

INGÉNIERIE

Patrimoines naturels et historiques
Territoires de nature & Ecotourisme
Expériences porteuses de sens

NOS EXPERTISES

Marché des familles
Publics scolaires

3 MÉTIERS

Conseil, Etudes, accompagnement
Formations, ateliers conférences
Création d'expériences

Depuis 1996

> tams.fr

Créons ensemble les expériences qui changent la vie

CONSULTANTS
tams!



L'ÉQUIPE DE TAMS PORTE UNE CONVICTION...

Le temps des découvertes, des vacances, du voyage, peut changer une vie.
Nous travaillons avec vous les expériences qui donnent du SENS.

Bruno Tamailon – Gérant, 30 ans d'expériences métiers tourisme, créateur, auteur.
Marie Tamailon – Pédagogie interactives jeunes publics, 17 ans d'enseignement.
Yves Hanosset – Formateur approche sensorielle des patrimoines.
Chantal Guyot – Faisabilité économique – Etudes.
Gilles et Pierre Tartaix – design graphique – création de cartes.
Hugo Tartaix – Illustration – BD – Contes.
Eric Pirotton – Outils pédagogiques interactifs.
Will Menter – Artiste sculpteur de sons.
 Nos graveurs, tailleurs de pierre, menuisiers, ferronniers...

TAMS Consultants a choisi de s'ancrer en Savoie, au coeur du Parc naturel régional de Chartreuse. Vivre en pleine nature est assurément un luxe, un ressourcement au quotidien, mais aussi un flux positif pour notre métier qui nous amène avec vous, à transmettre la beauté de notre monde.



TAMS Consultants
 Les Michauds – 73360 Saint Franc
 04 76 67 52 60
 Renseignements : tamailon@tams.fr
www.tams.fr



Cité des Sciences et Palais
 de la Découverte accueillent
 les formations TAMS à Paris.



Entreprises &
 innovations Montagne



TAMS Consultants, Organisme
 de Formation déclaré -
 N° 82380269938

Références clients sur www.tams.fr



SITES HISTORIQUES ET NATURELS DESTINATIONS ET VILLAGES ECOTOURISME

La découverte d'un patrimoine, d'un site naturel, d'une destination peuvent orienter la courbe d'une vie. Notre activité de conseil s'oriente ainsi aujourd'hui, vers l'accompagnement de projets qui trouvent leur sens dans la dimension humaine du développement durable, le respect de la personne accueillie, l'intensité de la rencontre.

Etudes, conseil, accompagnement

- Réflexion sur le positionnement, les valeurs, le sens du lieu.
- Sites : Etude de requalification, faisabilité, programmation.
- Sites : Mise en Tourisme, diversification.
- Définition gamme d'expériences ou de produits visites.
- Conception d'expériences de visites.

Formations, Ateliers

- Créer des expériences écotouristiques rares et immersives.
- La beauté, l'esthétique, nouvelles attentes essentielles des loisirs et des vacances.
- Toucher un plus large public avec des visites sensorielles et décalées.
- Proposer des visites dynamiques en autonomie (visites-explorations – jeux – Escape game).
- Enrichir l'imaginaire de vos visites, avec la mise en histoires de vos patrimoines.
- Mes valeurs, mon authenticité, les trouver et comment les communiquer.

Création d'expériences

- Définition des expériences de visites d'un musée ou d'un site.
- Le "Goodvibes trail" - sentier à émotions, expériences sensorielles en nature.
- Création de parcours artistiques sonores en nature.
- Sentier pédagogique à expériences ludiques immersives.
- Concepts décalés de visites en autonomie – Musées, patrimoines.
- Création de visites guidées sensorielles et décalées.





MARCHÉ DES FAMILLES

L'évolution du marché des familles, les expériences attendues et la "Qualité familles" sont au cœur de l'expertise de TAMS.

Expertise éprouvée par de nombreuses créations, accompagnements et références clients depuis 15 ans.

Etudes, conseil, accompagnement

- Stratégie de mise en ludicité d'un territoire.
- Démarche qualité familles (tous métiers, accueil, hébergements, restauration, musées, lieux de visites)
- Positionnement Familles d'un musée, châteaux ou tous lieux de visites.
- Segmentation et programmation d'une gamme de produits familles.
- Marketing et communication Familles.

Formations, Ateliers

- Développer une stratégie vers les familles. Marketing, communication.
- Développer la qualité des expériences et services pour la famille en vacances.
- Créer les nouvelles visites autonomes en famille, avec le jeu comme moteur.

Formations adaptées à tous types d'acteurs :

Offices du Tourisme, musées, patrimoines, activités de loisirs, fermes découvertes...

Création d'expériences

- L'Aventure-jeux® pour visiter en jouant, un site, un village, un cœur de ville (40 Aventures-jeux® en Europe)
- Le concept de Pays légendaire® pour découvrir un territoire.
- Création de jeux de pistes, chasses au trésor et autres visites autonomes en famille (musée, château, nature...)
- Scénographie d'espaces et d'expériences dédiés à la famille



PUBLICS SCOLAIRES

Depuis 2010, Marie TAMAILLON a développé le pôle pédagogique chez TAMS, s'appuyant sur son expérience d'enseignante durant 17 ans et aujourd'hui, de son réseau d'enseignants, d'inspecteurs de l'Education Nationale, de conseillers pédagogiques. Elle accompagne dans leur développement et leur formation les acteurs du tourisme et de la culture qui souhaitent développer des offres de visites, d'ateliers, de séjours avec des pédagogies interactives adaptées selon les âges des élèves.



Programmation de séjours

Une sortie scolaire, un séjour ... comme une expérience de rencontres, d'émotions, de surprises avec des lieux, des personnes qui ouvrent à des situations d'apprentissages inédites

Notre plus belle motivation : permettre à chaque élève, grâce à la sortie hors les murs, de devenir lui-même, de grandir en confiance en soi, en estime de soi, de créer des liens, de découvrir ou développer son potentiel artistique, scientifique...



Nos champs d'interventions

Conseil – Etudes

Programmation d'offres scolaires :

- Audit qualité scolaire
- Positionnement scolaire
- Définition d'offres de visites, de séjours exclusifs, d'ateliers pédagogiques à forte valeur ajoutée – offres in situ, hors les murs, en groupe classe, petits groupes, visites guidées, en autonomie...

Formations - Conférences

Modules de deux jours pour

- > Définir ou renouveler sa stratégie pour développer les publics scolaires (lien avec les acteurs de l'Education Nationale, programmes scolaires, communication réussie...)
 - > Animer une séance scolaire avec des pédagogies interactives
 - > Créer une visite animée auprès des très jeunes publics (>6ans)
- Journée de sensibilisation – Conférences

Création de séjours, visites, ateliers pédagogiques.

Création de fiches d'animations (définition du déroulement, parcours de visite, définition du matériel, écriture des discours de visites, d'ateliers, consignes attendus...)

Production des outils nécessaires à l'animation (maquettes, cartes consignes élèves, adultes, plan, jeux ...)



Guides conférenciers en formation



Oeuvres et sentiers à émotions



Les Aventures historiques familles



350 professionnels formés chaque année



40 Aventures-jeux® en Europe



Visites guidées pour scolaires



Sentier pédagogique à expériences



Apprendre avec les intelligences multiples



Création de marque éthique



Formation aux outils sensoriels



Visites Familles en liberté dans les musées

> tams.fr

Créons ensemble les expériences qui changent la vie



2023

- 3 Etudes prospectives Ville de Moûtiers – Oct 2022 à Mai 2023
 - Créer une nouvelle itinérance Sentier artistique de Hautecour – Savoie
 - Créer une offre itinérance Street-art à Moûtiers et en particulier familles
 - Créer une itinérance en ville sur l'œuvre d'Anselme Boix-Vives
- Analyse du positionnement du Projet de Centre d'Art à l'abbaye cistercienne de Pontigny
- Etude prospective d'un sentier sensoriel sur le carreau de la mine de Condé sur Escault – Agglo Valenciennes

2022

- Etude Stratégie marketing familles – Sud-Ouest France
- Formations actions – Moselle Public Scolaires - Moulin Eschwiller
- Accompagnement Nouvelles offres scolaires - OT Guillestrois - Queyras

2021

- Etude prospective gamme de visites ludiques du Calvados
- Etude prospective sur le Concept de "Classe Océan 2030" – Finistère Attractivité
- Audit qualité scolaires et positionnement des 15 Centres Nautiques du Finistère

2020

- Etude Booster créativité des expériences de visites, du futur musée de la Mer de Glace - Commune de Chamonix - Haute-Savoie. Ouverture 2024
- Diagnostic et positionnement de l'offre scolaires Maison des Patrimoines - Matour 71 – 2020
- Création du CDC de la Scénographie du Chalet des Aiguilles Rouges - Chamonix 2020
- Etude opportunité et faisabilité du Sentier sensoriel à émotions -Amanéa - Vendée 2020 - 22 étapes artistiques dont 10 sculptures sonores interactives
- Définition d'activités pédagogiques scolaires pour un sentier "Pieds Nus" à la Ferme de Chosal (74) 2020

Avant le covid !

- Stratégie Expériences d'accueil et de visites - Destination St Denis de la Réunion 2019
- Expertise sur le tourisme "transformationnel", le tourisme qui change son projet de vie.
- Evolution des usages et charte de la Marque "Pilât, Mon Parc" (Créée par TAMS en 2008) - Parc naturel régional du Pilât.
- Audit Qualité scolaires du centre Ethic-Etapes de Cannes jeunesse - ile Ste marguerite
- Accompagnement prospectif de l'Espace ALU, musée de l'aluminium en Maurienne - Savoie.
- Mise en place d'une démarche Qualité Familles sur les lieux de visites de Vendée Vallée. Réseau des petits découvreurs - Syndicat Mixte Vendée Vallée
- Etude faisabilité sentier artistique et sonore de la Balme de Sillingy à Chosal - Haute-Savoie
- Positionnement séjours scolaires et programmation des offres - Centre de vacances Neige et Soleil - Haute Maurienne
- Expertise publics scolaires et programmation des offres de séjours classes de découvertes de la Station du Valjoly
- Séminaire créativité création du jeu d'aventure événement en 2019 pour 180 scolaires au Muséum d'Histoire Naturel de Toulouse.

Production concepts de visites TAMS Consultants

2024 en cours

- Aventure-jeux® - Villefranche de Rouergue
- Visite exploration - Chartreuse de Villefranche de Rouergue
- Créativité de 10 sentiers familles a jouer – Aveyron
- Aventure-jeux® - Le Mystère des Kaïtos, gardiens du diamant bleu – Station de l’Audibergue – Alpes-Maritimes
- Accompagnement création de 6 aventures-ados – escape outdoor – Vampires, Dracula et consors... Mission de 26 jours **en cours**
- Création du Sentier exploration Famille : “RESISTER ?” – CC Trièves **en cours**
- Création d’une visite exploration en Familles au Musée du Trièves **en cours**

2023

- Aventure-jeux® - Les mystérieux carrés rouges – Haut Jura Saint Claude
- Formation-action Aventures et escape-games ados de Massif des Vosges en famille – 6 jours de formation des Pros et Office de Tourisme avec objectif de créer 6 aventures ados

2022

- Aventure-jeux® à la Chapelle de St Romain de Roche (39) Haut Jura Saint Claude

2021

- Le Sentier d’Amanéa – 2,5 Km d’œuvres interactives, d’art rupestre et des expériences Poétiques – Pays de Chantonnay Vendée – 28000 visiteurs/an
- Co-crédation de 20 visites guidées ludiques dans le cadre de la démarche Etonnants patrimoines.

2020

- Aventure-jeux® Ville de Caudry (59) Nord

2019

- Sac de visite-exploration® en famille à l'Abbaye de Valmagne - 34
- Aventure-jeux® de Craponne - Grand-Lyon 69
- Visite-exploration® en famille du Musée de l'aluminium – St Michel de Maurienne - 73
- Création d'un sentier pédagogique à expériences familles - Yvelines - Forêt de Pinceloup, avec un conte inventé dans l'esprit des lieux et une oeuvre d'art musicale -

2018

- Etude faisabilité sentier à émotions – Pays de Chantonnay
- Création d'un jeu autonome d'exploration en nature, kit familles de 18 expériences, pour Villages Nature® Paris. Version F et GB.
- Aventure-jeux® en famille - Clécy en Suisse Normande
- Aventure-jeux® en famille de Mons en Pévèle.

