

La mis en valeur du patrimoine culturel matériel

– Options pour une mise en scène orienté vers l'expérience
visée de revivre et animer les Igoudar du Sud Marocain

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

Colloque international
Igoudar, un patrimoine culturel à valoriser
de l'Institut Royale de la Culture Amazighe (IRCAM)
Taroudant le 23. et 24. Septembre 2010

Agenda

- 1) Les conditions cadre a l'époque du postmodernisme***
- 2) Nouvelles exigences pour les expériences***
- 3) L'offre existant et les stratégies du développement***
- 4) Enjeux et défis pour un développement prometteuse***

Les conditions cadre a l'époque du postmodernisme

- 1) Les cadres de références sociaux traditionnels ont perdu leur signification*
- 2) Individualisation => recherche du bonheur*
- 3) L'orientation vers soi-même
=> valeur élevée des expériences (Schulz)
(société de l'expérience / du vécu / de l'aventure)*
- 4) L'importance d'expérience subjective => esthétisation de la vie quotidienne et une estime élevée de l'épanouissement personnel*



Freizeit-Tourismus-Geographie.de
Universität Trier

Les réponses des années quatre-vingts



Arousal
excitation

Photos: www.coastersandmore.de



Freizeit-Tourismus-Geographie.de
Universität Trier

Les réponses des années quatre-vingts

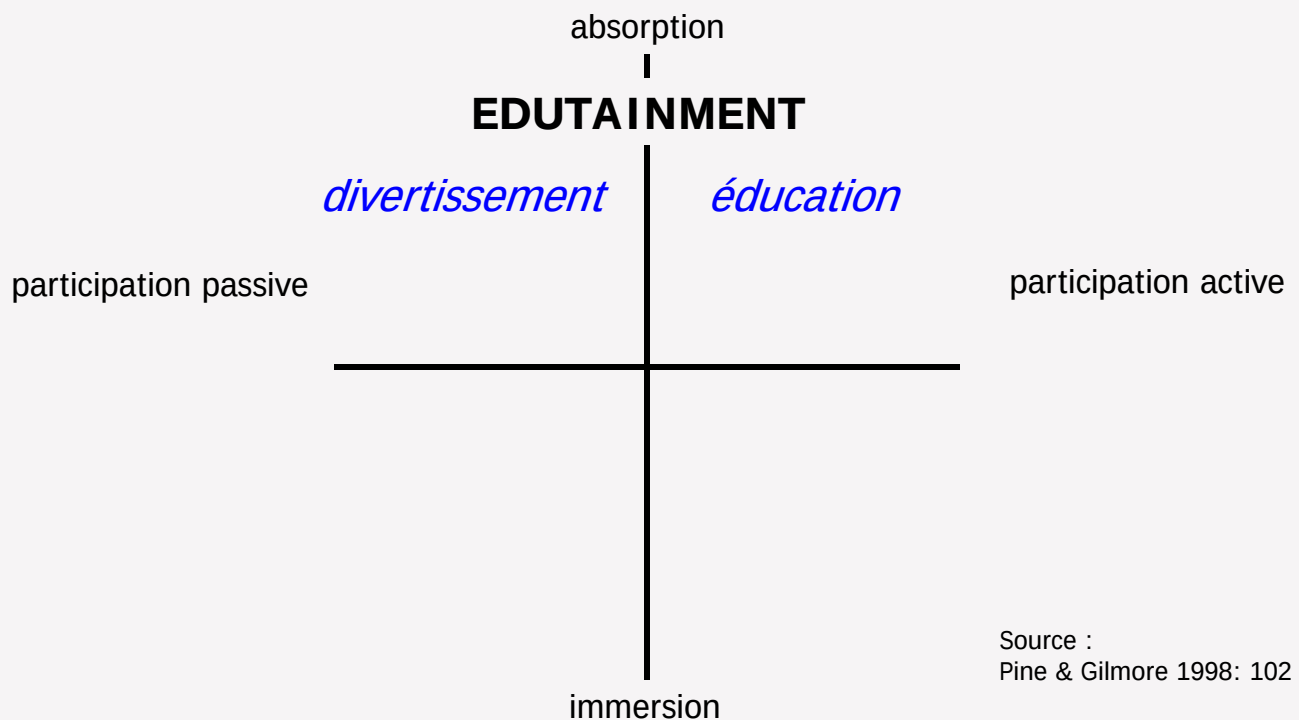
- 1) S'adresse aux orientation vers les expériences subjective***
- 2) Promesse d' une expérience positive***
- 3) Promesse d' une expérience unique comme facteur clés du succès des parques et « mondes d'expérience »***
- 4) Mais le succès orienté vers un expérience superficiel été d' une courte durée***



