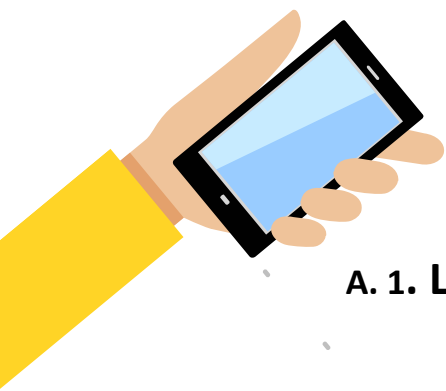


# — Curiosity —



**CREATION D'UNE APPLICATION MOBILE**



## A. 1. L'APPLICATION MOBILE

la façon dont nous interagissons avec le monde Transformez les objets, les images et les lieux de la vie quotidienne en de nouvelles opportunités d'engagement grâce à des expériences de réalité augmentée saisissantes.

Cette application, permet de profiter d'expériences de réalité augmentée réalisées pour les utilisateurs.

En effet, on peut facilement, depuis son **smartphone ou de sa tablette**, incruster une **image ou une vidéo** sur un élément du réel.

L'idée est de voir une autre photo (ou vidéo) à partir d'une image ou objet **préalablement choisi**. L'application permet de partager ses créations avec les autres utilisateurs de l'application. Par exemple si un utilisateur crée un "Aura" à partir d'un billet de 20 euros, un autre utilisateur qui vise avec l'application un billet similaire verra apparaître un "overlay", l'objet virtuel choisi par le créateur de l'aura.



## A. 2. La réalité augmentée, qu'est-ce que c'est

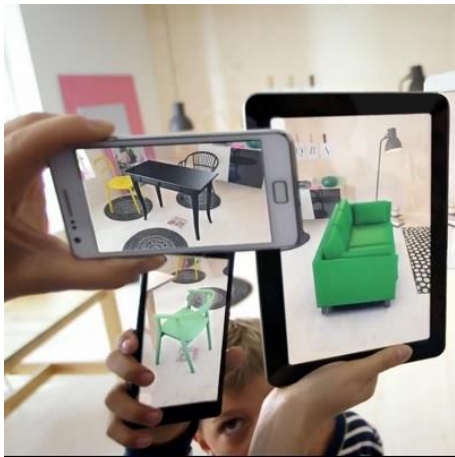
La **réalité augmentée**, aussi connue sur les termes **RA** ou **AR** (pour Augmented Reality), c'est tout simplement le fait de **superposer du contenu** (images, animations, vidéo, jeu...) à **une prise de vue en temps réel**.

Vous ouvrez une application, dirigez la caméra de votre téléphone ou de votre tablette sur un élément précis (que l'on appelle un marqueur), votre application le reconnaît et déclenche l'animation associée, qui s'intègre à ce que vous filmez avec votre appareil.

La technologie de réalité augmentée se met au service de tous types de produits et a un impact immédiat et durable pour celui qui en fait l'expérience. **Innovation, accessibilité et mobilité sont les mots qui la caractérisent le mieux**. Bien utilisée, elle peut être un puissant vecteur d'engagement des utilisateurs, avec

## A. 3. La réalité augmentée est partout

C'est le fait de superposer à la réalité des données virtuelles en 2D ou en 3D et ce, en temps réel. Une image étant bien plus souvent plus explicite !



En fonction de notre morphologie, superposer à notre visage ou corps de nouveaux habits, coiffures, lunettes ou produits Superposer des meubles ou objets de cosmétiques ...

Superposer des meubles ou objets de cosmétiques ...  
décoration dans notre salon, afin de vérifier les dimensions  
ou de pouvoir imaginer le rendu définitif.



## A. 2. Quels usages en pédagogie ?

Comme toute nouvelle technologie numérique, la réalité augmentée attire les jeunes publics par son côté innovant et ludique.

Elle permet avantageusement d'outiller en salle ou à l'extérieur :

- Des activités de recherche
- Des phases de découverte
- Des phases d'apprentissage

En effet, il est possible d'apporter, après un temps d'« observation – exploration », un second niveau d'informations (se superposant aux contenus trouvés), voire de corriger/montrer des évolutions de contenus (y compris proposés sous forme graphique).

Cette approche permet d'amplifier ou de soutenir des activités de découverte, de recherche par son côté immersif et ludique. Elle est donc un soutien possible au processus d'apprentissage.

## A. 3. Le domaine/Cible ?

### Le tourisme

L'Insee a dévoilé les chiffres du tourisme en France pour l'année 2017. Au total, l'Hexagone a enregistré 429 millions de nuitées en un an. C'est 23 millions de plus que l'an dernier, un chiffre record par rapport aux six années passées.

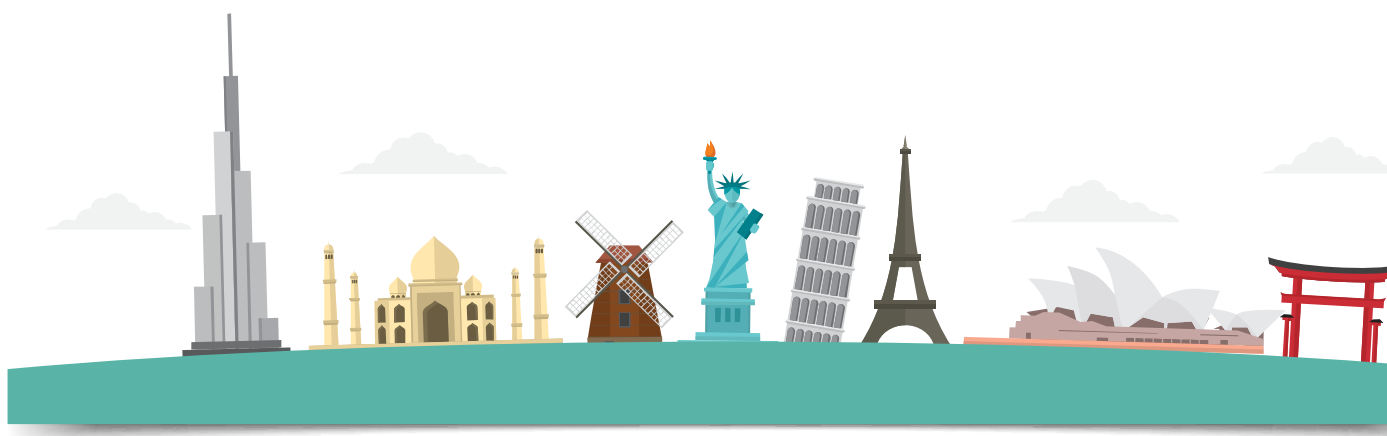
Le tourisme français se porte bien, très bien même. L'INSEE a publié début avril les chiffres du tourisme sur le territoire. La France n'enregistre pas moins de 429 millions de nuitées sur l'année 2017, un chiffre record. En comparaison, les chiffres des années 2011 à 2016 étaient compris entre 400 et 412 millions. Les deux dernières années ont été pénalisées par les attaques terroristes, en novembre 2015 et juillet 2016 notamment. L'affluence record de 2017 est un signe que la peur s'est dissipée, une bonne nouvelle pour les commerces et pour l'attractivité du tourisme en France. L'an dernier a aussi été marqué par un retour massif des touristes étrangers, dont le nombre s'élèverait à 89 millions selon les chiffres du gouvernement.



