



Réinventer  
le patrimoine

Fiche pratique n°3 | Novembre 2023

# Comment évaluer une expérience numérique et immersive ?



Spectacle de mapping dans la cour intérieur du Château de Beaugency © SALE Geoffroy



# SOMMAIRE

EN RÉSUMÉ | p. 3

I. ÉVALUER LA QUALITÉ ET LA COHÉRENCE DE L'EXPÉRIENCE DE VISITE | p. 4

II. ÉVALUER L'ÉVOLUTION DE LA FRÉQUENTATION  
(DÉVELOPPEMENT DES PUBLICS, DIVERSIFICATION, FIDÉLISATION) | p. 6

III. ÉVALUER LES RETOMBÉES ÉCONOMIQUES DU PROJET | p. 7

IV. ÉVALUER LA NOTORIÉTÉ DU LIEU PATRIMONIAL | p. 9

# EN RÉSUMÉ

**Les apports et limites d'une expérience numérique et immersive peuvent être mesurés différemment selon les objectifs d'un lieu patrimonial en termes de :**

1. Qualité et cohérence de l'expérience proposée par rapport à l'offre du lieu ;
2. Fréquentation des publics ;
3. Retombées économiques ;
4. Notoriété et positionnement par rapport à d'autres lieux similaires.

**L'analyse des impacts sera fortement différente selon les modalités d'accès à l'expérience numérique (accès libre ou restreint) et le degré d'intégration de ce projet à l'offre culturelle globale du lieu patrimonial.**

## QUELQUES POINTS À RETENIR

1. Les critères de réussite d'une expérience immersive sont multiples et étroitement liés aux enjeux stratégiques du site d'accueil : contribution à la notoriété et au positionnement du lieu, accroissement des ressources propres, impacts territoriaux, élargissement ou diversification des visiteurs...
2. La mesure de l'impact de l'expérience numérique dépend aussi des modalités d'accès (libre ou restreint) et du degré d'intégration du projet numérique au sein de l'offre globale du lieu.
3. Un suivi mensuel du ratio entre le nombre de séances programmées et le nombre de séances annulées pour des défaillances techniques ainsi que le taux de remplissage ou le taux de prise.

# I. ÉVALUER LA QUALITÉ ET LA COHÉRENCE DE L'EXPÉRIENCE DE VISITE

En prenant le point de vue des visiteurs, l'expérience numérique et immersive peut être évaluée selon :

1. Intégration dans les espaces (évaluation de la signalétique et des aménagements mis en œuvre) ;
2. Intégration dans la programmation culturelle et dans l'offre globale du lieu (selon que cette offre soit permanente, temporaire ou événementielle) ;
3. Politique tarifaire pratiquée (évaluation de la propension des visiteurs à payer) ;
4. Accessibilité physique de l'expérience (évaluation de cette accessibilité pour tous les publics et dans ses différentes composantes) ;
5. Pertinence des contenus (évaluation du niveau de discours proposé, de son adéquation aux publics) ;
6. Qualité de l'expérience proposée (évaluation du bon fonctionnement des dispositifs mis en place mais aussi de l'ergonomie globale de l'expérience, de son interactivité et de son ambition immersive) ;
7. Pertinence de l'accompagnement proposé (accueil, gestion des flux, mise en animation, consignes, médiation).

Pour mesurer ces différents enjeux, différents outils peuvent être mobilisés.

## A. Réalisation de séquences d'observations ou d'expérimentations avec différents visiteurs

Ces séquences permettent d'évaluer l'accessibilité physique et la qualité de l'expérience proposée. Elles peuvent être l'occasion aussi d'évaluer les contenus et les besoins d'accompagnement des visiteurs.



À l'occasion des Journées Européennes du Patrimoine 2016 et en préfiguration de la refonte du parcours permanent de la Citadelle de Verdun, les équipes de la maîtrise d'œuvre et les muséographes ont mis en place un prototype à l'échelle 1 du dispositif pour le tester auprès des publics. De nombreux retours ont ainsi été recueillis sur le dispositif technique mis en œuvre, l'ergonomie et la pertinence des contenus proposés.

## **B. Analyse des évaluations laissées par les visiteurs (avis soumis en ligne ou via un livre d'or) ou réalisation d'entretiens avec le personnel en charge des publics (accueil et médiation)**

Ces différents avis peuvent contribuer à avoir des retours sur la politique tarifaire pratiquée, la qualité de l'expérience proposée et son articulation avec les autres offres proposées par un lieu culturel.