Signes d'usure / de fatigue

- 1) La répétition d' un telle expérience est moins attractive***
- 2) signes d'usure / de fatigue => intensification ou renouvellement pour entraver (spirale de l'expérience; Opaschowski) plaisir***
- 3) « Plus rapide, plus élevé, plus loin »***
- 4) Limites d'expérience type « plaisir » deviennent visible***

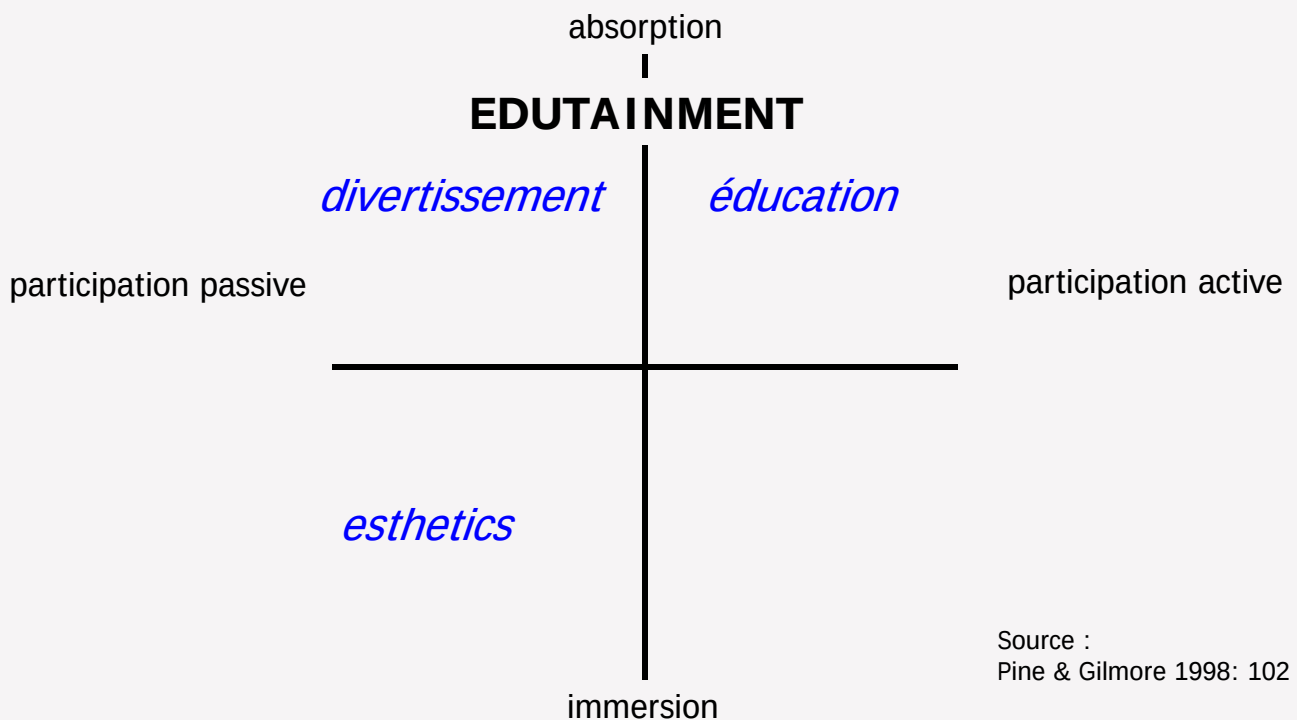




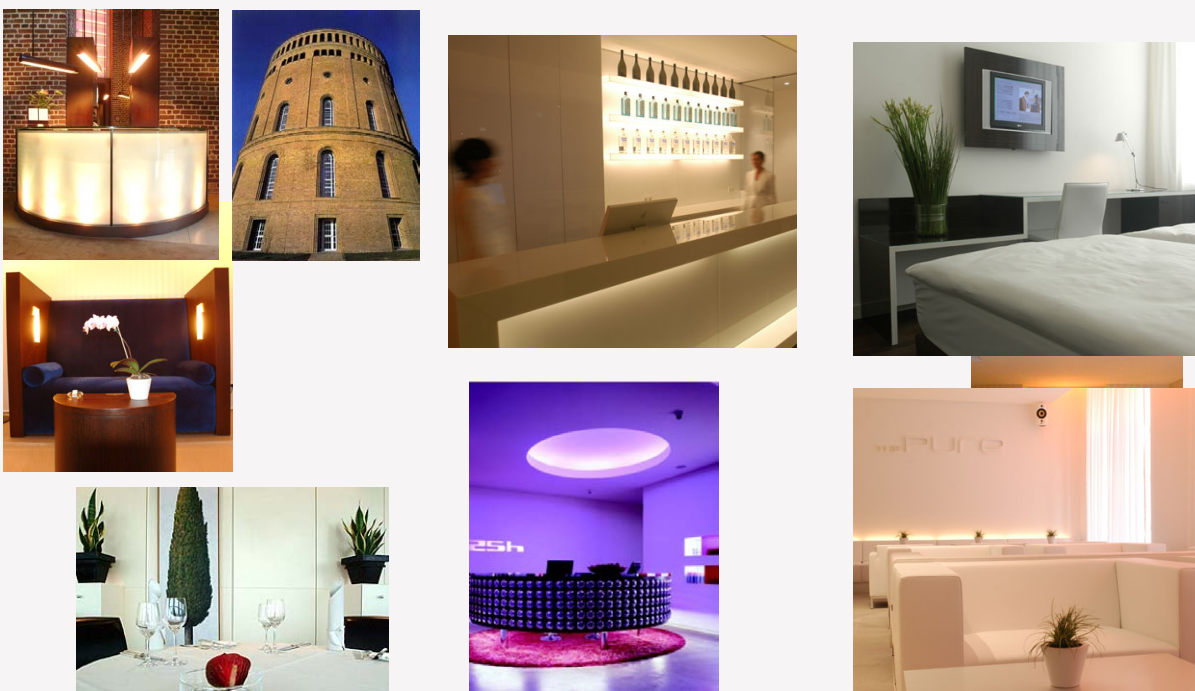
Activation avec l'offre « edutainment »