# 10%

C'est la part du tourisme dans le PIB mondial en 2017, toujours selon les estimations

de l'OMT. Cette année-là, le tourisme a concerné un emploi sur dix et représenté 7 % des exportations mondiales, soit 1 400 milliards de dollar



Le tourisme, un secteur stratégique dans l'économie nationale

D'après la Banque de France, **le poids du tourisme sur le PIB est de 7 %**. Il est représenté par les dépenses effectuées par les touristes lorsqu'ils séjournent sur le territoire. Affiché à 49 milliards d'euros en 2016, il s'élevait à **53 milliards d'euros en 2017** mais ce chiffre est susceptible d'évoluer. **Les principaux départements concernés par ces fortes augmentations sont bien évidemment Paris mais aussi la Seine et Marne**, notamment grâce à la présence de Disneyland Paris. Le département a vu sa fréquentation augmenter de 14 % pour les touristes étrangers. L'année 2017 est une année record pour le tourisme dans le département



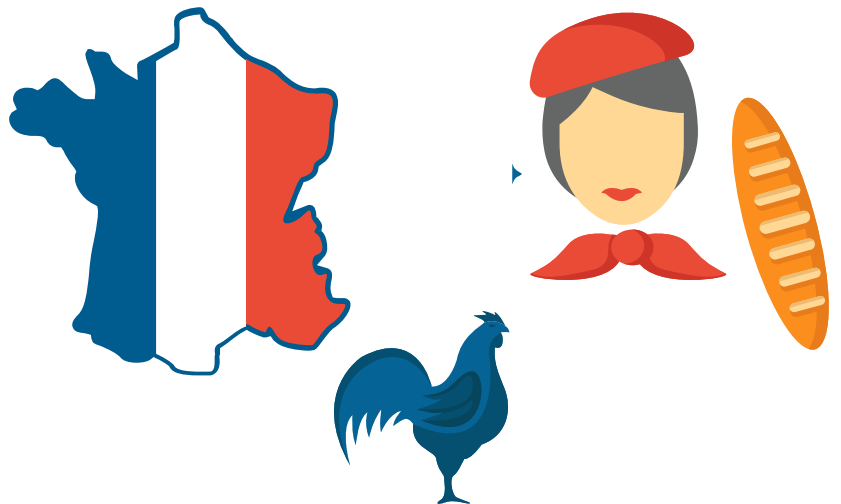
Ces touristes sont certainement partis voir l'un des 50 monuments les plus visités au monde, en France, en Espagne, aux Etats-Unis ou ailleurs. Comme vous pouvez vous en douter, la France est le pays le plus touristique au monde depuis des années, mais quels pays la précède ?

Voici la liste complète des pays les plus visités au monde en 2017 (sur la base du nombre d' « arrivées de touristes internationaux » qui ont passé au moins une nuit sur place) :



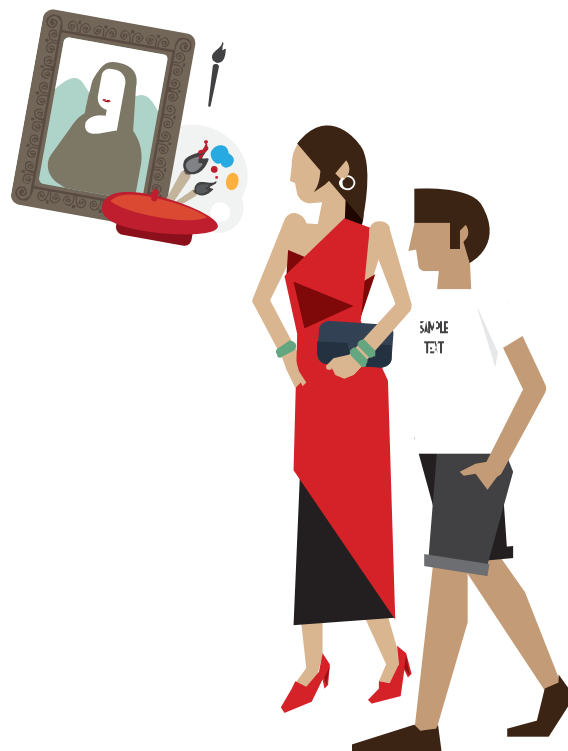
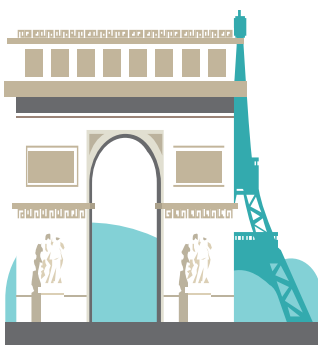
### Top 10 des pays les plus touristiques au monde en 2017 : classement des pays les plus visités dans le monde !

