant les discours d'innovation qui entourent ce type de dispositifs, discours véhiculés en partie par les professionnels engagés dans ces productions, ce premier niveau d'analyse démonte la vision chimérique d'un voyageur connecté, entièrement libre et autonome. Mais si l'outillage numérique emprunte une partie de ces prescriptions à l'industrie du tourisme, quels sont ses effets sur la qualification des lieux visités ?

2. Patrimoine et culture numérique, requalification des patrimoines en contexte touristique

La culture numérique peut s'apparenter aux bouleversements induits par les pratiques numériques de masse, instaurant de nouvelles normes culturelles et remettant en cause des conventions et traditions héritées de la culture de l'imprimé (Doueihi, 2011, 11). Sous cet angle et au sein des pratiques patrimoniales, elle tendrait à bousculer l'autorité des spécialistes attachés à l'imprimé et où se diffuse une culture informationnelle qui encadre le processus de sélection, de conservation et de description des objets patrimoniaux. Mais qu'en est-il réellement ? Supposant l'acquisition de savoir-faire techniques et gestuels, ce dispositif propose des prescriptions d'usages mais construit-il pour autant de nouvelles structurations informationnelles ou de nouveaux objets patrimoniaux ?

2.1. Un cheminement balisé, une posture encadrée

Loin de provoquer une pratique touristique totalement émancipée, le dispositif nous paraît forger des prescriptions d'usages strictes. Se situer dans l'espace, observer un site, prendre une photographie, toutes ces actions qui forgent le caractère expérientiel d'une visite sont ici guidées par l'application et par ses concepteurs.

Ces propositions d'appropriation sont sensiblement différentes de celles fixées par un autre système de visite également développé par GMT Édition en collaboration avec Art Graphique et Patrimoine. Intitulé *Izzyguide 3D*, cette collection numérique de guides de visite de sites historiques ou de centres urbains repose sur une déclinaison d'une technologie actuellement très en vogue mais dont la définition reste floue, la réalité augmentée. Le premier opus de l'éditeur, *Jumièges 3D*, a été produit en 2012 à la demande du conseil général de Seine-Maritime. Ici, comme pour les dernières livraisons que sont *Avignon 3D* et *3D Poitiers évolution*, le visiteur, positionné là encore selon des POI sélectionnés par les commanditaires et géo localisés par la tablette, agit sur le degré d'immersion souhaité en choisissant le degré de recouvrement visuelle de la réalité contemporaine par une représentation du passé en images de synthèse. Techniquement, cet outil substitue le flux vidéo filmé par la caméra du terminal mobile par des reconstitutions de monuments ou paysages disparus, d'où l'expression à notre sens plus juste de « réalité substituée ». Remplaçant l'image actuelle de ces lieux par une illustration historique de ces mêmes lieux, l'imaginaire qui entoure ces applications est celui du voyage temporel, et non territorial comme c'est le cas pour *Visit 47*.

Au-delà de cette différence notable, la taille de l'espace concerné a également son importance. Face à l'ampleur du territoire et le nombre de sites à valoriser – plus de 200 – les concepteurs ont voulu accompagner au maximum le touriste afin d'éviter qu'il se perde. S'il semble indéniable que *Visit 47* permet d'embrasser plus largement le département, en tant que

système embarqué elle paraît aussi proscrire « toute forme d'égarement ou de visite buissonnière » (Calvignac, 2014).

Balisant son cheminement, le dispositif isole dans un premier temps le visiteur du lieu visité puis, dans un second temps, tente de créer un continuum expérientiel entre réel et virtuel, analogique et numérique. Ces deux intentions se manifestent par les expressions corporelles induites par l'outil. En posture tête basse lorsqu'il se repère sur la carte et lit des informations textuelles, l'usager passe en position tête haute lorsqu'il recherche les points de vue photographiques les plus satisfaisants ou écoute des commentaires sonores, à l'image de la posture que nous adaptons lorsque nous écoutons la description d'une œuvre munis d'un audioguide. Cette alternance dans la corporéité du voyageur est le signe d'une information structurée.

