

AGIR

Le tourisme devient durable grâce à l'art de la réplique

Alors que, pour être préservés, de nombreux sites telle la grotte de Lascaux ont dû être fermés au public, une start-up espagnole, Factum Arte, s'est spécialisée dans leur reproduction exacte à l'échelle 1, afin que les visiteurs puissent encore s'en faire une idée fidèle.

PAR ISABELLE MAYAULT, AU CAIRE

Peut-on concilier tourisme culturel et préservation de sites historiques? C'est à cette question que, depuis sa création en 2001, l'entreprise Factum Arte s'est attelée à répondre. Basée à Madrid, son équipe de conservateurs et de techniciens est spécialisée dans la réalisation de répliques d'œuvres ou de sites dont la durée de vie est menacée par leur exposition aux touristes. En avril dernier, la réplique grandeur nature de la chambre mortuaire de Toutankhamon a ainsi été inaugurée à Louxor.

Adam Lowe, fondateur de Factum Arte, assure que les réactions des premiers visiteurs ont été « incroyablement excitantes. Les gens s'étouffaient de surprise, certains pleuraient. À ce jour, nous n'avons reçu aucun retour négatif », analyse-t-il.

En pourparlers avec le Conseil supérieur des antiquités égyptiennes depuis 2000, Factum Arte a passé cinq ans à effectuer les mesures au scanner 3D de la chambre mortuaire du légendaire pharaon, collectant ainsi 100 millions de données par mètre carré. À raison de 2,8 grammes de transpiration en moyenne par visiteur, on comprendra que, depuis la découverte de la chambre originale par Howard Carter, il y a quatre-vingt-deux ans, ces peintures aient été dégradées. Jusqu'en 2010, le site recevait 1000 visiteurs par jour en moyenne... Aujourd'hui, il est question que l'original de la chambre, qui se situe à un

kilomètre de sa réplique, soit fermé dans les prochaines années, comme c'est déjà le cas des tombeaux de Séthi I^{er} et de Néfertari, mais pour l'instant, aucune date n'a été arrêtée par le ministère du Tourisme égyptien. Encore impopulaire il y a une dizaine d'années, l'idée qu'il fallait protéger certains sites de leur propre attractivité a fait du chemin, et avec elle, celle qu'un changement de paradigme dans le tourisme culturel était inévitable. La première réplique des grottes de Lascaux, ouverte au public en 1983, a créé un précédent dans ce domaine. Depuis, les avancées technologiques ont permis le reste. « La dimension éducative est au cœur de notre projet, argumente Adam Lowe. Avec le tourisme durable, nous espérons que la volonté de protection des œuvres viendra des visiteurs eux-mêmes. »

VERS DES MUSÉES POURVUS UNIQUEMENT DE RÉPLIQUES ?

« Au XIX^e siècle, il était courant que de grands musées exposent des moulages réalisés à partir d'œuvres originales, de Michel-Ange par exemple, sans que le public ne s'en offusque, analyse Tom Hardwick, égyptologue. Puisque les gens se déplaçaient beaucoup plus difficilement qu'aujourd'hui, il était commun de penser qu'il valait mieux voir une réplique d'une œuvre majeure qu'une œuvre originale de second plan. »

Adam Lowe (à droite), fondateur de Factum Arte, sur le chantier de la réplique de la chambre mortuaire de Toutankhamon. © ALICIA GUIRAO



Avec le tourisme de masse, à l'inverse, le XX^e siècle a été le théâtre du « culte de l'original ». Les musées américains n'ont, par exemple, jamais été aussi fréquentés que quand la Nasa, dans les années 1960, a envoyé à une sélection d'entre eux des échantillons de cailloux trouvés sur la Lune. « C'est encore la question qu'on me pose le plus souvent aujourd'hui, remarque Tom Hardwick. "Est-ce que c'est un vrai?" Il y a un élément psychologique indéniable de l'ordre de l'aura, du karma, de l'arôme – appelez-le comme vous voulez – de l'œuvre originale qui me paraît difficilement remplaçable. »

Au-delà des questions de préservation, le changement le plus profond, et aussi le plus fascinant, créé par la réalisation de répliques, c'est l'ubiquité de l'œuvre et la possible restitution de celle-ci à son pays d'origine. Factum Arte a notamment travaillé à la reproduction des Noces de Cana de Veronèse, le plus grand tableau du musée du Louvre, à

Paris. La réplique réalisée par l'équipe est aujourd'hui exposée dans le réfectoire du monastère de San Giorgio Maggiore à Venise, c'est-à-dire le lieu pour lequel elle avait été originellement commandée en 1563, et où elle se trouvait jusqu'à la campagne d'Italie de Napoléon, en 1797.