Formations Intra et conférences TAMS Consultants

2023/2024

- 10 formations inter-entreprises à Lyon avec 45 stagiaires de toutes les régions - mars et novembre
- Formations régions Nouvelle Aquitaine - OTN Normandie – Centre Val de Loire – Occitanie – Choose Paris Ile de France – Frotsi Lorraine – Bourgogne Franche Comté – FROTSI Corse
- Formations acteurs des Départements – Sarthe – Essonne
- Intra Chambres d'agriculture de France
- Intra Centre des Monuments Nationaux
- Réseaux Musées Conservation départementale de Savoie

2022

- Ateliers expériences immersives – Réseaux Outdoor du dépt du Calvados
- Réseaux des sites des Portes de Bretagne – Visites décalées
- OT Honfleur – visites décalées
- Centre des Monuments nationaux – tendances pratiques familles
- Bugey – Apprendre à écrire des Histoires

Depuis 2019

- Tendances Tourisme Familles – ATOUT France
- Formation action – Étonnants Patrimoines en Calvados – formation-action de 28 Professionnels et co-crédation de visites étonnantes
- Innover ses pédagogies d'animation de formation – institut Créa Mont-blanc
- Les immersions numériques ou non numériques – 2 Jours Frotsi Corse
- Visites décalées – Domaine du château d'Harcourt - Normandie
- Doper la créativité des visites dans une cité - Office de Tourisme Haut-Jura
- Atelier Pros "Visites familles avec enfants < 6 ans" - Réseau Empreintes Savoie
- Conférence pour la région Choose Paris Ile de France : L'esthétique et la beauté comme positionnement inspirant de destinations.
- Formation-action : journée jeu d'aventures en familles - Réseau 10 Maisons du Parc naturel régional des Pyrénées Ariègeoises
- 8 journées Formations Familles et Publics Scolaires pour les 25 professionnels du réseau tourisme de Ternois Tourisme - Hauts de France

**Concepts et réalisations
de découvertes
ou visites en famille**

Depuis 2008, la Formation dédiée aux professionnels du Tourisme, patrimoines
>> Le jeu, moteur de l'expérience en famille...

Accompagné d'experts du jeu, nous avons inventé en 2008 cette formation qui permet à de très nombreux professionnels chaque année de découvrir la puissance du jeu comme moteur de l'autonomie dans une visite, un atelier, une aventure. Il s'agit souvent d'une heureuse "déprogrammation" des acteurs professionnels du QUIZ cher aux marketeurs, et qui a fini par faire croire à tous que répondre à des questions était le jeu "universel"...

Références clients : CRT Limousin – CRT Lorraine – ADRT Auvergne – Nord Tourisme – réseau de sites Empreintes 74...



Le sentier d'Amanéa créé en 2020, un nouveau mode d'entrée en nature ?

Art contemporain, poésie naturaliste, contes en balade, jeux, imaginaire, expériences avec son corps... Le Sentier d'Amanéa, conçu par TAMS dans l'esprit du "Goodvibes trail" présenté à Grenoble en 2016 a vu le jour cet été 2020 en Vendée. Le succès est au rendez-vous avec 500 visiteurs par jours en moyenne cet été, dans un lieu pourtant inconnu du public. Un pari tenté par la CC du Pays de Chantonnay qui cherchait un projet structurant pour le 3eme lac de leur territoire, jusqu'alors dédié à la randonnée.



Automne 2017 - La CC du Pays de Chantonnay finalise sa stratégie d'aménagement tourisme et loisirs et cherche une fonction touristique à chacun de ses 3 lacs. Si ses deux grands frères seront consacrés pour l'un aux loisirs nautiques et pour l'autre aux plaisirs des familles, des tout-petits et d'un sentier accessible en bord de rives, le Lac de la Vouraié cherche son avenir.

“C'est l'écrin de silence qui m'a immédiatement frappé autour du lac, explique Bruno Tamaillon, la présence de nombreux oiseaux, et des arbres multicentenaires aux racines tortueuses qui semblaient nous attendre...”

L'idée de proposer ici un sentier multisensoriels pour se reconnecter à ses émotions, ressentir sa nature intérieure en se connectant à la beauté de la nature parcourue, voilà quel était le projet.”

Un objectif de 25000 visiteurs par an est posé. Tout publics, familles bien sûr, mais aussi les couples, les séniors, les groupes scolaires pour qui ont été créé des fiches pédagogiques à usage de enseignants sur la reconnaissance de ses émotions.

Pour stimuler l'imaginaire, une légende est créée, sur la base de la collecte des sensations réelles qui sont ressenties sur place et des micropaysages traversés. Indispensable pour stimuler les enfants, l'histoire d'Amanéa petite fille amoureuse d'un albatros qui vient à lui échapper, touche aussi les adultes, par cette quête d'un impossible retour.

Commanditaire : Communauté de Communes Pays de Chantonnay

juin 2020

Budget : Conception – AMO – Réalisation, pose : 160K€HT

Gravure d'art rupestre contemporain sur le sentier d'Amanéa - Vendée

“L'expression “art rupestre” désigne l'ensemble des œuvres d'art au sens large réalisées par l'Homme sur des rochers, le plus souvent en plein air.” ©wikipédia

Une gravure, une griffure, un graffiti dans la pierre, demeurent un vecteur puissant de “décollage” en imaginaire pour nombre de personnes. Ces gravures sont partout dans les histoires de nos enfances, signes de vies antérieurs ou de présences cachées...

“Dans un espace autorisé, pour un projet qui fait sens, la création d'œuvres gravées dans la pierre apporte une force incroyable à une histoire, explique Bruno TAMAILLON directeur de TAMS, nous avons ainsi proposé à la Communauté de communes du Pays de Chantonnay de soutenir l'imaginaire du sentier d'Amanéa par des gravures tout au long du sentier. Adultes ou enfants, nous sommes tous sensibles à ces marques qui évoquent pour chacun des univers différents. ”

Ces gravures doivent bien sûr être mises en place avec stratégie, selon la durée de vie du projet. Il n'est pas question de polluer durablement un espace naturel par des marques indélébiles dans la pierre, mais dans la mesure où il s'agit de “griffures”, elles disparaîtront naturellement dans 15 à 20 ans... Le choix du bois est aussi possible pour des projets à courts termes et l'effet est lui aussi intéressant selon l'histoire parcourue.

La recherche artistique et la conception des symboles et écritures, symboles et graffitis sont gravés sur bois et pierres tendres par Bruno Tamaillon.

Les sculptures et gravures sur pierre sont réalisés par Frédéric Marcos, graveur de métier.

Pierres originaires du site ou similaires.



Commanditaire : Communauté de Communes du Pays de Chantonnay - 85 Pays de Chantonnay
Juin 2020

Budget : conception – réalisation : 15 K€ HT

La visite multi-sensorielle en Famille, expo GRECO 2020 au Grand-Palais.

“Proposer des pédagogies qui mobilisent les enfants et leurs parents est une exigence de respect pour les publics familles, explique Bruno Tamaillon, créateur de TAMS. Une famille ce sont des personnes d’âges différents, et donc de compétences différentes. Il est inconcevable d’imaginer réussir à “embarquer” une famille avec une seule pédagogie basée sur un discours, fut-il brillant. ”

Notre équipe a eu l'honneur d'accompagner l'équipe de la cellule Médiation-Education de la Réunion des musées nationaux – Grand Palais, dans la création d'une visite animée en Famille. Il nous semblait intéressant de vous proposer d'entendre leurs témoignages sur ces nouvelles pédagogies de visite en familles.

La Cellule Médiation-Education de la Réunion des musées nationaux – Grand Palais, animée par Sophie Radix, a souhaité en 2019 former une partie de l'équipe aux techniques de la visite multi sensorielle adaptée aux familles. Proposer des visites adaptées aux familles lors des grandes expositions de la RMN-Grand Palais, est en effet un objectif ambitieux porté par l'institution.



Une expérience bientôt renouvelée en 2020 avec l'expo “Noir & Blanc, une esthétique de la photographie.” Collections de la Bibliothèque Nationale de France. (Ouverture à suivre selon le calendrier modifié, post-COVID.)

Commanditaire : Réunion des Musées Nationaux – Grand Palais

Novembre 2019

Budget : accompagnement et formations : 8 K€ HT

Quand les tout-petits de 0 à 5 ans, s'émerveillent dans les patrimoines...

Musée de Flandre en 2014, Château de Versailles en 2019, depuis une dizaine d'années, dans les lieux de visites, les musées, les offices de tourisme, on voit émerger une nouvelle demande de la part de jeunes parents : "Qu'est-ce que je peux faire avec mon tout-petit ?" Marie TAMAILLON en charge du Pôle Pédagogies actives chez TAMS nous explique pourquoi vivre un temps au musée avec son très jeune enfant, semble être pour le parent une petite merveille de bonheur que nos objets d'art peuvent offrir... La visite des tout-petits au musée, comme un temps du "prendre soin".

Quoi montrer lors d'une visite avec des tout-petits ? Avec le tout-petit, on va aller vers les odeurs, les couleurs, les ambiances, l'imaginaire que génère un tableau, une sculpture, un espace, nous détaille Marie Tamaillon. Le petit peut aussi devenir guide d'une visite pour son doudou. Il pourra ainsi découvrir et verbaliser en même temps, puis raconter son ressenti à son doudou, et lui faire la visite à son tour. On peut aussi imaginer des temps durant lesquels se vit l'écoute de chants d'oiseaux, allongés dans les bras de l'adulte, comme un doux moment de musique intérieure...



Photo Visite « Mon tout petit Versailles » © EPV / Jean-Christophe Bardot

“Cette découverte est fondamentale pour les parents, car elle peut influencer leur manière d’accompagner l’enfant dans ses apprentissages, précise Marie Tamaillon. Il est essentiel que les parents découvrent cela dans la douceur de la petite enfance. Une famille qui prend une habitude d’apprentissage “partagé-admiré” se donne de grandes chances de franchir toutes les étapes de la vie vers l’âge adulte. ”

Les parents, à l'aune de la douceur de cet apprentissage, peuvent aussi y relire leur propre parcours et parfois mettre des mots sur leur propre vécu d'apprentissage de l'art ou de la beauté.

Commanditaire : Château de Versailles

juin 2019

Budget : accompagnement et formations : 8 K€ HT

Découvrir les énergies renouvelables dans un village de Savoie - 2015

Jeu d'aventure pour familles et jeux d'apprentissage pour scolaires – Le planay 73

Un jeu d'aventure dans le village pour comprendre les enjeux de l'industrialisation dans un village alpin au début du Xxème et découvrir les énergies renouvelables en montagne.

Question posée : faire vivre une découverte d'un village industrialisé de montagne aux familles

Solution inventée avec l'équipe du site : Un sac de jeu contenant de multiples expériences à vivre dans le village, ses fontaines, ses chemins. Les familles jouent avec des turbines, des bateaux, accompagnés d'une carte. Le final du jeu est un "trésor culturel" scénarisé dans l'histoire des ouvriers du village.

Concept : sac d'aventure loué 11€ - 1h45 de jeux dans le village



La visite à expériences 2015 - Musée Gallo-Romain de Ath - Belgique

Question posée : proposer dans un musée de 400^m2 , une visite en autonomie adaptée aux familles, avec enfants à partir de 6 ans.

Solution inventée avec l'équipe du site : 30 expériences concrètes à vivre en familles, dans 6 meubles (5 expériences, jeux, ateliers, par meuble)

Concept : la famille en visite possède 6 clés et s'aventure en liberté dans le musée au gré de la scénographie déjà en place et expérimente à son rythme et selon son désir les expériences.

Moyens : volonté du site de "libérer" la famille – talent du menuisier – créativité et utilisation des moteurs ludiques

Devenez de véritables gallo-romains

[Contact](#)

Ici, vous mettez la main à la pâte pour comprendre la vie de l'époque. Laissez vos enfants choisir leur borne thématique parmi les cinq bornes disséminées dans le musée. Chacune propose différentes activités aux familles autour d'un seul et même thème : l'écriture, le commerce, le textile, les senteurs... Laissez vos bambins expérimenter l'écriture sur une tablette de cire ou sur du papyrus, utiliser une balance monétaire, sentir des parfums antiques, battre de la monnaie... Aidez-les dans les manipulations plus compliquées et admirez avec quelle fierté ils accèdent à la dernière épreuve grâce au code secret... Premières bornes sur l'écriture et le bois déjà disponibles.