2.2. Une mécanique de strates documentaires

D'une manière générale, le guide touristique agit comme tout document qui rassemble des sites en vue d'en assurer leur diffusion. Il permet au concepteur de propager un message, et au récepteur de s'informer, de connaitre une partie du territoire « dans un programme pratique marqué par la norme de la rapidité » (Jeanneret, 2014, 115). La rapidité d'accès aux informations et « l'activité de reformulation du déjà-dit » (Jacobi, 1999) des guides sont les premières strates d'une médiation spatiale qui comprend des allers-retours entre l'objet guide et le sujet voyageur engagé dans la création de son parcours et de sa découverte.

Pour définir le système informationnel organisant ces allers-retours, les créateurs évoquent « *des couches ou des empilements de médiations* », définissant ainsi une structuration hiérarchique de l'information. On perçoit ici le chemin qui part de l'objet pour aller vers l'usager dans un souci, d'abord, de signalement géographique, puis de vulgarisation touristique. Ces « *couches de médiation* » sont visiblement assimilables à des strates documentaires qui condensent et reformulent des données pour certaines déjà présentes ailleurs, dans d'autres guides ou sur le web. Mais il convient de dépasser les formules construites par les producteurs pour comprendre comment ce dispositif structure l'information.

La présentation du lieu choisi par le voyageur à partir de la classification géographique induite par l'interface cartographique est toujours organisée de la même manière. Un premier niveau de description textuelle délivre de brèves explications à caractère historiques ou anecdotiques (fig. 2) ; l'usager y retrouve des informations d'identification telles que la date de construction du monument. La deuxième couche d'informations dispense quant à elle « *les éléments possibles d'expérience* », c'est-à-dire les prescriptions d'usage évoquées plus haut et qui proposent au visiteur d'enrichir son expérience en explorant le lieu. Si le voyageur désire en apprendre plus sur ce site, celui-ci peut également consulter des informations supplémentaires qui appartiennent aux savoirs patrimoniaux. Ce niveau supérieur d'informations n'est jamais livré sous forme de texte ; l'audio, la vidéo et les photographies priment (fig. 3). Comme nous l'avons déjà signalé, toutes les illustrations sont contemporaines, les commentaires audio ont été enregistrés par une comédienne professionnelle et les vidéos reprennent toutes la formule d'une interview d'un acteur du patrimoine local. Parfois, enfin, des modules de manipulation sont proposés, comme le recouvrement progressif, par effleurement avec son doigt de l'écran tactile, d'une photographie contemporaine par une carte postale ancienne du site. Précisons qu'il s'agit là des seuls moments où les concepteurs recourent à une iconographie historique.

Chaque POI peut donc être considéré comme un agrégat structuré de plusieurs documents multimédias puisqu'il regroupe du texte, des photographies, du son ou encore de la vidéo. Cette hiérarchisation de documents ordonne l'expérience de visite en signalement,

sélection, découverte et appropriation (fig. 4). Parallèlement, l'activité de découverte touristique se voit mécanisée par le système informatique qui régule les données et leur appréhension ; des alertes systématiques, une structure unifiée, une organisation informationnelle hiérarchisée, une série de sites organisée par une classification géographique ; autant d'éléments qui tendent à démontrer que la mécanisation des objets culturels à l'ère du numérique, parallèlement à leur mise en scène sur l'espace de nos écrans, influencent l'édition patrimoniale en contexte touristique, tout comme elles agissent par exemple sur les sciences historiques en les orientant progressivement vers une reformulation spatiale du passé (Kaplan et al., 2014, 51).

Il faut toutefois minimiser cette influence car *Visit 47*, loin des pensées totalisante, encyclopédique ou collaborative portées par les acteurs leader du réseau numérique que sont, par exemple, Google ou Wikipédia, conserve une structure fermée et architecturale qui rappelle l'économie de l'imprimé et rapproche cette application du guide touristique traditionnel. À l'heure où les institutions culturelles promeuvent le participatif et le collaboratif, autres substantifs souvent associés à la culture numérique, d'aucuns pourront par exemple regretter l'impossibilité pour l'usager d'enrichir le corpus iconographique ou de proposer de nouveaux sites.

