



# **DIAGNOSTIC EN VUE DE LA MISE EN OEUVRE D'UN PARCOURS DE VISITE NUMERIQUE A LA SALINE ROYALE D'ARC- ET-SENANS**

Préparé par : Marc Benaïche, Atelier 144  
lundi 18 décembre 2017



# SOMMAIRE

<b>I LE CONTEXTE DU PROJET</b>	<b>3</b>
A/ Objectifs de notre mission	3
B/ Enjeux du parcours de visite numérique	3
C/ Les cinq éléments du parcours de visite numérique	4
<b>II LES OBJECTIFS DU PARCOURS DE VISITE NUMERIQUE</b>	<b>5</b>
A/ Les Partis-Pris du Parcours de visite numérique	5
B/ L'Analyse de la situation actuelle	8
<b>III SOLUTIONS PRECONISEES</b>	<b>10</b>
A/ La création d'un dispositif de réalité augmentée artistique et interactif dans le bâtiment de la Berne Ouest, portant sur la narration du passé manufacturier de la Saline royale	11
B/ L'installation d'une salle d'interprétation numérique de l'histoire de la Saline royale dans l'actuel Hall Antoine	12
C/ L'acquisition de smart-guides multilingues	13
D/ La valorisation numérique du célèbre traité de Claude-Nicolas Ledoux	14
E/ La conception d'outils de médiation culturelle destinés aux enfants, jeunes et publics « empêchés »	14

# I LE CONTEXTE DU PROJET

## A/ Objectifs de notre mission

En vue de la conception et de la réalisation du parcours de visite numérique, notre mission consiste dans l'élaboration d'un diagnostic qui comprend comme suit :

- Etat des lieux des outils de visite proposés actuellement ;
- Elaboration des besoins de la Saline royale ;
- Proposition d'un concept ;
- Proposition de solutions (en lien avec les besoins de la Saline royale et l'étude d'impact territorial au niveau culturel, touristique et économique).

## B/ Enjeux du parcours de visite numérique

La Saline royale d'Arc-et-Senans souhaite mettre en place un nouveau parcours de visite numérique dans le but d'améliorer l'expérience de visite et de connaissance de son patrimoine par ses publics. Ce projet comprend à la fois la modernisation des équipements actuels et la conception de nouveaux outils numériques.

Ce projet intitulé «**180°Augmenté - Parcours de visite numérique et ludique à la Saline royale**» est un service numérique innovant, artistique et interactif dont la Saline Royale souhaite lancer la conception dès Juillet 2018 dans le but de :

- Elargir et diversifier l'attractivité de l'offre culturelle numérique et touristique, génératrice de retombées économiques durables en Franche-Comté, en proposant un dispositif de visite surprenant, éducatif et ludique conçu par les entrepreneurs et artistes du secteur numérique implantés à l'échelle régionale ;
- Développer l'accès à une proposition culturelle numérique évolutive et adaptable pour les publics étrangers, en ciblant particulièrement le marché asiatique, défini par le schéma régional de développement du tourisme et des loisirs 2017-2022;
- Concevoir des contenus multimédias pour répondre aux exigences d'accessibilité de tous les publics, notamment des publics dits « empêchés » et des personnes porteuses de handicap ;

Bâtie entre 1775 et 1779 sur les plans de l'architecte Claude-Nicolas Ledoux, la Saline royale d'Arc-et-Senans se distingue par son architecture en forme d'arc de cercle (180°) autour duquel s'organise l'ensemble des bâtiments et activités du site. Tandis que sa conception reflète une organisation rationnelle et hiérarchisée du travail, sa

construction s'inscrit dans le cadre d'un projet de ville idéale s'articulant autour de la saline. La présence de la forêt de Chaux, destinée à fournir le combustible nécessaire à la cuisson de la saumure, détermine le choix de sa localisation. Elle est alimentée en saumure depuis Salins-les-Bains. Les petites eaux, présentant un taux de salinité inférieur à celles exploitées à Salins-les-Bains, sont acheminées par un saumoduc sur une distance de 21 km. Les canalisations sont construites en bois de sapin, puis en fonte. Sa valeur exceptionnelle lui vaut d'être inscrite par l'UNESCO sur la Liste du Patrimoine mondial en 1982. Elle constitue de nos jours un pôle culturel et touristique majeur avec ses expositions permanentes, son Musée Ledoux (unique musée d'Europe dédié à un architecte), sa saison culturelle ainsi que son hôtel et centre de congrès.