J'aime 0 [Twitter](#) [Pinterest](#) [Share](#)

PHOTOS



La visite Livre de Contes et jeux - Maison des Géants – Belgique 2015

Question posée : proposer dans un manoir doté d'une muséographie non adaptée aux enfants, une visite en autonomie adaptée aux familles, avec enfants à partir de 3 ans. Contrainte : ne pas faire courir, ne pas gêner les autres publics plus âgés.

Solution inventée avec l'équipe du site : 8 salles – 5 contes et 3 légendes – 8 expériences courtes – 8 vidéos bonus sur Qrcodes.

Concept : Une visite en autonomie grâce à un livre de contes et des totems à expériences. Des coussins au sol matérialisent les lieux d'expériences. La famille lit le conte puis un jeu/une médiation sont proposés.

Moyens : créativité et utilisation des moteurs ludiques

Contez-moi les géants

[Contact](#)

Attention géants ! Vous entrez dans leur antre... Impressionnant ! D'autant plus que les histoires de géants et même les vrais géants, ici ce n'est pas ce qui manque. Les petits se laisseront absorber par les contes qui les feront voyager dans l'univers de ces grands personnages. Les différentes salles du musée réservent aux lilliputiens que vous êtes quelques défis à relever : danser sous la jupe d'un géant, porter une tête de géant en papier mâché, reconstituer le puzzle des porteurs de géants... Ici, les plus grands, ce ne seront pas les parents !

[J'aime](#) [Twitter](#) [Pinterest](#) [Share](#)

PHOTOS

The photo grid contains 12 images: 1. A man reading to a group of children. 2. A woman and child looking at a large illustration. 3. A woman holding up a large paper mask of a giant's head. 4. A woman and child looking at a large illustration. 5. A woman and child looking at a large illustration. 6. A woman and child looking at a large illustration. 7. A woman and child looking at a large illustration. 8. A woman and child looking at a large illustration. 9. A woman and child looking at a large illustration. 10. A woman and child looking at a large illustration. 11. A woman and child looking at a large illustration. 12. A woman and child looking at a large illustration.

La visite des 8 expériences et espace de jeux 0-6 ans - Musée de l'Iguanodon - Bernissart – Belgique 2015

Question posée : un site sans capacité à modifier sa scénographie, non adaptée aux familles. Les enfants clients souhaitaient quitter le site 3 minutes après l'entrée...

Solution inventée avec l'équipe du site : Créer un espace de jeux très attractif pour les tout-petits afin de "libérer" les adultes et les enfants plus grands en âge de vivre les expériences proposées.

Concept : La famille se voit proposer 8 expériences de médiation afin de visiter le site. Espaces expériences matérialisés par un cercle de couleur fuchsia au sol - Visite expériences de 45 minutes. La salle de jeux est accessible

Moyens : créativité et utilisation des moteurs ludiques – accord du site pour créer des espaces dédiés

Vivez la découverte des Iguanodons

[Contact](#)

Entre l'espace jeux destinés aux 4-8 ans (avec coin lecture, playmobils®, jeux d'extérieurs, jouets, peluches, coloriages) et les activités autour des dinosaures proposées partout dans le musée, vos enfants vont se découvrir une passion en paléontologie ! Des défis amusants permettront aux plus grands de découvrir les étapes de reconstitution des dinosaures grâce à un puzzle géant, de regarder l'iguanodon à travers un kaléidoscope et un monoculaire, et même de parcourir le musée déguisés... Attention aux pieds, les dinosaures sont en marche...

[J'aime](#) [0](#) [Twitter](#) [Pin It](#) [Share](#)

PHOTOS



La visite à toucher, sauter... 32 expériences dans un écomusée de la vie rurale - Jeu Serpents/échelles - Ecomusée de la vie rurale - Ellezelles – Belgique 2015

Question posée : Un écomusée de la vie rurale veut créer une offre de sens et se repositionner – 1500 visiteurs par an (dont 1200 à la fête des moissons)

Solution inventée avec l'équipe du site : les expériences "vintage" possible dans le site sont porteuses de sens dans le monde d'aujourd'hui. La transition écologique, c'est aussi vivre le temps autrement. 32 expériences à vivre sont identifiés dans les 2 maisons du site.

Concept : La famille se voit proposer un plateau de jeu "serpents/echelles". Le hasard du dé, envoie la famille vivre une expérience dans un des lieux du musée. Un placard à ustensiles est organisé. Les enfants non lecteurs peuvent devenir la maitresse d'école, moudre du café, traire une vache...

3 ateliers "philo" sont inventés.

A partir de 4 ans en famille

Moyens : créativité et ouverture d'esprit.

Remontez le temps

[Contact](#)

Quelle plus belle façon d'expliquer le passé aux enfants qu'en le vivant ? L'Ecomusée du Pays des Collines a mis en place un jeu de plateau coopératif intitulé « Échos du temps ». Ici toute la famille se réunit pour réussir les défis : moudre du café, se dépenser en jouant à la marelle, rester sérieux en se mettant dans la peau du maitre d'école, pratiquer les jeux anciens...Et pas question de rester planté autour du jeu de plateau ! Non, ici il s'agit d'explorer chaque recoin de l'écomusée comme une caserne d'Ali baba pleine de surprises. Attention aux fous rires !

[J'aime](#) [Twitter](#) [Pinterest](#) [Share](#)

PHOTOS

The photo grid contains 12 images: 1. A group of people playing a board game on a table. 2. A woman in a blue dress standing in a museum hallway. 3. A man kneeling and talking to a child. 4. A man and a child standing in a narrow outdoor path. 5. A man in a wheelchair interacting with a child. 6. A woman holding a yellow object in a museum hallway. 7. A group of people sitting around a table playing a board game. 8. A woman kneeling and talking to a child. 9. A group of people sitting at a table. 10. A woman pointing at a display board. 11. A magnifying glass icon on a teal background. 12. A man and a child playing a board game on a table.

L'aventure famille dans un cœur de village et en nature... Ellezelles - Belgique

Question posée : faire vivre une aventure dans un village ayant développé un projet culturel depuis 20 ans, projet en essoufflement, thème des sorcières un peu "éculé".

Solution inventée avec l'équipe du site : un jeu de piste dans l'imaginaire naturel des lieux, un histoire pour les < de 8 ans, un défi à relever, des jeux, une aventure dans le village et la nature environnante.

Concept : Un sac de jeu produit à 2000 ex – kit autonome pour 2 heures de jeux à vivre toute l'année

La Rivière Bleue du Dragon - Aventure-Jeu®


[Contact](#)

Une histoire de dragon, un village de l'étrange et des épreuves à remporter... Le contexte à tout pour plaire ! Vos enfants vont vite se prendre au jeu et vous entraîner dans cette quête ludique et amusante au cœur du village d'Ellezelles. Ici l'entraide est de mise pour retrouver le dragon protecteur et faire couler l'eau bleue magique qui redonnera vie au village...

Sac de jeux en vente à la Maison du Pays des Collines - +/-10€/sac (1 sac par famille) - Comptez +/- 1h30 de jeu.

[J'aime](#) 1 [Twitter](#) [Pin it](#) [Share](#) 1

PHOTOS



Découvrir une nature "mondialisée" - Jeu d'aventure pour groupes de jeunes au cœur de la Réserve naturelle des Gorges de l'Ardèche – 2015 - SGGA

LE JEU DE GAUD, une aventure à vivre pour découvrir comment protéger une nature mondialisée par les échanges planétaires, naturels ou humains.

Question posée : faire vivre une découverte active et originale de la nature sur la zone de bivouac de la descente des gorges de l'Ardèche – Cibles groupes de jeunes de 10 à 25 ans

Solution inventée avec l'équipe du site : Un jeu d'aventure segmenté pour 3 types de groupes selon les ages. Approche par des expériences artistiques, scientifiques, philosophiques et citoyennes.

Concept : Scénarisation par l'histoire de 4 jeunes du "pays", partis découvrir autour du monde les meilleures manières de protéger la nature. Un soir d'été, ils reviennent passer la nuit au bivouac, mais l'orage emporte le canoë et les conclusions de leurs voyages... Les jeunes joueurs doivent les aider et se positionner, eux aussi !

Un engagement grandeur nature

GORGES DE L'ARDECHE
SICILIA DE SUITE

Groupes
8 à 20 Joueurs de 10 à 77 ans
Durée du jeu : 1H à 1H30

3 Formules pour jouer !

Formule Pédagogie - groupes ados – écoles
On joue, on crée, on découvre et au final on s'interroge sur comment moi, adolescent, si j'étais en responsabilité d'une réserve naturelle, je protégerai la nature : en dialoguant, en faisant payer, en interdisant, en punissant ? Le jeu complet est déployé...

Formule LOISIRS - Groupes enfants en sortie loisirs
Les enfants pratique le jeu de piste et découvre en jouant des éléments clés de la protection de la nature. Au final, un canoë mystérieux est trouvé

Formule PRO/université/adultes/séminaires
On joue dans 4 visions du monde, artistique, philosophique, scientifique, citoyenne...et on dialogue au final -avec l'appui de 4 fiches techniques sur les modes de protection de la nature dans le monde.
Un nouveau mode de team building, accompagné des experts de la Réserve.

Enigme 1
AGIR OU PAS
Les gestionnaires de la réserve interdisent ici l'accès à un espace rare, fragile. Pourquoi ici et pas partout ?
Une prairie permanente est une végétation herbacée fragile, qui se développe sur un sol sablonneux drainant. Il faut y circuler rapidement après une pluie.

LE GRAND CANYON DU COLORADO
Le problème posé ?
Les gestionnaires de cet espace ont choisi de...
Le règlement ?
Et vous ?

ardèche Rhône-Alpes



Diversification Touristique
Jeu de piste en Extérieur
Univers légendaire
En Famille à partir de 4 ans

POUR VOS VISITEURS

- ✦ Une expérience bonheur de 2h en famille
- ✦ Des jeux simples, surprenants, de la magie, un final bien réel.
- ✦ La découverte d'un site dans un univers imaginaire

Le principe de jeu : La famille achète un sac de jeux à l'Office de Tourisme ou dans les commerces. Ce sac à dos contient des jeux, une légende inspirée de l'ambiance des lieux, un plan incroyable, des cartes, des objets mystérieux.
Un défi est à relever avec un final toujours étonnant.

POUR VOTRE TERRITOIRE

- ✦ **Toute l'année**, un jeu ouvert pour les **familles** en pleine autonomie (de 4 ans à 77 ans)
- ✦ La valorisation des éléments de votre patrimoine de manière innovante par des jeux sensoriels créatifs
- ✦ **Co-construction** de l'Aventure-Jeu avec les acteurs locaux : une véritable démarche d'animation de territoire (formation, animation de projet...)
- ✦ **Une production de A à Z** de l'animation de la création à la livraison des jeux, en passant par le diagnostic de ludicité de votre territoire, la scénarisation...
- ✦ L'autofinancement des rééditions du jeu est inclu.

En 2024 :

23 sites en France, Belgique, Roumanie / 30000 sacs d'aventure-jeux® vendus / 100 000 joueurs
Trophées de l'innovation touristique de Rhône-Alpes 2008
1 Aventure-jeux® conçue accessible (pour familles avec un enfant déficient mental)



Finis les Quiz ! Les familles ont leur jeu d'aventures de 4 à 77 ans.



Objectif : Créer une offre ludique sur votre territoire.

Développer votre positionnement Famille.

Permettre à la famille de jouer ensemble, dès 4 ans - Avec comme espace de jeu, un patrimoine caché, une nature étonnante.

Créer du lien, partager... grâce à l'énergie du jeu.

