



PÉRISCOPE



De nouveaux modes de transmission dans lesquels la technique complète le geste et la parole.

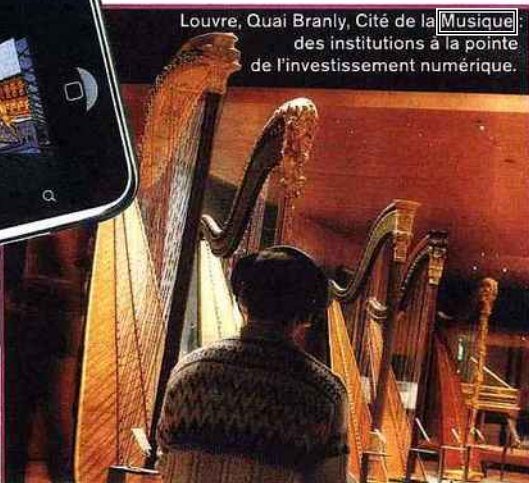
AUDIOGUIDES DES MUSEES

LE BANC D'ESSAI

La batterie tient-elle la route ? Existe-t-il une version russe ? Les commentaires sont-ils fiables ? Jules, 4 ans, a-t-il droit lui aussi à ses écouteurs ? « Le Figaroscope » est allé tester sur le terrain les audioguides des musées franciliens. Visite guidée et palmarès.



Louvre, Quai Branly, Cité de la **Musique** : des institutions à la pointe de l'investissement numérique.



Amateurs de musées, préparez-vous à une grande révolution ! Directement reliés à Internet, les audioguides du XXI^e siècle offriront tous, bientôt, plus de savoir que n'importe quel historien de l'art et pèseront mille fois moins lourd que le *Guide vert*. Mieux : l'info nécessaire sera téléchargeable à l'avance sur iPhone ou ordinateur portable, et pourra être conservée après la visite. C'est déjà le cas pour certaines grandes expos temporaires et au Louvre. L'audioguide d'aujourd'hui se mue peu à peu en « multimédia guide », où les explications, commentaires et comparatifs d'œuvres jouent désormais la carte de l'illimité. Avec non seulement du son mais aussi de l'image, une possibilité de zoomer, des plans de parcours à la carte, de l'animation, et – pourquoi pas ? – de la 3D, voire de la réalité augmentée. Un écran orientable reconstituant l'abbaye bourguignonne de Cluny est ainsi testé actuellement par le centre des Arts et métiers ParisTech, avant sa présentation au public le 25 février. Les visiteurs seront équipés de lunettes stéréoscopiques pour mieux s'immerger dans les ruines du site.

LA PUCE À L'OREILLE. Reste que si la technologie est prête, l'équipement se heurte au coût. L'investissement ne va pas de soi pour des musées qui, souvent, ont opté il y a quelques années seulement pour une technologie simplement numérique, déjà dépassée. Pour comparer les efforts faits dans les grands musées d'Ile-de-France, nous nous sommes concentrés sur les audioguides adaptés aux collections permanentes. Tous les lieux concernés ont été testés et notés sur 15. Nous avons estimé la qualité en cumulant des facteurs objectifs (temps d'écoute, nombre de chapitres, de traductions) et subjectifs (ton de la voix, anecdotes pertinentes, aide à l'orientation). Bien qu'il fasse figure d'exception, nous avons choisi de maintenir le Louvre dans ce classement. En effet, son appareil multimédia, disponible depuis février 2008, a entièrement été « mécené » par Korean Air.

DOSSIER RÉALISÉ PAR
ARIANE BAVELIER,
ÉRIC BIÉTRY-RIVIERRE,
SOPHIE DE SANTIS
ET VALÉRIE SASPORTAS

Sébastien Dondain, Pierre-Emmanuel Rastoin et DR

Notre test

dans 12 musées

Note sur 15	11	10	10	10	9	9
MODÈLE (nombre de visiteurs annuels)	1 500 XPVisionTM casque+écran couleur tactile (8,5 millions de visiteurs)	175 Antennaudio casque + écran tactile (6 455 visiteurs par jour)	500 RSF Portadap basic* (346 384 visiteurs)	400 Orphéo classic avec casque (71 162 visiteurs)	140 combinés Espro (200 000 visiteurs)	500 combinés Espro (3 millions de visiteurs)
TÉLÉCHARGEMENT	Gratuit	Non, (prochainement disponible)	Gratuit (parcours Cours et jardins)	Non	Gratuit	Non
COÛT PLEIN TARIF (entrée + audioguide)	15,5 euros	17 euros	8 euros	8 euros	16 euros (château et parc)	12 euros
TEMPS DE COMMENTAIRES	20 heures	40 minutes (expo) 1h30 (musée) 1 heure (4 ^e étage)	1 h 15	4 heures de commentaires 200 extraits musicaux	2 heures	10 heures
POINTS FORTS	Aide à l'orientation à partir de votre localisation et un parcours en langue des signes	Visualisation de l'œuvre commentée (photo, vidéo) Le parcours Famille destiné aux enfants	Commentaires historiques des lieux associés aux œuvres L'audioguide destiné aux enfants	Extraits musicaux joués sur des instruments présentés en vitrine, qualité du son	Un académicien doublé d'un grand animateur de télévision pour guide	Renvoi possible d'une œuvre vers des notions plus générales d'histoire de l'art