1. **France** – 82.6 millions.
2. **Espagne** – 82 millions.
3. **Etats-Unis** – 75.6 millions.
4. **Chine** – 59.3 millions.
5. Italie – 52.4 millions.
6. Royaume-Uni – 35.8 millions.
7. Allemagne – 35.6 millions.
8. Thaïlande – 32.6 millions.
9. Turquie – 30 millions.
10. Russie – 28.4 millions.



### Top 5 des villes les plus visitées dans le monde en 2017, celles qui sont envahies de touristes

1. **Bangkok** - 20,2 millions de visiteurs
2. **Londres** - 20 millions de visiteurs
3. **Paris** - 16,1 millions de visiteurs
4. Dubai - 16 millions de visiteurs
5. Singapour - 13,45 millions de visiteurs



## Top 10 des monuments les plus visités au monde

1. La Cité interdite – **Pekin**, Chine.
2. La **cathédrale Notre-Dame de Paris** – Paris, France.
3. La basilique Saint-Pierre de **Rome** au Vatican – Italie.
4. La Grande **Muraille** de Chine – Chine.
5. La **tour eiffel** – Paris, France.
6. La basilique du **Sacré-Coeur** – Paris, France.
7. Le **musée du Louvre** – Paris, France.
8. L'Opéra de **Sydney** – Australie.
9. Le **Palais** royal de **Bangkok** – Thaïlande.
10. La **basilique** de notre-dame-de-guadalupe - Mexique.



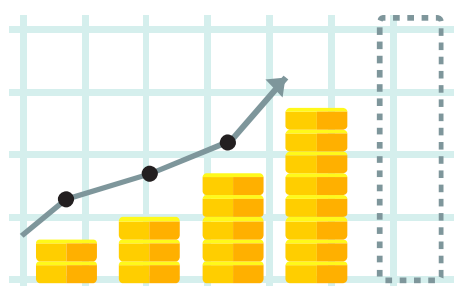
## A. 2. Quelque chiffre ?

### La consommation touristique en France et son poids dans le PIB

	2016 (p)	Évolution 2016/2015 (en %)
<b>Consommation touristique intérieure (en milliards d'euros courants)</b>	<b>158,9</b>	<b>0,0</b>
Visiteurs résidents	108,1	1,4
Visiteurs non résidents	50,8	-3,0
<b>Poids de la consommation touristique intérieure dans le PIB (en %)</b>	<b>7,1</b>	
Visiteurs résidents	4,8	
Visiteurs non résidents	2,3	

### Les entreprises des secteurs du tourisme en 2015

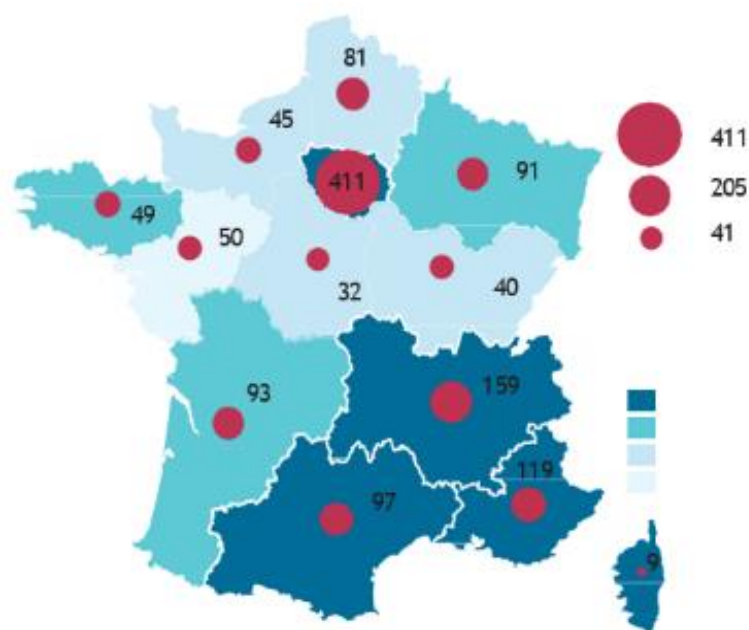
Nombre d'entreprises (en milliers)		Effectifs salariés en équivalent temps plein (en milliers)	Chiffre d'affaires HT (en milliards d'euros)	Valeur ajoutée HT (en milliards d'euros)
Ensemble des secteurs d'activités du tourisme	303,1	1 038,6	167,8	63,6
Poids dans l'ensemble de l'économie	7,4 %	8,1 %	4,4 %	5,7 %
dont Hébergements	49,0	177,3	24,8	10,2
Restaurations	164,7	453,4	48,8	20,6
Débits de boissons	39,2	36,9	6,5	2,7
Transports	5,9	240,8	44,7	19,6
Agences de voyages	8,7	35,7	13,2	1,8





# L'emploi dans les secteurs du tourisme et l'offre d'hébergement

Les effectifs salariés dans les secteurs d'activité du tourisme au 1<sup>er</sup> janvier 2017



Part des secteurs d'activité du tourisme dans l'ensemble Des emplois salariés de la région