... NOTRE PRESTATION

1 Lancement de la mission et choix des espaces de jeux

- Création d'un comité technique de co-création
- Analyse du territoire et proposition des espaces de jeux
- Validation technique et politique des espaces proposés

2 Création des jeux

- Formation « JEU et TOURISME » des acteurs locaux
- Animation de 4 séances de création de scénario
- Définition de l'univers illustré, maquettes graphiques
- Prototypes / journée test famille
- Production et Livraison de 2000 kits de jeux

Options : langue étrangère / appli smartphone / communication et mise en réseau

LE PAYS LEGENDAIRE®

POUR VOTRE TERRITOIRE

- ✦ Un jeu ouvert **toute l'année** pour les **familles** en pleine autonomie (de 4 ans à 77 ans)
- ✦ **Co-construction** de l'Aventure-Jeu avec les acteurs locaux.
- ✦ Une véritable démarche d'animation de territoire (formation, animation de projet...)
- ✦ **La prestation de A à Z** de l'animation à la livraison des sacs de jeux, en passant par le diagnostic, la scénarisation, la conception...
- ✦ La valorisation des éléments de votre patrimoine de manière innovante
- ✦ L'auto-financement des ré-éditions

..... NOTRE PRESTATION

1 lancement de la mission et choix des espaces de jeux

- Création d'un comité de pilotage technique
- Analyse du territoire et proposition des espaces de jeux
- Validation technique et politique des espaces proposés

2 Création des jeux

- Formation « JEU et TOURISME » des acteurs locaux
- Animation de 4 séances de création de scénario
- Définition de l'univers illustré, Maquettes graphiques
- Prototypes / journée test famille
- Production et Livraison

Options : langue étrangère / appli smartphone / communication et mise en réseau

Une série de 5 jeux de pistes à vivre en famille dans les villages et espaces naturels de votre territoire, Une légende construite par l'identité émotionnelle, historique, naturelle des lieux.

..... ET POUR VOS VISITEURS

- ✦ Une expérience bonheur de 2h
- ✦ La découverte d'un site dans un univers imaginaire
- ✦ La possibilité de parcourir votre territoire en jouant
- ✦ Un final fantastique

Le principe de jeu : La famille achète un sac à l'Office de Tourisme ou à l'accueil d'un Parc, contenant une légende inspirée de l'ambiance des lieux, les 5 plans de jeux, des cartes et des objets à jouer.

..... REFERENCES :

2014 le pays légendaire de Dinant – Haute-Meuse *Le Serment des 7 Pierres*

Chemin du Roland
38960 Saint Aupre
04 76 67 52 60
www.tams.fr

CONSULTANTS
tams!



VISITE Exploration®

La Visite en autonomie avec un kit d'expériences

FAMILLES - SCOLAIRES – GROUPES enfants

- ✦ Une visite exploration de 2h
- ✦ Un kit d'expériences dans une sacoche, un caddie, un chariot, une mallette...
- ✦ La découverte d'un site et son univers historique, scientifique ou imaginaire en 20 expériences.
- ✦ Des mini-groupes de 5 personnes maxi par sac

Le principe de jeu : le mini-groupe famille ou scolaires loue un sac de jeux à votre accueil. Cette sacoche contient des expériences, une légende inspirée de l'ambiance des lieux, un plan incroyable, des cartes, des objets mystérieux...

Un défi est à relever avec un final toujours étonnant !

POUR VOTRE SITE

- ✦ **Toute l'année**, un jeu ouvert en pleine autonomie (de 4 ans à 77 ans)
- ✦ La valorisation des éléments de votre patrimoine de manière innovante par des jeux sensoriels créatifs
- ✦ **Co-construction** de LA VISITE-EXPLORATION® avec les acteurs locaux : une véritable démarche d'animation de territoire (formation, animation de projet...)
- ✦ **Une production de A à Z** de l'animation de la création à la livraison des sacoches.

..... REFERENCES :

Abbaye de Valmagne - 2020
Villages Nature Paris® - 2017
Galerie Hydrolica – Savoie – 2015
Musée de la Marionnette – Tournai – Belgique 2014

Objectif : Créer une offre pédagogique et ludique sur votre site. Développer votre positionnement Famille ou scolaires.

Un sac d'expériences loué pour 2 h d'aventures dans un site, un musée, un patrimoine naturel... Une forte motivation des visiteurs grâce à un final type trésor caché, objet d'art caché, porte à ouvrir...

... NOTRE PRESTATION

1 Lancement de la mission et choix des espaces de jeux

- Création d'un comité technique de co-création
- Analyse du site et proposition des espaces d'expériences
- Validation technique et politique des espaces proposés

2 Création des expériences

- Définition de l'univers légendaire, maquettes graphiques des consignes
- Prototypes / journée test avec familles
- Production et Livraison de 5/10/30 kits de jeux selon le besoin

Options : langue étrangère / appli smartphone /
Et communication : flyer – bande-annonce vidéo

Les Michauds
73360 SAINT FRANC
04 76 67 52 60
www.tams.fr

CONSULTANTS
tams!

Un sac et 20 expériences à vivre,
une visite pour explorer !



LA VISITE JEU

..... 5 CONCEPTS:

✦ La visite avec bornes à expériences

Création de bornes thématiques à expériences intégrées dans les salles du musée.

Référence : 2015 – Musée Gallo-Romain de Ath (Belgique)

✦ La visite contes et jeu

Proposer une visite en autonomie aux familles avec enfants à partir de 3 ans sans gêner les autres publics.

Création de 5 contes et 3 légendes et 8 expériences courtes.

Référence : 2015 – Maison des géants (Belgique)

✦ La visite-jeu de société à 32 expériences

La famille se voit proposer un plateau de jeu serpents/échelles.

Le hasard du dé envoie la famille vivre 32 expériences concrètes dans des lieux du musée.

Référence : 2015 – Ecomusée de la vie rurale – Ellezelle (Belgique)

✦ L'aventure pédagogique

Jeu de Piste extérieur thématique

Référence : 2015 – le Planay (73) – Découvrir les énergies renouvelables dans un village de Savoie

✦ L'espace jeu 3-8 ans

Créer un espace de jeux très attractif pour les tout-petits afin de « libérer » les adultes et les enfants plus grands en âge de vivre les expériences proposées.

Référence : 2015 – Musée de l'Iguanodon - Bernissart (Belgique)

Objectif : Proposer dans un musée, une visite en autonomie adaptée aux familles, Le jeu, moteur de l'expérience en famille

..... SITES CONCERNES

- ✦ Sites touristiques culturels, type musée, château souhaitant développer le public famille

..... PUBLIC

- ✦ Familles

..... LA PRESTATION

- ✦ Définition du positionnement et contexte du site
- ✦ Préconisations
- ✦ Développement d'un concept adapté au site pour développer le public famille
- ✦ Créativité et utilisation des moteurs ludiques

Chemin du Roland
38960 Saint Aupre
04 76 67 52 60
www.tams.fr

CONSULTANTS
tams!



L'AVENTURE-PEDAGOGIQUE®

Groupes SCOLAIRES ou Loisirs

Un espace d'exploration, 12 défis, une compétition entre groupes, un final coopératif et un débat !

- ✦ Un grand jeu d'aventure autour d'une notion à découvrir ou à débattre. Ex : quelle est, dans le monde, la meilleure manière de protéger la nature ? On découvre dans le jeu et on débat ensuite...
- ✦ Une scénarisation, une histoire, un défi, un lieu secret à trouver contenant un objet, lequel deviendra le support du débat final
- ✦ Un terrain d'aventure, 12 étapes, une compétition, des totems à construire, un final époustouflant.
- ✦ Des mini-groupes de 5 joueurs et les animateurs du groupe.
- ✦ L'animateur du jeu, encadre les questions des jeunes à chaque retour d'étape.
- ✦ Les épreuves sont sensorielles, sportives, artistiques,

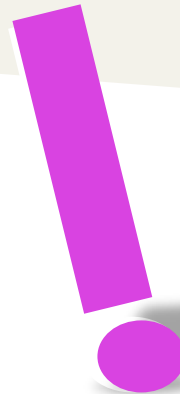
POUR VOTRE TERRITOIRE

- ✦ **Toute l'année**, un outil pédagogique en pleine autonomie pour des groupes prêts à animer cette aventure.
- ✦ La valorisation des éléments de votre patrimoine de manière innovante par des jeux sensoriels créatifs

..... REFERENCES :

Le jeu de Gaud – 2015 – Réserve naturelle des Gorges de l'Ardeche

Objectif : Proposer une aventure à vivre pour découvrir une notion, un territoire, débattre d'un sujet...
Créer une offre pédagogique et ludique sur votre site.
Développer votre positionnement scolaires.
Le moteur d'un grand jeu d'aventure, animé, pour mobiliser les énergies de jeunes gens dans le cadre scolaire ou loisirs



Les Michauds
73360 SAINT FRANC
04 76 67 52 60
www.tams.fr



Un espace d'exploration, 12 défis, une compétition entre groupes, un final coopératif et un débat !



Diversification touristique
En altitude/forêt – montée en refuge -
Espace naturel - Proximité village
Trace nordique hivernale.

Une nouvelle immersion en nature

Goodvibes nature trail®

LE SENTIER à EMOTIONS

... POUR VOS VISITEURS

- ✦ Un sentier d'immersion en pleine nature et en imaginaire, dessiné pour faire vivre une nouvelle expérience sensorielle, ludique et interactive et créer du souvenir !
- ✦ Le Goodvibes trail®, c'est un sentier à émotions. On se laisse surprendre par des créations artistiques, des surprises sensorielles, des pierres levées, des œuvres sonores, des passages pieds nus, des "vestiges" d'où émerge l'identité émotionnelle du pays.
- ✦ Les œuvres sonores sont signées Will Menter, sculpteur-musicien et autres graveurs, plasticiens.
- ✦ Le sentier permanent, se parcourt, les mains dans les poches ou avec un kit d'aventures.
 - Kit famille : on joue, on crée des liens, on s'aventure
 - Kit contemplatif : poétique, méditatif, yoga des sens
 - Kit nocturne : aventure frisson, parcours thriller

... POUR VOTRE TERRITOIRE

Une diversification authentique qui donne du sens à votre territoire.

- ✦ Produit Haut ou bas de station, montée famille en refuge, boucle itinérance courte, trace nordique hivernale, un produit unique !
- ✦ Tout Public en autonomie (de 4 ans à 77 ans)
- ✦ Co-construction du sentier avec les acteurs locaux.
- ✦ Démarche artistique et sensorielle inspirant le bien-être.

REFERENCES :

2014 - Agnières en Devoluy (05) - Altaïr et la forêt musicale
2015 - Sentier des Moyas Moyas à St Hymetière - Jura

Objectif : Réinventer le sentier !
Proposer une nouvelle entrée tout public en nature, un parcours jalonné de surprises et d'expériences sensorielles aux symboliques universelles : sculptures sonores, land art, pierres à jouer.

Une expérience à émotions, en valorisant l'essence d'un lieu où le sentier devient un voyage...

... NOTRE PRESTATION

1 Une démarche co-construite avec votre équipe, respectueuse des lieux et de l'environnement. Diagnostic, validation des publics cibles, en fonction de votre site, votre projet, l'identité du lieu. Diagnostic artistique et design du parcours. Dessins et chiffres.

2 Jalonnement tout au long du parcours d'expériences de sens, telles que sculptures sonores, pierres gravées, totems, assises, ambiances végétales.

3 Nos créateurs sont des artistes avec qui nous créons des œuvres durables dans le temps. Des artistes locaux peuvent selon le projet être associés.

Options : langue étrangère / appli smartphone / communication et mise en réseau

Chemin du Roland
38960 Saint Aupre
04 76 67 52 60
www.tams.fr



Œuvres de Will Menter - sentier de Devoluy

3 Références en DEVELOPPEMENT DE L'ENFANT

2011 - Création de 5 ateliers selon les niveaux - Publics Scolaires de la Ferme aux Crocodiles – Drôme – 300 000 visiteurs

Création de la gamme complète d'offres de visites, 5 ateliers, défi et exploration en phase avec les Programmes scolaires.

Ecriture fine et détaillée des discours sur 3 niveaux pour chacune des prestations.

Compétences fine du dévt de l'enfant – Compétence publics scolaires lien avec les programmes.



2009 – Création des 7 Zanimos balades – 4 à 8 ans

Zanimobalad ? Quel drôle de nom !!!

Il s'agit d'un carnet d'expression pour enfant de 4 à 8 ans

Le principe est simple : une balade de 1 heure, au pays d'un animal réel ou imaginaire !

Un dépliant en accordéon, illustré de dessins et énigmes, propose à l'enfant de rechercher une cachette secrète et de parcourir la balade en dessinant, jouant, chantant en compagnie de l'animal du lieu : poney, chèvre, lièvre, cheval, truite, cygne, lion, poulet de bresse, rapace...

Le parcours est balisé pour la famille, toilettes, pique-nique, jeux, souvenirs, lieux à goûter, tout est suggéré !

