

Comment revivre et animer l' époque romaine :

Options pour une mise en scène du patrimoine culturel orienté vers l'expérience

Prof. Dr. Andreas Kagermeier
Géographie du Tourisme et du Loisir
Université de Trier (Trèves), Allemagne

Séminaire
de l' Université de Sfax, Faculté des Lettres et Sciences Humaines, Laboratoire SYFACTE

Circuits culturels et innovation touristique

Djerba 2-3 mai 2009



PLAN

- 1) Introduction
- 2) L'orientation vers l'expérience comme approche de la diversification et de l'intégration de l'offre touristique
- 3) Mise en scène orientée vers l'expérience par des événements
- 4) Présentation d'un cas : Mise en scène orientée vers l'expérience actuelle de l'époque romaine à Trèves
- 5) Le principe de l'orientation vers l'expérience
- 6) Options futures pour une intensification de l'orientation vers l'expérience personnalisée
- 7) Conclusion

=
heritage
arts

„I really think **museums** have the reputation like university professors, and you *expect* them to show things which have the backing of **scientific** methods“

a young australian
(Black 2005)

=
solid, but boring

Introduction

- 1) Le tourisme culturel est un segment important pour la conception d'un produit touristique
- 2) L'orientation vers l'expérience dans les années 90
=> *implications pour les attentes de la clientèle potentielle*
- 3) L'offre croissante des événements avec référence historique
- 4) Succès sur le marché
 - Orienté vers de groupes cibles bien déterminé
 - L'orientation vers l'expérience**=> L'approche de la mise en scène est le facteur clé pour le succès**

Éléments essentiels pour une mise en scène réussie

- **Imagination**
L'illusion dans les façades et les décors, un environnement authentique le plus possible
- **Attraction**
Attractions à caractère unique et exceptionnel;
Surprises et nouveautés
- **Perfection**
Haut niveau de perfection. Sans défaut
- **Identification**
Sentiment d'une identité commune

(Romeiss-Stracke 2006)

Mise en scène par des événements

- Événements comme instrument adéquat pour la mise en scène dans le but de caractériser et mieux positionner une destination touristique dans le marché mondial
- Création d'une image / d'une marque spécifique durable.

Mais:

- Seulement des idées / produits innovateurs enracinés dans la région et leur histoire peuvent démarrer
- Les événements doivent avoir un profil distinct, qui est bien ciblé et posséder un concept et une structure organisatrice

Critères pour des événements à succès

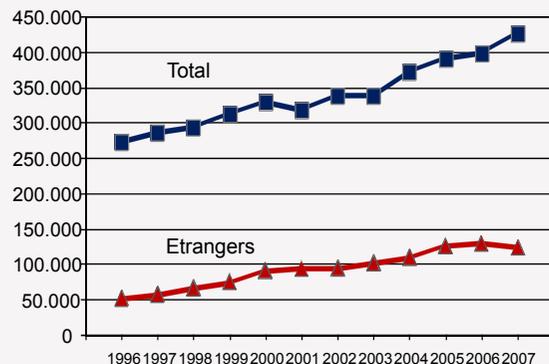
- Qualité de l'organisation et de la mise en scène
- Orientation vers des groupes cibles
- Donner des impressions positives, des expériences et des émotions,
- La participation des personnes présentes.

La mise en scène orientée vers l'expérience actuelle du passé romain dans la ville de Trèves



www.trier.de

Développement positif des arrivées



Source: Tourist Info Trier

Approches établies de la mise en scène

Moselfestwochen & Antikenfestspiele

- Sites historiques comme cadre
- Une offre haut de gamme
- Une marque spécifique



la réinvention du tourisme en industrie du rêve : des visites spectacles à thèmes



www.trier.de

Event performance: Secrets of the Porta Nigra

The story ...

- A centurion – in the splendor of his parade armament – will abduct us into a time when Rome ruled the world – and the Emperor in Trier decided the fate of the Empire. ***Suddenly the audience is standing in the midst of that eventful time – and not just as passive observers!***
- In his thrilling, entertaining, and humorous manner, the centurion takes us on an eventful journey back in time. He wrests the many different secrets from the walls of the Porta Nigra: priceless and puzzling, delightful and dismal. ***Suddenly, all those people come to life who have gone in and out through this gate:*** Emperor and warrior, bishops and barbarians, those walled up alive, and devilish demons. And little by little, the suspicion arises that not only does the Porta Nigra have a great surprising secret – so does the centurion ...
- You will be delighted with this ***eventful journey through the centuries:*** sometimes haunting, often pleasurable – and always thrilling.