Plus de 7% de 6 à 7%  
de 5 à 6% Moins de 5%

## Monuments, sites culturels et récréatifs les plus fréquentés

Rang	Site ou événement	Commune	2012	2013	2014	2015	2016
1	Disneyland	Marne-la-Vallée	16 000 000	14 900 000	14 200 000	14 800 000	13 400 000
2	Musée du Louvre	Paris	9 660 609	9 201 157	9 134 612	8 422 000	6 989 000
3	Domaine de Versailles <sup>1</sup>	Versailles	7 278 745	7 527 121	7 700 000	7 357 903	6 701 193
4	Tour Eiffel	Paris	6 270 000	6 740 000	7 097 302	6 917 000	5 934 000
5	Centre Pompidou	Paris	3 800 000	3 745 000	3 450 000	3 060 000	3 335 509
6	Musée d'Orsay	Paris	3 579 130	3 467 320	3 480 609	3 439 832	2 997 622
7	Site du Mont-Saint-Michel	Mont-Saint-Michel	2 300 000	2 200 000	2 257 000	2 331 640	2 254 254
8	Cité des sciences et de l'industrie de La Villette	Paris	2 641 356	2 642 255	2 676 000	2 013 046	2 196 194
9	Le Puy du Fou (grand Parc + Cinéscénie)	Les Épesses	1 600 000	1 740 000	1 912 000	2 050 000	2 150 000
10	Parc du Futuroscope	Chasseneuil-du-Poitou	1 730 000	1 460 000	1 650 000	1 830 000	1 900 000
11	Parc Astérix	Plailly	1 722 000	1 620 000	1 700 000	1 850 000	1 850 000
12	Museum d'histoire naturelle	Paris	2 040 313	1 934 308	nd	910 900	1 586 450
13	Grandes eaux musicales et nocturnes de Versailles	Versailles	1 384 316	1 455 704	1 437 500	1 560 000	1 401 970
14	Château des Ducs de Bretagne	Nantes	1 276 675	1 301 825	1 448 212	1 324 507	1 380 790
15	Zoo parc de Beauval	Saint-Aignan	1 001 889	910 000	912 000	1 100 000	1 350 000
16	Arc de Triomphe	Paris	1 732 280	1 775 054	1 751 046	1 760 694	1 342 361
17	Cimetière américain d'Omaha	Colleville-sur-Mer	1 413 516	1 248 411	2 126 940	1 733 574	1 314 605
18	Musée de l'armée	Paris	1 404 739	1 375 014	1 525 030	1 410 191	1 206 065
19	Abbaye du Mont-Saint-Michel	Mont-Saint-Michel	1 246 983	1 184 365	1 223 257	1 259 873	1 174 124
20	Cathédrale de Reims	Reims	1 000 000	1 500 000	1 500 000	890 000	1 153 871
21	Musée du quai Branly	Paris	1 310 148	1 307 326	1 495 817	1 301 277	1 151 922
22	Musée de la musique	Paris	188 183	199 221	nd	1 203 056	1 139 674
23	Galeries nationales du Grand Palais	Paris	1 518 927	1 423 626	1 855 346	1 738 089	1 130 556
24	Basilique Sainte Madeleine de Vézelay	Vézelay	917 557	917 557	848 956	856 435	1 023 413
25	Casino théâtre Barrière	Toulouse	618 795	900 000	900 000	950 000	983 946

<sup>1</sup> Domaine de Versailles (château + Domaine de Marie-Antoinette + spectacles jardins).

Sources : Atout France, ministère de la Culture / Direction générale des patrimoines / département de la Politique des publics.

Document téléchargeable : <https://we.tl/t-51LMebc5gu>



# Arrivées de touristes internationaux dans les cinq premiers pays

En millions

	1980	1990	2000	2005	2010	2011	2012	2013	2014(p)	2015(p)
France	30,1	52,5	77,2	75,0	77,6	81,6	83,1	83,6	83,7	84,5
% du total mondial	10,6	12,0	11,5	9,3	8,2	8,2	8,0	7,7	7,4	7,1
% du total européen	15,4	20,0	19,9	16,6	16,0	15,8	15,4	14,8	14,4	13,9
États-Unis	22,5	39,4	51,2	49,2	59,8	62,7	66,7	70,0	75,0	77,5
% du total mondial	7,9	9,0	7,6	6,1	6,3	6,3	6,4	6,4	6,6	6,5
Espagne	22,4	34,1	46,4	55,9	52,7	56,2	57,5	60,7	64,9	68,2
% du total mondial	7,9	7,8	6,9	6,9	5,6	5,7	5,5	5,6	5,7	5,7
% du total européen	11,4	13,0	12,0	12,4	10,8	10,9	10,7	10,7	11,2	11,2
Chine <sup>1</sup>	3,5	10,5	31,2	46,8	55,7	57,6	57,7	55,7	55,6	56,9
% dans le monde	1,2	2,4	4,6	5,8	5,9	5,8	5,6	5,1	4,9	4,8
Italie	22,1	26,7	41,2	36,5	43,6	46,1	46,4	47,7	48,6	50,7
% du total mondial	7,8	6,1	6,1	4,5	4,6	4,6	4,5	4,4	4,3	4,3
% du total européen	11,3	10,2	10,6	8,1	9,0	8,9	8,6	8,4	8,4	8,3

<sup>1</sup> Hors Hong Kong et Macao.

Source : Organisation mondiale du tourisme.

En milliards d'euros

	1980	1990	2000	2005	2010	2011	2012	2013	2014(r)	2015(p)
États-Unis	7,4	33,8	108,5	81,6	103,3	108,4	125,5	130,2	144,0	184,3
% du total mondial	9,8	15,9	20,3	14,5	13,9	14,0	14,4	14,4	14,6	16,2
Chine <sup>1</sup>	0,5	1,7	17,6	23,5	34,6	34,8	38,9	38,9	79,3	102,8
% du total mondial	0,6	0,8	3,3	4,2	4,6	4,5	4,5	4,3	8,0	9,1
Espagne	5,2	14,5	33,4	40,0	41,2	44,7	45,3	47,1	49,0	50,9
% du total mondial	6,8	6,8	6,3	7,1	5,5	5,8	5,2	5,2	5,0	4,5
% du total européen	11,3	12,9	13,3	14,2	13,3	13,3	12,8	12,7	12,7	12,5
France	6,1	15,9	35,7	35,4	35,5	39,3	41,8	42,6	43,8	41,4
% du total mondial	8,0	7,5	6,7	6,3	4,8	5,1	4,8	4,7	4,4	3,6
% du total européen	13,4	14,1	14,2	12,7	11,4	11,7	11,7	11,5	11,3	10,2
Royaume-Uni	5,1	12,1	24,0	25,0	24,8	25,6	28,9	31,3	35,0	41,0
% du total mondial	6,8	5,7	4,5	4,4	3,3	3,2	3,2	3,5	3,6	3,6
% du total européen	11,2	10,8	9,6	8,9	8,0	7,6	8,1	4,3	9,1	10,1

<sup>1</sup> Hors Hong Kong et Macao.

Source : Organisation mondiale du tourisme.



## B.1 - Les objectifs quantitatifs

- Quel volume de trafic visez-vous sur votre application ?
- Quel volume de téléchargement visez-vous sur votre application ?
- Combien de ventes espérez-vous atteindre avec votre application ?



