



CENTRE DES
MONUMENTS NATIONAUX

Expérimentation des visites
guidées à distance :
Enseignements



CLIC
19 Mai 2021

AGENDA

- Le CMN
- Objectifs
- Formats proposés
- Premier bilan
- Expérience visiteur
- Bénéfices CMN
- Et maintenant ?

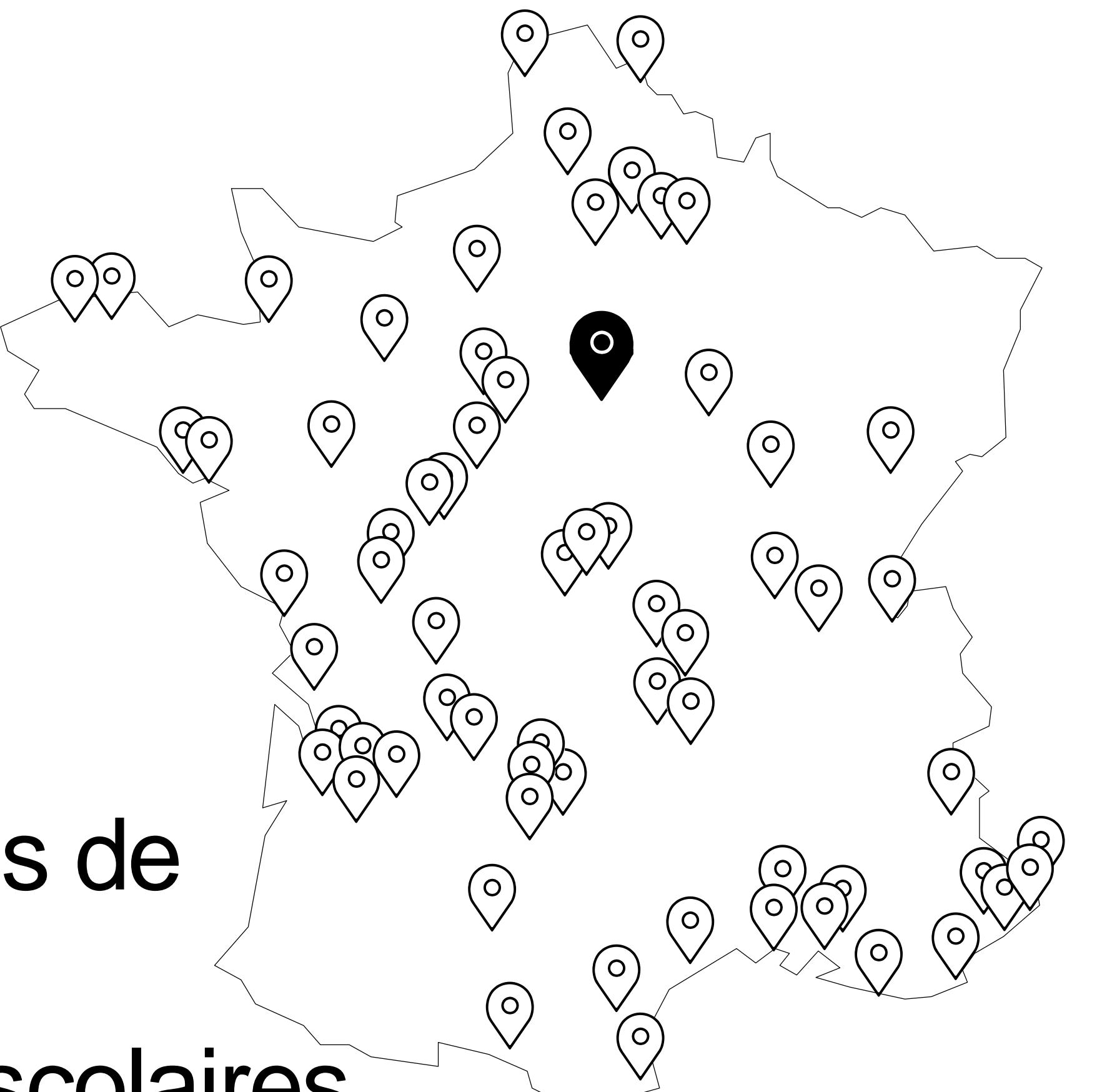
QUI SOMMES-NOUS ?

100

monuments
en France

**9,9 Millions de
visiteurs**

492 046 scolaires
en 2019



EXPERIMENTER LES VISITES GUIDEES A DISTANCE : POURQUOI ?

Scolaires

- Identifier comment satisfaire les attentes des établissements scolaires
- Identifier quelles pratiques diffuser dans le réseau du CMN
- Pas d'enjeu de rentabilité

Comment passer à l'échelle

Recommandations : connectivité, matériel, formats, thèmes, formation...

