



«Contact !», la nouvelle salle immersive de Micropolis



La salle d'entrée de Micropolis a été totalement métamorphosée pour proposer une nouvelle expérience, sensorielle et étonnante, avec les résidents permanents de la Cité des insectes. Le site a lancé sa nouvelle saison, samedi 17 février.

C'est à en perdre ses repères. En pénétrant dans la salle «Contact !», grande nouveauté de la dix-huitième saison de Micropolis, la petite bourgade de Saint-Léons semble bien loin du décor de forêt tropicale qui s'offre au regard du visiteur. Les équipes de la Cité des Insectes voulaient un lieu où le public pourrait s'évader et changer d'univers. Elles ont, pour cela, imaginé une salle basée sur l'expérience sensorielle. Dans cet espace à l'atmosphère étrange et tamisée, des vivariums ont été incrustés dans l'énorme tronc d'un arbre aux racines tortueuses. Le public peut y admirer une vingtaine d'espèces exotiques comme les mygales, les vers à soie ou les phasmes géants. Mais son attention est vite perturbée par des formes mouvantes dans les recoins sombres de la salle. Sur les murs aux allures de profonde végétation, l'arrivée fortuite d'une silhouette d'araignée ou de mante religieuse fait hérisser les poils des visiteurs. Les concepteurs de la salle «Contact !» ont même poussé le vice encore plus loin en projetant des ombres de blattes géantes qui fourmillent sur le sol. Un brin surpris mais loin d'être apeurés, les premiers cobayes de l'année apprécient la mise en scène de cet environnement constamment en mouvement. «Nous voulons créer du souvenir, pour que la visite de Micropolis soit quelque chose de mémorable, en amenant de l'émotion. Avec cette salle, on rentre dès le début dans le propre de la cité», se félicite Karine Hamel-Cam, directrice de Micropolis.

«Améliorer le bien-être animal»

L'établissement, qui a accueilli 70.000 visiteurs en 2017, mise sur un renouvellement permanent

de ses animations pour conserver son attractivité. «Nous sommes en légère augmentation par rapport à l'année précédente en matière de fréquentation. Pour une zone comme la nôtre, c'est un très bon résultat», ajoute Sylvie Ayot, présidente du parc zoologique et conseillère départementale. Micropolis veut aussi évoluer avec son temps. Les vivariums de la nouvelle salle, dont le coût de conception n'a pas été révélé, ont une surface plus importante que les précédents. Une manière d'améliorer le bien-être animal, l'une des très grandes préoccupations de nos élèves», assure-t-on à la Cité des insectes. Les bêtes présentées au cours de la visite sont reçues à l'état larvaire puis élevées sur place par des professionnelles. Ce qui explique aussi pourquoi le scarabée rhinocéros, figure de proue de la nouvelle stratégie de communication de Micropolis, n'est pas encore visible sur le site. «Nous avons reçu deux larves, mais quand elles ont grandi, nous nous sommes rendus compte qu'il s'agissait de deux femelles. Or seul le mâle porte une corne, comme on le voit sur nos affiches», explique Karine Hamel-Cam. Avec cette nouvelle campagne publicitaire, la Cité des insectes veut rompre définitivement avec l'image de musée animalier, pour rentrer dans la dimension des parcs zoologiques. «Un zoo qui abrite des spécimens tout aussi intéressants que les autres espèces du règne animal», indique Micropolis dans un communiqué. Les slogans qui émailleront les panneaux publicitaires de la région vont dans cette direction. «Notre zèbre vit dans les fleurs», est-il par exemple inscrit au côté d'un papillon rayé de noir et de blanc. Ou encore, pour le scarabée à corne, «notre rhinocéros peut s'envoler». Quant aux effets recherchés sur la fréquentation des lieux, il faudra attendre l'année prochaine pour savoir si la communication et la nouvelle salle ont réellement fait mouche.

T. D.