Document généré le 15 juil. 2025 06:03

Continuité

CONTINUITÉ

Le passé sera techno !

Jeanne Corriveau

Numéro 157, été 2018

Patrimoine et tourisme. Voyager dans le temps

URI : https://id.erudit.org/iderudit/88412ac

Aller au sommaire du numéro

Éditeur(s)

Éditions Continuité

ISSN

0714-9476 (imprimé)
1923-2543 (numérique)

Découvrir la revue

Citer cet article

Corriveau, J. (2018). Le passé sera techno ! *Continuité*, (157), 36–38.

Tous droits réservés © Éditions Continuité, 2018

Ce document est protégé par la loi sur le droit d'auteur. L'utilisation des services d'Érudit (y compris la reproduction) est assujettie à sa politique d'utilisation que vous pouvez consulter en ligne.

https://apropos.erudit.org/fr/usagers/politique-dutilisation/

érudit

Cet article est diffusé et préservé par Érudit.

Érudit est un consortium interuniversitaire sans but lucratif composé de l'Université de Montréal, l'Université Laval et l'Université du Québec à Montréal. Il a pour mission la promotion et la valorisation de la recherche.

https://www.erudit.org/fr/

Le pa sera

Visiter un monument le guide à la main n'est plus le seul moyen de découvrir le patrimoine. À l'ère du wifi et de la réalité virtuelle, le milieu du tourisme explore de nouvelles méthodes pour enseigner le passé autrement.

JEANNE CORRIVEAU

Depuis l'an dernier, la basilique Notre-Dame de Montréal accueille un spectacle multimédia. Conçu par le studio Moment Factory à l'occasion du 375e anniversaire de la métropole, *Aura* projette pendant environ 40 minutes des effets visuels et sonores qui permettent au visiteur de découvrir sous un autre angle l'église monumentale. « Cette création est venue remettre en lumière la basilique dans notre écosystème touristique », dit Pierre Bellerose, vice-président de Tourisme Montréal.

Les nouvelles technologies ont la cote dans les musées et sur les sites patrimoniaux. Expositions multimédias, bornes interactives et applications mobiles ne sont que quelques-uns des moyens utilisés afin d'enrichir l'expérience de la clientèle. Ces outils attrayants donnent une nouvelle dimension à la compréhension du lieu.

Cité Mémoire, une autre œuvre lancée à l'occasion des célébrations du 375e de Montréal, exploite elle aussi les outils

En avril dernier, *Cité Mémoire* a remporté le prix Distinction 2018 de Tourisme Montréal dans la catégorie Innovation.
Photo : Jean-François Lemire, ShootStudio

assé techno !

technologiques. Ce parcours multimédia imaginé par Victor Pilon, Michel Lemieux et Michel Marc Bouchard se déploie en une vingtaine de tableaux animés qui, projetés sur les murs du Vieux-Montréal, racontent l'histoire de la ville et de ses personnages marquants comme Jeanne Mance, Maurice Richard et le frère Marie-Victorin. Une application mobile rend possible ce voyage à travers le temps.

« Je pense que les technologies permettent d'expliquer encore plus facilement l'ADN du patrimoine, avance Pierre Bellerose. Pour les visiteurs locaux, elles font redécouvrir des sites. Pour les touristes, elles content une histoire. C'est spectaculaire. Ceux qui viennent à Montréal ont rarement vu ça dans leur vie. »

La réalité augmentée va encore plus loin. Le studio 44 Screens, une entreprise qui a ses racines en Normandie et à Montréal, a fait du tourisme patrimonial sa spécialité. Il a développé des applications qui proposent une expérience d'immersion. Les lieux visités reprennent vie dans un autre espace-temps. Ainsi, une personne qui se rend sur les plages d'Arromanches et de Juno peut revivre le débarquement de Normandie de 1944 grâce à des modélisations 3D accessibles sur un appareil mobile.