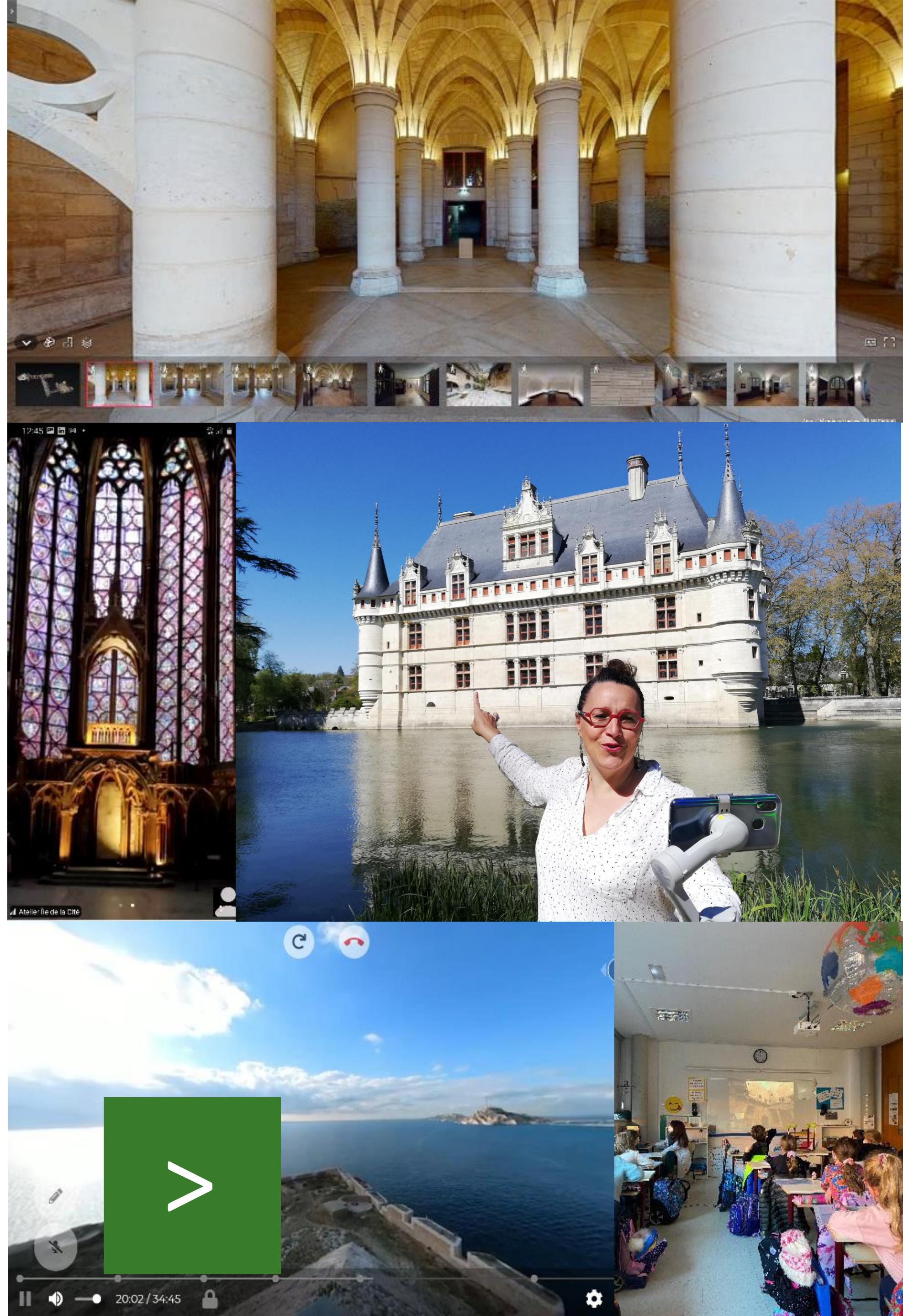
Identification du budget nécessaire

Grand public

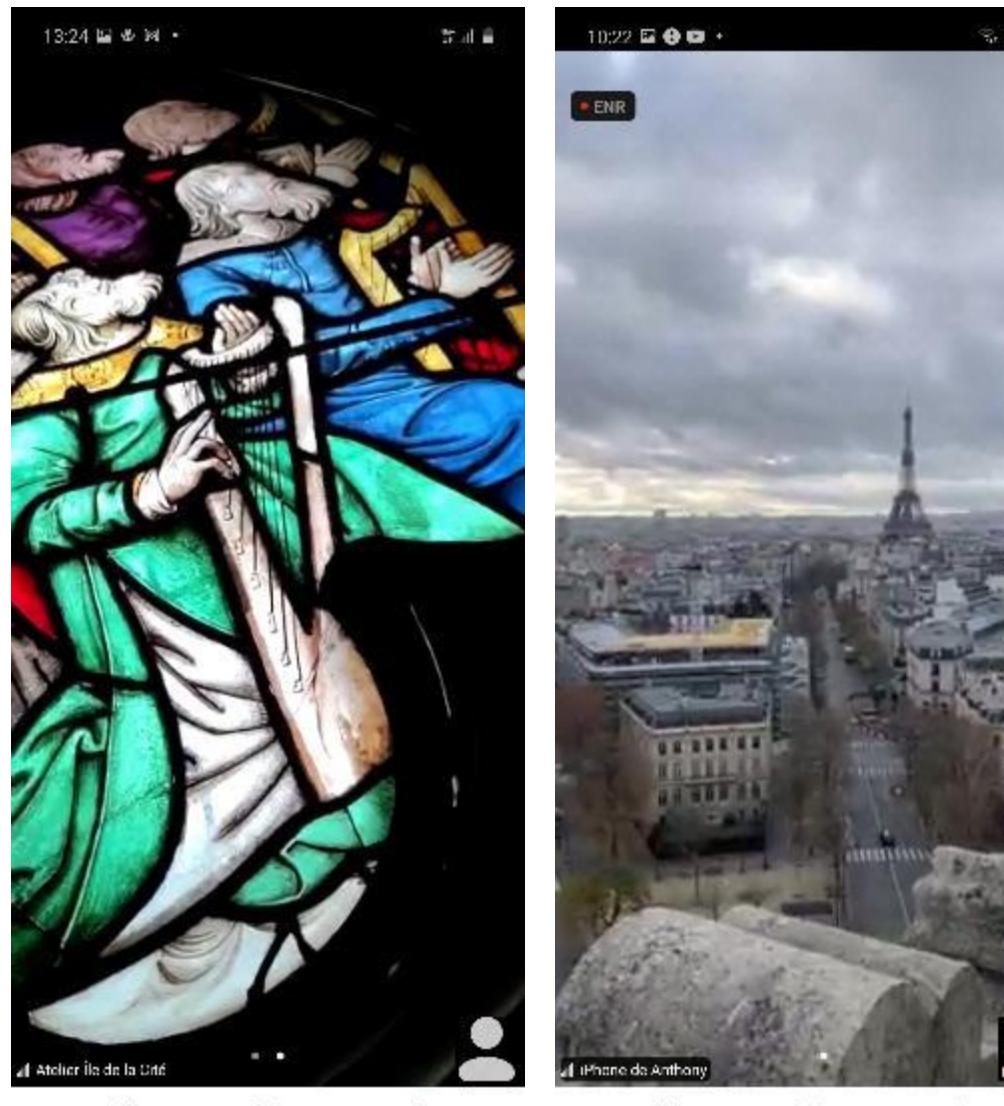
- Explorer l'attractivité, la capacité à se démarquer, le potentiel économique
- Positionner l'offre
- Identifier les partenariats : distribution, technique, médiation

Quelle opportunité économique

Peux-on dépasser les limites des visites virtuelles et des live sur les réseaux sociaux pour toucher de nouveaux publics ?