Grâce au projet 180°Augmenté, nous permettrons à ce lieu unique, porteur d'une parcelle de l'histoire de l'humanité, de poursuivre le projet du génie de Claude-Nicolas Ledoux, tel qu'il définissait la Saline royale « C'est un monde isolé du monde... relié au monde ».

## C/ Les cinq éléments du parcours de visite numérique

1. La création d'un **dispositif de réalité augmentée artistique et interactif dans le bâtiment de la Berne Ouest**, portant sur la narration du passé manufacturier de la Saline royale ;
2. L'installation d'**une salle d'interprétation de l'histoire de la Saline royale dans l'actuel Hall Antoine** ;
3. **L'acquisition de « smart-guides » multilingues**, qui viendront remplacer les audioguides qui n'offrent actuellement aucune interactivité avec le public, notamment étranger. Conçus comme de véritables compagnons de visite, les smart-guides auront pour objectif de valoriser grâce au numérique le patrimoine historique, industriel et architectural de la Saline royale, en tant que site touristique majeur de la Franche-Comté ;
4. **La valorisation numérique du célèbre traité de Claude-Nicolas Ledoux**, situé dans le Musée Ledoux (seul musée d'Europe dédié à un architecte) ;
5. **La conception d'outils de médiation culturelle destinés aux enfants**, jeunes mais également aux publics dits « empêchés » et personnes porteuses de handicap.

## II LES OBJECTIFS DU PARCOURS DE VISITE NUMERIQUE

- Du fait de la pluralité de ses publics, les outils de médiation devront être flexibles et évolutifs.
- La médiation portera sur les archives et les contenus produits par la Saline. Des processus d'*éditorialisation* spécifiques seront mis en place.
- Ces outils devront être robustes et simples d'accès, tout en étant attractifs et parfois spectaculaires (réalité augmentée, immersion et spatialisation sonore, etc.).
- Ils devront s'intégrer harmonieusement à la Saline, et ne pas gêner la contemplation que ce lieu inspire.

### A/ Les Partis-Pris du Parcours de visite numérique

#### 1. l'accessibilité :

1. **mettre en place des outils simples d'utilisation, d'installation rapide et peu contraignants.**
2. **répondre à la diversité des publics :** enfants ou adultes, novices ou spécialistes, français ou étrangers, visiteur assidu ou découvreur du lieu, artistes ou chercheurs, etc.
3. **proposer des outils en langues étrangères.**
4. **proposer des outils pour les visiteurs en situation de handicap.**

#### 2. l'adaptabilité :

1. **s'adapter au cadre de la découverte du lieu par ces publics**, ainsi qu'aux activités qui leur sont proposées : venue seul ou en groupe, avec l'application Smartphone disponible en plusieurs langues ou sans appareillage, pour une visite patrimoniale et/ou ludique, un atelier, une conférence, un concert, etc.
2. **valoriser différents types de contenus :** texte écrit, images fixes, images en trois dimension, archives sonores, vidéos courtes, films longs, etc.
3. **proposer des outils en fonction de la durée de visite** (pour les touristes qui passent moins d'une heure sur place par exemple, et qui veulent voir l'essentiel du lieu).

4. **proposer un outil de géolocalisation** fiable et de visualisation du plan de la Saline. Si la géolocalisation au niveau technique au vue de la configuration du lieu n'est pas possible il faudra mettre en place une visualisation ergonomique du plan de la Saline pour pouvoir se repérer.

### 3. le développement de la connaissance du lieu par le visiteur :

1. **transmettre des savoirs fondamentaux à propos du lieu** : compréhension de la Saline (histoire, périodes, évolution, restauration, etc.) et de sa programmation culturelle (Évènements, Lux Salina, Expositions, Concerts etc....)
2. **faire découvrir des connaissances supplémentaires à propos du lieu** : facettes méconnues des moments historiques du lieu, histoire cachée du lieu, secrets, anecdotes etc.
3. **exploiter des contenus divers et de toutes les époques** pour raconter le lieu pendant toutes ces périodes : passé, présent et futur. Par exemple, montrer les espaces du bâtiment sous les différentes configurations qu'ils ont eues au XVIIIe, XIXe, XXe siècles...
4. **exploiter les nombreux documents** que détient la Saline (dont les archives, les données sur les événements musicaux, etc.), **les numériser pour les rendre disponibles** et **les rendre facilement accessibles via une interface numérique**.

### 4. la récolte des réactions des visiteurs :

1. **collecter les témoignages des visiteurs**.
2. **proposer un outil virtuel d'espace d'expression participatif** aux visiteurs.