## **C. Réalisation d'entretiens avec les visiteurs**

Ces entretiens peuvent notamment permettre d'avoir des retours sur la satisfaction, l'appréciation des contenus et l'expérience proposée ou encore la politique tarifaire pratiquée.

## **D. Ratio entre le nombre de séances programmées et le nombre de séances annulées pour des défaillances techniques**

> *Ex. Plus d'un an après l'ouverture de son parcours immersif, une journée seulement a été impactée à Pressoria, pendant 3 heures, suite à un problème technique de l'ordinateur central de la régie (cf. [Fiche projet n°7](#)).*

### **Exemple d'un guide d'entretien**

#### **1. Profil socio-démographique**

- Sexe
- Âge
- Activité / profession
- Lieu d'habitation
- Niveau de diplôme

#### **2. Niveau de pratiques culturelles**

- Pratiques de visites de lieux patrimoniaux (fréquence et type de lieux visités)
- Autres pratiques de visites éventuelles (concert, théâtre, festival, musée...)

#### **3. Évaluation de l'expérience**

- Durée de la visite (dont temps alloué à l'expérience numérique)
- Évaluation de la satisfaction vis à vis de l'expérience en termes de :
  - Contenus (fond / forme / niveau de discours / pertinence des contenus proposés)
  - Qualité de l'expérience (accessibilité / fonctionnement des dispositifs techniques / immersivité et interactivité)
  - Intégration dans la scénographie (clarté de la signalétique et intégration de l'expérience dans les espaces)
  - Médiation et accompagnement apporté
  - Rapport aux attentes
  - Pertinence du prix pratiqué

#### **4. Mesure de la notoriété**

## II. ÉVALUER L'ÉVOLUTION DE LA FRÉQUENTATION (DÉVELOPPEMENT DES PUBLICS, DIVERSIFICATION, FIDÉLISATION)

La fréquentation d'une expérience numérique et immersive peut être évaluée en termes :

1. **De nombre de visites générées pour le site ou spécifiquement pour l'expérience numérique** (ex. comptabilisation des usagers d'une expérience via une billetterie dédiée). Autrement, des données issues du back office peuvent être générées pour identifier le nombre d'utilisateurs ainsi que la durée d'utilisation moyenne.
2. **De l'évolution du nombre de visiteurs depuis la mise en place de l'expérience immersive.**
3. **Du taux de prise du matériel par rapport au nombre d'équipements (pour les expériences individuelles)** : une moyenne régulière peut être réalisée en suivant les fréquentations de chaque séance.
4. **Du taux de remplissage par rapport à la jauge de l'expérience (pour les expériences grand format)** : une moyenne régulière peut être réalisée en suivant les fréquentations de chaque séance.
5. **De types de visitorat déclinés selon leurs modes de visites** (individuels / groupes / primo-visiteurs ou non), leur provenance géographique (local, national ou international) et leur mode de tarification (tarif plein, tarif réduit, groupe, gratuité).

### Extrait du bilan qualitatif et quantitatif produit par la bibliothèque humaniste de Sélestat pour évaluer l'expérience VR proposée en 2021 et 2022

#### Données de fréquentation

- 9 mois d'exploitation (juillet-mi-novembre 2021 et 2022); plus de 700 séances proposées au public.
- Plus de 2 350 participants en 2021 et 2022 (âge minimum de plus de 13 ans).

#### Données sur les participants

- 98% des participants sont français, dont 40 % du Bas-Rhin. Sur ces 40%, 18% seulement viennent de Sélestat et de sa communauté de communes.
- 55% des participants interrogés sont venus en famille.
- 38% des participants ont moins de 26 ans.
- 65% des publics sont primo-visiteurs.
- 76% des visiteurs interrogés ont profité de l'expérience Odysée VR pour (re)visiter le musée (accès gratuit à l'exposition permanente).

*Données issues du logiciel de caisse de la Bibliothèque humaniste de Sélestat et du questionnaire de satisfaction réalisé auprès de plus de 100 participants en 2022.*

