

**ACTION COLLECTIVE**



## **Développer des visites audio guidées**

© CDT Aisne (Décembre 2008)

1

## **Quel projet ?**

- Regrouper les sites, notamment ceux de notre réseau 'Trésors & Merveilles de l'Aisne' souhaitant créer **un nouveau produit de visite** à destination des détenteurs de baladeurs numériques (Ipod...) ou de téléphones portables embarquant cette fonction.

© CDT Aisne (Décembre 2008)

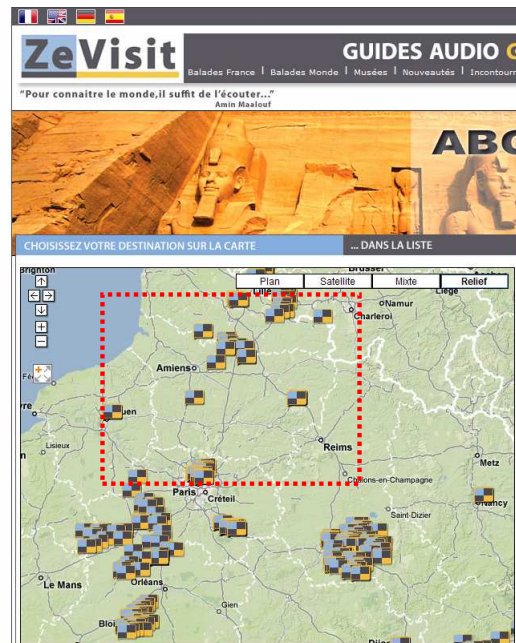
2

## Pourquoi ?

- Les sites touristiques picards sont très peu présents.
- Pourtant l'enjeu est majeur

Source : [www.zevisit.com](http://www.zevisit.com) – Exemple d'un site proposant des visites audioguidées

© CI



## Pourquoi ?

- Toucher un visitorat **plus jeune** **autour de 25-40 ans**, ce qui nécessite de proposer des contenus 'ludiques'.
- Donc attirer de nouveaux visiteurs qui ne seraient pas venus avec des visites de type 'guides conférenciers'.
- Toucher **un public étranger** en leur offrant une prestation de visite professionnelle.
- **C'est un produit à la fois de visite et de promotion.**



© CDT Aisne (Décembre 2008)

4

## Pourquoi ?

- Même si on est sur des investissements de contenus et non de contenant, **les coûts sont très conséquents** → +/- 20000€ pour une visite bilingue comprenant +/- 10 stations.
- D'où l'action collective permettant de mobiliser des fonds publics, notamment le FEADER, à hauteur de 50%.



© CDT Aisne (Décembre 2008)

5

## Les grands principes

### Proposer un projet à 3 volets :

- Scénarisation de la visite
- Production des contenus (1 à 3 langues)
- Diffusion des contenus – Audience - Visibilité

### Développer des contenus adaptés aux évolutions sociétales et à une cible rajeunie (jeunes adultes – couples) :

- Des formats courts : +/- 3'30" par point de visite - +/- 12 stations pour une ville et +/- 7 stations pour un site.
- Des formats rythmés : des commentaires historiques pour comprendre, des anecdotes pour retenir, des interviews flash, de la musique, des archives sonores...
- Une scénarisation des contenus : une écriture dynamique, un parti pris ludique pour que la visite rime avec plaisir.

© CDT Aisne (Décembre 2008)

6

## Le rôle du CDT

- Piloter l'action collective
- Récupérer des fonds partenariaux pour créer un effet levier
- Gérer l'appel d'offre pour choisir le fournisseur répondant au triple objectif (scénarisation – production – audience/diffusion).
- Piloter la phase projet avec les sites partenaires.
- Assurer la phase 'promotion' de ces contenus (multi diffusion des contenus)

© CDT Aisne (Décembre 2008)

7

## Wanted !! Le portrait idéal du site partenaire

- Une ville (itinéraire), un site touristique (musées, château, monument, voire exposition...) clos ou ouvert, qu'il soit public, privé, associatif...
- Souhaitant proposer une visite **en toute autonomie** que ce soit pour des clientèles françaises ou étrangères
- S'engager dans **une démarche d'approche 'ludique'** de son patrimoine afin de capter une cible d'individuels plus jeunes
- Participer au financement en complément de l'aide du financeur 'public' & de celle du CDT Aisne.

© CDT Aisne (Décembre 2008)

8

## Le calendrier

Décembre/ Janvier	<b>Recrutement de sites partenaires</b> <b>Objectif : +/- 10 sites</b>
Janvier	<b>Montage du dossier financier</b>
Février	<b>Rédaction des pièces de l'appel d'offre et lancement (fin février)</b>
Avril	<b>Partenaire sélectionné</b> <b>Équipes projets sur chaque site est définie</b>
Mai à décembre	<b>Réalisation des contenus</b>

© CDT Aisne (décembre 2008)

## Pour en savoir +


 Rendez-vous sur [www.pro-evasion-aisne.com](http://www.pro-evasion-aisne.com)

 Rubrique LES RESEAUX

 Sous rubrique CLUB DES TRESORS & MERVEILLES

 Article CREATION DE VISITES AUDIO-GUIDEES

\*\*\*\*\*

 Des articles de référence pour comprendre les enjeux

 Des liens pour découvrir quelques sites web dédiés au téléchargement de visites touristiques audio guidées

 La fiche projet 'Action collective'

© CDT Aisne (Décembre 2008)

10