## B.2 – Le type d’application

- Visite guidée
- Tourisme

## B.3 – L’équipement de vos cibles :

- L’application devra être compatible avec quels supports ?
  - Mobile
  - Tablette

## B.3 – Cibles :

- Touriste



## B.4 – Périmètre du projet:

- L’application devra être multilingue, avec comme priorité l’anglais pour les premières phases du projet
- Quelles sont les solutions de paiement à intégrer ? Cette question reste à voir ( App gratuite ou payante)
- Quelles sont les spécificités que le prestataire doit connaître (utilisation de la géolocalisation, création de compte, notification push, mode hors connexion...)



## B.5 – Graphisme et ergonomie :

- Le graphisme et l'ergonomie se verront simple et épuré sous modèle vectoriel.



## B.5 – La charte graphique :

Tous les documents concernant l'identité visuelle du projet (les codes couleurs, le logo et ses variations, les règles de conception etc.) – [Voir plan maquette](#)

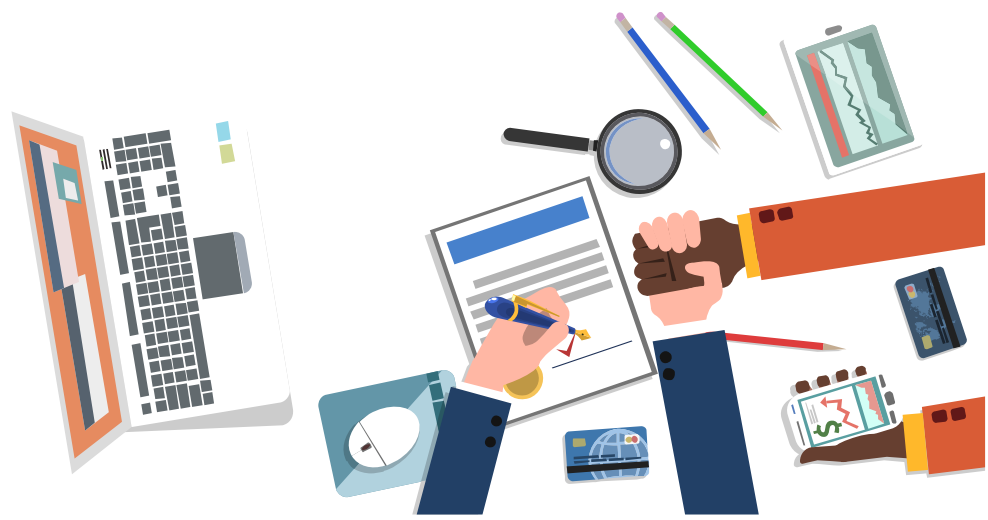
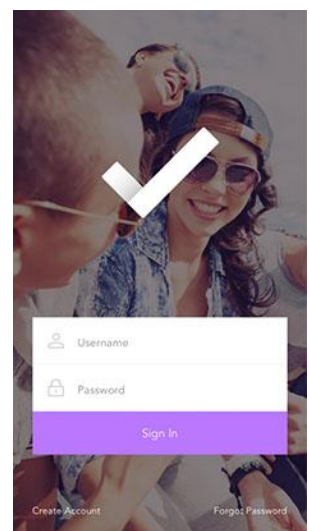
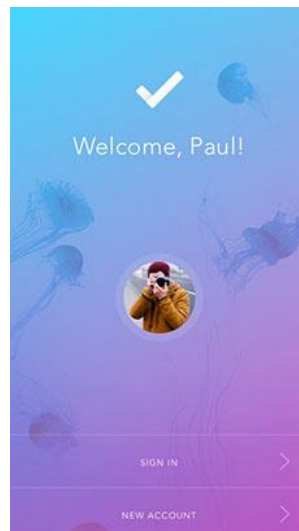
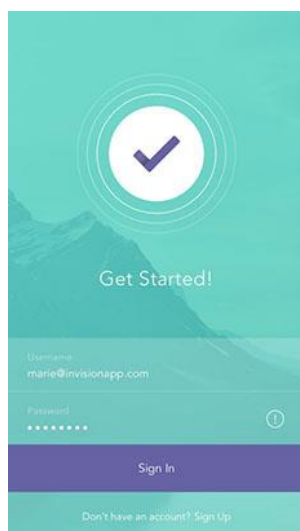
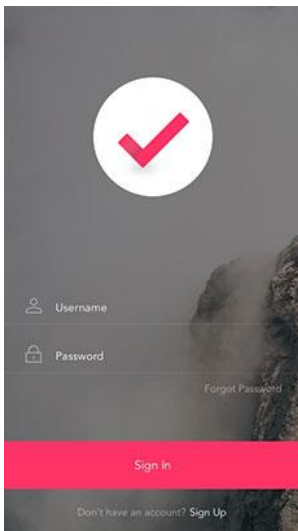
- L'exigence concernant les couleurs et les effets de l'application devront être simple et sobre.

## B.6 – Wireframe et maquettage:

Toutes les maquettes et prototypes des idées concernant le résultat que vous aimeriez obtenir avec cette application mobile.

- Le workflow de l'application (les différentes étapes en fonction du parcours utilisateur...)
  - Template « Template App. a déjà été réaliser mais à moduler et paramétrer)
  - Application DN CC adobe

