

Pôle touristique Estérel – Côte d'Azur

(communes de Saint-Raphaël, Fréjus et Roquebrune-sur-Argens)

Développement responsable

La route numérique © De Rivages en Calanques

Le contexte de l'innovation

Le littoral est fortement fréquenté, dont des espaces naturels remarquables et protégés, mais la plupart des visiteurs n'en repartent avec aucun élément de connaissance.

L'innovation concerne notre zone littorale qui s'étend sur 51 km où se conjuguent de nombreux espaces préservés :

- le Massif de l'Estérel, site classé et zone Natura 2000
- la zone de cantonnement du Cap Roux, la plus grande réserve de pêche de France continentale
- les étangs de Villepey, propriété du conservatoire du littoral

L'utilisation des nouvelles technologies mobiles est apparue comme une solution pertinente pour valoriser ces espaces sensibles tout en les préservant.

L'idée innovante

Intégrer de l'information numérique sur des supports existants le long du littoral pour permettre aux visiteurs d'accéder à de l'information dynamique et interactive sur leur Smartphone. Deux modes d'accès : un QR code à flasher et un accès par SMS.

L'objectif recherché

Intéresser les clientèles touristiques aux activités maritimes durables, dont les activités de pêche traditionnelles et le pescatourisme

Sensibiliser les visiteurs à la protection de l'environnement

Valoriser et informer le grand public sur nos espaces naturels protégés

Améliorer la visibilité des activités nautiques en général, notamment les activités labellisées France Station Nautique

Faciliter la consommation des produits issus de la pêche locale

Faire des activités maritimes et de la pêche un élément fort et identitaire du positionnement touristique pour le territoire Estérel – Côte d'Azur

La démarche mise en œuvre (programmation, partenariats)

Première phase en 2011 : mise en place d'un comité de pilotage, définition de la ligne éditoriale, collecte des contenus et production des contenus multimédia.

Deuxième phase en 2012 : développement d'une web application mobile et aménagements des supports extérieurs, réalisation des supports de communication.

Une des clés du projet réside dans l'animation du réseau de partenaires, réunis au sein du comité de pilotage du projet :

Prud'Homme des Pêcheurs de Saint-Raphaël, Conservatoire du littoral, Office National des Forêts, Offices de Tourisme du territoire, France Station Nautique, Clubs de Plongée, Musée archéologique de Saint-Raphaël, Groupe FEP varois, Comité Local de pêche.

Le contenu de la réalisation

- Production de plus de 60 vidéos originales, adaptées au format mobile
- Développement d'une web application mobile, associée à une base de données administrable en interne pour l'évolution des contenus et des mises à jour
- Aménagement de points d'information numériques extérieurs. Certains supports ont été spécialement conçus, dans l'objectif d'être à la fois intégrés à l'environnement, mais aussi remarquable. Certains QR codes ont par ailleurs été directement intégrés sur des rochers

par souci d'intégration. Un support original (un totem), réalisé dans ce souci d'adaptation aux espaces naturels sensibles, a par ailleurs reçu le 1^{er} prix de l'innovation technologique 2012 : l'ICONA d'Or.

Ces outils sont soutenus par des actions de communication et d'implication des acteurs locaux :

- Des animations pédagogiques ont été conduites au marché des pêcheurs en septembre 2011, l'objectif était d'expliquer le concept en laissant les visiteurs tester la web application mobile.
- Un flyer, en français et anglais, a été réalisé et édité en 100 000 exemplaires ;
- Un support PLV a été réalisé pour promouvoir la route numérique auprès de tous les relais d'information du territoire que sont les Offices de Tourisme, les hébergeurs, les prestataires d'activités ... Un réseau de plus de 300 acteurs et professionnels du tourisme. Il sera distribué avec les flyers en juin 2012.
- Des vidéos pédagogiques ont été réalisées et diffusées via Internet et les réseaux sociaux

Plusieurs éducteurs sont programmés avec les Offices de Tourisme et les professionnels, ainsi que des « accueils presse » (non réalisés à ce jour).

Les moyens humains et financiers (budget total, coûts pour la collectivité)

- L'intérêt du projet a permis de mobiliser un financement européen et l'implication de nombreux partenaires.

Moyens humains internes : deux personnes ont été mobilisées sur ce projet une animatrice numérique de territoire et un chef de projets multimédia. Les services communication des 3 communes concernées par le projet et leurs Offices de Tourisme ont aussi largement contribué et travaillé sur les contenus.

- En externe, nous avons fait appel à des prestataires spécialisés dont un plasticien designer. Une agence de marketing mobile : BlueTouchCommunication; une agence de production multimédia : Vox Inzebox; un plasticien designer : Hervé Demongeot; un fabricant de supports extérieurs : Pic Bois.

Budget 2011 de la première phase du projet : 136 000 € (temps homme interne y compris)

Budget 2012 de la deuxième phase du projet : 69 000 € (temps homme interne y compris)

Un projet financé par l'Europe (Fond Européen pour la Pêche), l'Etat, la Région PACA, le Conseil Général du Var, et 20% d'autofinancement par le pôle touristique Estérel – Côte d'Azur (Association Loi 1901)

Le bilan de la réalisation (évaluation, suivi, projet d'évolution)

Les outils statistiques ne seront pertinents qu'à la fin de cette année 2012, où l'ensemble des outils seront déployés. Mais les contenus sont d'ores et déjà, de par leur qualité, plébiscités par les utilisateurs : les vidéos ont été vues plus de 11 000 fois en moins d'un an.

Evolutions prévues : développement d'une application de réalité augmentée, et développement d'un jeu sur smartphone pour toucher des publics plus jeunes.