Jeux romaine à Trèves – l' événement « Pain et jeux »



Photos:
Medien-
werkstatt

Jeux romaine à Trèves – l' événement « Pain et jeux »



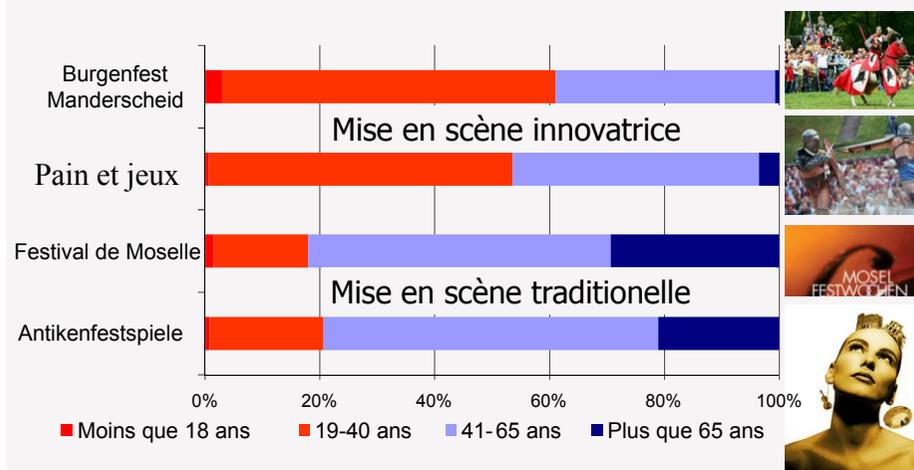
Photos:
J. Arleth

« festival du château médiéval » à Manderscheid



Photos: A. Kagermeier

Adresser des groupes cibles plus jeunes



Source: enquête personnel

Autres options pour la mise en valeur des monuments historiques comme scène théâtrale

- Mariages
- Dîners spectacles
-

Raconte moi et je vais oublier

Montre moi et je vais me rappeler

Intègre moi et je vais comprendre

Lao Tse

Règles pour le mise en scène

Donne le visiteur une valeur ajoutée	Donne une aventure non échangeable	Donne des effets surprenante
Combiner « high tech » avec « high touch »	Utilise employés et population locale comme attractions	Amusement des visiteurs
Les visiteurs peuvent jouer un rôle	Effets immédiats	Combinaison des odeurs, de la musique, des choses à manger et à boire avec des informations
Démontrer par fonction et pas par explication	Intégration des cérémonies, rites et folklore	Invitation pour un voyage dans le temps dans lieux authentiques
Intégration des animaux	Utilisation des moyens de transport extraordinaire	Utilisation des outils électroniques (iPod et Mobile)
Donne les monuments la possibilité de raconter leur propre histoire	Donne les visiteurs des autres cultures l'option de comprendre l'histoire locale	Donne les visiteurs une raison pour passer la nuit