Dans le cas particulier du tourisme en Égypte, la mode des répliques est aussi liée à la sécurité physique des touristes. Dans le contexte politique actuel, une majorité de visiteurs préfère se cantonner à des villes touristiques du Sinaï réputées sûres, et ainsi éviter Le Caire. Il se murmure qu'un projet de « musée-réplique » du musée national du Caire pourrait voir le jour à Charm el-Cheikh. Mais pour l'instant, là non plus, aucune date n'a été donnée. Pour Adam Lowe, cependant, ce genre de projet reste très éloigné de l'esprit dans lequel travaille Factum Arte. Pour lui, « c'est de la réplique type parc d'attractions ». ■

À SUIVRE

PredicSis se prédit un bel avenir dans le big data

Spécialisée dans l'analyse prédictive des données, la start-up créée en juillet 2013 aspire à devenir un leader mondial, en démocratisant notamment sa technologie auprès des PME. Première étape : doubler son CA dès 2015.

PAR PASCALE PAOLI-LEBAILLY, À SAINT-MALO @pplmedia35

Apporter des solutions d'anticipation des comportements clients à partir des données que ces mêmes clients génèrent : c'est avec cette promesse alléchante pour les entreprises que PredicSis s'attaque au marché mondial du big data. Depuis le début de l'année, la start-up basée à Lannion (Côtes d'Armor),

qui a levé en février 1 million d'euros auprès d'Innovacom, lance ses premiers produits commerciaux à destination des grandes entreprises, mais aussi des entreprises de taille moyenne. Dans son viseur : des grands comptes des secteurs de la banque-assurance, les acteurs de l'e-commerce et de la distribution, ainsi que des ETI et des PME qui n'utilisent pas encore ces technologies, faute de moyens pour se payer des équipes de statisticiens.

Toujours en phase d'amorçage, PredicSis veut surtout utiliser les outils qu'elle a mis au point au-delà du secteur des télécoms. Fondée en juillet 2013 à Lannion, par deux anciens cadres dirigeants d'Orange, la société valorise en effet, via une licence exclusive d'open innovation, la technologie développée en Bretagne par Orange Labs. L'opérateur télécoms ne l'utilise que pour son propre compte, mais touche aujourd'hui des royalties.

« Ce moteur d'analyse stratégique nous permet de fournir des solutions simples qui aident les entreprises à répondre de façon

personnalisée et ciblée aux attentes ou aux comportements de leurs clients, quelle que soit leur typologie, explique Bertrand Grèzes-Besset, cofondateur de PredicSis avec Jean-Louis Fuccellaro. Le champ d'application est vaste : détection de la fraude, anticipation des attentes du client pour un produit, satisfaction du consommateur, publicité, etc. »

AUTANT DE PROSPECTS AUX ÉTATS-UNIS QU'EN FRANCE

L'industrialisation de ses systèmes est prévue pour la fin d'année, mais la société mise sur la puissance mondiale de cette technologie française pour l'exporter au-delà des frontières nationales. Avec l'aide d'Ubifrance, elle a mené cette année deux missions dans la Silicon Valley auprès des géants du Web, dont Twitter, Amazon et Google. « Alors que l'homme produit chaque jour davantage de données, le marché du big data est tiré par les États-Unis. Nous y avons

autant de prospects qu'en France, précise Bertrand Grèzes-Besset. Nous travaillons aussi sur des solutions pour les pays émergents. À terme, la majorité de notre chiffre d'affaires proviendra de l'international. »

Bénéficiaire lors de son lancement d'un prêt d'honneur de la région Bretagne, PredicSis affiche, moins d'un an après sa création, un objectif très ambitieux : devenir un leader mondial de l'analyse prédictive grâce au big data. D'ici à vingt-quatre mois, la start-up prévoit une deuxième levée de fonds afin d'accompagner son développement commercial et marketing. Durant cette période, elle anticipe aussi un doublement de son activité, et de ses effectifs : à horizon 2015, elle devrait compter une cinquantaine d'ingénieurs, de statisticiens et de commerciaux contre près de 20 aujourd'hui.

Disposant déjà de bureaux à Paris, PredicSis envisage d'installer très vite un bureau de représentation aux États-Unis. Et pour ses deux dirigeants, ce n'est pas qu'une prévision ! ■

Bertrand Grèzes-Besset et Jean-Louis Fuccellaro, fondateurs de la start-up PredicSis © DR