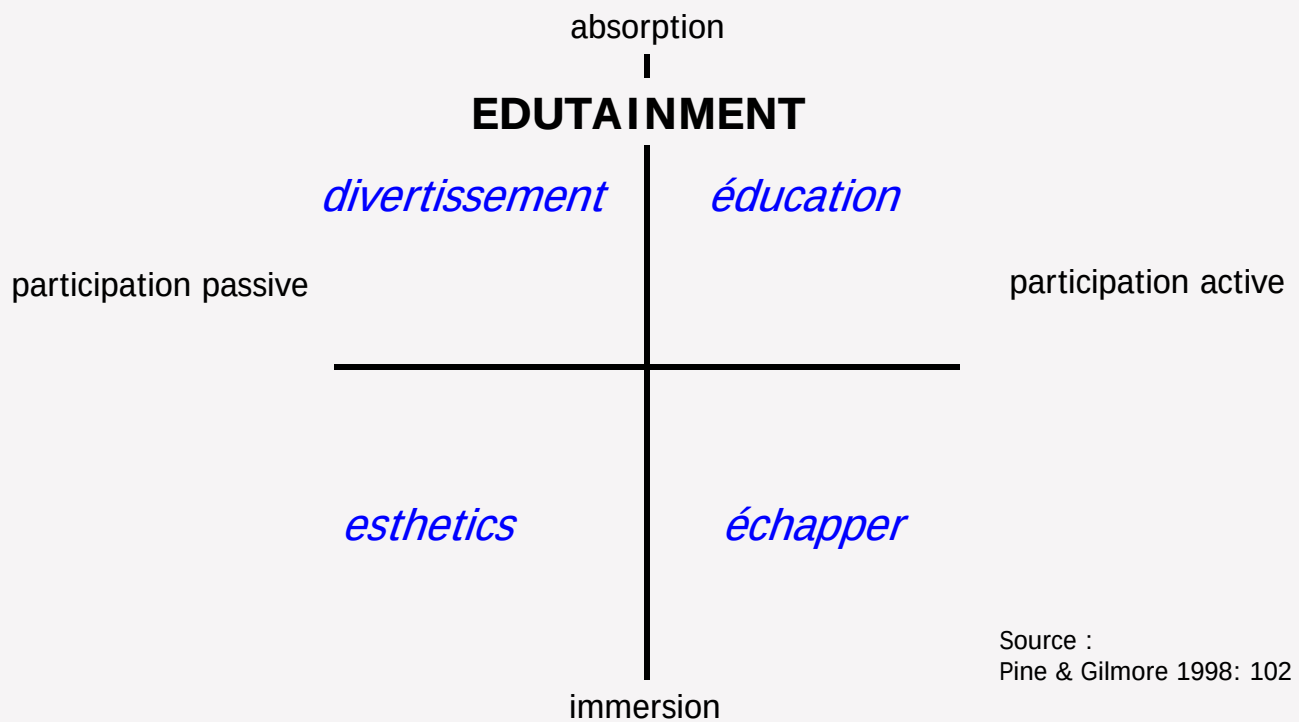
Photos: A. Kagermeier



Esthétisation de l'offre: l'exemple des « design hôtel »



Source : hotel-im-wasserturm.de; the-pure.de, 25hours-hotel.com



Intégration des visiteurs : des visites spectacles à thèmes



www.trier.de

Mise en scène animée : « culture populaire »

Panem et circenses

« Pain et jeux »



Photos: A. Kagermeier & J. Arleth



Freizeit-Tourismus-Geographie.de
Universität Trier

Mise en scène animée : « culture populaire »

*Festival médiéval
au château de
Manderscheid*



www.trier.de/brot-spiele.de et www.burgenfest.info



Freizeit-Tourismus-Geographie.de
Universität Trier

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)



Freizeit-Tourismus-Geographie.de
Universität Trier

Mise en scène animée : personnalisation



Comment aller plus loin ?

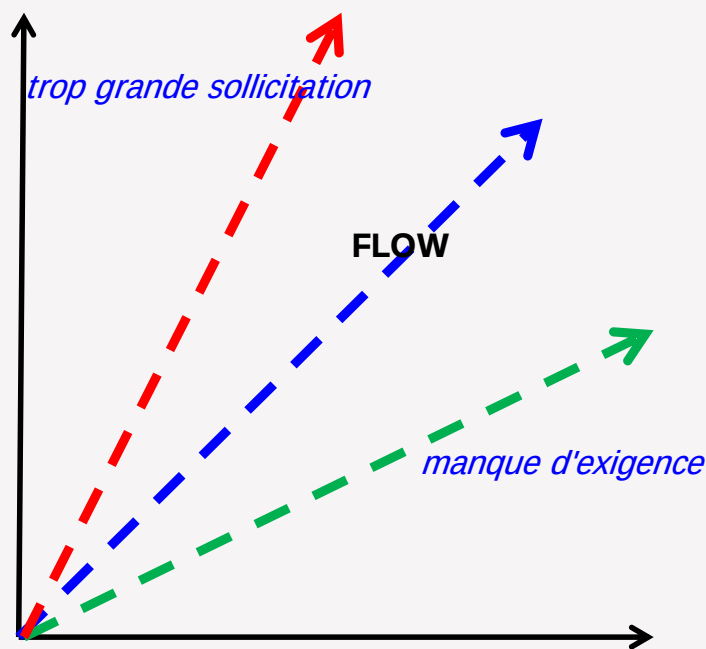


FLOW



Freizeit-Tourismus-Geographie.de
Universität Trier

FLOW



*Équilibre entre la
difficulté de l'activité
et les compétences de
l'acteur*

*(l'activité n'est ni trop
facile ni trop difficile, elle
constitue un défi motivant)*