Référent : Contrat de Dévt Rhône Alpes – CAP 3B – Véronique Guillot -Tel : 04.74.47.25.40



2012 – Création d'un jeu pour familles avec enfant handicap mental

L'aventure jeu "Fifrelin et le vol des cigognes" a été créé pour découvrir l'écosystème des étangs de la Dombes.

Conçu sur un chemin accessible au handicap moteur et aux tous petits enfants, la volonté a été de créer des jeux adaptés aux familles avec un enfant handicapé mental. Ces familles souffrent en effet du blocage de toute l'activité familiale par la difficulté parfois impromptu d'un de ses membres.

Un objet, le sac à calin, est tout spécialement créé avec un doudou en peluche, et des propositions pour permettre à l'enfant (et l'adulte qui le soutient) de ne pas casser l'aventure familiale.

Créé en collaboration active avec des ergothérapeutes lyonnais.

COM COM Chatillon sur Chalaronne – Office de tourisme – Ain – Sophie Brun – directrice



Depuis 2008 : Formation Jeu et Tourisme incluant un volet sur l'importance du jeu dans le développement de l'enfant.

Création d'une aventure Transmedia – Dinant Haute Meuse- 2013/2014

La Maison du Tourisme de Dinant Haute Meuse, dinant-tourisme.com dans le cadre de la coopération européenne, souhaitait créer en 2014 un grand jeu Transmedia à destination des familles. Un scénario créé sur 5 sites de jeux.

Un coffre incroyable à ouvrir, des épées cachées, un bijou qui parle, un kit de jeu, des objets à jouer, un scénario légendaire, un esprit maléfique dans le smartphone (option possible pour les familles le souhaitant)

Un nouveau concept de jeu créé par Tams et associant l'expérience de Furet Company, leader français du jeu numérique.

Maison du tourisme de Dinant – Anne Christine Otte – tel : 00 32 476 28 60 44



2012 – Création du KIKERIKIKI - jeu de coopération en famille sur la biodiversité de la Dombes

Découvrir en jouant en pleine nature, voici le principe de ce jeu utilisant des cartes illustrées, parfois complétées de QR codes.

Le gagnant n'est pas le plus fort mais au contraire le plus petit, l'animal à protéger.

COM COM Chatillon sur Chalaronne – Office de tourisme – Ain – Sophie Brun – directrice



2011 – Création du Memory à jumelles

Jeu de carte en famille en pleine nature : "Tu observes et tu cherches son jumeau !"

Référent Office de Tourisme Chatillon sur Chalaronne – Ain France



Aventure-jeux® au CHATEAU D'HURIEL de 4 à 77 ans

Une Aventure-jeu, c'est une demi-journée en famille, pour jouer, vivre un jeu de piste, chercher un trésor et relever un défi familial. On stoppe le temps qui passe pour vivre un temps décalé, hors de la vie, dans des jeux simples. Un sac de jeux vendu 10 €, contenant 10 objets de jeux (plans, cartes, objets, miroirs, tangram...) et la famille joue de 4 à 77 ans.

Produit déposé

Tirage 2000 exemplaires, produit en autonomie toute l'année – 19 € de panier moyens en achats induits commerces

Référent : Pays de Montluçon - Agence locale de Tourisme - www.Zaventuresmagik.com



2013 Faisabilité économique volet publics enfants Galerie Hydraulica

Définition de l'offre complète d'un musée sur l'Hydroélectricité dans les Alpes.

Prévisionnel production des offres

Référent : Galerie Hydraulica - Villard du Planay 73350 PLANAY - Tél. 04 79 22 19 68

Budgets - action publics scolaires Galerie Hydraulica				TAMS CONSULTANTS	
POSTES	ACTION	BUDGET HT	TTC		
AMENAGEMENT					
	PRIORITE 1				
	espace WC	500 €	600 €		
	meubles et coffres roulettes	800 €	960 €		
accès salle fêtes et salle cinéma	planning et mise à disposition		- €		
salle pique nique	idem		- €		
Boutique	activer la boutique		fonctionnement	fonctionnement	
			- €		
			- €		
COMMUNICATION					
	PRIORITE 1				
UNE ADRESSE WEB		- €	- €		
UN ESPACE WEB STRUCTURE pour SCOLAIRES	selon solution...	1 500 €	1 800 €		
	Conseil organisation et ressources	1 500 €	1 800 €		
ESPACES RESSOURCES sur web pour enseignants					
	aide rédaction technique	2 000 €	2 400 €		
	rédaction		temps homme		
	Conseil organisation et ressources	1 500 €	1 800 €		
Actions de communication		1 500 €	1 800 €	fonctionnement	
FORMATION MEDIATRICE					
	PRIORITE 1				
	LIEN PROGRAMMES	2 JOURS	2 000 €	2 400 €	
	CRÉER UNE SEQUENCE	1 JOUR	1 000 €	1 200 €	
	GERER UNE VISITE ANIMÉE	2 JOURS	2 000 €	2 400 €	
VISITE ANIMÉE - Intérieur et extérieur					
	PRIORITE 1				
dans le musée	3 points maquettes interactives	hydroélectricité	4 500 €	5 400 €	
	8 points et outils d'activité + caddies	pour une classe	2 500 €	3 000 €	
	création des outils d'interactivité		3 000 €	3 600 €	
	conception et rédaction des discours	par niveau prioritaire	4 000 €	4 800 €	
		5 niveaux	a étudier		
	formation et accompagnement du médiateur		2 000 €	2 400 €	
			16 000 €	19 200 €	

2009 Etude faisabilité Musée Espace ALU - Maurienne – volet Boutique

Définition dans le cadre d'une étude faisabilité complète, du volet économique de la boutique

Référent Maryline : Espace Alu - Place de l'Église, 73140 Saint-Michel-de-Maurienne

Téléphone : 04 79 56 69 59

Situation actuelle de la boutique à l'Espace Alu : un panier moyen de 1.73€ par client en 2008

112 Produits mis en vente :	Espace	nb articles
	cartes	4
	portés clés	13
	objets	12
	bureautique	4
	accessoires	6
	légum	7
	peluche	7
	jeux	14
	livres	14
	design art	29
		112

	nb visiteurs	CA Boutique	Panier moyen boutique
juil-08	778	1198,25	2,27 €
août-08	1158	2395,48	2,06 €
sept-08	358	363,6	1,10 €
oct-08	208	337,84	1,64 €
nov-08	271	308,37	1,17 €
déc-08	74	400,25	5,53 €
janv-09	208	304,88	1,48 €
févr-09	252	436,48	1,74 €
mars-09	237	590,13	2,49 €
moyenne de 07/08 à 03/09	3637	7017,46	1,93 €
moyenne année 2008	4800	8736,3	1,78 €

Qu'observe-t-on dans les boutiques des sites culturels ?

(source étude ODIT France 2008 concevoir une boutique de site culturel)

Boutique de 80m ² en délégation de service public	
Site accueillant 90 000 visiteurs	
Panier moyen (moyenne des achats /nb de visiteurs payants et gratuits)	2 €
Nombre acheteurs	18 000
	soit 20% des visiteurs
Nombre articles achetés	2,7 articles/client
Moyenne achat par client	10€

Ce ne sont que des moyennes :

- Si le site reçoit beaucoup de scolaires : ce chiffre doit être revu à la baisse
- Si le site reçoit beaucoup d'étrangers : ce chiffre sera augmenté
- Un public de proximité dépense moins qu'un public extérieur
- Les boutiques de sites thématiques ont des paniers moyens plus élevés
- La durée de la visite joue aussi : une durée de 1h30 se traduit par des achats plus motivés

✳ Pour l'étude actuelle nous resterons prudents et prendrons le ratio moyen de 2€ par client.



L'EXPLORATION, PAR LES SENS :

POUR DE MEILLEURS APPRENTISSAGE ET EXPÉRIENCES DURANT LES VISITES

Là où le numérique “fait écran” aux émotions ressenties lors d'une visite, l'exploration par des jeux sensoriels permet une immersion totale et une expérience ludique qui favorise l'apprentissage. C'est une solution parfaitement adaptée à la découverte d'un territoire, d'un musée... Mais ce n'est pas le seul. Le jeu de plateau, de type jeu de l'oie, par exemple, permet lui aussi de vivre une visite riche, en courant d'une case à l'autre par l'entremise du hasard. Retour d'expérience.

BRUNO TAMAILLON
Directeur de Tams Consultants

Le jeu est l'espace d'exploration de l'enfance. C'est à travers le jeu que l'enfant explore son environnement, dans le jeu qu'il développe son estime de lui-même, qu'il se protège ou s'aventure, qu'il découvre quel adulte il deviendra. Le jeu est le cœur de la vie de l'enfant, c'est dans le jeu qu'il construit ses compétences et développe son imaginaire. Pour l'enfant, le jeu c'est sérieux, c'est même essentiel. Une fois devenu adulte, l'homme n'abandonne pas le jeu. Le jeu est pour lui un moyen de sortir de son quotidien, de s'immerger dans un décor, de vivre dans une bulle hors du temps. D'aucuns affirment que le jeu permet d'être plus créatif, plus heureux et plus performant, voire qu'il empêche de vieillir !

ENGAGER SON CORPS POUR SE SOUVENIR

Dans nos sociétés consuméristes où la consommation perd de son attrait, la gamification est devenue tendance. De nombreux acteurs du tourisme utilise ses ressorts pour dévoiler autrement les richesses de leur territoire ou de leur patrimoine. Dans la construction de leurs offres, ils introduisent du "ludique", un truc drôle, insolite ou décalé. Une pédagogie active, joyeuse et sensorielle qui permet la découverte dans le partage et le plaisir. Les parcs à thèmes, depuis 30 ans, ont démontré que l'on pouvait apprendre et s'amuser en engageant son corps en général. Les mains, en particulier. Un principe fondamental de l'éducation selon Trevor Eissler, auteur de "Montessori, c'est fou" aux Retz Editions. *"Nous devons permettre aux enfants d'explorer, de se connecter, de construire, et avec les mains de se sentir partie prenante du monde. L'outil éducatif le plus important n'est pas technologique. Ce ne sont ni les tableaux interactifs, ni les ipads ou même les crayons, ce sont les mains !"* Ce qui a fait, depuis les années 80, le succès de scénographes ayant développé les pédagogies du Hands-on ou du Do-it-yourself (fais le toi-même). En France, dès 1986, l'Inventorium fut l'embryon de la Cité des enfants qui sera créée en 1992 au cœur de la Cité des Sciences et de l'industrie à Paris. On y est actif, dans une interaction joyeuse et l'on y vit une succession d'expériences durant laquelle on obtient une réponse immédiate à son ac-

tion. L'exploration est stimulante et marquante. Et c'est là tout l'enjeu. Car le défi lancé à tout concepteur de jeu est de réussir à maintenir un niveau de plaisir suffisant pour que le joueur ne décroche pas du jeu. Si le plaisir s'éteint, c'est la fin du jeu ! Jean Piaget, psychosociologue et biologiste suisse (1896-1980) a décrit les différents moteurs ludiques selon l'âge du joueur : de sa naissance à l'âge de quatre ans, l'enfant découvre les plaisirs et les compétences des jeux moteurs, des jeux symboliques, des jeux d'imitation ; vers sept ans, il aime les jeux de rôles et comprend les règles à respecter pour jouer à plusieurs ; à partir de dix ans, il trouve du plaisir dans les réflexions stratégiques et la compétition. Avant huit ans, il faut raconter une histoire à l'enfant pour le motiver. À partir de neuf ans, lui lancer un défi le stimulera. Inversement, l'escape game, qui utilise principalement le ressort de la compétition, est inadapté à l'enfant de moins de dix ans.

LE JEU DE PISTE, OUI MAIS PAS SEULEMENT...