### exemple : login

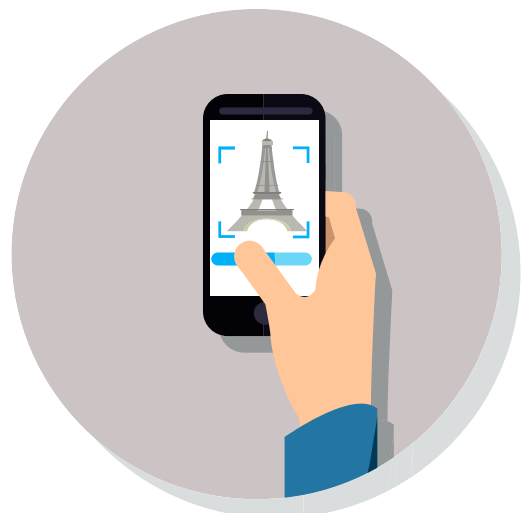


## B.6 – Mise en situation :

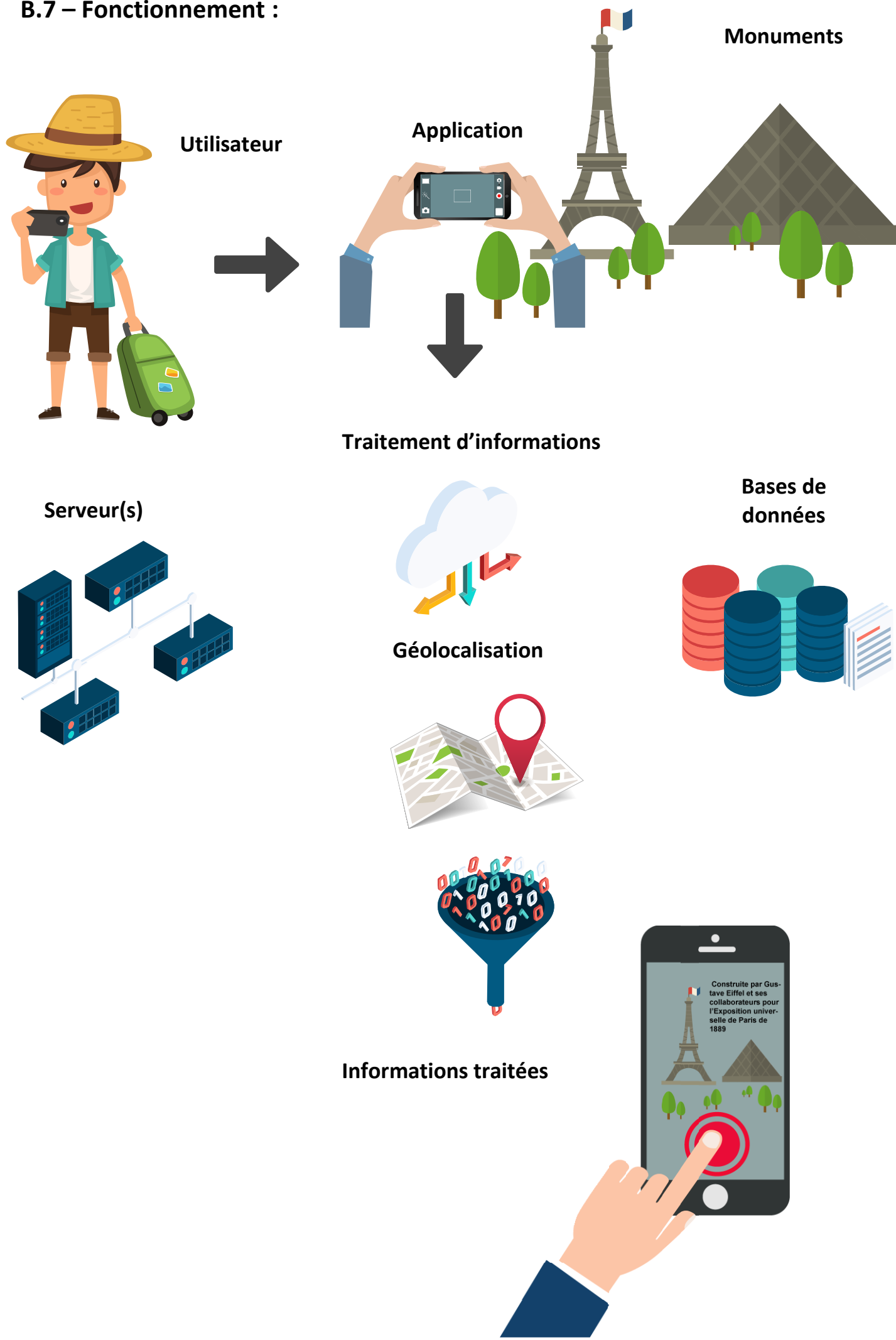


Cette application utilise la réalité augmentée afin de donner une information à son utilisateur en effet elle va détecter un point précis grâce à différents systèmes :

1. Géolocalisation
2. Boussole
3. Appareil photo du smartphone

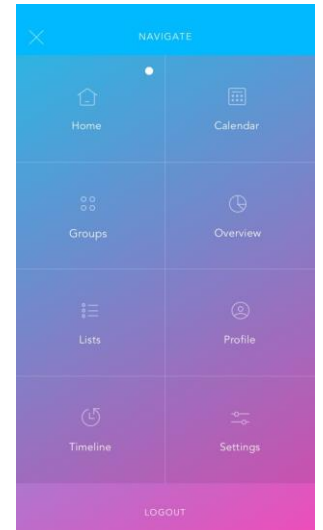
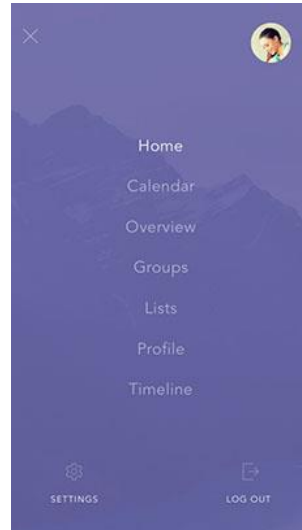
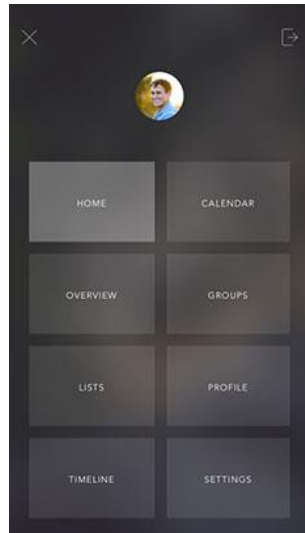
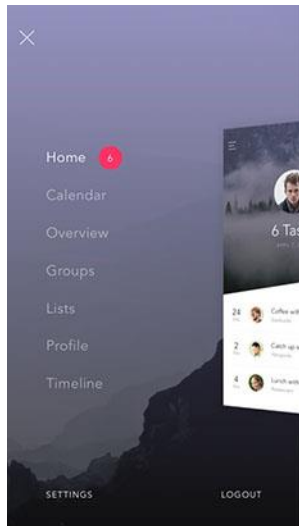


