



Une douzaine de conférences sont programmées à l'opéra Comédie pour mettre en avant les dernières prouesses du monde de la santé.

INNOVATION

Futurapolis : découvrir la médecine du futur

« Vous n'avez encore rien vu ! » : le mot d'ordre est donné pour la seconde édition de Futurapolis santé à Montpellier, forum sur la santé et l'innovation. L'évènement se tiendra les 12 et 13 octobre dans le cadre prestigieux de l'opéra Comédie. Conférences et démonstrations sur la santé de demain en mettront plein la vue au grand public.

Partir à la découverte du corps humain, c'est le voyage auquel Futurapolis santé invite le grand public. Car, les nouvelles technologies d'imagerie fournissent une quantité très importante d'informations pour diagnostiquer des maladies, évaluer leur progression, mesurer les effets d'un traitement ou encore préparer les détails d'une opération. Cet évènement, organisé par *Le Point* en partenariat avec la Métropole et la Ville de Montpellier, permet à tous de toucher du doigt les dernières solutions et applications de la science au service de la santé.

Conférences gratuites et pour tous

La série de conférences, gratuites et ouvertes à tous, à l'occasion de Futurapolis donne un aperçu des dernières avancées. Des débats pour poser les grands enjeux de la santé d'aujourd'hui et de demain au travers de thématiques grand public : la révolution dans l'univers des soins, les limites des performances humaines, les

bienfaits de la marche à pied, les accidents vasculaires cérébraux (AVC), les maux de ventre, la médecine légale... Pour animer ces discussions, médecins, scientifiques et personnalités d'horizons différents se relayeront sur la scène de l'opéra Comédie. Parmi eux, Jean-Louis Étienne, médecin et explorateur français célèbre pour ses expéditions en Arctique, Franz-Olivier Giesbert, journaliste et éditorialiste, le Pr. Luc Soler, fondateur de l'Institut de recherche sur le cancer de l'appareil digestif à Strasbourg ou encore le Pr. René Frydman, obstétricien qui a permis la naissance du premier « bébé éprouvette ». Les acteurs locaux ne seront pas en reste avec des entreprises innovantes et des équipes médicales du CHU de Montpellier, en pointe dans de nombreuses spécialités.



Entrée gratuite et inscription obligatoire à partir du 13 septembre futurapolis-sante.com



Le grand public pourra tester la réalité virtuelle appliquée à la santé.

“ En première ligne pour répondre aux enjeux de la santé ”

Philippe Saurel, président de la Métropole, maire de la Ville de Montpellier



« Futurapolis santé se tient pour la deuxième année à Montpellier car ici, innovation et santé ne font qu'un. En plus de son passé historique, notre territoire est toujours à la pointe aujourd'hui, grâce au CHU de Montpellier, à ses centres de recherche et à un vivier de start-up et d'entreprises prometteuses évoluant au sein d'un domaine d'avenir – l'e-santé –, et en première ligne pour répondre aux enjeux de la santé. »

Des innovations en démonstration !

À ne pas rater également pendant Futurapolis, la Galerie de la découverte au sein du foyer de l'opéra Comédie. Un espace pédagogique et de démonstration accessible le samedi 13 octobre de 9h à 19h. Plusieurs start-up, entreprises et instituts de recherche, installés pour certains sur le territoire de la métropole, présenteront leurs produits et technologies de pointe dans la santé en contact direct avec les visiteurs. En prime, la possibilité de tester certaines de ces innovations !



Anatoscope crée des maquettes anatomiques personnalisées à partir des données du patient.

EN CHIFFRES

L'écosystème santé dans la métropole

- 50 000** emplois directs et indirects sur le territoire de la Métropole
- 200** entreprises ayant créé plus de 7 500 emplois
- 1/3** des start-up accompagnées par le BIC de la Métropole opèrent dans le domaine de la santé
- 6^e** CHU de France employant 12 000 salariés
- 1 350** chercheurs
- 32 000** étudiants en santé, sciences et technologies

Montpellier Capital Santé

La Métropole a réuni tous les acteurs de la recherche et de l'innovation sous la bannière « Montpellier Capital Santé », dont l'objectif est de concevoir la médecine du futur. Plusieurs projets novateurs sont soutenus dans ce cadre, notamment la création d'une pépinière-incubateur IncubaSciences (Institut de Génétique Humaine – CNRS), le développement de la thérapie en neuroradiologie interventionnelle (CHU Montpellier), la construction du bio incubateur Cyborg (CHU Montpellier) ou encore l'implantation d'un accélérateur équipé d'une IRM (Institut du Cancer de Montpellier).