### 5. la valorisation et la promotion du lieu :

1. **mettre en avant les publications et produits vendus sur place**.
2. **proposer des outils élégants, beaux et agréables à utiliser**, qui s'harmonisent avec le lieu.
3. **proposer des outils pour se renseigner** en particulier **sur l'activité événementielle** du lieu : les meilleurs spectacles et moments de la dernière saison, les produits en vente à la boutique/librairie, les artistes vus à la Saline...
4. **mettre en valeur les jardins** et proposer du contenus en réalité augmentée ? (identification de la flore)
5. **montrer que la Saline innove**.

## 6. la création d'une « valeur ajoutée » au lieu :

1. **fidéliser le public** afin de le faire revenir sur les lieux et de poursuivre le développement de sa relation avec la Saline, peut-être sous un autre angle que celui sous lequel il l'avait abordée.
2. **renouveler/compléter l'expérience de visite** (par exemple, en exploitant les archives).
3. **déclencher une relation virtuelle** avec le lieu, avec et/ou sans appareillage mobile (par exemple sous la forme d'un jeu-parcours interactif, avec/sans tablette/lunettes interactives, via un ticket électronique, avec sons, images, contenus vidéos, etc.).

Dans le même temps, nous préconisons certaines **conditions à éviter** :

- **ne pas submerger les publics sous une abondance de contenus**,
- **ne pas briser l'expérience sensorielle et méditative** que le lieu inspire : dépaysement du lieu, beauté du bâtiment, nature, jardin,... (par exemple, ne pas installer une profusion d'écrans). Il est important que le numérique ne brise pas la magie du lieu, et que le parcours numérique garde vivante la relation que le visiteur peut entretenir avec ce lieu « hors du temps ».

ainsi que certaines **contraintes** listées ci-dessous:

- La Berne Ouest, où sera situé un dispositif de réalité augmentée, ne présente pas d'isolation thermique et ce grand volume subit des écarts de températures très important pouvant endommager du matériel électronique permanent. A noter aussi que les murs et le béton armé de la Berne Ouest sont classés aux Monuments Historiques. Ainsi, le dispositif de réalité augmentée devra être étudié et conçu spécifiquement pour le lieu et en adéquation avec la réglementation liée aux Monuments Historiques.
- Le Hall Antoine qui comportera une salle d'interprétation rénovée grâce notamment à des dispositifs numériques et audiovisuels doit rester un lieu polyvalent et privatisable dans le cadre de réceptions et de conférences - une salle de conférence est attenante à cet espace-. A ce titre, cela crée des contraintes d'organisation spatiales et scénographiques importantes.

- Concernant la conception des nouveaux smartguides multilingues, la question d'une utilisation prolongée sur site - les visiteurs peuvent y passer une longue demi-journée - et par conséquent d'une batterie conséquente avec un temps de recharge non négligeable, sont des contraintes à prendre en compte pour le choix des appareils et de la logistique de recharge appropriée. Par ailleurs, l'étendue importante du site et les multiples allers et venues entre l'extérieur et l'intérieur peuvent poser problème dans la gestion d'outil de géolocalisation fiable et précis.

## B/ L'Analyse de la situation actuelle

Depuis quelques années la Saline royale s'est équipée d'une série d'outils permanents destinés à améliorer la médiation du lieu avec son public, outils utilisant pour la plupart des technologies numériques :

- **Un audioguide.** L'audioguide mis en place en 2003 a permis à la Saline Royale d'élargir son public et génère un revenu annuel de 16 000 euros. Pourtant l'appareil actuel est désormais désuet et présente de nombreuses limites : non évolutif tant au niveau du contenu que des langues proposés, matériel usagé qui doit être remplacé, qualité audio médiocre, aucun suivi statistique d'utilisation, aucune possibilité de CRM<sup>1</sup> et de fidélisation.
- **Une création numérique audiovisuelle projetée sur les façades du monument de la Saline royale d'Arc-et-Senans.** Les temps forts de cette création numérique, appelés « LUX SALINA », ont pu être visibles par le grand public tous les vendredis et samedis des mois de Juillet et Août en 2016 et 2017. Cette création numérique audiovisuelle est un point fort pour la programmation estivale et a largement contribué à renforcer et élargir l'attractivité de la Saline Royale.
- **Un dispositif sonore et lumineux :** installé dans les jardins de la Saline royale, le dispositif sonore et lumineux propose depuis l'été 2016 aux visiteurs de découvrir les oeuvres d'artistes sonores et visuels impliqués en Bourgogne-Franche-Comté.
- **L'application smartphone « Radio fantôme » :** un parcours de visite pour les enfants, une manière ludique et pédagogique de découvrir le monument et son histoire racontée par le fantôme de Claude-Nicolas Ledoux, invité par Anne, animatrice sur « Radio fantôme ».
- **En version Ipad, le parcours audioguidé** est ponctué de trois animations (la découverte de la fonction de chaque bâtiment lorsque la Saline royale était une manufacture ; le procédé de fabrication du sel ; le projet de Ville Idéale de