## B.7 – Fonctionnement :

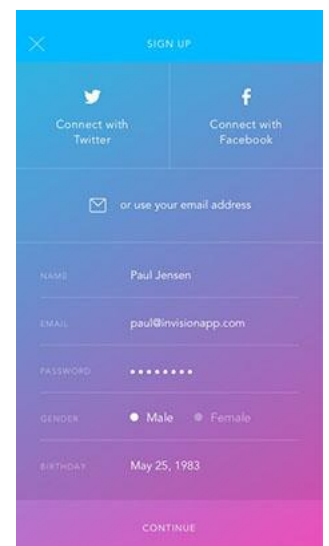
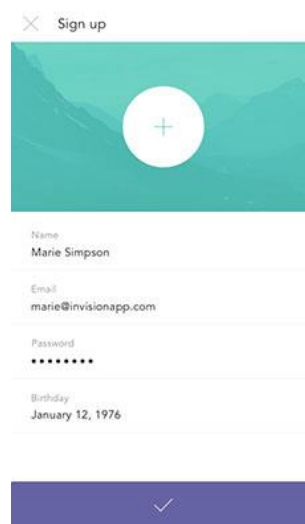
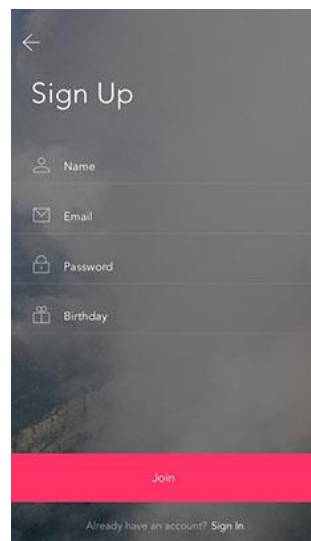
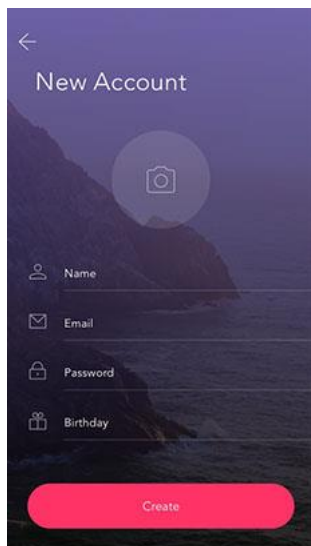




## exemple : Home

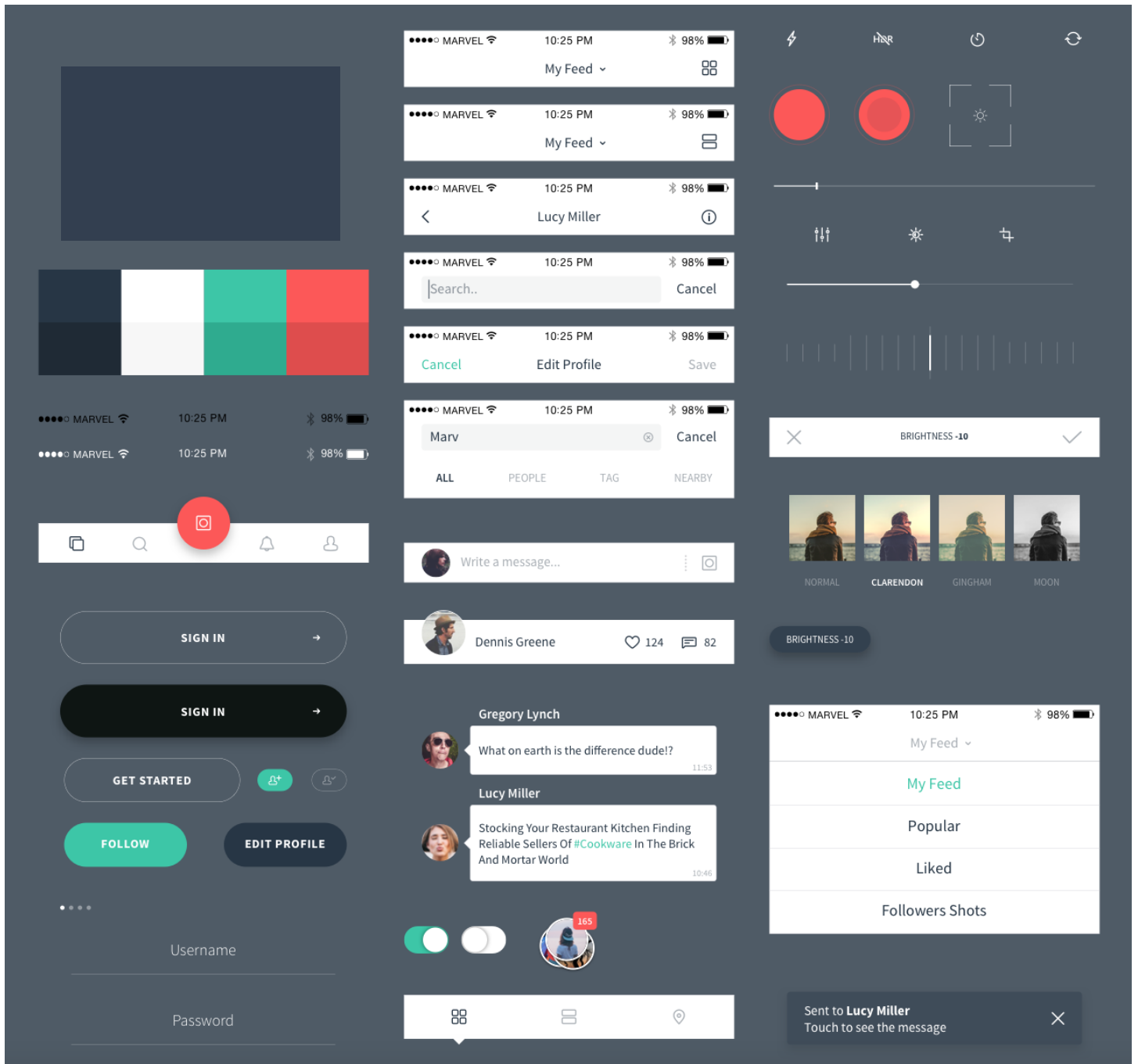


## exemple : sign up



2 Template « Template Scan photo. Sketch » a déjà été réaliser mais à moduler et paramétrer)

- Application sketch



l'ensemble de ces templates sont déjà disponibles sur : .....