FORMATS PROPOSES



PARCOURS (LIVESTREAM)

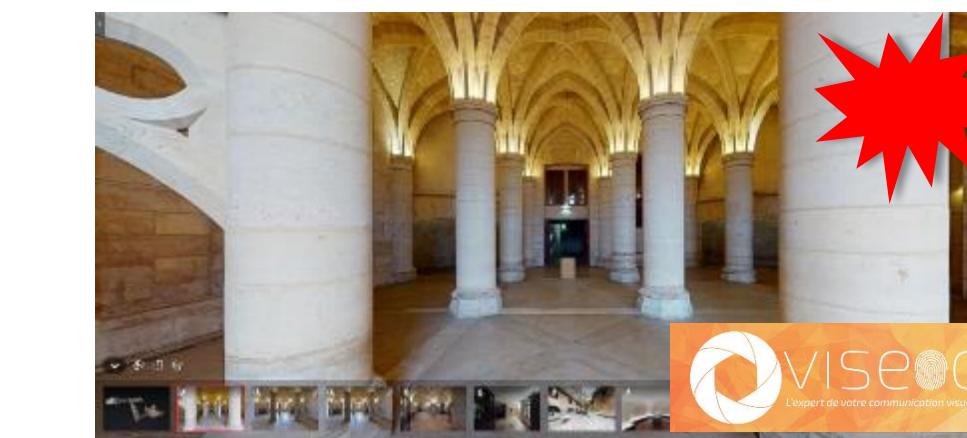
avec **zoom**



- **Arc de Triomphe**
- **Azay le Rideau**
- **Basilique Saint Denis**
- Palais du Tau
- Sainte Chapelle
- Tours de la cathédrale de Reims
- Tours de la Rochelle



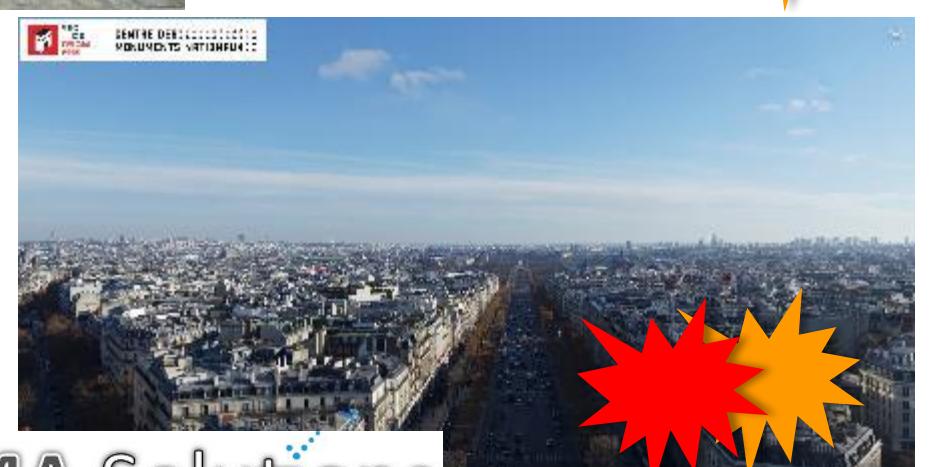
CONFERENCE (VISITE 360)



Projet éducatif « A nous la basilique ! »
(Aiman Saad Ellaoui)

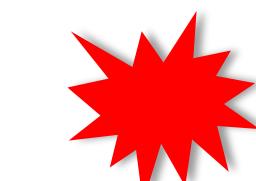


EXPLOR VISIT



IMA Solutions

Nouvelles captations

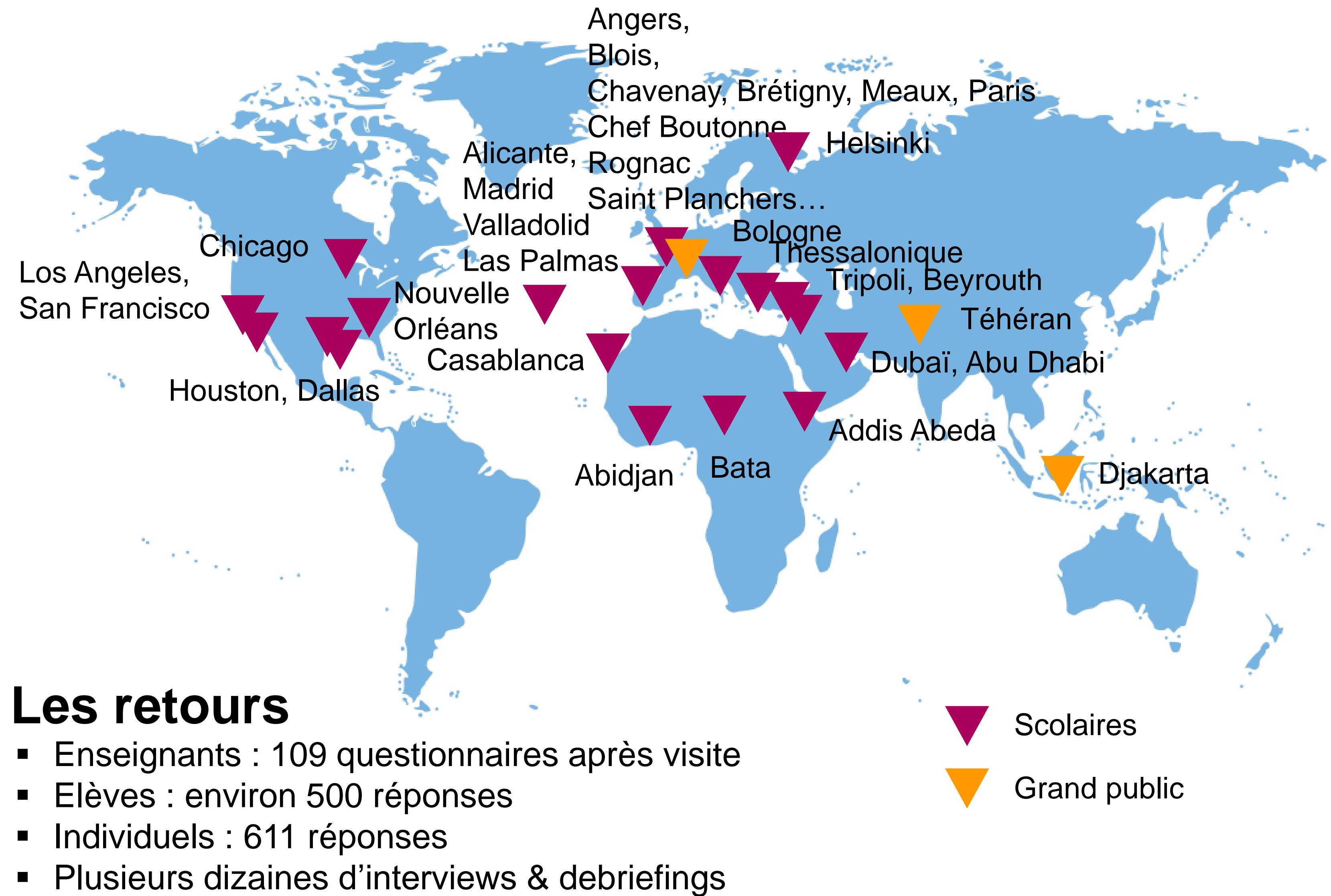


Inclut le système de visioconférence

BILAN (au 31 mars 2021)

Les participants

- 12 monuments
 - Arc de Triomphe
 - Azay le Rideau
 - Basilique Saint Denis
 - Château d'Angers
 - Château d'If
 - Conciergerie
 - Mont Saint Michel
 - Palais du Tau
 - Panthéon
 - Sainte Chapelle
 - Tours de la cathédrale de Reims
 - Tours de la Rochelle
- 30 médiateurs
- 6 nouvelles captations 360°
- 161 visites scolaires
- > 2500 élèves du CP à l'université dans le monde entier grâce à la Mission Laïque Française
- 29 visites grand public
- 1600 visiteurs



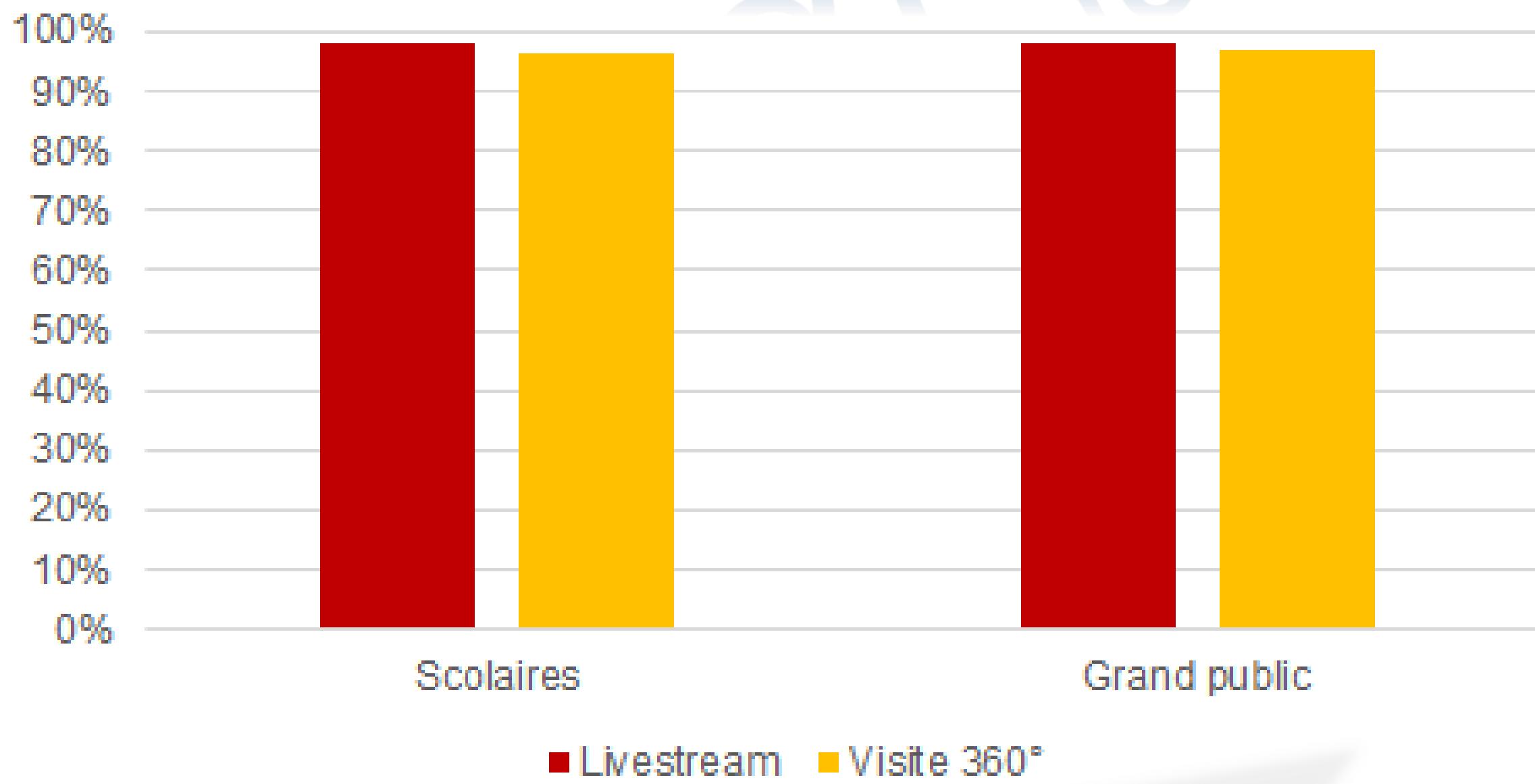
Les retours

- Enseignants : 109 questionnaires après visite
- Elèves : environ 500 réponses
- Individuels : 611 réponses
- Plusieurs dizaines d'interviews & debriefings

EXPERIENCE VISITEUR

Satisfaction globale :

97%



« ce type de visite faite avec le guide sur site est vraiment plus vivant que des conférences »
(Sainte Chapelle)

« La qualité d'écoute, d'échange et la technique assez immersive sont étonnantes » (château d'If)
« Le fil conducteur nous tenait en haleine. J'ai bien aimé pouvoir partager cette expérience avec ma famille » (Mont Saint Michel)

"Animatrice parfaite: réponses à toutes les questions, habile pour les illustrations 3D, les zooming. Réelle balade dans le château, même si nous n'avions pas la main. Echanges intéressants entre participants" (Azay-le-Rideau)

Livestream ou visite 360° ?

- Pas de différence notable !
- Confirmé par les interviews des visiteurs ayant testé les deux
- Scénarisation indispensable



livestream



visite 360°

- Spontanément préféré quand les visiteurs ont le choix
- Plus dynamique
- Plus réaliste : ambiance sonore, images en temps réel...
- Partage de media (images, vidéos...) plus simple
- Meilleure qualité d'image
- Plus immersive (quand elle est bien réalisée)

EXPERIENCE VISITEUR



Que veulent les visiteurs ?

Enseignants

- Horaire et vocabulaire adaptés aux élèves
- Les élèves sont actifs, posent des questions
- Les élèves retiennent quelque chose
- La visite est exploitable en classe

« Très adaptée aux enfants, possibilités de revoir des pièces... », un enseignant de Las Palmas de Gran Canaria (visite d'Azay le Rideau)

"Très bien de poser les questions au fur et à mesure, leur permet de rester accrochés. C'est un dialogue continu avec le guide. Même ceux qui maîtrisaient mal le français ont posé des questions", un enseignant de Los Angeles (Arc, château d'If, Mont Saint Michel)

"Les interactions avec les élèves et la sensation d'y être ", un enseignant de Paris (Basilique Saint Denis)

"La possibilité pour mes élèves de se retrouver à Paris. Les interactions avec la guide très dynamiques et motivantes pour les élèves.", une enseignante d'Addis Abeba (visite de l'Arc de Triomphe)

Elèves

- Ecouter une belle histoire
- Etre acteurs de la visite
- S'amuser

Visiteurs

« J'ai beaucoup aimé cette visite parce qu'elle nous a raconté l'histoire des créatures qui ne sont pas réelles et moi j'aime ces histoires. » Un élève de CM1 de Tripoli, Liban (visite de la cathédrale de Reims)

"La chasse au trésor est un bon prétexte pour donner de l'adrénaline à la visite" Un élève de 5e de Bata, Guinée Equatoriale (visite du Mont Saint Michel)

"On pouvait tourner la caméra pour regarder autour et j'ai trouvé cela sympa" Un élève de 3e de Houston (visite du château d'If)

"non seulement on a pu découvrir des choses mais en plus en jouant" Un élève de CM2 de Casablanca (visite du Mont Saint Michel)

« A l'époque il n'y avait pas de télés et pas de canapés et il y avait beaucoup d'escaliers » Un élève de CP de Sceaux (visite d'Azay le Rideau)

Individuels

Leurs motivations

- Pour apprendre, se cultiver : 59%
- Pour découvrir un nouveau format de visite : 52%
- Par curiosité : 41%