---

<sup>1</sup> Customer Relationship Management ou Gestion de la relation client (GRC)



Chaux imaginé par Claude Nicolas Ledoux). Cinq jeux pédagogiques complémentaires permettent également de valider les connaissances acquises par les enfants au cours de la visite. La Saline royale s'est équipée de 20 Ipad afin de favoriser l'accès à cette offre aux visiteurs ne possédant pas leur propre tablette.

- **Un atelier numérique d'architecture** : La Saline propose aux classes de collège et lycée de concevoir leurs propres projets d'architecture à partir d'une visite de la ville idéale de Chaux présentée au musée Ledoux, d'une initiation à la modélisation par ordinateur et de la réalisation d'un bâtiment de cette ville idéale avec une imprimante 3D.

L'ensemble de ces outils a permis à la Saline de renforcer son attractivité et d'élargir son audience. En effet, la fréquentation globale de la Saline est ainsi passée de 95 974 visiteurs en 2014 à 125 000 en 2017.

Pourtant la fidélisation du public demeure un objectif majeur. En effet, une étude de 2010 (en cours de réactualisation) montre que :

- 78% des visiteurs viennent à la Saline pour la 1ère fois
- 12 % des visiteurs viennent à la Saline pour la 2ème fois
- 6 % des visiteurs viennent à la Saline pour la 3ème fois
- 4 % des visiteurs sont venus à la Saline + de 6 fois

On constate que :

10 % des visiteurs sont des fidèles de la Saline

12% des visiteurs sont en voie de fidélisation

Il n'y a pas de véritable effet haute saison sur la répartition entre visiteurs déjà venus et primo visiteurs, la part de ces derniers étant de 72 à 75% avant et après saison contre 75 à 80% en haute saison.

La Saline royale est un site qui présente donc des difficultés à fidéliser sa clientèle, la clientèle de passage et itinérante d'origine lointaine est très forte et son retour se révèle difficile sans proposition nouvelle sur le site.

C'est pourquoi nous préconisons pour le projet «**180°Augmenté - Parcours de visite numérique et ludique à la Saline royale**» de fixer 3 objectifs majeurs :

- 1. Renouveler l'offre éditoriale du parcours de visite au moyen notamment de nouveaux outils de médiation numérique.**
- 2. Fidéliser les visiteurs via un outil performant de CRM et de post-visite**
- 3. Renforcer l'offre destinée aux publics empêchés, aux enfants et aux visiteurs étrangers.**

## III SOLUTIONS PRECONISEES

### 1. Renouveler l'offre éditoriale du parcours de visite au moyen notamment de nouveaux outils de médiation numérique.

La création du dispositif de réalité augmentée artistique et interactif dans le bâtiment de la Berne Ouest, portant sur la narration du passé manufacturier de la Saline royale ; L'installation d'une salle d'interprétation numérique de l'histoire de la Saline royale, dans l'actuel Hall Antoine et la valorisation numérique du célèbre traité de Claude-Nicolas Ledoux, situé dans le musée Ledoux vont permettre d'atteindre cet objectif.

### 2. Fidéliser les visiteurs via un outil performant de CRM et de post-visite

Le renouvellement de l'audioguide existant grâce à l'acquisition de « smart-guides » multilingues va permettre de mettre en place un véritable dispositif de post-visite sur Internet et de fidélisation des visiteurs.

### 3. Renforcer l'offre destinée aux publics empêchés, aux enfants et aux visiteurs étrangers.

Le nouveau compagnon de visite ou smart-guide sera multilingue. Il comprendra un parcours enfant plus élargi que le parcours I-pad, et sera également adaptables aux besoins des publics empêchés qui auront la description audio lors de leur visite (notamment pour le public mal voyant). Grâce à l'intégration d'interfaces tactiles dans le Hall Antoine et le Musée Ledoux, nous permettrons l'accès aux visiteurs étrangers et aux personnes porteuses de handicap d'accéder à des contenus présents mais qui leur étaient jusqu'à maintenant difficilement accessibles.