2.3. Un patrimoine territorial requalifié

In fine, et parce qu'il met en scène les nombreux sites et objets patrimoniaux de ce département, ce dispositif participe selon nous à une redéfinition du patrimoine lot-et-garonnais par l'intégration au sein du corpus d'objets hétéroclites en rupture semble-t-il « avec un patrimoine hérité, matériel, légitimé par des savoirs notamment historiques, conservés et transmis par les seules structures muséales et patrimoniales » (Tardy et Dodebei, 2015). Alors que le modèle communicationnel de la patrimonialisation s'appuie sur une nécessaire rupture mémorielle entre le monde d'origine et le monde contemporain ainsi que sur une distinction généralement stricte entre spécialistes acteurs de la patrimonialisation et publics récepteur de cette patrimonialisation (Davallon, 2006), le brouillage des frontières induit par la culture numérique invite à réfléchir sur les valeurs assignés à certains objets dans le cadre des mises en scènes repérées.

Si la sélection de monuments tels que châteaux et églises semble évidente, certains POI donnent à voir une évolution des intérêts patrimoniaux à travers l'extension de la notion aux objets gastronomiques ou encore paysagers. Concernant ce dernier domaine, il est notamment intéressant de souligner qu'autrefois celui-ci était réservé aux espaces non transformés par l'homme (Desvallées et al., 2011, 424), alors même que ce département rural est fortement marqué par l'agriculture et la production maraîchère. En valorisant le paysage lot-et-garonnais, exposé notamment dans une vidéo où une médiatrice expose le morcellement des parcelles et la succession des cultures, il s'agit pour le commanditaire de mettre en avant une histoire actuelle qui est celle des hommes travaillant la terre. Souhaitant avant tout proposer aux usagers de l'application « *une visite touristique et non patrimoniale* », ses producteurs ont multiplié les informations sensibles ou insolites telles que le signalement des panoramas, marchés ou recettes traditionnelles. Ils instaurent dès lors une mémoire sociale qui se matérialise autour d'objets culturels parfois déjà élus par les experts du patrimoine[7].

À travers cet outil, nous assistons donc à une mise en communication d'objets patrimoniaux aux statuts encore équivoques ; assistons-nous pour autant à la patrimonialisation de sujets inédits, à l'image des récits rapportés par les médiateurs qui interviennent dans certaines vidéos ? Alors que les éditeurs de guides de voyage aiment à

[7] À l'image de la gastronomie française reconnue dès 2010 par l'Unesco comme patrimoine immatériel de l'humanité.

reproduire des discours, certaines vidéos présentent en effet des récits et légendes originaux. Sélectionnant, enregistrant et mettant en forme ces récits, les concepteurs et producteurs de *Visit 47* paraissent à première vue assumer le rôle des spécialistes patrimoniaux afin de transmettre une mémoire sociale. Toutefois, l'absence de production experte sur l'ensemble idéal et générique que constituerait par exemple un corpus scientifique regroupant les récits traditionnels du Lot-et-Garonne rend impossible la construction de savoirs scientifiques sur ces objets et, *a fortiori*, leur patrimonialisation (Davallon, 2015). Parce que le voyage peut se définir à partir des concepts de rencontre, d'altérité et d'ailleurs, les vidéos de *Visit 47* proposent de rencontrer les acteurs du territoire ; *de facto* le site ne devient pas un lieu historique figé, encore moins un lieu de mémoire collective, mais un espace du vécu actuel. Alors, la frontière entre objets patrimoniaux et production culturelle devient de plus en plus poreuse (Davallon, 2012, 25).

Conclusion

L'exemple récent que représente l'application *Visit 47* donne à voir une forme d'exploitation numérique du patrimoine qui devient depuis quelques années un agent économique et politique de développement territorial. Outil de communication touristique et institutionnelle, l'application intègre aussi partiellement la grande famille des objets médiateurs censés diffuser des informations et permettre aux publics de se les approprier en les transformant en connaissances personnelles.

