

ENQUÊTE

Les nouvelles technologies, une révolution au musée ?

On les appelle des outils mobiles d'aide à la visite : audioguide, iPod, PDA, lecteur MP3 envahissent les musées. Le téléphone portable, via l'iPhone, révolutionne depuis peu le genre. Effet de mode ou vrai outil de médiation ? Décryptage.



En avril dernier, le musée national du Moyen Âge à Paris était le premier musée en Europe à proposer un dispositif global d'aide à la visite incluant notamment l'application iPhone. Quelques mois plus tard, c'était au tour du Grand Palais. Grâce au numérique, le visiteur peut désormais écouter ou télécharger sur Internet des séquences audio et vidéo pour préparer sa visite mais aussi utiliser sur place son téléphone portable ou son iPod comme audioguide. En moins de dix jours, l'application iPhone du Grand Palais a ainsi été téléchargée plus de 10 000 fois sur iTunes, soit près de 1 % des détenteurs français d'iPhone. Un record.

Comment expliquer cet essor ?

Par la démocratisation d'Internet et le boom du téléphone portable. Des téléphones qui embarquent de plus en plus de fonctions (appareil photo numérique, afficheur d'images, de texte, de vidéo, Internet, GPS...). Avec l'iPhone, une fois la visite téléchargée, on peut même lire le contenu sans utiliser son forfait. Un essor

technologique qui va de pair avec l'évolution des attentes des visiteurs. Pour attirer les jeunes, les musées doivent désormais proposer des actions plus interactives et ludiques.

Pour quels contenus ?

L'idée est d'enrichir la visite tout en donnant du sens. Les 12 sujets audiovisuels, développés par Sinapses Conseils et Audiovisit pour le Grand Palais (coût : 15 000 €), dévoilent l'histoire du lieu, sa programmation, les coulisses en faisant intervenir des artistes, des experts ou des personnalités comme Karl Lagerfeld.

L'avenir ?

Il s'annonce éclatant. Certains prédisent même la fin de l'audioguide traditionnel qui coûte cher aux musées en location de machines, de personnel mais aussi de contenus, le copyright appartenant aux gestionnaires extérieurs. Avec ce nouvel outil, le musée pourra désormais maîtriser en interne ses contenus et leurs diffusions en devenant producteur multimédia, à l'instar de la Tate de Londres qui a créé en 2006, la Tate Media. Une vraie force marketing. D'autant que le visiteur ne paie plus la location de l'audioguide et peut facilement mettre le contenu à jour.

Où les trouver ?

Les plus dynamiques ne sont pas ceux qu'on croit. En France, cet automne, de nouvelles applications iPhone vont faire leur apparition au musée national Marc Chagall de Nice, au musée national Fernand Léger de Biot mais aussi au musée Magnin de Dijon, en langue des signes française. En revanche, rien à signaler à Beaubourg ou au musée du Louvre, qui vient même de lancer un nouvel audioguide multimédia. À l'ancienne.

www.musee-moyenage.fr • www.grandpalais.fr
www.tate.org.uk/podcasts