## C. Spécificites et livrables

### C. le contenu de votre application :

La phase de setup de l'application est portée par une méthodologie de gestion de projet agile.

Indicateurs et expérience sont co-crésés avec la classe de STS durant toute la phase de setup.

Par un savoir-faire approprié l'application réussit à faire basculer les usages en transformant les monument en des objets de communication attractifs.

L'objectif sera donc en particulier de réussir à faire faire **un saut créatif** aux équipes de Préfecture île de France dans la visualisation de ses données, de manière à simplifier la consultation de l'information par les collaborateurs du groupe.

Ce saut créatif s'effectue par la très bonne compréhension des scénarios business impliqués dans l'exploration de la donnée et l'adaptation fine des visualisations utilisées.



### C.Contraintes techniques:

- Hébergement
- Assurer la maintenance
- Proposer des astreintes pour le dépannage
- Formation à l'utilisation du back office
- Intégrer des services tiers : site web, CRM...
- Quel sera les solutions utilisées avec votre application (Frameworks, templates, etc...)
- Localisation
- Géolocalisation

### C.Les livrables:

Une méthodologie de gestion de projet, basée sur les principes de l'agilité appliqué à la gestion de projet. Le projet est découpé en sessions de 2 semaines nommées itérations.

C'est cette agilité qui permet la production d'applications

**Robustes, complètes et performantes** dans des délais courts.

Vous utiliserez un système de post it numériques pour remonter votre feedback.

- Trello

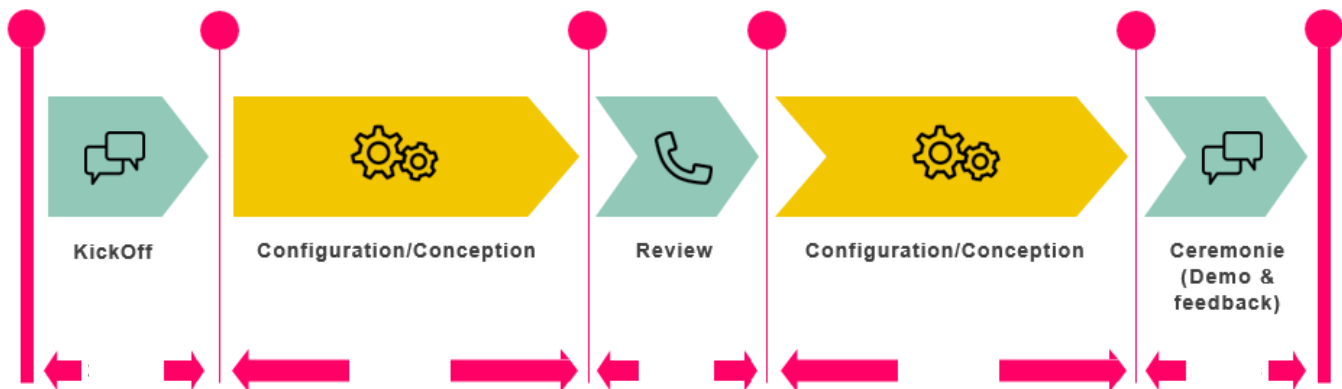


## C.Le Planning:



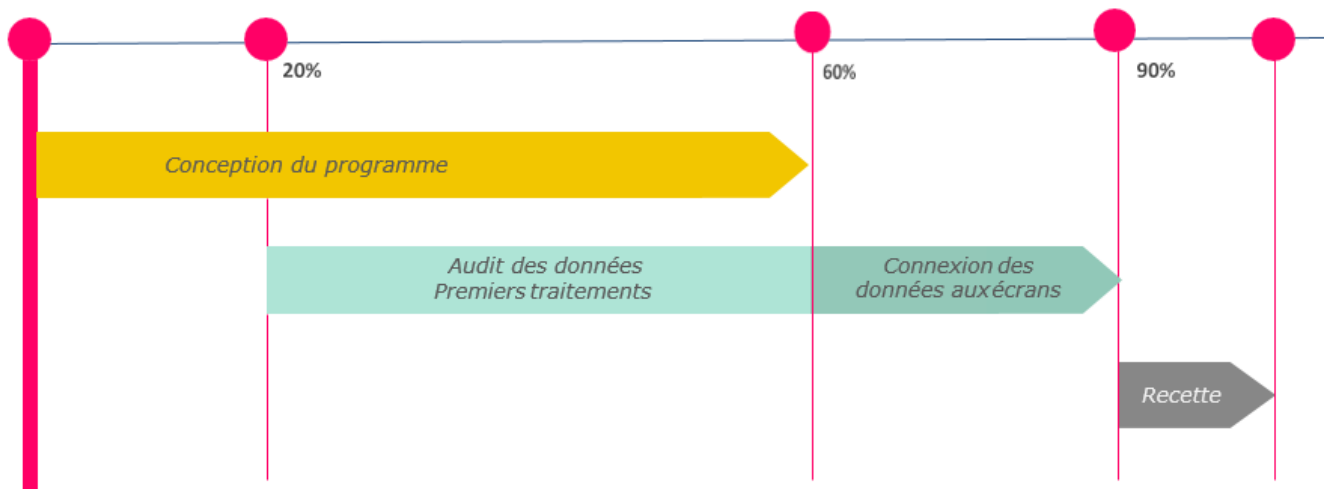
Une itération est un cycle de 1 semaines qui :

- Débute avec un atelier de brief
- Se termine par un atelier de démo et de prise de feedbacks
- Pendant l'itération l'application est configurée, les données intégrées et les contrôles qualité réalisés



Back office

Meeting



## C.Organigramme:

