

VISITEURS  
« ARMÉS »  
DE L'AUDIO-  
VIDÉO GUIDE.  
UNE CARTE  
INTERACTIVE  
LEUR  
PERMET DE  
S'ORIENTER.



© A.L. - ExpressioNomade

>>> Parc naturel régional du Haut Jura

# Audiovidéoguide pour visite ludique en famille

## Un succès qu'explique une enquête préliminaire

Des visites nature conduites par un audioguidage multimédias, voici ce que propose le Parc naturel régional du Haut Jura et le GAL' Alto Bellunese (Dolomites, Italie) à un public prioritairement familial. Ces appareils conduisent les randonneurs à la découverte de sites remarquables, il suffit de se laisser mener...

Les messages traitent du patrimoine naturel, culturel, historique, ils peuvent également être directionnels. Pour les plus curieux, encyclopédie, photos, vidéos, sons complètent le dispositif. Pour les enfants, un quiz permet de tester ses connaissances et rend la balade plus ludique encore.

Le projet est né en 2005 dans le cadre d'un projet de coopération Leader +. Les partenaires souhaitaient proposer une découverte de sites naturels à travers un outil ludique. Les choix techniques et stratégiques ont été largement influencés par une étude de clientèle menée en amont dans les deux pays. En effet, s'il est important d'être inventif, il est fondamental de rencontrer les utilisateurs et de s'assurer d'un minimum d'adéquation entre leurs besoins et l'outil proposé. On ne saurait trop insister sur la nécessité de bien étudier les finalités du produit que l'on souhaite mettre en œuvre : Quel public vise-t-on ? Souhaite-t-on un retour financier du produit mis en place ? Quels messages souhaite-t-on délivrer ? Quels sont les partenaires incontournables ? ...

Parmi les enseignements tirés de cette étude,

1. Groupe d'action locale, programme européen Leader.

**Les grands randonneurs ou les naturalistes avertis rejettent généralement les audiovidéoguides.**

quelques-uns se sont révélés fondamentaux :

- Le projet a reçu un accueil extrêmement favorable, 80 % des personnes interrogées manifestant un fort intérêt.

- Cependant, il s'est avéré que ce produit devait viser un public familial et qu'une version « expert », ainsi que cela avait été initialement envisagé, était inutile. En effet, les grands randonneurs ou les naturalistes avertis rejettent assez systématiquement les audiovidéoguides. Pour les premiers, ils constituent une entrave à une marche sportive (ils incitent à la contemplation et à des arrêts). Pour les autres, ils ne peuvent remplacer un ouvrage scientifique.

- L'une des surprises majeures de l'enquête vient de la demande de cartographie. En effet, nombre d'enquêtés ont exprimé la volonté de disposer d'une carte interactive permettant de repérer sa position en temps réel, la distance parcourue et à parcourir, l'environnement géographique proche...

Au niveau technique, cet élément a définitivement validé la nécessité d'avoir des appareils équipés d'un écran, qui plus est réfléchit (pas de reflet en pleine lumière) et de très bonne qualité.

- L'enquête a également permis d'étalonner le niveau d'information attendu par le public : renseignements simples, anecdotes, messages de courte durée centrés sur l'essentiel. L'élaboration des textes s'est ainsi révélée un moment fondamental et délicat avec pour mot d'ordre la recherche de textes vivants, dynamiques, délivrés à plusieurs

voix (interviews, dialogues...). Très vite, il est apparu inutile de distinguer deux niveaux de lecture : adulte et enfant. Les messages grand public conviennent à toute la famille.

On peut par contre, et c'est le choix qui a été fait ici, proposer des jeux complémentaires pour les plus jeunes. Ainsi, en répondant aux quiz proposés, l'enfant découvre un mot code qui ouvre droit à un petit cadeau.

Concernant l'aspect pratique, les emprunts d'audiovidéoguides se font par l'intermédiaire des offices de tourisme ainsi que certains centres d'hébergement collectifs (villages vacances). Leur implication le plus en amont possible du projet est essentielle.

Certes affiches et flyers doivent compléter le dispositif de communication mais la motivation des personnels d'accueil est fondamentale. Il en va de même de leur formation à l'utilisation des appareils qui doit être réenvisagée annuellement (changement de personnel, oubli du fonctionnement, peur du multimédia...).

Dans tous les cas, une certitude : le succès n'est pas dû au hasard. ■

ANNE SOPHIE VINCENT - PNR HAUT JURA

>>> Mél : [as.vincent@parc-haut-jura.fr](mailto:as.vincent@parc-haut-jura.fr)

### En savoir plus

► Le parc du Haut Jura a édité un DVD reprenant son expérience. Mél : [parc@parc-haut-jura.fr](mailto:parc@parc-haut-jura.fr). Tél. : 03 84 34 12 30