Freizeit-Tourismus-Geographie.de
Universität Trier

Mise en scène « interactive »

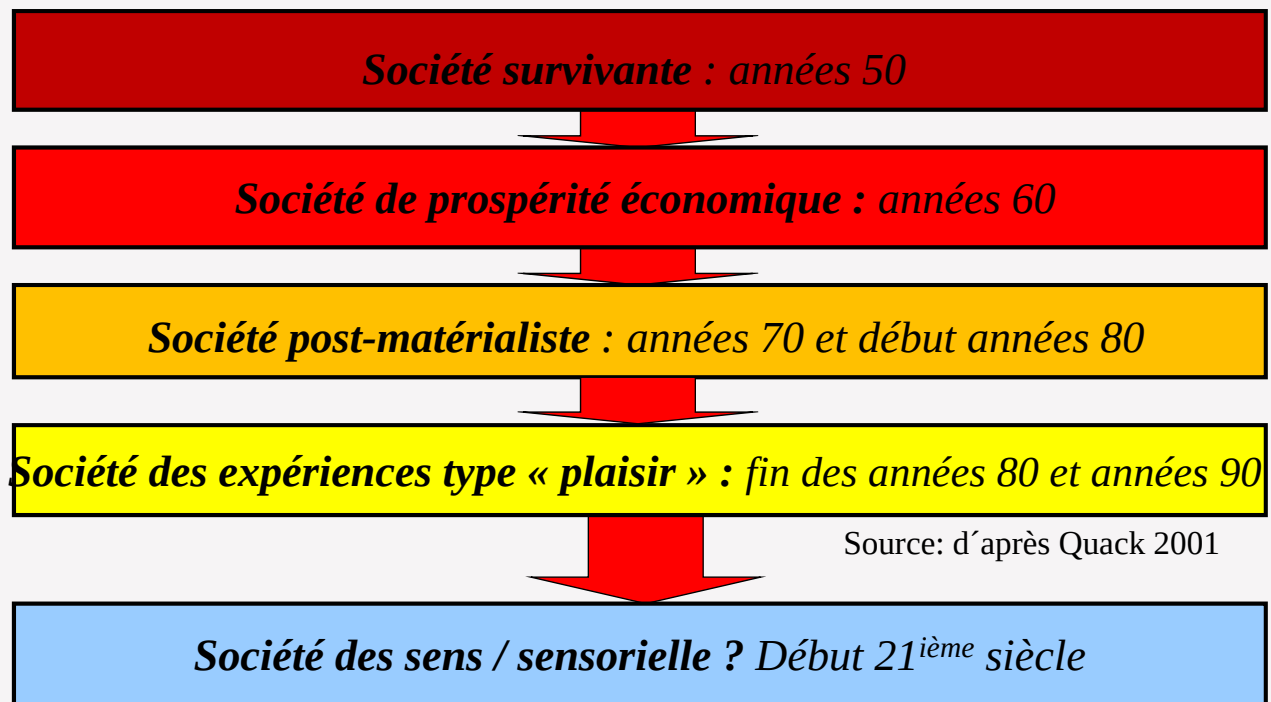


*But des beaucoup des approches d'activation :
Expérience du FLOW*

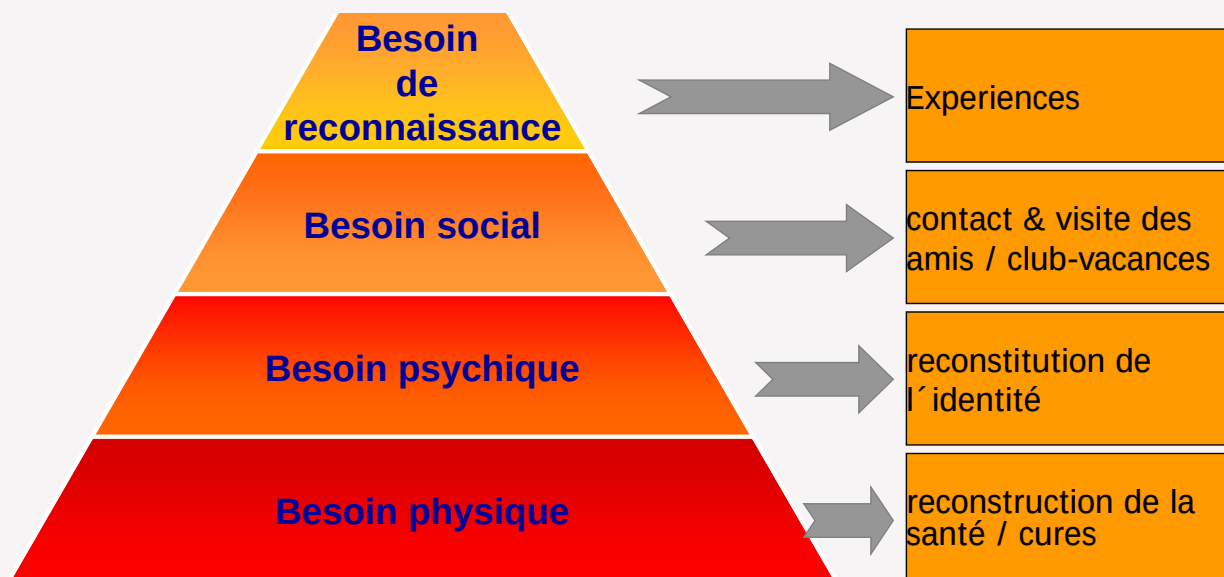


Freizeit-Tourismus-Geographie.de
Universität Trier

Evolution des valeurs et des structures de la consommation



La pyramide des besoins d'après Maslow



Source: Représentation propre d'après Maslow 1943 & Weiermair 2006

Tendances principales à venir : « Age sensuel »

- 1) Dominance des valeurs mentales: spiritualité*
- 2) Recherche du sens de la vie*
- 3) Retour des nostalgies, de l'enfance et du passé*
- 4) Recherche d'un sentiment de sécurité, compensant des craintes*
- 5) Recherche de la tranquillité (calme, paix, repos)*

L'enjeu : élaborer une offre en réponse à ces tendances



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 type « flow »*
- *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 la nouvelle genre d'expérience*
- *C'est le gestionnaire culturel et naturel moderne qui a le mieux cerné ce besoin de réinterpréter les monuments et les événements culturels*
