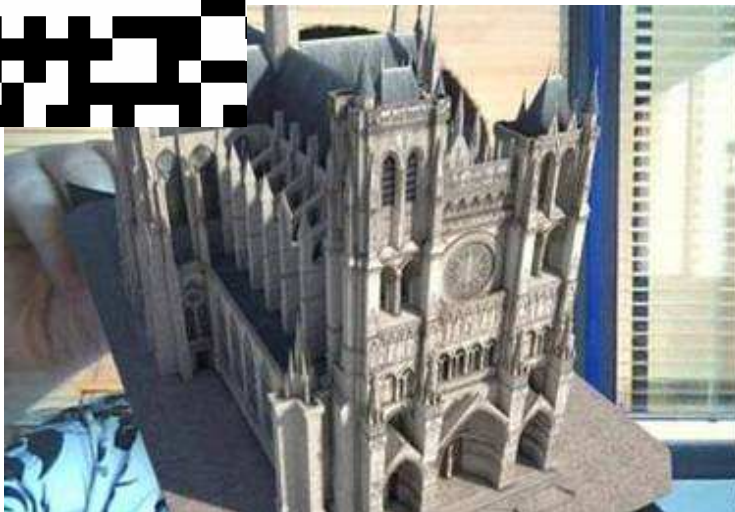
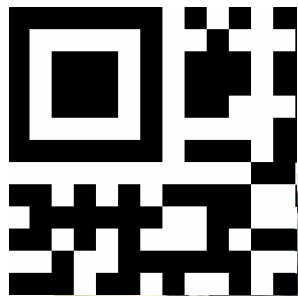


## La réalité augmentée

Réalité augmentée par l'usage d'un tag contenant de l'information. Reconnaissance par la webcam de l'ordinateur ou l'appareil photo du smartphone

Marketing: expérience interactive sur brochure.

Ex: Citroën: lancement de la C3 Picasso en 2009



Culturel: expérience interactive sur plaquette depuis des bornes réparties dans la ville ou depuis un ordinateur équipée d'une webcam.

Ex: Cathédrale d'Amiens, 2009

Réalité augmentée par le biais d'un écran pivotant couvrant une surface déterminée par des repères spatiaux.



**Abbaye de Cluny, 2009**



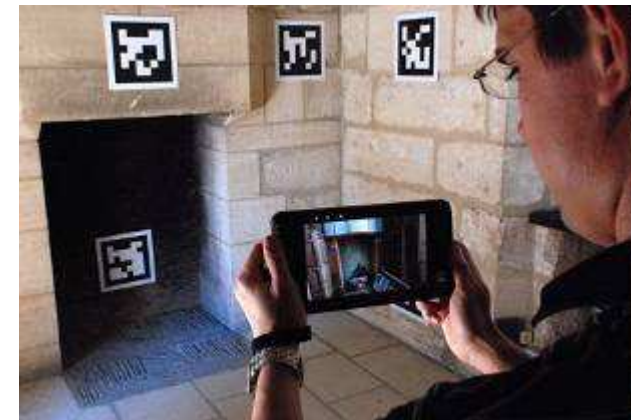
**Allan Pierson museum Amsterdam**

Au moyen d'un umpc mobile (ordinateur de petite taille mobile: petit écran de 7 à 10 pouces). Usage limité dans un espace clos, délimité par des tags (repères spatiaux..).



**MuseumLab Louvre DNP, 2008**

**Heritage 3D Cabinet  
Charles V Château  
de Vincennes, 2009**



Réalité augmentée sur mobile. Application Iphone ou Android permettant d'évoluer dans un espace ouvert. Couvre une portion de territoire.



**Application les jardins de Versailles, 2009**



**Application Museum of London, 2011**



**Portail CultureClic, 2010**



**Simulation TerraNumerica, LEDEN, 2009**