Pour atteindre l'objectif principal de cette application, c'est-à-dire la mise en visibilité d'un territoire identifiable et mis en scène, ses concepteurs développent une série de stratégies éditoriales qui s'organisent dans l'environnement numérique. La question de la couverture numérique d'une étendue territoriale aussi vaste dans ses dimension patrimoniales et touristiques suppose notamment de réfléchir au mode d'accès à l'information. La réponse apportée n'est pas chronologique mais géographique puisque la classification cartographique guide littéralement – dans son itinérance territoriale comme dans son engagement intellectuel – l'usager. Certes, le guide papier use également de la médiation cartographique puisqu'il transmet essentiellement de l'information culturelle géo-référencée. Toutefois le voyageur a tout loisir de poser l'ouvrage pour prendre ses photographies et observer l'environnement visité. À l'inverse, le guide numérique interactif étudié ici révèle de la part des concepteurs une stratégie particulièrement prescriptive, voire envahissante ; l'outil est constamment présent dans la main de l'usager et même devant ses yeux lorsqu'il s'agit par exemple de prendre un cliché photographique. L'application accompagne donc fortement le public pendant sa découverte. Celle-ci s'appuie sur une importante logistique documentaire, actualisant par là même un discours institutionnel qui cherche à raconter la collectivité dans son vécu humain. *Visit 47* s'appuie de fait sur des strates documentaires de données patrimoniales déjà connues par ailleurs et mises en scène dans un récit dont l'objectif premier est de mettre en avant des lieux où les visiteurs pourront se rendre et participer à une expérience touristique vivante. Le patrimoine désormais transformé en décor, c'est l'expérience qui est visée pour un public indifférencié, non ciblé *a priori*. La représentation du Lot-et-Garonne véhiculée par l'ensemble de ces strates documentaires ne s'en trouve cependant pas modifiée mais juste modernisée.

Les constats effectués lors de cette analyse montrent *in fine* que cette application s'inscrit du côté des pratiques de numérisation du patrimoine et de la problématique de l'accès à l'information. En ce sens, elle peut être définie comme un dispositif de médiation documentaire. Dès lors, la promesse si séduisante du numérique qui présage une possibilité de « changement d'objet, de public et d'activité de l'institution » (Davallon, 2012, 24) demeure encore lointaine.

Bibliographie

Bideran J. (de) (2014), *Visite numérique et parcours augmenté, ou les interactions complexes des touristes avec le patrimoine*, in Échappées, n° 2, Multimédia, usages et usagers à l'ère numérique, p. 38-48.

Bideran J. (de), Fraysse P. (2014), *Le projet « cathédrales numériques » : nouvelles pratiques de médiation culturelle du patrimoine ?*, in Connaissances et informations en action, actes du 1er colloque international CIA, ESPE d'Aquitaine, Université de Bordeaux, 21-23 mai 2014 (à paraitre).

Bordeaux M.-C., Renaud L. (2014), *La reconfiguration symbolique des territoires touristiques par la réalité augmentée : nouvelles écritures des visites patrimoniales*, in Les cultures du déplacement, Aix-en-Provence, PUAM, 285 p.

Calvignac C. (2014), *Le dilemme du touriste équipé*, in Mondes sociaux, http://sms.hypotheses.org/2514, consulté le 21 mars 2015.

Davallon J. (2015), *Mémoire et patrimoine : pour une approche des régimes de patrimonialisation*, in Mémoire et nouveaux patrimoines, Marseille, OpenEdition Press, http://books.openedition.org/oep/444, consulté le 13 mai 2015.

Davallon J. (2012), *Du numérique pour la culture à la culture du numérique ?*, in Réseaux et processus info-communicationnels ; médiations, mémoires, appropriations, actes de la 2e journée scientifique internationale du réseau Mussi, Rio de Janeiro (Brésil), 24-26 octobre 2012, p. 21-36.

Davallon J. (2006), *Le don du patrimoine : une approche communicationnelle de la patrimonialisation*, Paris, Hermès science - Lavoisier, 222 p.

Desvallées A., Mairesse F. et Deloche B. (2011), *Patrimoine*, in Desvallées A. et Mairesse F. (dir.) Dictionnaire encyclopédique de Muséologie, Paris, Armand Colin, p. 423-451.