CULTURE

Le grand défi du numérique

Sites internet, applications numériques, réseaux sociaux... Évoluant avec les avancées technologiques et les usages dominants, les grandes institutions culturelles de la Métropole, comme l'opéra-orchestre ou le musée Fabre, intensifient leur relation numérique au public. Et confirment à l'occasion de la rentrée culturelle, une stratégie destinée à fidéliser et conquérir amateurs et curieux.

Scènes devenues presque ordinaires. Des musiciens invités sur la scène de l'opéra Berlioz, utilisant leur tablette numérique en guise de partition. Ou des visiteurs du musée Fabre, penchés sur un écran digital avec la même attention qu'ils réservent au parcours des œuvres d'art... « Labellisée French Tech, la Métropole de Montpellier ne pouvait qu'encourager ses équipements phares, comme l'opéra-orchestre ou le musée Fabre, à déployer une stratégie numérique ambitieuse et innovante », souligne Bernard Travier, vice-président délégué à la culture. Permettant ainsi un nouveau regard sur des institutions trop longtemps cantonnées dans l'esprit du public à la tradition et au conservatisme. Avec ce rêve réalisé d'un espace chimérique, où soudain s'abolissent les contraintes de temps et d'espace. « Grâce au numérique il est désormais possible de visiter les collections du musée à n'importe quelle heure et de n'importe quel endroit du monde, confirme Michel Hilaire, directeur du musée Fabre. Plus de 95 % de nos collections sont numérisées et accessibles librement au grand public et aux chercheurs. »

Conquérir de nouveaux publics

Si la première entrée, via les sites officiels, s'est longtemps cantonnée à proposer informations pratiques et éléments de programme, la stratégie numérique appuyée par des équipes dédiées à l'intérieur des structures, ont permis de multiplier les projets et outils innovants. Le service numérique de l'opéra mobilise ainsi à l'année trois personnes. Avec un travail particulièrement

axé sur l'animation des réseaux sociaux. « Facebook, Twitter, Instagram, Youtube sont alimentés quotidiennement et permettent de cibler le public très recherché des 20 à 35 ans. Avec beaucoup de contenus inédits, comme des photos de répétition, des teasers de spectacles, des visites d'atelier... », confirme Valérie Chevalier, directrice de l'opéra orchestre national Montpellier Occitanie. Une vidéo de master class de la chanteuse Nathalie Stutzmann a ainsi été vue plus de 2 500 fois. On est bien sûr loin des scores de rappeurs américains, mais c'est bien le signe d'une démarche volontaire qui ne peut aller qu'en s'amplifiant. L'opéra dans ce domaine, ne s'interdisant aucune ouverture. « Nous nous intéressons de près aux influenceurs d'opinion et un registre de blogueuses très actives est en cours d'identification. »

Visites de coulisses, répétitions, événements spécifiques, peuvent fournir matière à post, relayés sur les réseaux, et créer ainsi du buzz autour des productions en cours ou à venir. Au musée Fabre, où l'équipe numérique s'articule également autour de trois personnes, c'est à la communauté des Instagramers que l'on s'intéresse de près. « En réfléchissant à la mise en place d'événements exclusifs où chacun serait invité à photographier et diffuser auprès de leurs "followers". »

Encourager les démarches participatives

Il est bien sûr encore trop tôt pour évaluer l'impact de cette nouvelle stratégie auprès des jeunes et des nouveaux publics. D'autant que cette action de communication s'inscrit



Carmen Bizarre Adventure : jeu vidéo issu de la Game Jam avec les étudiants de l'école ArtFX organisée par l'opéra orchestre national Montpellier Occitanie.



Dans le cadre de l'exposition « Picasso, Donner à voir » au musée Fabre : l'application numérique développée en partenariat avec le Centre de Recherche et Restauration des Musées de France (C22RMF) : une radiographie du tableau « La femmes aux mains jointes », 1907.

dans une démarche déjà forte menée par les services pédagogiques et les services au public. Mais elle s'appuie surtout sur un processus créatif et participatif qui tend à rapprocher les institutions des acteurs importants du numérique local. Ainsi, le

“ La Métropole développe pour ses grandes institutions culturelles, une stratégie numérique ambitieuse et créative ”



BERNARD TRAVIER,
vice-président délégué à la culture,
conseiller municipal de Montpellier

musée Fabre prépare un projet de concours ouvert aux étudiants des écoles spécialisées et des entreprises de la French Tech pour développer des outils de médiation numérique. Avec financement à la clef pour le lauréat. Alors que l'opéra-orchestre a lancé depuis deux saisons un principe de Game Jam avec les élèves de l'école ArtFX, destiné à réaliser un jeu vidéo autour des grandes œuvres du répertoire. Peer Gynt en 2017. Et Carmen en 2018.