Leurs satisfactions

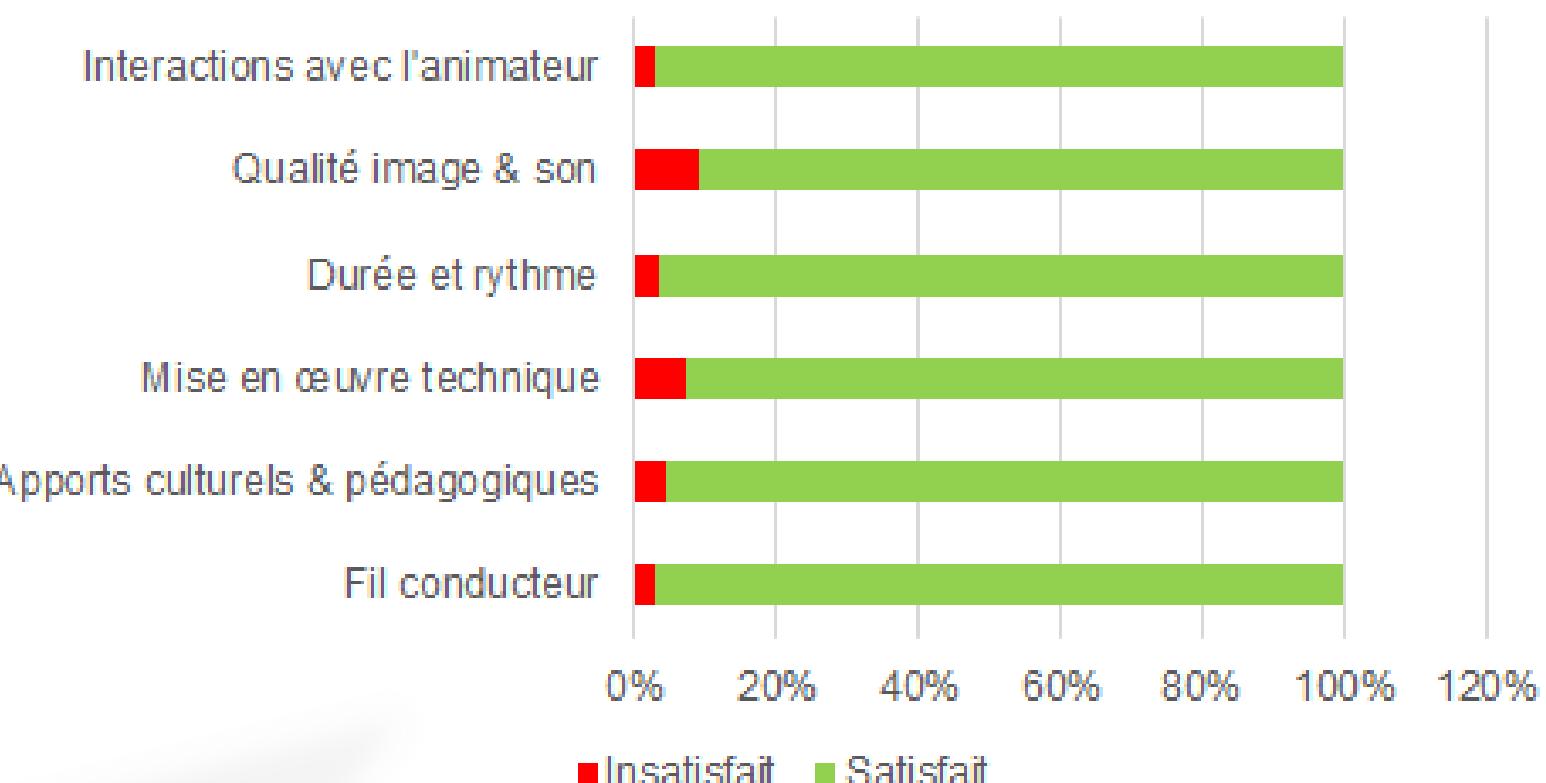
- Des interactions de qualité avec l'animateur : 98%
- Un contenu culturel de qualité : 97%
- Des lieux d'ordinaire inaccessibles : 99%

EXPERIENCE VISITEUR



Que n'aiment pas les visiteurs ?

Satisfaction des enseignants



Enseignants

- Problèmes techniques
- Discours inadapté aux élèves

Elèves

- Session trop longue
- « Les bugs »

Individuels

- Problèmes techniques : problèmes de connexion, besoins d'accompagnement au démarrage, qualité de l'image (17%), visiteurs qui se perdent dans l'image 360°...

« La visite était très intéressante pour un adulte ou pour des lycéens/étudiants. Mais le vocabulaire était bien trop inaccessible pour des élèves de CM2, et encore plus pour des élèves étrangers. » Un enseignant de Denver (Conciergerie)

"Un peu plus d'interactions avec les élèves. Plus de pauses pour leur permettre de poser leurs questions." Une enseignante de Dubaï (Azay le Rideau)

"la qualité du son et des images extrêmement fluctuante selon le moment de la journée par rapport à la connexion 4G. Le retour des étudiants est unanime sur la déception qui aurait été ressentie si la visite avait été payante." (Château d'Angers)

« Pas terrible. Ca a vraiment buggé j'étais coincé au même endroit pour 30 minutes " Un élève de CM1 de Los Angeles (château d'If)

"Je voudrais qu'il y ait plus d'animations et que ça bugge moins" Un élève de CM1 de Fontenay (Mont Saint Michel)
"j'aimerais que ça soit moins long avec moins de détails" Un élève de CM1 de Tripoli, Liban (visite de la cathédrale de Reims)

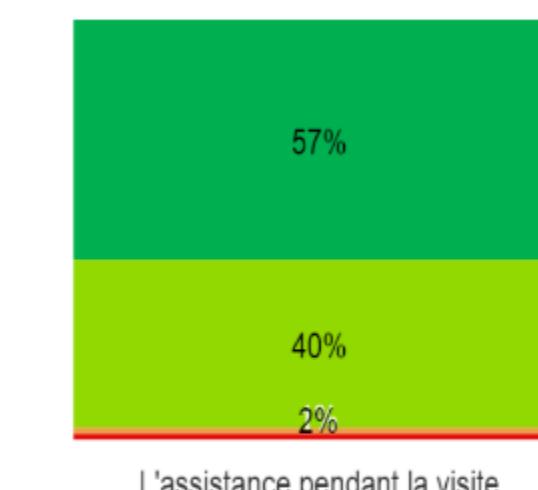
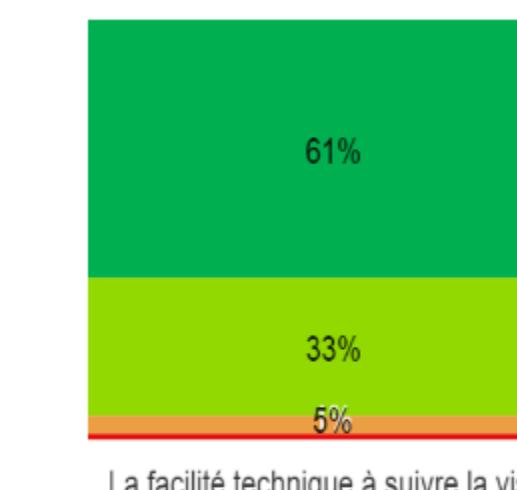
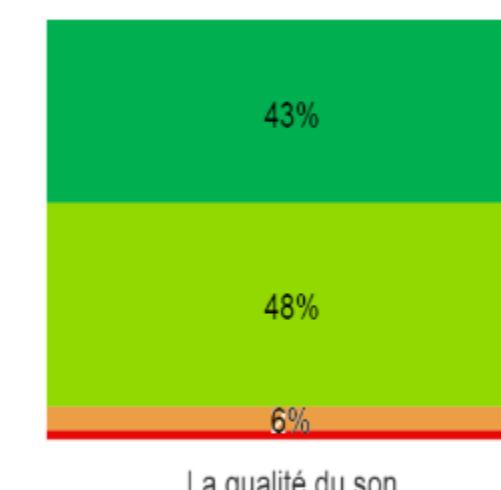
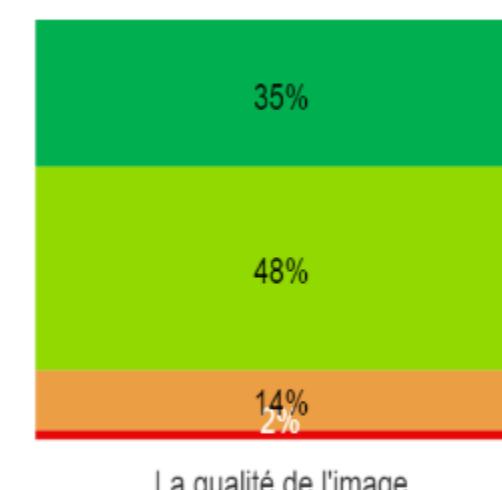
« Extrêmement intéressante bien qu'un peu courte (30mn). Seul bémol, la qualité de l'image » (tours de la cathédrale de Reims)