### Afin de préconiser les solutions ci-après, voici les principes qui nous ont guidés :

- Les technologies numériques étendent le lieu dans le temps et dans l'espace.
- Il devient impératif de s'écarter des technologies encombrantes dans les nouvelles muséographies numériques.
- La Saline royale est un lieu sensible à ses visiteurs.
- Il est important de proposer au grand public de multiples niveaux et divers moyens d'accès à l'information.
- Donner l'opportunité au public d'emporter les connaissances du lieu avec soi.
- Montrer l'invisible.
- Enchanter le visiteur.

## A/ La création d'un dispositif de réalité augmentée artistique et interactif dans le bâtiment de la Berne Ouest, portant sur la narration du passé manufacturier de la Saline royale

Installé dans la Berne Ouest, ce dispositif de réalité augmentée sera conçu sous la forme d'un parcours en déambulation permanent qui sera visible tout au long de l'année.

Simple d'usage, ce dispositif retracera en 3D la technique de fabrication du sel qui existait à la Saline royale et dans les autres sites sauniers de la Région Bourgogne-Franche-Comté et de la Suisse.

Afin de correspondre aux spécificités de modularité de la Berne Ouest (utilisée en hiver par la patinoire et en été pour les concerts) nous proposons d'installer une vingtaine de lunettes fixes et modulables qui seront disposés dans tout l'espace de la Berne Ouest qui permettront de « voir » en réalité augmentée le fonctionnement de cette Berne à l'époque de Ledoux.

Ce dispositif s'inspire des **visionneuses stéréoscopiques** (fig. 1) du milieu du XIXe siècle qui a permis les premières vues en relief et d'une certaine manière correspond au début de la réalité augmentée.

fig. 1



fig. 2



Cependant ces visionneuses seront dotées **d'écrans vidéos transparents** (fig. 2) et le visiteur pourra voir - **grâce à un effet de superposition optique et numérique** - des animations 3D et 2D qui utiliseront en arrière plan le point de vue réel et actuel du lieu. Ce dispositif qui sera placé à des points fixes, à l'avantage de dépasser les problématiques de géolocalisation et de positionnement propre à tous les outils de réalité augmentée et son approche formelle et esthétique donnera un aspect spectaculaire et poétique à l'installation.

Le contenu scientifique des lunettes sera construit à partir de ce qui existe déjà et sera adapté pour le dispositif, notamment les reconstitutions du film sur le passé industriel de la Saline royale et des images vidéo des années 60 sur la fabrication du sel à Salins-les-Bains.

## **B/ L'installation d'une salle d'interprétation numérique de l'histoire de la Saline royale dans l'actuel Hall Antoine**

A ce jour, il existe à la Saline royale un espace d'exposition dédié à la mémoire du lieu. Malgré son intérêt scientifique, cet espace n'attire pas le public. C'est pourquoi, et dans le but de transmettre les savoirs fondamentaux du lieu, nous proposons de revoir complètement la mise en espace du lieu et sa scénographie ainsi que les outils de médiation du contenu scientifique.

La Scénographie du lieu se devra d'être particulièrement attractive tout en permettant une grande polyvalence de cette salle. Nous préconisons l'usage de dispositifs de projections et de mobiliers équipés d'écrans tactiles permettant l'accès dynamique à une grande richesse de contenus audiovisuels et iconographiques.

Le propos de l'exposition est principalement historique, mais la mise en espace devra être moderne, dynamique, ludique, et facilement appréhendable pour les visiteurs.

La scénographie doit engager le visiteur à une visite active : découverte de sous-espaces thématiques, variation du regard du visiteur, espaces sonorisés, repères dans l'espace de la Saline de l'époque, etc. Les textes viseront à questionner le visiteur, la scénographie doit également aller dans cette logique d'interactivité et d'interpellation.

Au vu de l'absence d'objets, mais aussi de la visée documentaire des photographies et autres documents d'archives, les changements de rythme dans le parcours sont essentiels, tant dans la composition d'espaces spécifiques que dans les accrochages.

Des assises doivent être prévues autant pour le repos des visiteurs que pour les visionnages du contenu audiovisuel, ou encore pour les écoutes des contenus sonores.

Ce nouveau dispositif, doit améliorer la compréhension de la Saline royale, et permettra de raconter l'histoire du lieu pendant toutes ses périodes jusqu'à aujourd'hui.