Doueihi M. (2011), *La grande conversion numérique*, Paris, Seuil, 330 p.

Flichy P., (1995), *L'innovation technique, récents développements en sciences sociale, vers une nouvelle théorie de l'innovation*, Paris, La Découverte, 250 p.

Flon É. (dir.) (2014), *Tourisme et médiations des patrimoines*, in Culture et Musées, n°23, p. 13-18.

Gunthert A. (2013), *La photo-souvenir, monument de l'histoire privée*, in Chaumier S., Krebs A. et Roustan M. (dir.), Visiteurs photographes au musée, Paris, La documentation française, p. 301-306.

Jacobi D. (1999), *La communication scientifique : discours, figures, modèles*, Grenoble, PUG, 277 p.

Jeanneret Y. (2014), *Critique de la trivialité : les médiations de la communication, enjeu de pouvoir*, Paris, Éditions Non standard, 765 p.

Kaplan F., Fournier M., Nuessli M.-A. (2014), *L'historien et l'algorithme*, in Olivier Le Deuff (dir), Le temps des humanités digitales, Paris, FYP éditions, p. 49-63.

Le Marec J. (1993), *L'interactivité, rencontre entre visiteurs et concepteurs*, Publics et Musées, n°3, 1993, p. 91-109.

Lesaffre G., Watremez A., Flon É. (2014), *Les applications mobiles de musées et de sites patrimoniaux en France : quelles propositions de médiation ?*, in La Lettre de l'OCIM, n°154, http://ocim.revues.org/1423, consulté le 13 septembre 2014.

Rogers E. M. (2003), *Diffusion of innovations*, New York, London, Toronto, Free Press, 551 p.

Tardy C., Dodebei V. (dir.) (2015), *Mémoire et nouveaux patrimoines*, Marseille, OpenEdition Press, http://books.openedition.org/oep/411, consulté le 20 mai.

Vergopoulos H. (2010), *Tourisme et curiosités : approche communicationnelle du légendaire dans les guides de voyage imprimés*, Social Anthropology and ethnology. Université d'Avignon, Université du Québec à Montréal, http://tel.archives-ouvertes.fr/tel-00585410, consulté le 20 mai 2015/
Vidal G. (2006), *Contribution à l'étude de l'interactivité, les usages du multimédia au musée*, Bordeaux, PUB, 167 p.