« J'avais plus de 2 minutes d'avance de l'image et du son et n'ai pas trouvé comment régler le souci » (château d'If)

« ça aurait pu être bien si la technique avait suivi. L'image s'est paralysée à de nombreuses reprises » (Panthéon)

« Plusieurs problèmes de résolution d'image causés par une mauvaise connexion, il faudrait investir dans un meilleur micro (pour isoler du bruit du vent) » (Arc de triomphe)

Concernant les aspects techniques de votre visite, comment évaluez vous :



BENEFICES POUR LE CMN

Motivation des équipes

- Fédération des équipes autour d'un projet de monument
- Plaisir d'expérimenter de nouvelles techniques, de nouveaux publics
- Démarche d'amélioration continue
- Réflexion collective sur la médiation : un effet réseau !

Accélération de la transformation numérique

- Des équipes qui ne savaient pas utiliser des outils de visioconférence en décembre construisent maintenant leur visite 360°
- Une expérience collective envoyée par d'autres monuments
- Une approche collaborative inédite entre monuments sur les sujets pédagogiques et numériques

De nouveaux publics qui n'auraient jamais été touchés sinon

- 76% de classes trop éloignées géographiquement pour venir en sortie
- 33% des individuels peu adeptes des sorties dans les monuments
- Découverte de monuments méconnus ou re-découverte
- Visibilité mondiale aux monuments

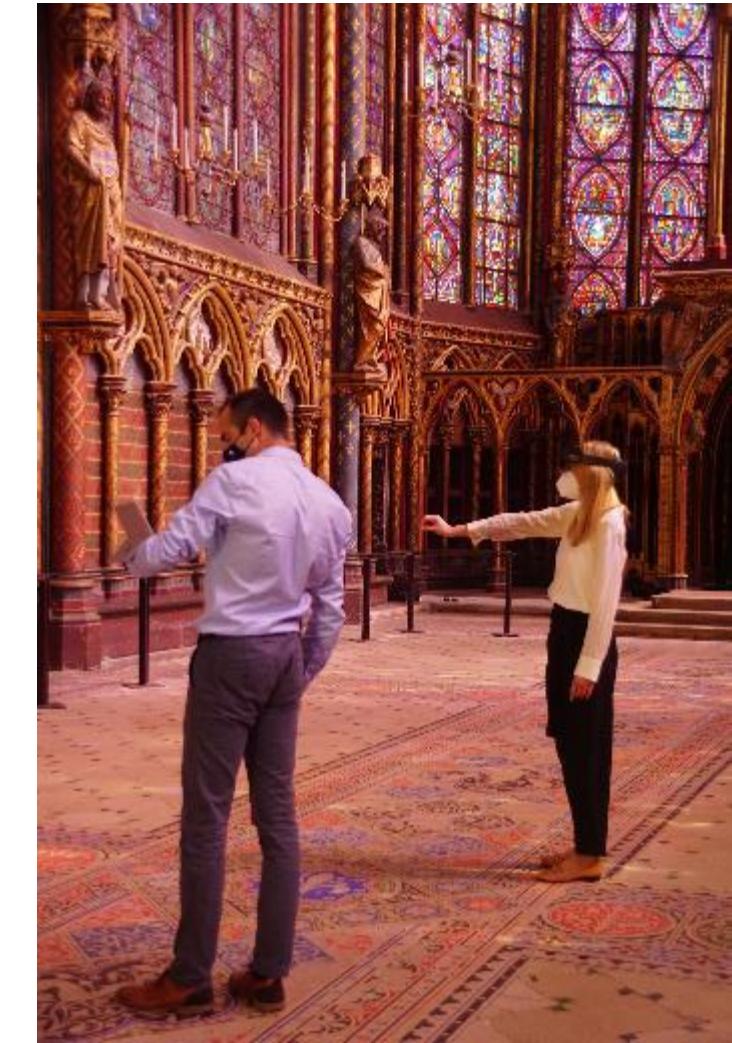
Un avantage concurrentiel pour les monuments du CMN

- La médiation, un différentiateur par rapport aux visites en autonomie
- La force du catalogue, fidélise autour de la marque CMN : des CEs, des lycées, des opérateurs touristiques veulent acheter plusieurs visites
- 84% des individuels et 88% des enseignants prêts à recommencer !