A ce dispositif très scientifique, de valorisation et de conservation de l'histoire, sera associé un dispositif plus ludique permettant de découvrir des facettes méconnues de ce site patrimonial d'exception (récits des personnes issus de la population locale, des anecdotes, des secrets).

Enfin, et dans le but de préserver la polyvalence de l'espace du Hall Antoine, l'ensemble du mobilier devra être facilement déplaçable et repositionnable.

## C/ L'acquisition de smart-guides multilingues

Le *smartguide* offrira un choix de parcours numériques multilingues audio et visio guidés permettant d'en savoir plus sur la Saline (site patrimonial et programmation culturelle).

Ces parcours :

- seront constitués de POI (points d'intérêts) numérotés et/ou QR Code.
- seront minutés afin de permettre aux visiteurs de sélectionner les parcours par temps disponible pour leur visite : 1 heure, 1 heure 30 et 2 heures et plus.
- le smartguide proposera un plan virtuel, qui permettra au visiteur d'appréhender l'étendue du lieu et d'adapter sa visite en conséquence. De plus, comme dit précédemment, des parcours minutés permettront de gérer son temps de visite en amont.
- s'adapteront à différents types de publics : famille (adultes avec enfants), adulte « touriste » et adulte « expert ».
- se retrouveront en post-visite, disponible en ligne après la visite. Sur cet espace de visite personnel se retrouvera le parcours effectué et la majeure partie des contenus additionnels (vidéos, entretiens, etc.) proposés par la Saline royale, en fonction des possibilités en terme de droits. Un autre intérêt de la post-visite réside dans le parcours famille, où l'enfant pourra collecter avec ses parents des données spécifiques qu'ils pourront consulter plus tard sur leur espace en ligne.

Une signalétique avec les numéros des POI sera mis en place pour lier le smartguide aux espaces d'exposition. Une signalétique supplémentaire pourra être mise en place, par exemple au sol, pour aider le visiteur à se repérer davantage dans les espaces.

La géolocalisation automatique dans la Saline royale pourrait poser problème vue l'étendue du lieu, Le smartguide proposera par défaut un système simple basé sur des POI numérotés, ou des QR codes que le visiteur tapera sur son clavier virtuel pour accéder aux fiches des objets. Ce système est très connu des visiteurs, offrant une prise en main rapide, et permet de ne pas se soumettre à des technologies encore en plein développement (obsolescence, imprécision...).

Pourtant la géolocalisation automatique devra être étudiée et proposé au sein du DCE remis aux entreprises en vue de la consultation.

**L'outil de post-visite permettra de fidéliser les visiteurs car son activation à partir du smartguide nécessitera de donner son adresse email à la Saline royale. Ainsi la Saline pourra poursuivre des échanges d'information réguliers avec ses anciens visiteurs et les inviter à découvrir la programmation culturelle à venir afin d'accroître sa fréquentation et ses recettes.**

## **D/ La valorisation numérique du célèbre traité de Claude-Nicolas Ledoux**

Installé dans l'actuel Musée Claude-Nicolas Ledoux, unique musée d'Europe dédié à un architecte, le nouveau dispositif numérique sera conçu sous le format de plusieurs cartels augmentés.

Il sera composé de deux écrans tactiles muets et multilingues (16/3) présentant des planches du traité de Claude-Nicolas Ledoux qu'on peut feuilleter et qui seront accompagnés des planches de textes et d'images (une dans chaque aile et accessible aux personnes à mobilité réduite) ;

En outre un dispositif tactile à l'entrée du musée permettra de visionner les maquettes du musée pour les personnes à mobilité réduite.

## **E/ La conception d'outils de médiation culturelle destinés aux enfants, jeunes et publics « empêchés »**

Une grande partie des outils de médiation seront inclus dans le smartguide et des outils dédiés (tablettes) pour les guides. Ces outils permettront de développer au fur et à mesure de nouveaux parcours interactifs pour les jeunes publics et les publics empêchés et ainsi de personnaliser de plus en plus l'offre de la Saline pour toucher avec précision l'ensemble des catégories de publics.

### **Un nouvel outil numérique participatif**

A l'inverse de la plupart des partis pris muséographiques des sites culturels, éloignés des attentes du public, les compagnons de visite conçus dans le cadre du projet « 180° augmenté » seront pensés comme un outil virtuel d'expression participatif, qui permettra de collecter les témoignages des visiteurs. Ces données permettront d'adapter les outils en fonction des besoins et des attentes du public et de les fidéliser pour les faire revenir sur les lieux et de poursuivre le lien créé.