D'autres technologies de réalité virtuelle font appel à des casques. Les accessoires seront à l'avenir plus légers et moins intrusifs, croit cependant le vice-président de Tourisme Montréal, convaincu que ces nouveaux outils numériques trouveront de belles applications dans son domaine.

Gadgets : séduction ou distraction ?

Mais cet engouement pour les gadgets comporte des dangers, dont celui de distraire le visiteur de l'objet qui devrait être au centre de son attention. « Quand on projette des images sur un monument, l'écran ne compte plus. C'est ce qui est projeté sur l'écran qui importe », illustre Denis Lavoie.

Ce spécialiste en interprétation du réseau des parcs nationaux du Canada, maintenant à la retraite, en appelle à la prudence. Une séance d'interprétation devrait permettre au visiteur de remettre en question l'information reçue, affirme-t-il. « Les nouvelles technologies laissent peu d'espace à la réflexion et à l'esprit critique, à la "leçon" que toute visite à un lieu patrimonial doit proposer. Comment entreprendre une démarche critique avec une machine programmée pour se répéter ? »

Le recours aux technologies s'accompagne en effet de certaines contraintes. Suivre un parcours préenregistré rend moins libre de faire la visite à son rythme en s'abandonnant à la contemplation du lieu. Et impossible de poser des questions. Si le programme nous plonge au XIXe siècle, on peut difficilement le convaincre de nous informer plutôt sur le XXe siècle !

De bien coûteuses technologies

Les outils technologiques ne sont pas non plus à la portée de tous les établissements, fait remarquer Éliane Bélec, consultante en histoire et patrimoine. Elle qui siège au conseil d'administration de l'Association québécoise des interprètes du patrimoine rappelle que les musées et autres sites québécois sont aux prises avec des contraintes budgétaires importantes.

Or, les applications développées sur mesure, en plus de coûter cher au départ, nécessitent des mises à jour. Et les équipements requièrent de l'entretien. « Le milieu culturel est toujours alléché par les nouvelles technologies, dit-elle. Malheureusement, les écrans tactiles plantent souvent. La technologie vieillit plus vite que n'importe quel panneau d'interprétation et ne remplace jamais l'interaction que tu peux avoir avec un guide dans une visite. Je prêche peut-être pour ma paroisse, mais ce que je dis, le public le dit aussi. »

Ses réserves ne l'empêchent pas de concéder que l'intelligence artificielle peut être une voie prometteuse. « Si c'est bien mis en scène, avec du bon contenu, on peut discuter avec le personnage qui a été créé », explique-t-elle.

Au Monastère des Augustines, on mise sur un créneau touristique en pleine croissance : le ressourcement. Comme quoi il est possible d'innover autrement que par les nouvelles technologies.
Source : Le Monastère des Augustines

Faciliter le contact direct

Le touriste cherche des façons inédites de découvrir du pays, mais cela ne passe pas uniquement par les nouvelles technologies. Aux Îles-de-la-Madeleine, des acteurs du milieu ont entrepris un processus de cocréation de nouveaux outils pour stimuler le tourisme. « Ce qui est ressorti, c'est que la clientèle préférait les contacts authentiques, explique Jacinthe Marcoux, coordonnatrice marketing culturel au Réseau muséal des Îles-de-la-Madeleine. Les visiteurs veulent être en contact avec les Madelinots. »

Sauf que les guides touristiques conventionnels ont leurs limites. Conjuguant leurs efforts, trois établissements, soit le Musée de la mer, le Centre d'interprétation du phoque et le Council for Anglophone Magdalen Islanders, ont élaboré une application mobile répondant à leurs besoins. Le programme génère des circuits thématiques. De plus, il alerte les visiteurs lorsque des événements ponctuels surviennent près du lieu où ils se trouvent. Ce « guide personnalisé » permet de profiter d'une offre qui passerait autrement inaperçue, comme un pêcheur qui organiserait une visite de son embarcation, une activité qui ne se planifie pas des mois à l'avance et ne se trouve pas consignée dans les guides touristiques.