Illustrations

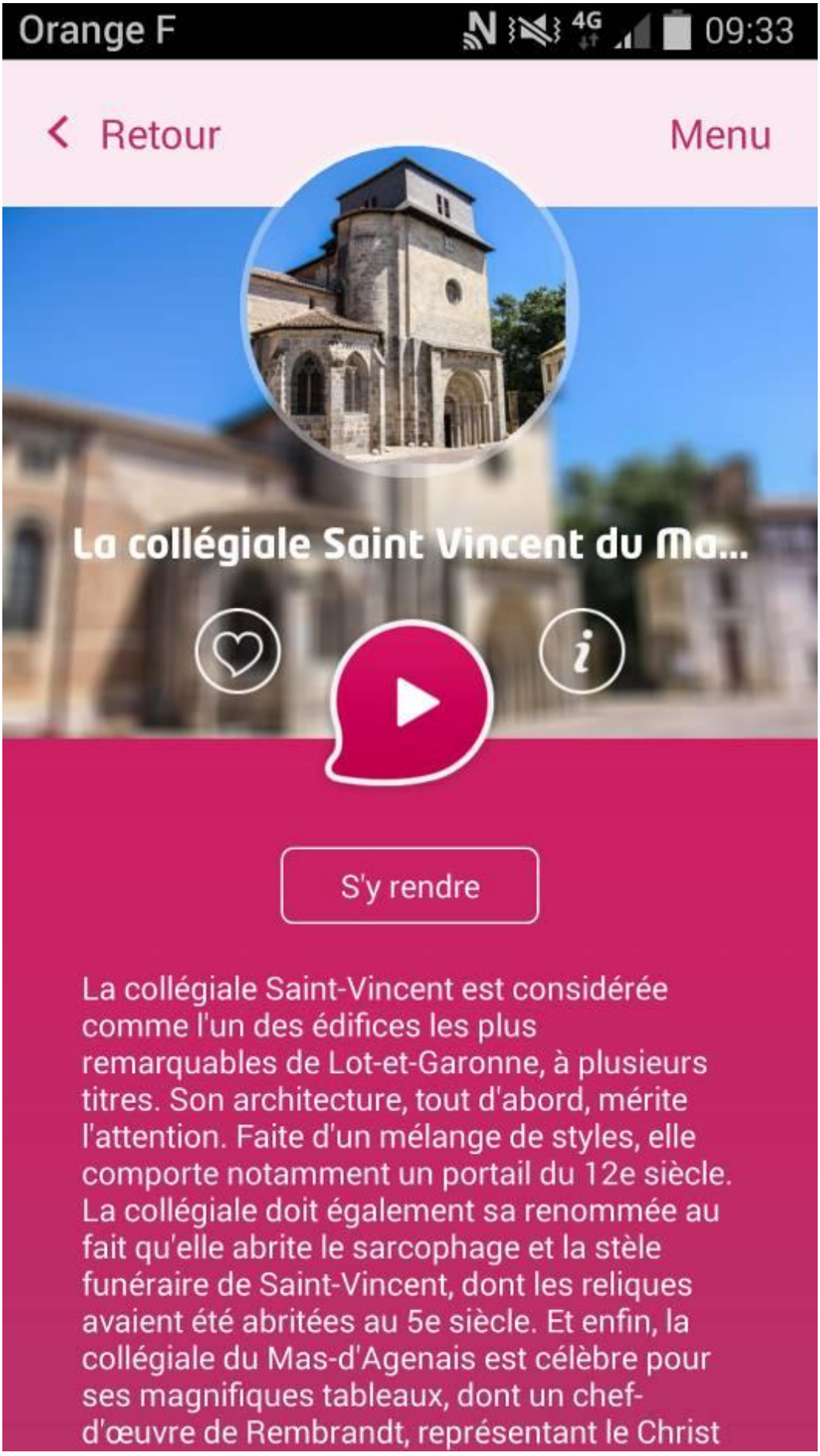
Fig. 1 : Capture écran de l'application révélant la classification cartographique que propose *Visit 47*. Réalisation GMT Editions pour le CG47 2013-2014.

Fig. 2 : Capture écran de l'application révélant l'empilement des couches documentaires que propose *Visit 47* : la 1e couche de description textuelle. Réalisation GMT Editions pour le CG47 2013-2014.

Fig. 3 : Capture écran de l'application révélant l'empilement des couches documentaires que propose *Visit 47* : la 2e couche d'informations audiovisuelles. Réalisation GMT Editions pour le CG47 2013-2014.

Fig. 4 : Capture écran de l'application révélant l'empilement des couches documentaires que propose *Visit 47* : la 3e couche d'appropriation personnelle. Réalisation GMT Editions pour le CG47 2013-2014.

Orange F
09:32
Catégories
Menu
VOIR
Autoroute des Deux-Mers
79KM
La collégiale Saint Vincent du Mas d'Agenais
47430 LE MAS-D'AGENAIS


Orange F
09:33
Retour
Menu
La collégiale Saint Vincent du Ma...
S'y rendre
La collégiale Saint-Vincent est considérée comme l'un des édifices les plus remarquables de Lot-et-Garonne, à plusieurs titres. Son architecture, tout d'abord, mérite l'attention. Faite d'un mélange de styles, elle comporte notamment un portail du 12e siècle. La collégiale doit également sa renommée au fait qu'elle abrite le sarcophage et la stèle funéraire de Saint-Vincent, dont les reliques avaient été abritées au 5e siècle. Et enfin, la collégiale du Mas-d'Agenais est célèbre pour ses magnifiques tableaux, dont un chef-d'œuvre de Rembrandt, représentant le Christ