Le jeu de piste, parce qu'il s'appuie sur une histoire tout en stimulant l'esprit de compétition, parce qu'il peut être joué en famille de façon

LE JEU DE PISTE DE L'ABBAYE DE VALMAGNE (HÉRAULT)

"La famille fait partie de notre histoire et nos valeurs, mais nous n'en recevons que très peu, explique Eléonor d'Allaines, chargée du développement touristique de l'abbaye de Valmagne. Nous souhaitons un outil qui permette de découvrir l'abbaye en explorant avec des objets, des jeux et suscitant un dialogue doux entre adultes et enfants." Le jeu proposé s'adresse à toute la famille (enfants à partir de quatre ans). La famille se voit remettre une sacoche en cuir à l'accueil du site, avec un point à trouver pour démarrer la visite. Elle découvre alors, dans le mur de l'église, un minuscule morceau de verre bleu qui est le seul vestige des immenses et splendides vitraux de l'abbaye, aujourd'hui disparus. Un coffre contenant des échantillons-témoins des vitraux originaux est caché dans l'abbaye : il faut le retrouver et reconstituer le pigment bleu qui servit à teinter les vitraux. Dans la sacoche, la famille trouve un plan qui lui permet de vivre 18 expériences dans l'abbaye, avec des objets lui permettant de s'émerveiller et de visiter l'ensemble du site. Le sac d'exploration contient l'équivalent de 250 euros d'outils d'exploration (jumelles, bandeau pour les yeux, cartes, kaléidoscopes...). Il est loué 32 euros pour 2 heures d'exploration. 15 000 visiteurs ont choisi ce mode de visite entre mai 2019 et août 2020.

autonome toute l'année, tous les jours, est un outil parfaitement adapté à la mise en tourisme d'un territoire, d'un musée... Mais ce n'est pas la seule mécanique de jeu qui permet la découverte d'un lieu. Pour preuve, l'aventure qui nous anime depuis 2007. En tant que développeurs de concepts de visites pour les familles, nous cherchions une solution pour inciter les familles à visiter un village, un cœur de ville, un espace naturel à toute heure, toute l'année, même quand l'office de tourisme est fermé : le dimanche en hiver ou en fin de journée l'été... Il fallait trouver une solution offrant de l'autonomie. Nous nous sommes tournés vers Odile Perino, spécialiste du jeu et des jouets. Nous avons travaillé ensemble et elle nous a donné les ingrédients de la réussite : une structure de type jeu de piste à faire en famille ; une histoire pour motiver les plus petits ; un défi pour les plus grands ; une vingtaine d'activités, dont 60 % dans lesquelles les moins de dix ans ont leur place ; un plan ; de l'incertitude jusqu'à la fin. Nous avons suivi ses conseils et, au troisième prototype, l'Aventures-jeux® était né !

1/2/3/SOLEIL...

D'un territoire à l'autre, il existe aujourd'hui 38 Aventures-jeux® vendus localement dans 20 à 40 points de vente (supermarché local, Office de tourisme, hôtel, restaurant, librairie...). Chaque Aventures-jeux®, c'est une sacoche, un plan en papier, des cartes, des objets motivants à gagner. Le plan, de 50 centimètres de côté peut être lu par 4 personnes en même temps, ce qui n'est pas le cas d'un smartphone...

Le concept a déjà fait jouer 300 000 personnes en Europe. Ce jeu de piste propose des rôles simples et fait vivre des expériences avec son corps. On découvre, on joue et on prend le temps de vivre ensemble cette aventure. Au milieu de ce qui ressemble à une chasse au trésor, on s'arrête pour jouer à 1/2/3/Soleil, relever l'empreinte d'une gravure sur une pierre, jouer au mistigri, tout en découvrant des facettes parfois inconnues du lieu parcouru. Le jeu est organisé de façon à ce que chacun des membres de la famille ait une place : papa ne sait pas tout ; maman devient complice des enfants ; le plus petit devient maître d'école dans le jeu de visite à l'écomusée... Nous avons remarqué que le livret était toujours monopolisé



© visitwapi.be Coralie Cardon

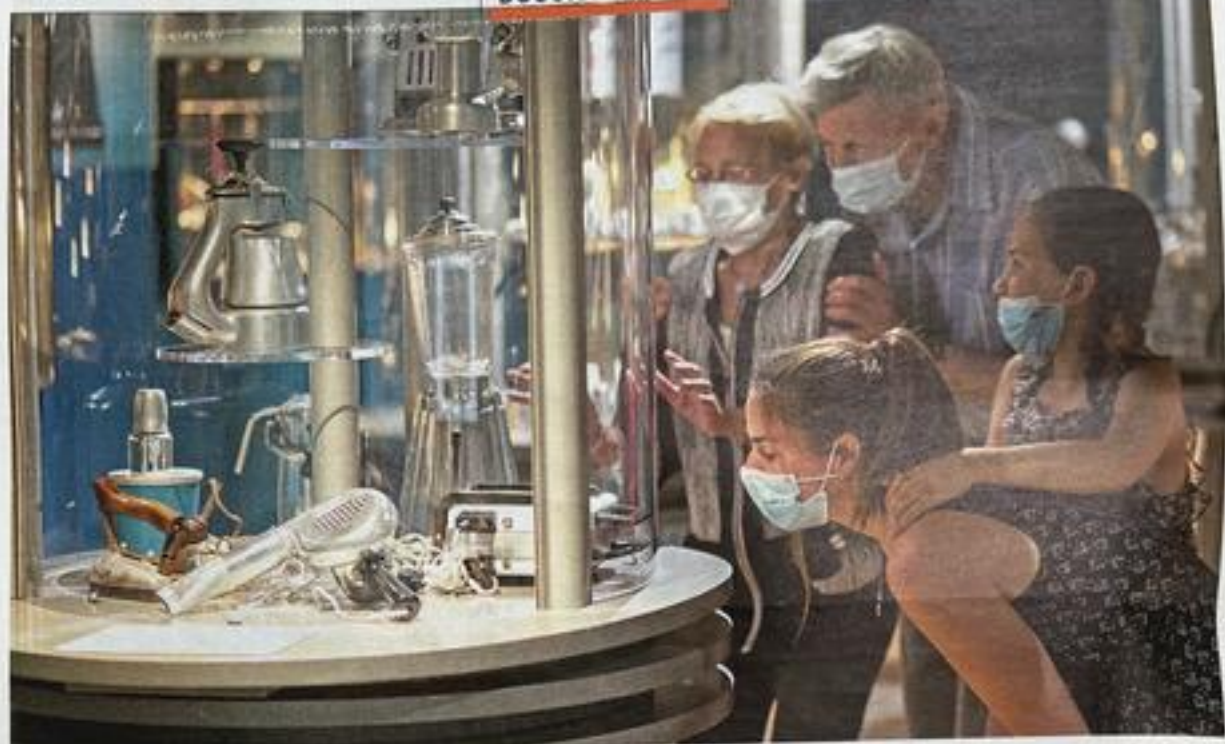
L'Aventure-jeu a déjà fait jouer 300 000 personnes en Europe.

par l'un des plus grands dans la fratrie : c'était un objet de pouvoir. Les consignes de jeu ne sont pas dans un livret. L'histoire préalable, qui resitue le contexte de l'aventure, place les joueurs dans le décor. Le défi qui est lancé dans l'histoire doit mobiliser fortement les joueurs. Cet "embarquement" fonctionne comme un ressort, il donne son énergie au jeu, à condition que celui-ci rebondisse d'une étape à l'autre. La notion de labyrinthe est également essentielle dans le jeu et le suspense à organiser. L'aventure, qui ne doit pas durer plus de deux heures, ne doit pas non plus s'interrompre, au risque de voir les joueurs perdre leur motivation et sortir du jeu. Il ne faut jamais laisser plus de 250 mètres linéaires sans activité, sans quoi les enfants se démotivent. Le final doit toujours être à la hauteur du défi lancé et de l'histoire : un trésor, une porte qui s'ouvre, un diamant au fond d'une rivière, peu importe, le final doit être saisissant !

JEU DE PLATEAU

Le jeu de plateau, de type jeu de l'oie ou serpents et échelles, permet lui aussi de vivre une expérience de visite riche, en courant d'une case à l'autre par l'entremise du hasard. À chaque case du jeu correspond une expérience réelle à vivre dans le musée. C'est ce que nous avons mis en place à l'écomusée du Pays des collines à Ellezelles (Belgique). Le jeu d'expériences "Échos du temps" guide le visiteur à travers l'écomusée en lui proposant épreuves, manipulations et défis. Chacun lance le dé, et est transporté dans une série d'expériences, à vivre ensemble : on devient maître d'école, on moule le café, on joue à d'anciens jeux, on bâtit un hôtel à insectes... Les visiteurs s'immergent ainsi dans la vie quotidienne rurale des années 1950 et dans la nature du Pays des collines.

La demande de jeu, qui touche tous les secteurs de la société, est une chance pour le secteur du tourisme. La France des patrimoines doit bannir ses carnets Quizz, version papier ou numérique, dont elle est la championne ! Seuls 5% des familles aiment ça ! Le public veut de l'immersion par les sens, avec le jeu comme moteur. ■



LA VISITE « DÉCALÉE » du musée de l'Aluminium propose une approche ludique et sensorielle aux visiteurs.

LE RENOUVEAU DES MUSÉES PAR LA VISITE LUDIQUE

En misant sur le plaisir de la découverte, l'Espace Alu, le musée de l'Aluminium de Saint-Michel-de-Maurienne (Savoie), vise un public familial.

Sur le point de lancer sa visite, Alexandra Teysier s'interrompt, car un couple se présente à l'accueil : « On a lu sur Internet que la visite était adaptée aux enfants : nos filles ont 2 ans et demi et 4 ans et demi, ça ira ? », demande ce père de famille de Metz (Moselle), en vacances à Valloire, à une demi-heure en voiture. La responsable de l'accueil de l'Espace Alu, chargée des visites, sourit en lui tendant les tickets. Cette scène anodine récompense en réalité l'aboutissement d'une année de travail, qui a conduit ce musée consacré à l'histoire de l'aluminium en Maurienne à renouveler son approche.

En 2018, l'Espace Alu venait de fêter son dixième anniversaire. Pourtant, le musée cherchait déjà un second souffle. « On manquait de peps, on avait du mal

à séduire les familles », se souvient Alexandra Teysier. L'Espace Alu se tourne alors vers Bruno et Marie Tarnillon. En Savoie eux aussi, ils ont fondé l'agence Tams, spécialisée dans les publics familial et scolaire, et travaille auprès des acteurs du tourisme de la France entière (voir page 30). « Nous proposons des visites pour les adultes et des ateliers spécifiques pour les enfants. Mais les familles recherchent autre chose : des activités à partager ensemble, où chacun, du plus petit au plus grand, pourra apprendre en s'amusant. »

Le résultat, c'est une visite « décalée », qui a lieu du lundi au vendredi pendant l'été, période qui concentre plus de la moitié des 8000 visiteurs annuels. « Lors d'une visite classique, le guide parle et le visiteur écoute. La visite décalée change l'approche en



« Ce sont les visiteurs qui "font". Le guide est en retrait : son rôle est de créer du rythme et d'animer les ateliers. »

ALEXANDRA TEYSSIER, GUIDE À L'ESPACE ALU



s'appuyant sur des ateliers pratiques dans lesquelles le visiteur est actif, explique Alexandra Teyssier. Ce sont les visiteurs qui "font". Moi, je suis en retrait : mon rôle est surtout de créer du rythme et d'animer les ateliers. » Les ateliers utilisent des dispositifs simplissimes et mobilisent les cinq sens.

Rendez-vous d'abord sur le parvis du musée, qui est aussi celui de l'église. Alexandra Teyssier invite les visiteurs à dessiner à la craie la skyline de Saint-Michel-de-Maurienne. Après un tour d'observation au doigt levé, parents et enfants s'accroupissent et reportent sur le sol les contours de la silhouette à 360° du village, depuis le clocher de l'église au creux de la vallée, en passant par le col du Télégraphe. Puis, elle invite chacun à fermer les yeux

et à tendre l'oreille. Le silence se fait, et l'on perçoit le bourdonnement de l'eau vive d'un ruisseau. « Voilà pourquoi on a décidé d'installer des usines d'aluminium ici, explique la guide, la fabrication de ce métal exigeait beaucoup d'électricité. Alors, on a utilisé la force de l'eau descendant de la montagne pour produire l'électricité dont on avait besoin. »

POUR TOUTE LA FAMILLE

Le deuxième atelier mène les visiteurs de l'autre côté de l'église, sur l'esplanade surplombant la vallée. Chacun dispose d'un petit tube en PVC, qui fait office de lunette de visée. Alexandra leur présente successivement des photos : « À mon signal, vous vous retournez vers la vallée... Le premier qui a repéré le modèle de la photo dans son viseur a gagné. » « Je l'ai ! », s'exclame aussitôt Cléa, 11 ans, qui a localisé le premier sujet : la centrale hydroélectrique. Photo après photo, les enfants reconstituent en patchwork le paysage de la vallée : les rails du train, les logements ouvriers de l'entreprise Pechiney... Tous témoins de cette aventure industrielle commencée à la fin du XIX^e siècle. La dernière photo, en noir et blanc, ne piège pas Allan et Daphné, 11 ans : « Ça, c'est l'usine d'aluminium ! Mais elle n'existe plus aujourd'hui ! »

La visite se poursuit à l'étage du musée : après un film et un atelier puzzle, pour découvrir les « hommes et les femmes de l'alu », parents et enfants s'assoient autour de boîtes blanches fermées. Puis, à l'aveugle, tous plongent leurs mains : c'est froid, c'est rigide, ça craque, ça se froisse, ça coule entre les doigts, ça crépite en tombant... Ça a même un goût étrange, si on en croit la moue d'Éliot, 5 ans, qui a porté le contenu de sa boîte à la bouche ! Chacune contient des morceaux d'aluminium sous une forme différente : billes, barres, canettes... « C'est l'activité qui a le plus de succès », sourit la guide, qui s'appête à conclure la visite entre les vitrines témoignant des multiples usages de ce métal (électroménager, jouets, matériel de montagne, ...)

