

LE PATRIMOINE AU NUMÉRIQUE

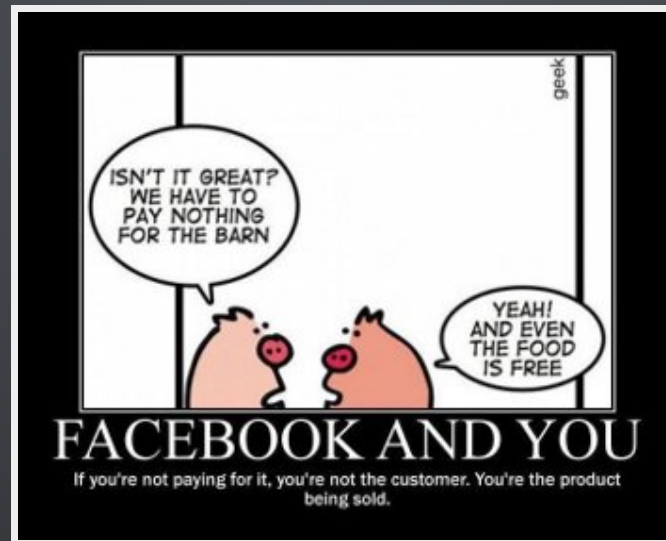
STRATÉGIES POUR LA MISE EN VALEUR DU PATRIMOINE
RÉGIONAL GRÂCE AUX TECHNOLOGIES NUMÉRIQUES

UNIVERSITÉ RURALE DU QUÉBEC, 10 SEPTEMBRE 2013

Léon Robichaud, Ph.D.
Professeur, Département d'histoire
Université de Sherbrooke

MISE EN GARDE

- Les technologies numériques ne sont pas
 - une panacée
 - magiques
 - un masque pour des problèmes existants.
- Les technologies numériques sont des outils pour mettre en valeur la richesse patrimoniale dont vous disposez.
- De plus :



PLAN DE L'ATELIER

- Analyse de la situation
- Objectifs numériques
- Tendances actuelles
- Survol des outils disponibles
- Les enjeux de propriété intellectuelle
- Rejoindre le public

ANALYSE DE LA SITUATION

- Constats présentés au Congrès de la Fédération Histoire Québec (mai 2012) s'appliquent toujours
- De nombreux sites de look contemporains et actifs
- Mais
 - Des contenus ne sont plus à jour
 - Des mises en page rappellent les années 1990
- Règle : le contenu génère les visites (content drives traffic)



OBJECTIFS D'UNE STRATÉGIE NUMÉRIQUE

- Quelle est votre mission (DLVV vs numérique)?
- Quel est le public visé?
 - Clientèle existante (renforcer les liens)
 - Nouveau public (qui, où, quand, comment, pourquoi)



TENDANCES ACTUELLES

- Présence simple
- Référence
- Exposition virtuelle
- Médias sociaux
- Applications mobiles
- Réalité augmentée

LE SITE WEB

- Vitrine
- Extension
- Reflet de votre organisme
 - Sa mission
 - Ses moyens

LE SITE WEB : INFORMATIONS DE BASE

- La mission
- Lieux physiques / virtuels
- L'équipe
- Les activités
- Devenir membre
- Outils de mesure
- Optimisation pour les moteurs de recherche

LE COURRIEL : L'OUBLIÉ

- Demeure un mode de communication rapide et utile
- Définir une adresse pour l'organisme (éviter les adresses personnelles)
- Offrir l'option de s'abonner à une infolettre
- Éviter les envois lourds



Inscription à l'infolettre
Recevez gratuitement les dernières nouvelles
de la Société Provancher d'histoire naturelle du
Canada

Tous droits réservés 2011 La Société Provancher d'histoire naturelle du Canada. - Notes légales

Une réalisation de iClic
Créateur de succès internet



LE BLOGUE/CARNET WEB

- Rédiger en fonction des lectrices et des lecteurs
 - Définir trois profils ou trois personnes réelles qui liraient votre carnet
- Plusieurs plate-formes clés en main (Wordpress)
- Utiliser pour le contenu renouvelable
- Doit être actif et "rediffusé"
 - Utiliser un fil RSS ou Atom pour l'abonnement
 - Annoncer les publications sur Facebook et Twitter

TWITTER (500 MILLIONS D'USGERS)



- Publication de messages de 140 caractères ou moins
- Peut inclure des liens, donc rediriger vers le carnet ou autre
- Parfois superficiel (Bieber), mais efficace et redoutable (Oasis, Whippet)
- Utilisation efficace de mots-clics (hashtags) : #patrimoine #musée #tourisme

FACEBOOK (1,1 MILLARDS D'USAGERS)

- Entreprise à but très lucratif
- Politique de vie privée très problématique (jusqu'à ce que les Zuckerbergs en soient victimes)
- Permet de créer et d'entretenir une communauté
- Annoncer les événements, discuter d'enjeux locaux (Centre d'action culturelle de la MRC de Papineau)
- Vos membres actuels et potentiels sont-ils sur Facebook?

