

Une question d'expérience

■ Cela mérite réflexion

On hésite parfois à innover, à diversifier l'offre, à modifier ce qui est en place. On ne réfléchit pas toujours à la bonne stratégie à adopter, notamment en matière d'innovations technologiques, d'autant que les aides publiques sont peu adaptées au développement de ces nouvelles technologies.

■ Bon, mais encore ?

La diversification doit tendre vers l'enrichissement de l'offre, l'amélioration de l'expérience proposée et l'augmentation du nombre de centres de profit. Innover, c'est aussi faire "vivre les lieux", parfois par le biais de choses simples, pour toucher le public. La théâtralisation du service ou du produit est aussi une piste à suivre.

■ Soyons concrets

Le contact humain est primordial, du premier contact avec le visiteur jusqu'à son départ.

Le public est en attente d'expériences, d'immersion dans des univers,...

Dans les châteaux : faire vivre les jardins,...

Dans les musées : proposer des visites thématiques avec le personnel en costume,...

Dans un aquarium : créer un bassin tactile pour permettre au visiteur de toucher les poissons,...

Dans un site historique : solliciter la participation active du visiteur, l'initier au quotidien des gens de l'époque en revêtant leur costume, en pratiquant leurs activités et en se nourrissant de la même façon qu'eux,...

Les détails sont très importants: un sourire, une odeur, une musique, un éclairage, une surprise,...

■ Retenez bien ceci

- Le conseil : "Un produit, on l'achète; une expérience, on la vit et on la retient".
- Partez à la découverte des autres attractions touristiques et musées tant en Belgique qu'à l'étranger et inspirez-vous de leurs expériences.
- Les techniques de la médiation facilitent les transmissions culturelles.

■ Les tuyaux du net

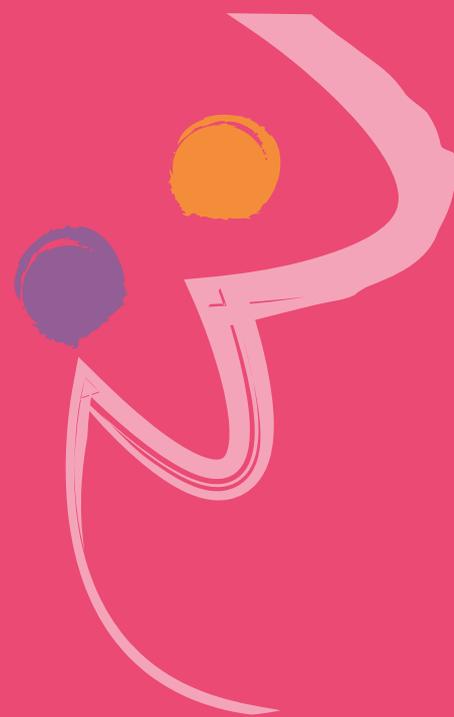
- Pour mieux cerner la notion de tourisme expérientiel : <http://www.tourismpei.com/experiences-criteres>
- Une réflexion sur le renouvellement de produits, basée sur de nouvelles expériences, dans les parcs animaliers au Canada : <http://veilletourisme.ca/2015/01/29/reinventer-l'experience-du-visiteur-dans-les-parcs-animaliers/>
- La technologie au service de l'expérience muséale, en direct du Canada encore : <http://www.erasme.org/Innovations-numeriques-revolution> & <http://www.ledevoir.com/culture/actualites-culturelles/424355/les-musees-a-l-heure-du-numerique-la-technologie-au-service-de-l-experience-museale>



- Le sens de la visite : imaginer une expérience muséale libre, sensible, personnelle : http://www.ensci.com/uploads/media/etude_clemence_homer.pdf
- Visiteur ou joueur ? Les multiples facettes de la technologie RFID : <http://ocim.revues.org/243>
- Le métier de muséographe : <http://les-museographes.org/wp-content/uploads/2014/09/Mus%C3%A9ographe-quel-m%C3%A9tier.pdf>

■ Le mot : la médiation?

Au sens large, il s'agit d'une action de communication qui tend à réduire l'écart entre deux choses, entre des individus. La médiation participe à la transformation des rapports sociaux et à l'évolution des transmissions culturelles. Appliquée à l'univers des musées, elle prend part à la mission de mise en public des patrimoines, c'est-à-dire des objets et des concepts qui leur sont attachés. Elle aide les visiteurs à s'approprier leurs significations. Elle établit des connections intellectuelle et émotionnelle entre ce qui est montré et le public, dans un but pédagogique. L'exposition est bien sûr en soi une forme de médiation de même que les personnes et outils qui facilitent la visite.



Résumons-nous

- Il faut faire vivre aux visiteurs une expérience de qualité dont ils garderont un souvenir
- Cette expérience se vit aussi en amont et en aval de la visite
- L'expérience ne coûte pas obligatoirement cher
- Mettez-vous dans la peau de vos visiteurs
- Viser la qualité avant tout