AU MUSÉE DE L'ALUMINIUM, on commence la visite dehors, et on finit les mains dans l'alu !



etc.) et par une séance de déguisement. Chaque enfant repart ensuite avec un fil d'aluminium souple, avec lequel il pourra former un petit objet décoratif.

UNE VISITE VIVANTE

« C'est exactement ce que l'on cherchait », se réjouit Vincent, de Metz, dont les fillettes s'admirent encore dans leurs déguisements un peu grands. « Quand j'avais annoncé le thème de la visite, mon épouse était un peu hésitante. Mais c'était vivant, intéressant, et on a passé un bon moment. » Mélanie, qui habite à Saint-Michel-de-Maurienne, plaisante en regardant sa fille, qui suit à présent sa propre visite, de bornes interactives en panneaux explicatifs : « Je ne sais pas si je vais réussir à la décrocher ! » Il sera toujours temps de revenir, et pourquoi pas de partir à la recherche du trésor de Galyxar, dans le jeu de piste que propose également l'Espace Alu. Inspiré du concept des Aventures-jeux de l'agence Tams, il permet aux familles de jouer ensemble pendant deux heures autour de l'histoire imaginaire de « Galyxar et les 1000 pièces d'alu », au rythme de sept défis qui les mènent à travers le musée, en autonomie. ➤

TEXTE ADRIEN BAIL

PHOTOS JÉRÉMIE LUSSEAU/HANS LUCAS POUR LA VIE

L'APPROCHE GLOBALE du parcours se veut sensorielle et implique physiquement les touristes.



« Nous prônons une pédagogie active, joyeuse et sensorielle »

Au sein de Tams, une agence de conseil en développement touristique et développeur de concepts de visite, à Saint-Franc (Savoie), Bruno et Marie Tamaillon placent le jeu et le plaisir au cœur du tourisme.

LA VIE. Quelle est la demande des familles ?

BRUNO ET MARIE TAMAILLON. Dans nos formations, nous insistons sur la recherche de sens. C'est une demande qui s'exprime de plus en plus, depuis une quinzaine d'années : pendant les vacances, les familles cherchent à se reconnecter, à (re)créer du lien. C'est encore plus important pour celles qui sont éloignées géographiquement ou séparées, celles où les parents sont très occupés par leur travail, etc. Elles veulent vivre quelque chose d'heureux et d'authentique ensemble : partir au vert, respirer, expérimenter le silence, rencontrer, découvrir de beaux endroits. Nous aidons les professionnels à prendre en compte ces besoins et à considérer les familles autrement que comme des consommateurs.

Qu'est-ce que le jeu apporte au tourisme ?

B. ET M. T. Le jeu, c'est sérieux, et même essentiel, pour l'enfant, qui construit son imaginaire et ses compétences ; pour l'adulte,

qui soie ainsi de son quotidien. On apprend mieux en faisant. En étant actifs, on se pose des questions, on observe, on cherche des réponses par soi-même. L'expérience vécue s'inscrit davantage dans la mémoire que les discours. En France, les lieux de culture sont dominés par une approche intellectuelle, cérébrale. Nous prônons une pédagogie active, joyeuse et sensorielle, qui mobilise le corps, surtout les mains. Car l'exploration stimule, réveille les sens, est source de plaisir et d'émerveillement. Pas besoin d'écran ni de technologie, des dispositifs simples et inventifs facilitant l'immersion suffisent : explorer la voûte d'une église grâce à un miroir, rédiger une lettre d'amour à un bâtiment, imaginer et mettre en scène un dialogue entre deux statues...

Cela modifie le rôle du guide.

B. ET M. T. Oui, il n'est plus là pour parler, montrer et transmettre son savoir à un public passif, mais plutôt pour accompagner

et favoriser une rencontre : celle du visiteur avec un lieu, une œuvre... C'est cette rencontre, par l'émerveillement qu'elle aura suscité, qui transformera le visiteur.

En quoi consistent les Aventures-jeux que vous avez créés ?

B. ET M. T. Nous cherchions une solution pour inciter les familles à visiter des lieux touristiques (en ville, en pleine nature) à toute heure, même quand l'office de tourisme est fermé, et peut-être à découvrir des lieux où elles ne seraient pas allées autrement. Nous avons imaginé des jeux de piste. Tout se trouve dans une sacoche contenant un plan, des cartes, une histoire et des défis. Toute la famille (60 % des activités sont adaptées aux moins de 10 ans) s'embarque dans une aventure à rebondissements de deux heures, dont l'issue est prometteuse : trouver un trésor, accéder à un lieu caché... Il existe 40 Aventures-jeux en France et en Belgique, vendus localement. ➤ INTERVIEW A.B. ➤

Les jeux d'aventure en famille

Pour le plaisir...

BRUNO TAMAILLON • Directeur de Tams Consultants et de Zanimômes Conseil [tamaillon@tams.fr]

Le jeu est un excellent outil de découverte du territoire par un public familial. Mais tous les jeux ne sont pas adaptés à la famille. La création de jeux de découverte familiale implique notamment de créer un univers original, avec des personnages dans lesquels chacun des membres de la famille, quel que soit son âge, puisse s'incarner.

Depuis 2005, l'équipe de Zanimômes travaille sur la notion de jeu en famille avec des formateurs et des psychologues du jeu. Zanimômes accompagne aujourd'hui les destinations et les sites culturels à l'aune de l'expérience de leur concept phare : les aventures-jeux® à l'intention des familles⁽¹⁾. Ces jeux "non technologiques" créent une animation dans l'apparente banalité d'un centre-ville, d'un petit village de charme, de sentiers patrimoniaux, de musées...

La famille Dupuis, avec Claire, la maman, Zoé (7 ans) et Kevin (9 ans), achète (10 euros) à l'office de tourisme un sac de jeu contenant des objets étonnants : un parchemin, une gourde transparente, une ficelle, une loupe et un plan énigmatique (sans nom de rues)... Lucia et Milpato sont tenus prisonniers par les Volvicius dans le carillon du château de Montluçon !

C'est parti pour deux heures de jeu, avec un jeu de piste et des

épreuves pour toutes les tranches d'âge (y compris pour les petits de quatre ans), pour le pur plaisir de jouer en famille. Le final du jeu doit être très surprenant et le jeu ne doit pas susciter d'échecs. La récompense réside dans le plaisir de deux heures de jeu, un scénario envoûtant et un final imprévu !

Pour jouer, le support d'une histoire est nécessaire. La famille découvre un univers original fait de personnages et d'une dramatisation propices à lancer un défi, une enquête, une chasse au trésor. L'histoire trouve sa source dans les ambiances des lieux où se déroule l'aventure. Les enfants vont prendre la peau d'un des personnages qui leur est présenté, et porter ses outils qui permettent de résoudre l'énigme posée.

L'émergence d'un univers merveilleux⁽²⁾ dans un jeu en extérieur se puise à l'atmosphère particulière émanant du lieu, comme une sorte de "tension", que le public ressent intérieurement, vers la rencontre d'un univers "possible" que seule l'imagination de l'enfant qui est en nous fait jaillir. On travaille sur l'émotion (on se rappelle l'émotion, peu le contenu) et cette émotion est contagieuse.

Pour cela, une analyse fine des sensations créées par le lieu est le préalable à toute action. Dans quel univers sommes-nous projetés en pénétrant ce site ? Quelle ambiance génère naturellement le lieu (le froid ? la peur ? une période historique ? un animal ? une vie sociale ?...). Le créateur du jeu doit veiller à la crédibilité de l'univers du jeu qu'il invente, en rela-

tion avec le décor réel des lieux. Les parcs à thème créent les décors de l'histoire qu'ils vont raconter, ici on crée l'histoire en fonction des décors réels existants. Un cahier des charges précis permet de valider, ou non, la possibilité de créer une aventure-jeu dans un site, pour un jeu qui doit trouver son public pendant quatre à cinq ans au moins.

Quand il s'agit de faire découvrir un territoire à un public familial, nous nous élevons contre les jeux dont le moteur du jeu est la compétition, avec un défi intellectuel qui ne mobilise que les enfants à partir de 12-13 ans et les adultes motivés. Ces jeux, parfaits pour le *team building* des entreprises, sont mal adaptés au public familial. Le risque est grand, en effet, de voir l'aventure rapidement désertée par l'un des membres de la famille (les plus petits sont exclus de cette dynamique), de voir s'affirmer une forme de "tyrannie familiale" (les plus grands imposent le jeu).

Selon Johan Huizinga, "*le jeu est une action libre, ressentie comme fictive et située en dehors de la vie courante, capable néanmoins d'absorber totalement le joueur ; une action dénuée de tout intérêt matériel et de toute utilité qui s'accomplit dans un temps et dans un espace expressément circonscrits*"⁽³⁾.

UN ENSEMBLE DE JEUX ADAPTÉS À DES TRANCHES D'ÂGE

Créer un jeu pour une famille revient à créer un ensemble de jeux adaptés à des tranches d'âge. Plus on grandit, plus on acquiert de compétences permettant de jouer à tous types de jeux. Chaque âge à son mécanisme préférentiel de jeu, comme le montre le modèle de développement de l'enfant de Jean Piaget⁽⁴⁾. Tandis, par exemple, que les enfants de deux à six ans sont dans la mise en scène des personnages (jouer à la poupée ou avec des petits personnages en plastique), les adolescents apprécient les jeux de stratégie et le défi.

Par ailleurs, chaque famille appréhende le jeu selon son identité familiale. Certains vont prendre le temps de goûter la gratuité du jeu, d'autres feront courir leurs enfants pour trouver le trésor ! Mais on peut repérer des éléments clés incontournables pour la réussite d'un jeu en famille :

- l'incertitude, la part de surprise (on n'est pas certain du résultat final) ;
- le rythme, à impulser dès le départ dans une forme d'urgence ;
- la dimension fictive et symbolique, qui va embarquer dans un monde imaginaire (par exemple : trouver un

- bâton et en faire une épée) ; c'est la scénarisation du jeu par la fiction ;
- la progression dans le jeu vers un final réussi ;
- l'alternance des différents types de jeu, pour des temps gratuits avec les tout petits ;
- l'information sur le déroulement du jeu (le participant doit savoir où il en est dans le jeu, au début ? à la fin ?) ;
- la relance du jeu (qui va faire que tous les participants vont aller jusqu'au bout) ;
- l'aspect physique (les jeux moteurs sont de grandes ressources à ne pas oublier pour tous les âges).

UNE PARENTHÈSE DANS LA VIE DE LA FAMILLE

Un jeu, c'est une parenthèse dans la vie de la famille... Plus de factures à régler, plus de devoirs à réaliser, plus de télévision. Parents et enfants se retrouvent avec une seule idée en tête : jouer ensemble. Quand ils jouent, parents et enfants inventent un espace unique où ils sont hors du temps, à égalité. Le monde créé grâce au jeu est propice à une nouvelle rencontre entre eux, parfois à une nouvelle façon d'être ensemble, de se regarder, de se confronter, de se parler. S'ouvre possiblement une porte vers le dénouement d'un conflit, une anxiété qui se dit. Un enfant en difficulté à l'école va reconstruire sa confiance à l'occasion du jeu où il réussira, surtout si c'est aux yeux des adultes qui comptent pour lui...