LES CATALOGUES D'IMAGES ET DE VIDÉOS

- Youtube (1 milliards d'utilisateurs, appartient à Google); présenter événement, conférence
- Tumblr (216 millions d'utilisateurs); rapide, léger, efficace
- Instagram (100 millions d'utilisateurs, appartient à Facebook); sociabilité et partage
- Flickr (87 millions d'utilisateurs, appartient à Yahoo)
- Picassa (?? millions d'utilisateurs, appartient à Google)
- Pinterest (48,7 millions d'utilisateurs); meilleur design visuel, communautés d'intérêt
- HistoryPin (?? millions d'utilisateurs); intégration à GoogleMaps, StreetView, ancrage spatio-temporel, circuits de visite
- Les canaux commerciaux doivent être vus comme des leviers pour amener des visiteurs sur votre plate-forme

APPLICATIONS MOBILES

- Application riche : carte, texte, image, son, vidéo, 3d
- Complètent ou remplacent les brochures, panneaux, bornes, guides
- Sur le terrain, guide les usagers avec des instructions, des codes QR (Quick Response) ou la géolocalisation
- Application à télécharger sur une tablette, un téléphone, parfois un lecteur MP3 (baladodiffusion)
- Avantages : autonomie, accessibilité
- Désavantages: coût, expertise, téléchargement de données pendant le circuit

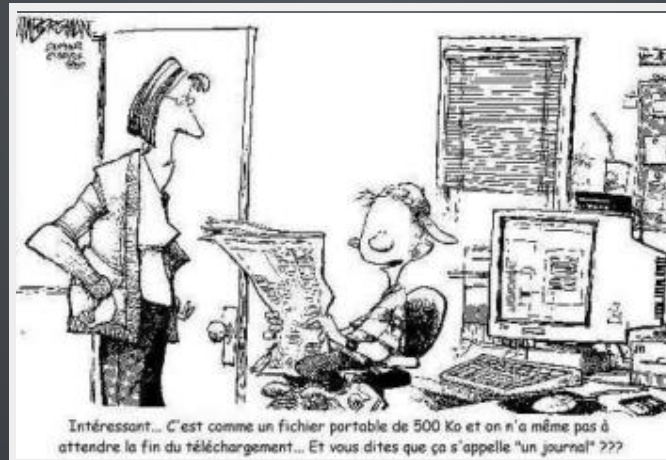


PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE

- Services commerciaux = permettre à l'entreprise une certaine utilisation des données
- Bien lire les « conditions d'utilisation » (terms of use)
- Tant qu'à remettre des données à des entreprises commerciales, pourquoi ne pas utiliser des licenses Creative commons?
- Parmi les sites de partage d'images non-commerciaux peu connus : [Le monde en images](#)

REJOINDRE LE PUBLIC

- Comment les gens découvrent l'histoire?
- Quelle est la place du numérique dans ce processus?
- Comment le numérique peut-il être complémentaire à l'imprimé
- Comment le numérique vient-il préparer/compléter l'expérience sur place?



LA FOULE

- Outils du web social donnent accès à des millions d'usagers
- Sont-ils des visiteurs potentiels?
- Intérêt pour l'histoire et le patrimoine découle de préoccupations diverses
- Où est votre foule?
- Comment capter son attention (photos liées au moment...)

LA FOULE LOCALE ET RÉGIONALE

- Créer une masse critique
- Renforcer les liens entre organismes
- Créer des regroupements d'intérêt avec des organismes hors des cercles patrimoniaux (environnement)
- Analyser votre champ d'action
- Adapter les investissements et les ressources en conséquence

CONCLUSION (1/2)

- Pas de solution miracle qui s'applique à tous
- Analysez votre situation
- Identifiez les outils appropriés
- Implantez les outils
- Restez à jour
- Restez à l'affût

CONCLUSION (2/2)

- Éviter d'être consommateur des produits
- Appropriiez-vous les outils
- Les meilleures technologies de réseautage social s'appuient sur les interactions humaines
- Choisissez les meilleures technologies pour multiplier et étendre vos relations humaines
- N'oubliez pas qu'il s'agit d'une démarche qui vise des gens

FIN

MERCI DE VOTRE ATTENTION.

