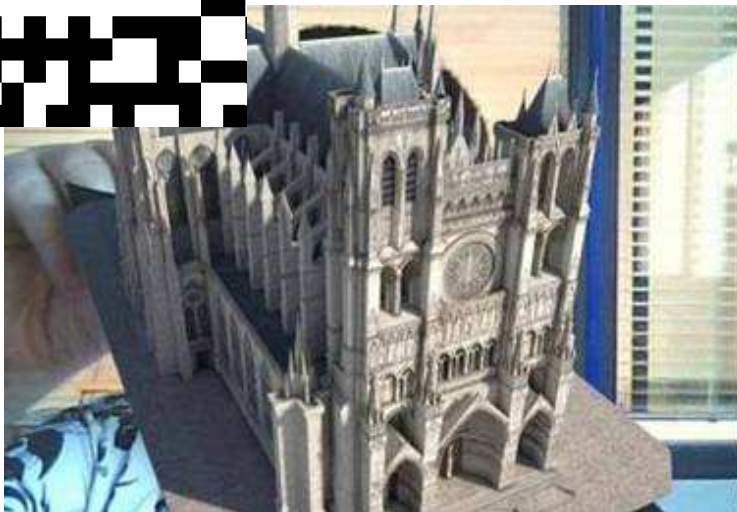
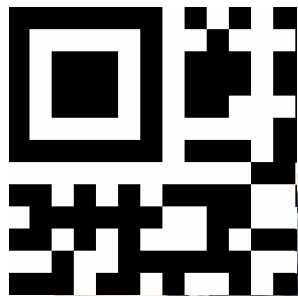


La réalité augmentée

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



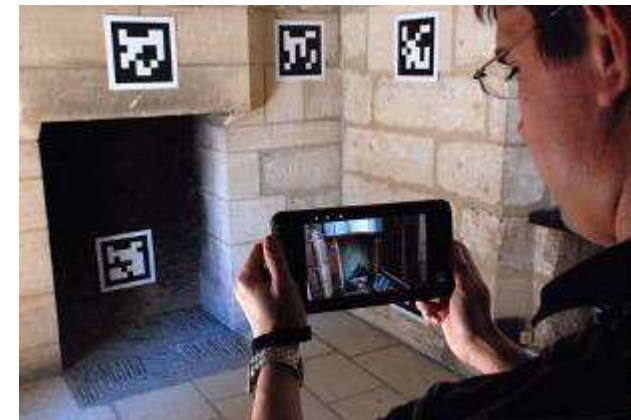
Allan Pierson museum Amsterdam

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