LES NOTES DU FigaroScope

MODERNITÉ	●●●●●	●●●●○	●●●○○	●●●○○	●●●○○	●●●○○
RAPPORT QUALITÉ/PRIX	●●●○○	●●○○○	●●○○○	●●○○○	●●○○○	●●○○○
MISE EN SCÈNE	●●●○○	●●●○○	●●○○○	●●○○○	●●○○○	●●○○○

Note sur 15

Note sur 15	9	8	8	8	8	7
MODÈLE (nombre de visiteurs annuels)	400 Espro Exsite Premium (351 348 visiteurs)	150 Orphéo classic avec ou sans casque (163 500 visiteurs)	400 combinés et 30 vidéoguides Orphéo classic et néo (1,5 million de visiteurs)	Combiné Espro (300 000 visiteurs)	5 000 Xplorer avec casque (5 millions de visiteurs)	Non communiqué car changement de prestataire en cours (700 000 visiteurs)
TÉLÉCHARGEMENT	Non	Non	Gratuit (payant avant la fin de l'année)	Non (projet pour le parcours Famille)	Gratuit (contenus audio et vidéo) Application iPhone (avril)	Non, mais échantillons gratuits (mars)
COÛT PLEIN TARIF (entrée + audioguide)	9 euros	7 euros	13,5 euros	5 euros	15 euros	11 euros
TEMPS DE COMMENTAIRES	5 heures	1 h 30	4 heures	2 heures (Découverte) 1 heure (Famille)	3 heures (4 circuits) 45 minutes (appartements, galerie des Glaces)	2 heures
POINTS FORTS	Commentaires courts et vivants	Dramaturgie sonore, explications circonstanciées, et bonus	Pour le même prix, le visiteur a accès aux expositions temporaires et aux collections	Les détails sur le contexte historique, appel à la carte, et les commentaires comparatifs	Efficace	Les intermèdes musicaux qui donnent à la visite un souffle poétique

LES NOTES DU FigaroScope

MODERNITÉ	●●○○○	●●○○○	●●○○○	●●○○○	●●○○○	●●○○○
RAPPORT QUALITÉ/PRIX	●●○○○	●●○○○	●●○○○	●●○○○	●●○○○	●●○○○
MISE EN SCÈNE	●●○○○	●●○○○	●●○○○	●●○○○	●●○○○	●●○○○

*Adapté pour les personnes munies de prothèses auditives

Retrouvez l'intégralité du test sur www.figaroscope.fr

VERSAILLES (ET LES AUTRES) L'ODYSSÉE DU VIRTUEL

Imaginez... Vous vous lancez dans une visite du parc de Versailles. Mirage du jardin de Le Nôtre, dans cette géographie de topiaires, tout à l'air proche et géométriquement limpide. Pourtant, vous vous perdez entre les bosquets. De la science-fiction ? Pas du tout : chaque année, des milliers de visiteurs s'égarant comme vous dans le parc. Pour cette raison, le château a testé tout l'automne une application iPhone, qui devrait être disponible fin avril, période propice à la visite des jardins et à la réactivité des écrans tactiles. Elle repose sur trois principes : la géolocalisation du visiteur, qui voit sur la carte du jardin, tandis que des commentaires vidéos se

déclenchent quand il passe devant une œuvre. Seconde conquête, la réalité augmentée : en fonction de ce qu'on filme avec son iPhone, des informations vous indiquent ce qu'il y a sous le sol, à dix kilomètres de là, ou derrière telle façade. Enfin, la post-visite : rentré chez vous, vous recevez sur votre mail, les photos que vous avez prises pendant la visite, et des liens vers des contenus culturels.