Orange F 09:34

Retour Multimédia

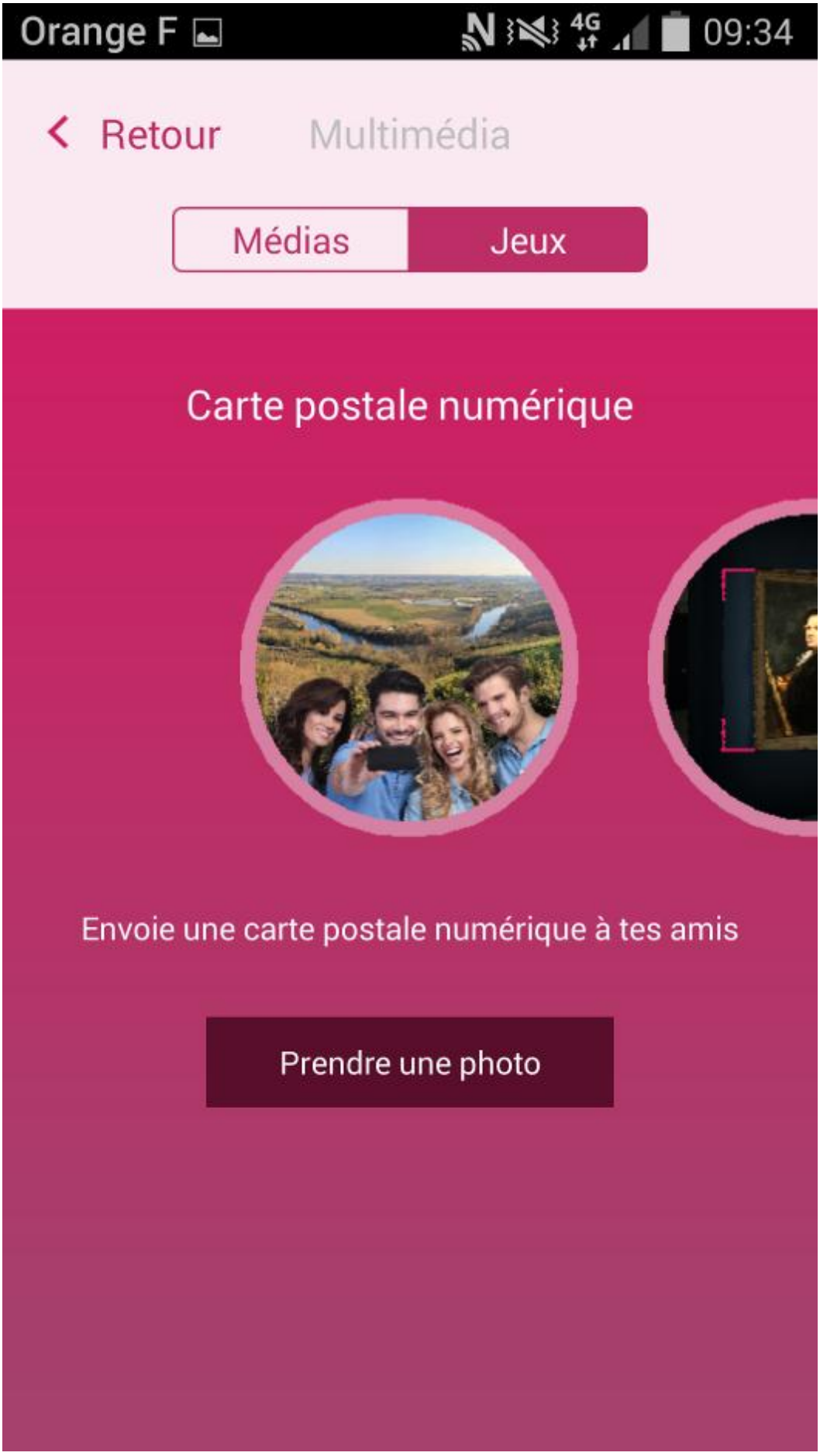
Médias Jeux

La Collégiale Saint Vincent

Son architecture

Galerie photos

360° Vue panoramique de la Collégiale


Orange F
09:34
Retour
Multimédia
Médias
Jeux
Carte postale numérique
Envoie une carte postale numérique à tes amis
Prendre une photo