

## Histoverly : la réalité augmentée pour réenchanter le patrimoine culturel

Le château de Chambord, le palais des Papes, la Conciergerie, le pic du Midi... Une quinzaine d'institutions culturelles et de sites touristiques ont confié à la start-up française Histoverly le soin de digitaliser l'expérience utilisateur via la visite augmentée de l'HistoPad.



Par **Julie Le Bolzer**

Publié le 24/06 à 09h24

A quoi ressemblait la salle du banquet du château de Chambord, au XVI<sup>e</sup> siècle, un soir de réception ? Quels mobiliers, tapis et tableaux ornaient la grande salle du conseil du château d'Amboise, en 1518, lorsque François I<sup>er</sup> occupait les lieux ? **La start-up Histoverly donne la réponse... en images !** Spécialisée dans la reconstitution historique numérique, cette jeune pousse française a développé une solution high-tech qui permet aux visiteurs des musées, châteaux et autres sites remarquables de s'immerger quelques siècles auparavant. Munis d'une tablette baptisée « HistoPad », le touriste peut notamment découvrir de manière interactive une salle de palais telle qu'elle était agencée à l'époque de sa splendeur.

*« L'HistoPad est une solution clefs en main pour nos partenaires, au service de leur visite, dont nous voulons accompagner la transition digitale : Histoverly prend en charge la création des contenus, le développement logiciel, l'équipement hardware, la maintenance in situ de la solution globale et, surtout, non seulement les mises à jour régulières, mais aussi les services permanents associés, tels que le Big Data ou le CRM »,* explique Bruno de Sa Moreira, cofondateur, avec Edouard Lussan, d'Histoverly.

## **Tout est conçu dans les locaux parisiens**

Une année est nécessaire pour la conception de la visite augmentée d'un site, sachant qu'un comité scientifique, présidé par le partenaire et composé d'experts en histoire et en art, vient valider chaque mois l'avancée du projet. Mis à part cette contribution externe, tout est conçu dans les locaux parisiens d'Histoverly : **textes, photos, vidéos, images 2D et 3D**, etc. *« Archives du lieu en question, courriers d'époque, documents glanés sur Internet ou en bibliothèque : nous nous nourrissons de toutes les sources pour reconstituer, dans le détail, le site de notre partenaire. Nous recherchons la plus grande véracité historique possible, selon l'état de l'art des connaissances scientifiques, et toujours sous le contrôle expert de notre comité scientifique, depuis l'essence de bois utilisée pour une poutre, jusqu'aux motifs des broderies d'un tissu ornemental »,* complète Edouard Lussan.

**« Nous recherchons la plus grande véracité historique possible, selon l'état de l'art des connaissances scientifiques. »**

---



## Nouer des partenariats public-privé

En digitalisant la culture, Histoverly introduit un paramètre qui était encore parfois absent de ce secteur : l'expérience utilisateur. *« L'outil que nous fournissons à nos partenaires permet de collecter de nombreuses données non pas estimées mais réelles, sur la satisfaction des visiteurs, mais aussi sur les périodes d'affluence, le temps de visite moyen, les heures d'arrivée et de départ, etc. En fonction de ces informations, le site voit ce qui doit être amélioré, cela peut rendre service à toutes les équipes, depuis l'accueil des publics jusqu'à la conservation... C'est du Big Data culturel »*, pointe Bruno de Sa Moreira.

Fondé en 2013, Histoverly **emploie 25 collaborateurs et réalise 1,5 million d'euros de chiffre d'affaires**. Pas encore à l'équilibre, ce qui ne saurait tarder, la start-up fait face à la difficulté très franco-française de nouer des partenariats public-privé. Aussi, elle cherche des marchés hors des frontières hexagonales. Une première opportunité vient de se présenter aux Etats-Unis, au musée national de l'US Air Force, à Dayton, dans l'Ohio : à l'occasion du 75<sup>e</sup> anniversaire du Débarquement en Normandie, **l'exposition du musée de Sainte-Mère-Eglise y a été délocalisée via l'HistoPad**. *« Nous faisons revivre le Débarquement à travers des contenus interactifs et nous faisons rayonner le musée normand hors ses murs »*, résume Bruno de Sa Moreira.

« *L'outil que nous fournissons à nos partenaires permet de collecter de nombreuses données.* »

---

L'objectif d'Histoverly n'est pas d'oeuvrer sur le champ de la visite virtuelle, mais bien de **réenchanter l'expérience** des personnes qui font le déplacement. « *Notre but est de cibler celui qui prend la peine d'aller au musée et qui paie son billet d'entrée : pour lui, nous souhaitons rendre la visite inoubliable* », souligne Bruno de Sa Moreira, ajoutant que l'HistoPad n'a pas besoin d'Internet pour fonctionner, ce qui évite d'avoir à déployer le wi-fi dans toutes les salles d'un monument historique.