Proposer du contenu innovant

La partie la plus innovante de ce corpus numérique réside dans la variété et l'inventivité des applications numériques destinées à préparer ou enrichir les programmes. Au musée Fabre, un travail est mené en direction des collections permanentes comme des expositions temporaires. À l'exemple de l'application Picasso, Donner à voir qui a bénéficié d'une collaboration exceptionnelle avec Clément Oubrier, dessinateur de la BD Pablo aux éditions Dargaud. Et qui propose du contenu informatif, mêlant textes et ambiances sonores, accessible gratuitement en téléchargement.

Même démarche à l'opéra orchestre qui, après avoir mis en place une application pédagogique l'an dernier avec Sonic Solveig, s'appête à sortir un nouveau module pour les enfants, autour de la production de Carmen. « Cette application, organisée en trois rubriques (apprendre, jouer et écouter) mêlera fiches techniques, musiques, photos de production... C'est la première fois qu'un opéra-orchestre crée ainsi en interne une application de cet ordre... », se réjouit Valérie Chevalier. Le dispositif Moon Factory (pour Métropole Opéra Orchestre Numérique) sert ainsi de bannière à cette démarche. Avec plusieurs projets en perspective. « Comme des visites en ligne proposées dans les décors pour chaque spectacle, la poursuite de la numérisation des archives, ou encore un projet d'opera stories, qui permettrait de faire appel aux souvenirs des spectateurs pour créer une galerie participative, avec photos, commentaires, extraits audio et vidéo... »



opera-orchestre-montpellier.fr
museefabre.montpellier3m.fr

NOUVELLE ÉCONOMIE

Un tramway nommé **start-up**

Le 25 septembre, sur le trajet de la ligne 1, la rame French Tech du tramway se transforme en incubateur mobile afin d'irriguer la ville d'opportunités et de conseils. Cette opération, la deuxième du genre proposée par la Métropole, est un tremplin pour les entrepreneurs qui veulent se développer. En 2016, elle avait provoqué 400 rencontres.

Rendez-vous express dans une rame de tramway le 25 septembre, à l'occasion de la deuxième édition d'un tramway nommé start-up, proposée par Montpellier Méditerranée Métropole. Comme il y a deux ans, le principe est original et décalé. Une rame (deux wagons entiers) est privatisée pour l'occasion entre 8h30 et 12h40. À l'intérieur, des « coachs » en innovation, en design, et en entrepreneuriat répondent aux questions et conseillent toutes celles et ceux qui ont un projet de création ou de développement d'une activité. Il est impératif de s'être inscrit au préalable (utns.fr). Ensuite, c'est parti pour quinze minutes de tête à tête. Les rendez-vous se succéderont durant les deux aller-retour prévus sur la ligne 1 (Mosson-Odyseum).

Des conseils et des opportunités

« La rame est découpée en trois espaces qui correspondent aux attentes des entrepreneurs. Les conseils présents sont issus de l'écosystème local, renforcés par des partenaires et startupper régionaux et nationaux, détaille Chantal Marion, vice-présidente de Montpellier Méditerranée Métropole, déléguée au développement économique. Nous démontrons ainsi que l'innovation et ses acteurs sont une vraie locomotive pour l'ensemble de l'économie de la Métropole et de ses territoires. »

Les intervenants, cette année, sont des conseillers du BIC, mais aussi des banquiers, assureurs et investisseurs. Des designers interviendront également pour aider les



Le succès de l'opération en 2016 a conduit la Métropole à réitérer cette action qui favorise le développement de l'économie du territoire.

jeunes entreprises qui rencontrent des problèmes esthétiques ou ergonomiques. Tous ces rendez-vous peuvent être préparés grâce à des ateliers mis en place début septembre par Pôle emploi, partenaire de la manifestation.

L'expérience est prolongée l'après-midi dans le bâtiment French-Tech (ancien hôtel de Ville de Montpellier) où des ateliers et des formations seront proposés par les partenaires sur quatre thématiques (développement, design, financement, communication) avec des expériences immersives. Une table ronde animée par des entrepreneurs abordera les problématiques que rencontrent les nouvelles entreprises innovantes. Au terme de cette journée, la remise d'un prix récompensera les meilleures initiatives citoyennes en entreprise. À la clé : de la visibilité pour les lauréats, un accompagnement par le BIC de la Métropole à travers le programme Jump In Création, et plus de 4 000 euros de prestations de stratégie et de communication.

“ L'innovation est une locomotive pour l'économie de la Métropole ”



CHANTAL MARION,
vice-présidente déléguée
au développement
économique, adjointe
au maire de Montpellier



utns.fr