Stimuler toutes les sphères d'expérience

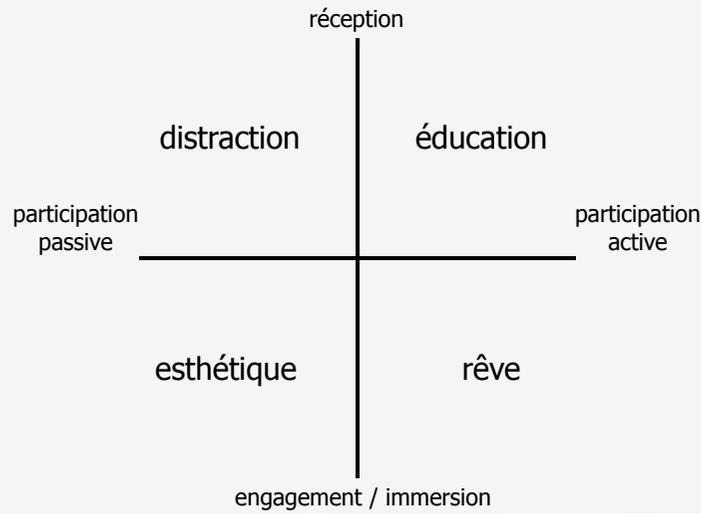
participation
passive

participation
active

engagement / immersion

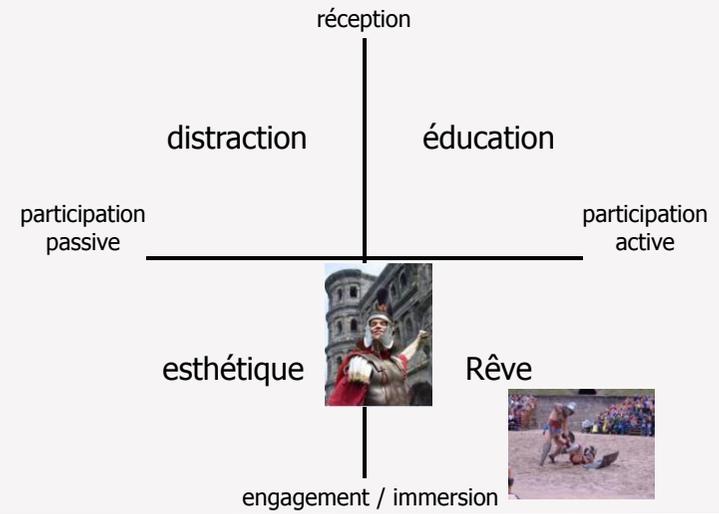
Source:
Pine/Gilmore
1999, p. 32

Stimuler toutes les sphères d'expérience



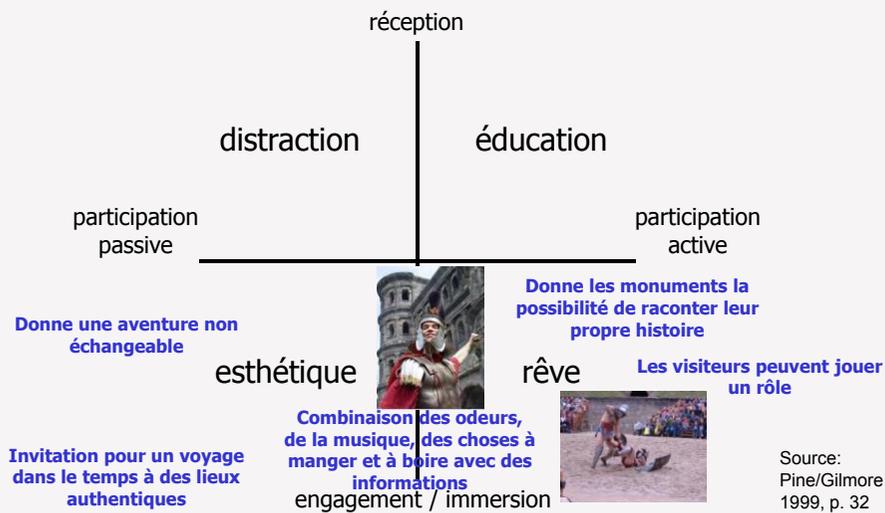
Source:
Pine/Gilmore
1999, p. 32

Stimuler toutes les sphères d'expérience



Source:
Pine/Gilmore
1999, p. 32

Stimuler toutes les sphères d'expérience



Source:
Pine/Gilmore
1999, p. 32

Revivre l'époque romaine



Options futures pour une intensification d'orientation vers des expériences personnalisées

- **Histoire vivante :**
 - « *Living History* »
 - « *Historical Re-enactment* »

« Histoire vivante » : reconstruction d'un bateau romain pour le transport du vin



Photo: Neumagen-Drohn

« Histoire vivante » : Carnutum (Autriche)



Photos: A. Kagermeier

Histoire vivante



Source photos: Tim Mack 2009

Personnifier le patrimoine culturel



Options futures pour une intensification de l'orientation vers des expériences personnalisées

- **Histoire vivante :**
« *Living History* »
« *Historical Re-enactment* »

- **Live Action Role-Playing (LARP)**
"A live action role-playing game (LARP) is a form of **role-playing game** where the participants physically act out their characters' actions.
The players pursue their characters' goals within a fictional setting represented by the real world, while interaction with one another in character".

(en.wikipedia.org)

Experience « interactive »



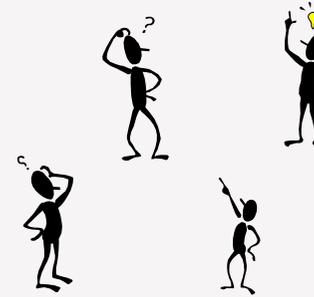
La réinvention du tourisme en industrie du rêve

- La qualité des services ne suffit plus à satisfaire des touristes
- Ils veulent vivre des expériences uniques
- Pour répondre à cette aspiration nouvelle il faut:
 - Redécouvrir ou réinventer les attractions touristiques existantes
 - Les repositionner comme « icônes » au marché
- La destination doit être présentée comme une expérience unique

La réinvention du tourisme en industrie du rêve

- Le Tourisme a encore beaucoup à faire pour offrir des produits adaptés à cette nouvelle tendance basé sur l'expérience
- C'est le gestionnaire culturel moderne qui a le mieux cerné ce besoin de réinterpréter les monuments et les événements culturels
- Donner une valeur nouvelle aux ressources touristiques traditionnelles
- Les stéréotypes ancrés dans la tête servent de point de départ
- Utilisation de techniques théâtrales

Merci pour votre
attention ...



... et j'attends une
discussion animée