ET MAINTENANT ?

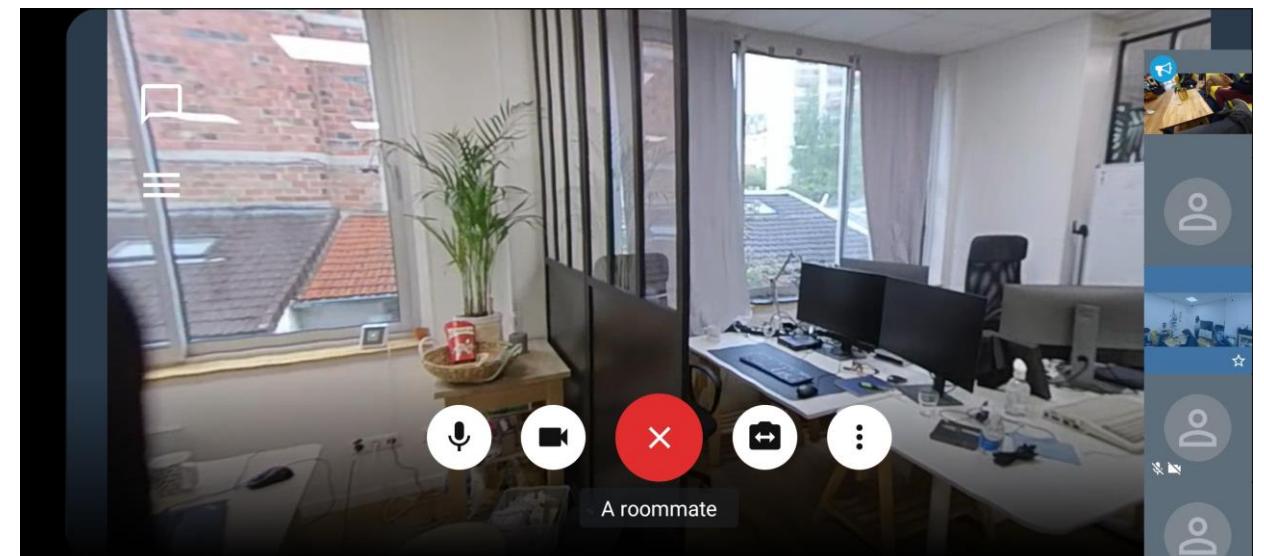
Passage aux tests payants le 15 avril

- Pour les scolaires, les groupes et les individuels
- Tarif de 9€ / écran pour les individuels basé sur les retours et l'analyse du marché
- Affinage du positionnement



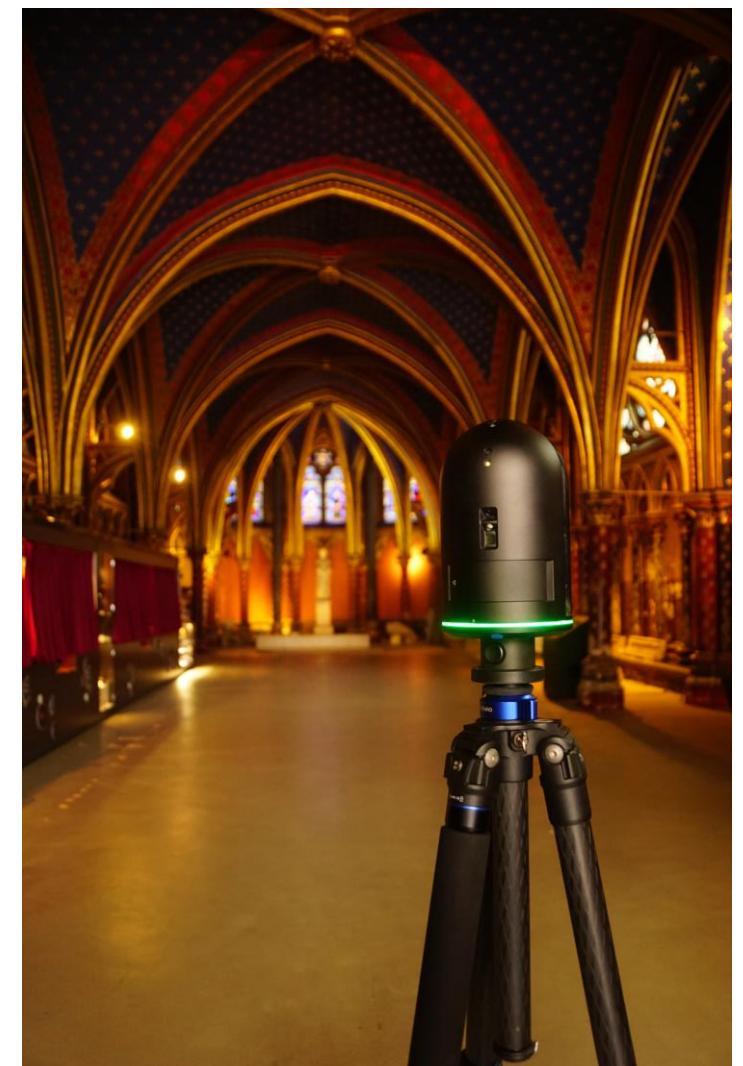
Elargissement à plus de monuments

- Lancement d'un marché de captations 360°
- 19 monuments prévus d'ici fin décembre



Tests de dispositifs innovants

- Immerger les visiteurs
- Permettre de l'interactivité aux visiteurs
- Nécessiter peu de ressources informatiques (bande passante, RAM)
- Permettre au médiateur d'intégrer des contenus externes
- Donner au médiateur la main sur les parcours





CENTRE DES
MONUMENTS NATIONAUX

MERCI !

patrick.bergeot@monuments-nationaux.fr



@LeCMN
#LECMN

www.monuments-nationaux.fr