

Publié le 29 novembre 2013

Boulogne-sur-Mer : Nausicaa met son public en réseau

Aidé par les nouvelles technologies, le Centre de la mer donne à ses visiteurs un regard innovant sur le monde marin, à la fois physique et virtuel. Une évolution valorisée par les outils multimédias et les réseaux sociaux pour une fabuleuse expérience dans les profondeurs des océans.



Le lancement en 2008 de « Planète Nausicaa », un dispositif multimédia interactif innovant, avait représenté une nouvelle étape pour le site du Nord-Pas-de-Calais, le propulsant un peu plus dans l'ère du numérique et des nouvelles technologies. Unique au monde dans les aquariums et les centres de la mer, le dispositif conjugue visites interactives, expositions temporaires renouvelées régulièrement, diffusion de films, plateau d'animations télévisées, et accès à cet univers en continu sur un site internet. « Les réseaux sociaux ont vite joué un rôle clé dans cette dynamique moderne, dans laquelle ils entrent en synergie par leur rôle avant, pendant et après les visites », confie Philippe Vallette, directeur général de [Nausicaa](#).

Après Facebook, Twitter est venu élargir la « famille » des internautes séduits par le centre de culture scientifique et technique consacré à la relation que l'homme entretient avec la mer. Les vidéos réalisées à Nausicaa sont également diffusées via internet sur YouTube et Dailymotion. « Les internautes ont ainsi accès où qu'ils soient à certaines animations, commente Philippe Vallette. Avant de venir, ils découvrent aussi sur Facebook, Twitter ou Trip Advisor, la qualité de chaque exposition et la note donnée ».

Au-delà de la plus value apportée, les innovations apportées à Nausicaa ont trouvé avec les réseaux sociaux un tremplin original. « Il est difficile de quantifier avec précision l'apport que cela entraîne en termes de fréquentation, estime Philippe Vallette. Mais cela a incontestablement aidé à stabiliser le nombre de visiteurs qui n'a pas baissé au cours des dernières années malgré le contexte de crise économique ». Environ 600 000 personnes ont franchi la porte du centre marin en 2013.

Une « Planète Nausicaa »

Une fois dans le Centre de la mer, les visiteurs peuvent ensuite « flasher » avec leur smartphone les QR codes, disséminés dans l'aquarium sur des panneaux, pour découvrir de nouvelles facettes et autres documentations sur les océans et la vie qu'ils abritent. Leur expérience peut être alors partagée via les réseaux sociaux. « Courant 2014, un système révolutionnaire de reconnaissance des formes dans les aquariums leur permettra même d'avoir directement des informations sur les poissons vivants qu'ils découvriront, ajoute Philippe Vallette. En rentrant chez eux, ils auront accès à l'historique de leur visite et pourront à nouveau interagir avec les réseaux sociaux ».

En rejoignant le club « Ma planète Nausicaa », le site propose aussi au visiteur de devenir « un citoyen de la mer » et d'intégrer un réseau « maison » avec accès à des informations régulières. « L'objectif est de leur permettre à terme de communiquer entre eux dans une véritable logique de réseau social », ajoute Philippe Vallette.

Par Marie-Anne RAMAZZINA