Le jeu répond à un des besoins majeurs des familles d'aujourd'hui, confrontées à un stress croissant⁽⁵⁾. Les familles courent après le temps. Familles avec un seul parent, familles nombreuses ou avec de jeunes enfants, couples et familles

La Cavalière au manteau rouge

Une BD pour magnifier l'image du pays de Bourg-en-Bresse

BRUNO TAMAILLON

Directeur de Tams Consultants

[tamaillon@tams.fr]

En 2009, le pays de Bourg-en-Bresse décide d'affirmer son image de destination culturelle et familiale par la création d'une fiction éditée en bande dessinée. L'objectif est clairement de communiquer, mais aussi de répondre à la demande des imaginaires des voyageurs, dans la foulée de cinq années de créations d'offres adaptées aux familles,

Le **tourisme et le "racontage"** (terme québécois) filent justes noces depuis fort longtemps. Ulysse rêvait et il largua les amarres ! C'est parce que l'homme a un imaginaire riche que les destinations touristiques ont des clients ! Les vieilles affiches du PLM (Paris-Lyon-Méditerranée, ancêtre de la SNCF) sont de formidables conteuses. Combien de rêveurs, après la lecture du roman *Premier de cordée*, de Frison-Roche, sont descendus à sa suite

Après avoir construit son offre touristique autour du thème du jeu (jeux de piste, chasses aux trésors, balades ludiques...), le pays de Bourg-en-Bresse a créé une bande dessinée, *La Cavalière au manteau rouge*, fiction policière qui invite ses lecteurs à découvrir la destination autrement.

sur le quai de la gare de Chamonix, l'imaginaire en alerte et le sac rempli de cordes et de vieux topo-guides ? Aujourd'hui, l'art de raconter des histoires, puis de faire vivre des expériences réelles, permet de magnifier une destination touristique en créant des valeurs particulièrement positives. Depuis la nuit des temps, en effet, les histoires que l'on raconte sont douces à l'humanité et à nos sensibilités griffées. Étonnant pouvoir de ces histoires sur nos personnes, à l'heure où l'on veut nous faire croire que seule la rationalité et le marché font œuvre de croissance.

Le "tout consumériste" marque le pas. Les destinations touristiques qui s'y sont enfermées sont aujourd'hui concurrence avec une sur-enchère d'offres. Certaines stations on détruit leur écosystème et leurs paysages emblématiques en s'en-

gageant dans la valse du tout compris et dans la course au tarif le plus bas, où les propositions frisent parfois le non-sens.

Dans une économie qui se tend, les rythmes de vie familiaux sont à la mesure du stress et des pressions en tous genres que nous subissons. Le temps des loisirs et des vacances est devenu la pause nécessaire à la cellule familiale, au couple, aux personnalités bafouées par le quotidien. Avant, pour les vacances, il y avait la maison de la grand-mère, le tissu social du village, la famille et ses racines. Le temps des vacances était un temps de ré-enracinement.

Dans ce contexte, les pays touristiques, les petites cités de caractère, les monuments, les musées, par exemple, peuvent saisir ce rôle passionnant de conteur d'un autre espace temps... Ici on

marche lentement, là on se “pose“ devant une fresque formidable et on écoute le temps qui nous parle. Devant les immensités de la mer de glace ou de la pointe du Raz, le public vibre à la beauté, bien sûr, mais surtout il goûte, par son imaginaire, aux univers aventureux des marins ou des alpinistes, à ces vies qu’il ne pourra jamais mener, et dont le rêve se trouve réactivé par ces espaces. Il est possible, pour le territoire, d’enrichir cette sensation par des histoires qui marquent les esprits, donnent du bonheur sur l’instant et deviennent avec le temps des marqueurs de fidélité à ces lieux.

Le plus souvent, le territoire ou le site culturel proposent, et c’est bien, des informations historiques, scientifiques, ethnologiques. Dans ce “décor support”, certains racontent des histoires fabuleuses, avec pour support une chasse au trésor, une bande dessinée, un roman à lire sur place... Le public y trouve du sens, tandis que la destination enrichit son image.

C’est dans cet esprit que, en 2010, le pays de Bourg-en-Bresse crée, avec l’aide de Tams consultants, *La Cavalière au manteau rouge*, BD tirée à 8 000 exemplaires, diffusée en librairie et sur les plus grands sites de ventes en ligne. “*Depuis cinq ans*, explique Véronique Guillot, chargée du tourisme à Cap3B (syndicat mixte chargé du développement du Bassin de Bourg-en-Bresse) et coordinatrice du projet, *nous développons de nouvelles propositions pour les familles : jeux de piste, chasses aux trésors, balades ludiques. Le public répondait présent et le bouche à oreille fonctionnait à plein jusqu’à Lyon ! Mais pour couronner cette phase de développement, nous voulions montrer la voie d’une communi-*

cation qui à la fois fédère nos acteurs du tourisme, de la culture et de l’économie, et qui touche enfin le public par son originalité”.

Un appel à projets Innovation, lancé par la région Rhône-Alpes en 2008, a permis de créer une fiction, dans l’esprit des mangas, pouvant potentiellement doper l’image du territoire auprès des familles.

Dix mois d’une intense production furent nécessaires. La confrontation de points de vue entre un auteur de 48 ans (Bruno Tamaillon) et un illustrateur de 28 ans (Hugo

Tartaix) fut d’une grande richesse pour créer une histoire alliant sensibilité, dramatisation et fougue de la jeunesse... Le cahier des charges initial était simple : cinq territoires naturels ou urbains, donc cinq grandes ambiances (Dombes, Bresse, Revermont, Bourg-en-Bresse, vallée de l’Ain) ; quelques thèmes incontournables (l’agroalimentaire, les volailles de Bresse, la ville universitaire) ; quelques thèmes à éviter (la politique, les personnalités) ; un scénario contemporain et la liberté

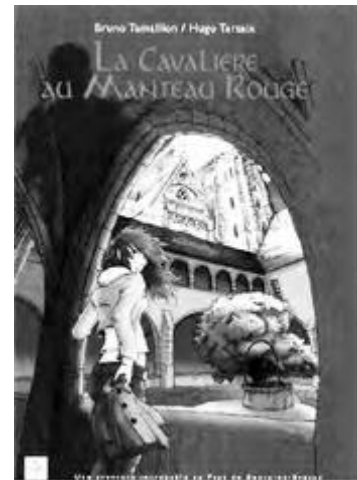
La Cavalière au manteau rouge

Synopsis • 3 juin 2010, la première journée du Jumping international de Bourg-en-Bresse prend fin. Un homme observe intensément une jeune femme qui répète la séquence de dressage qui précédera la remise des prix. Quelques minutes plus tard, son cheval est volé. La police alertée, Julia découvre, au pied du van abandonné, un carnet rempli de dessins au fusain et d’un croquis détaillé de la tombe de Marguerite d’Autriche, à Brou. Une photo déchirée tombe du carnet. Une fillette vêtue d’un imperméable rouge, tenue par une main adulte.

Julia reconnaît le vêtement qu’elle portait toute petite.

Julia, très perturbée, cache sa découverte à sa mère et part seule, le soir même, à Brou. La nuit arrive, les portes se ferment. La voici seule, enfermée dans le monastère. Jeffrey et Thomas, ses amis, la retrouvent. S’engage alors une incroyable poursuite des auteurs du rapt dans les campagnes autour de Bourg-en-Bresse. Mais ici, c’est le carnet aux symboles artistiques et ésotériques qui semble manipuler les événements.

Chiffres • 8 000 exemplaires • budget : 85 000 euros • 64 pages + 8 pages de cahier informations sur le territoire • prix de vente conseillé : 12,50 euros • 14 flashcodes et 14 vidéos associées.



totale de création de l'intrigue ! Le fait d'être à la fois consultant en marketing et auteur de BD a facilité la gouvernance du projet. Je connaissais les limites à ne pas franchir dans l'ironie, les valeurs à mettre en avant et surtout les ambiances à sublimer... Quand je place une scène de premier baiser dans un élevage d'étalons du sud de Bourg-en-Bresse, les visiteurs peuvent retrouver là bas cette ambiance. Il faut à la fois faire vibrer les lecteurs qui ne connaissent pas la région et faire briller les yeux des membres du comité de pilotage à la découverte des planches illustrées de leur pays. Il a fallu, bien sûr, obtenir l'autorisation de tous les sites illustrés en donnant des garanties de qualité de restitution des ambiances. Les responsables des sites sont méfiants, car les régions touristiques ont souvent inspiré des livrets illustrés historiques ou pédagogiques peu valorisants. Tous les styles de dessins ne se prêtent pas à la mise en imaginaire des territoires.

MÉTHODE DE TRAVAIL PARTICIPATIVE

En s'appuyant sur une méthode de travail participative, un groupe de travail a été constitué, associant des salariés et bénévoles des offices de tourisme ou autres associations, des élus des collectivités territoriales acceptant le jeu inhabituel de la fiction et ses conséquences (des personnages non casqués sur un scooter par exemple...). Ce comité de pilotage local, réuni tous les mois, a été associé à l'élaboration des scénarios en étroite collaboration avec l'auteur-scénariste et l'illustrateur, créateurs du concept. Scénario, séquenceur précis, story-board

crayonné, se succédèrent, puis vint le temps du dessin définitif, au rythme infernal d'une page par jour durant trois mois et demi.

“Nos lecteurs reconnaissent nos patrimoines, assure Jean François Debat, président de Cap3B et maire de Bourg-en-Bresse, le monastère royal de Brou ou la ferme des Planons, et même la fromagerie de Drom ! Les ambiances des microrégions sont aussi du décor : étangs de la Dombes, forêts et haras du Sud de Bourg-en-Bresse, fêtes traditionnelles en Bresse, montagnes et vallées de l'Ain, et même un tunnel creusé à main d'hommes dans la montagne de 1,5 km de long !

“Testée auprès de publics jeunes, cette BD colle parfaitement à l'humour et au mode de lecture rapide des jeunes adultes, assure Patrice Morandas, vice-président chargé du tourisme et des loisirs à Cap3B. Nous espérons ainsi montrer que notre patrimoine multiséculaire et nos paysages millénaires sont toujours dans le coup pour les générations futures !”

Grâce à des QRcodes, la BD renvoie vers des vidéos sur *smartphone* : quand un site culturel apparaît dans la BD, le lecteur peut franchir le “mur de papier” et découvrir la réalité. En scannant ces codes avec un téléphone mobile, il peut accéder en 15 secondes à des vidéos dévoilant la région. Après avoir dévoré la BD, le lecteur peut ainsi, dans une deuxième lecture, revenir tranquillement découvrir les oiseaux ou survoler la Dombes en montgolfière ! Pour les lecteurs non équipés de *smartphone*, un triangle rouge, sur certaines pages de la BD, renvoie à un cahier de découverte du territoire (annexé à l'ouvrage). Afin de prolonger le

plaisir, toutes les vidéos et les coulisses de la BD ont été placées sur un site internet dédié: www.aupaysdefifrelin-labd.fr.

Le montage financier de la BD laisse une place non négligeable aux recettes des ventes, aux partenariats avec les acteurs économiques et touristiques publics et privés du bassin de Bourg-en-Bresse, par l'achat d'espaces publicitaires dans le livret de découverte de 8 pages en fin de BD, et par l'achat en nombre de BD pour leurs salariés partenaires ou clients. Les ventes ont décollé très rapidement, avec 2 700 exemplaires vendus en six mois, ce qui est déjà supérieur au seuil critique pour une BD en librairie (1 500 ventes). En 2011, les ventes continuent sur d'autres marchés grâce à de nouveaux partenariats locaux.

Si la notoriété du territoire au niveau régional s'est trouvée renforcée par cette action vers les familles depuis cinq ans, l'impact réel de la BD sera mesurable à partir de 2012 en étudiant l'évolution de l'image du territoire. Un tel projet de communication mériterait assurément une démultiplication importante, par une action presse et média au niveau national, mais nécessiterait des budgets de communication inaccessibles pour une collectivité de cette taille.

Comme souvent, l'imagination rejoint étrangement le réel... Le jour du lancement officiel de la BD, de nombreux élus étaient présents. Le maire d'une petite commune m'interpelle : *“Vous savez, le triporteur que les jeunes empruntent et que vous faites passer dans le village devant la fromagerie... Eh bien, le voisin de la fromagerie possède le même triporteur, c'est incroyable !”* Magie du *storytelling*... ■