BOUDOIR 3D. « Nous définissons avec notre partenaire Orange des applications répondant à des besoins spécifiques pour chaque partie du domaine », indique-t-on au château. Après la géolocalisation pour échapper

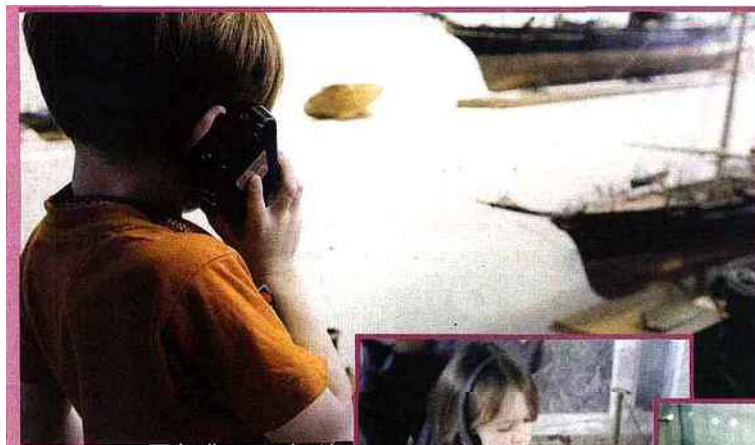


Géolocalisation, commentaires contextualisés, réalité augmentée... les possibilités des audioguides de dernière génération sont infinies.

au dédale du jardin, la visite du monument se fera sur un autre principe. Le visiteur filmera le décor et son iPhone recevra simultanément les infos afférentes. Pour le Petit Trianon, le mobilier de Marie-Antoinette sera modélisé en 3D, permettant au visiteur de « retourner » et « manipuler »

sans les toucher le nec plus ultra du mobilier français. Ces « visites guidées », mises au point avant la fin 2010 permettent de mesurer le chemin parcouru : à l'automne 2009, le Louvre seul s'installait à la pointe du progrès avec sa visite directement téléchargeable. Que réserve 2011 ?

A. B.



Ludiques, adaptés aux plus jeunes, ces équipements sont devenus les compagnons indispensables d'une visite réussie.



Arnaud Fux et DR

LES ENFANTS D'ABORD

Le 11 mars, le Musée de la Toile de Jouy (Jouy-en-Josas) inaugurera un audioguide avec une version spéciale pour les enfants. De plus en plus, cet équipement est perçu comme le compagnon indispensable de la visite. Les musées de la Ville de Paris, très à la traîne en la matière (les Musées d'Art moderne et Carnaval n'en possèdent pas un seul !), lanceront un appel d'offres pour s'équiper d'ici à 2011. Les musées dépendant de la Réunion des musées nationaux (RMN) en Ile-de-France, eux, ne sont entrés dans l'ère du numérique qu'en 2009. Ils sont donc, eux aussi, en cours de modernisation, comme le Musée Rodin qui changera au printemps son système vieux de quinze ans et proposera une version aux plus jeunes. Le château de Fontainebleau, le Palais impérial de Compiègne, la Malmaison et le musée de Cluny proposent déjà – ou vont proposer gracieusement – une prestation disponible en dix langues. Une édition a en outre spécialement été adaptée pour les jeunes visiteurs, en français et en anglais, avec téléchargement possible.

CONSERVATEUR EN POCHE. Le Quai Branly revoit déjà son équipement. La future présentation des œuvres (fin 2010) se veut plus dynamique, avec interviews de conservateurs ponctuées d'interventions narratives. Le téléchargement sera toujours possible à partir du site Web. Toutefois, l'audioguide deviendra payant, à un tarif préférentiel (3 €). Comme l'audio, l'investissement des guides multimédias n'est pas supporté par les établissements ; il fait l'objet d'une délégation de service public ou bien est financé par des mécènes (Crédit agricole pour Chantilly, Korean Air pour le Louvre).

É. B.-R.

COMBIEN ÇA COÛTE ?

À 300 € l'appareil, les petits musées ont du mal à suivre

Le budget d'équipement en audioguides varie de 200 000 euros (pour un musée recevant 500 000 visiteurs) à 1,5 million d'euros pour un musée en recevant 5 millions par an. Trois sociétés se partagent le marché : Sycamore, le leader français, qui équipera au printemps Rodin et Versailles ; l'anglais Antenna Audio, qui a équipé le Louvre ; et l'israélien Espor, qui équipe Orsay. Les musées les plus puissants opèrent une délégation de service public : c'est le prestataire qui paye tout, puis se rembourse sur la durée d'exploitation du contrat, en principe fixée à quatre ans.

Pour aider aux gros investissements de départ, le prestataire peut trouver un mécène, comme Korean Airlines au Louvre. L'addition se découpe comme suit : 250 à 300 € pour le nouveau modèle d'audioguide avec écran, le salaire des personnels et la production du commentaire. En fonction du nombre de comédiens et de la mise en scène sonore, ce coût varie entre 1 500 et 3 000 € pour un enregistrement d'une heure, et de 1 500 € à 4 000 € pour l'écriture du texte, selon l'apport documentaire fourni par la structure.

A. B.