**Pour en savoir plus, voir la fiche projet n°10.**

### III. ÉVALUER LES RETOMBÉES ÉCONOMIQUES DU PROJET

#### Les retombées économiques d'une expérience se mesure grâce :

1. Au revenus générés par l'expérience (en lien avec les revenus globaux du lieu) ;
2. Au panier moyen par visiteur ;
3. À l'amortissement des coûts de conception ;
4. À l'équilibre des coûts d'exploitation (personnel, maintenance, coûts énergétiques, etc.) ;
5. Aux impacts directs, indirects et induits générés pour le territoire selon la méthode de la Direction Générale des Entreprises (DGE) pour les études d'impacts<sup>1</sup>.
  - Impacts directs : emplois, valeur ajoutée (PIB) et contributions fiscales des organisateurs du dispositif immersif ;
  - Impacts indirects : dépenses des visiteurs liées à la participation au dispositif immersif (billetterie, hébergements, restauration, commerces, transports...). Cette catégorie concerne également les dépenses de l'organisateur du dispositif immersif : emplois, valeur ajoutée (PIB) et contributions fiscales - à travers les achats des organisateurs du dispositif immersif.
  - Impacts induits : emplois soutenus, valeur ajoutée (PIB) et contributions fiscales liés à la consommation des salariés (directs et indirects) du dispositif immersif.

#### Focus sur l'expérience VR du Théâtre d'Orange :

L'expérience VR du Théâtre d'Orange a un taux de prise d'environ 17% par rapport à la fréquentation globale du site (environ 160 000 entrées), c'est-à-dire 27 200 visiteurs chaque année. Cette expérience est proposée à un tarif unique de 5€. 5€ X 27 200 visiteurs = 136 000€. L'investissement initial pour la conception de cette expérience était de 250 000€. Cette expérience aurait donc été amortie en environ 24 mois d'exploitation.

#### Une donnée confirmée par les comptes globaux du site (CA visites uniquement)<sup>1</sup> :

- **2017** : 1 172 576 € de chiffre d'affaires sur les visites ;
- **2018** (année d'installation de l'expérience) : 1 260 395 € de chiffre d'affaires sur les visites (soit + 87 819 €)
- **2019** : 1 353 785 € de chiffre d'affaires sur les visites (soit + 181 209 €).

---

1. <http://www.orange-autrement.fr/2021/05/bien-drole-cette-deliberation-sur-la-delegation-de-la-gestion-de-notre-patrimoine-culturel.html>

---

1. Méthodologie de la DGE sur l'impact économique d'événement culturel (<https://www.entreprises.gouv.fr/fr/etudes-et-statistiques/dossiers-de-la-dge/guide-methodologique-la-mesure-de-l-impact-d-evenement-touristique>)

## QUELQUES EXEMPLES D'INDICATEURS

### Indicateurs de mesure des revenus générés par l'expérience numérique

1. Chiffre d'affaires généré par l'expérience numérique = nombre de visiteurs accueillis X tarifs d'entrée
2. Part du chiffre d'affaires généré par l'expérience numérique par rapport au chiffre d'affaires global d'un lieu
3. Panier moyen par visiteur ayant réalisé l'expérience numérique = montant des dépenses global des visiteurs / nombre de visiteurs

### Indicateurs de mesure de l'amortissement et de la rentabilité de l'expérience numérique :

Chiffre d'affaires généré par l'expérience immersive sur un an / coûts d'exploitation

**N. B. :** Une estimation des retombées économiques sur le territoire peut aussi faire l'objet d'une évaluation en termes de dépenses générées dans les commerces de proximité, d'attractivité touristique et d'emplois créés.

*« 1 million d'euros investis dans l'Abbaye génère  
6 millions d'euros de retombées pour le territoire »*

**Frédéric Saint-Pol ,directeur adjoint de l'Abbaye aux Dames de Saintes**

Pour en savoir plus, voir la fiche projet n°2 et 3.

## IV. ÉVALUER LA NOTORIÉTÉ DU LIEU PATRIMONIAL

**La mesure de la notoriété d'un lieu n'est pas aisée mais peut être appréhendée par le suivi régulier d'indicateurs comme :**

1. Retombées presse dédiées à l'expérience numérique (nombre d'articles réalisés et teneur positive de leurs contenus) ;
2. Évaluation de l'audience touchée selon le nombre de flyers et d'affiches distribués ou d'achats d'espaces réalisés dans le cadre de campagnes de communication dédiées ;
3. E-réputation : évolution des mentions de l'expérience numérique sur d'autres sites Web avec ou sans lien de renvoi (backlinks) ;
4. Évolution du nombre de vues sur les pages du site Web et les publications sur les réseaux sociaux faisant mention de l'expérience numérique ;
5. Génération par les usagers de contenus liés à l'expérience numérique (avis sur Trip Advisor ou les réseaux sociaux par exemple).

**Pour autant, la réalisation d'entretiens avec les visiteurs ayant participé à l'expérience numérique semble potentiellement plus opérante pour affiner un tel diagnostic en termes de notoriété.**

**N.B. : Cette analyse de la notoriété peut également s'effectuer auprès des professionnels et institutionnels du secteur patrimonial.**