« L'application ne remplace pas l'expérience, prévient Mme Marcoux. On ne veut pas que les gens restent le nez collé sur leur téléphone. Mais on a l'impression que les outils technologiques sont devenus incontournables. »

La première version de l'application sera lancée en juillet prochain dans le cadre d'un projet-pilote échelonné sur deux ans. À plus long terme, le Réseau muséal des Îles-de-la-Madeleine entend recruter d'autres partenaires afin d'offrir de nouveaux contenus. Il espère attirer les familles ainsi que les voyageurs qui aiment découvrir le monde en toute liberté, à l'extérieur des groupes organisés.

Se déconnecter, ça aussi c'est moderne !

Séduire les gens de passage sans écran ni bidule clignotant, est-ce encore possible ? Bien sûr. Le Monastère des Augustines, à Québec, vient d'en faire la preuve. Sa direction a choisi de miser sur un créneau touristique qui, bien que déconnecté des nouvelles technologies, se trouve en pleine ascension : le ressourcement.

Dans cet ancien cloître fondé en 1639, le patrimoine sert de toile de fond à l'expérience des clients. L'endroit a fait l'objet d'importants travaux de réhabilitation pour devenir un lieu d'hébergement axé sur la spiritualité et le bien-être. On y propose 32 chambres aménagées selon les standards contemporains, mais aussi 32 cellules ayant gardé leur ameublement d'origine, du temps où les religieuses y habitaient. Les visiteurs ont accès à une panoplie de services liés aux soins du corps et de l'esprit : séances de yoga, concerts méditatifs et conférences.

« Certains viennent dans l'intérêt de dormir dans un cloître du XVIIe siècle en plein cœur du Vieux-Québec, souligne Marie-Eve Perron, responsable du développement touristique au Monastère des Augustines. Mais nous cherchons surtout à développer le volet du ressourcement. Le Monastère est un leader au Québec et au Canada dans cette niche de marché qui croît deux fois plus rapidement que le tourisme général à l'échelle mondiale. »

Plutôt que de présenter le patrimoine comme une collection d'objets tout droit sortis du passé, la direction de l'établissement a choisi d'en tirer une offre authentique qu'elle met au service d'une cause contemporaine. Cette nouvelle vocation est en phase avec l'œuvre des religieuses qui se sont consacrées, pendant 400 ans, à soigner les malades. « On a vraiment développé une variété d'expériences ancrées dans l'histoire. Le concept a été réfléchi, et les produits, toujours reliés au patrimoine et aux valeurs des Augustines. » Le service d'hébergement permet en retour d'assurer le maintien et la préservation du lieu.

Malgré l'esprit de recueillement qui habite le Monastère, les technologies modernes n'y sont pas bannies. « On a jonglé longtemps avec l'idée de ne pas offrir le wifi. On a finalement décidé de s'éloigner de toute approche dogmatique », indique Mme Perron. L'hôtellerie procure donc un accès à Internet, mais invite ses clients à se débrancher pour se reconnecter à eux-mêmes. Les visiteurs peuvent d'ailleurs laisser leur appareil à la réception pour la durée du séjour, question de se couper momentanément du monde.

Le tourisme est indissociable du patrimoine, mais celui-ci doit s'arrimer au XXIe siècle. D'autant que le portrait des voyageurs change. À la clientèle traditionnelle venue des États-Unis, de la France et de l'Ontario se joint, de plus en plus nombreuse, celle de pays lointains comme la Chine et le Japon. « Ces gens ont un rapport autre au patrimoine nord-américain qui, par définition, est récent, rapporte Pierre Bellerose. Donc, il faut le présenter de façon différente. » ◆

Jeanne Corriveau est journaliste au quotidien *Le Devoir*.