- *Donner une valeur nouvelle aux ressources touristiques traditionnelles*



Freizeit-Tourismus-Geographie.de
Universität Trier

Good Practise

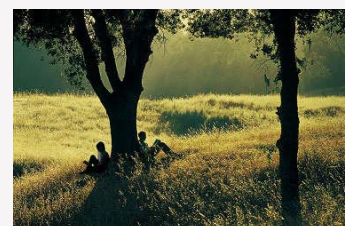
Land fleesensee
Ganz nah, weit weg.

- *Balance travail & plaisir*
- *Retour aux sources, desaccélération*
- *Bien-être de l'âme*
- *« Esthétisation » (de la vie)*
- *Destination „Moi“*



Land fleesensee: tres proche, loin d'ici

Pour se reposer il ne faut pas aller très loin, mais gagner distance



Images: www.fleesensee.de



Freizeit-Tourismus-Geographie.de
Universität Trier

Almdorf Seinerzeit („Jadis“)



LE MONDE EST UN VILLAGE - UN VILLAGE de PÂTURAGE
LE LUXE : PRENDRE CONSCIENCE

En passant un séjour au village de Jadis, l'objectif doit être la prise de conscience.

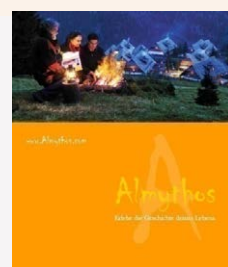
La croûte qui se dépose sur le quotidien est une charge pour nous.

C'est un jeu des sens.

www.almdorf.com



Diskrete „Private“ Stunden



Freizeit-Tourismus-Geographie.de
Universität Trier

Almdorf Seinerzeit („Jadis“)



LE MONDE EST UN VILLAGE - UN VILLAGE de PÂTURAGE
LE LUXE : PRENDRE CONSCIENCE

QU'EST-CE QUE LE VILLAGE de PÂTURAGE Seinerzeit (Jadis)?

*PRINCIPALEMENT UNE PLACE DE BIEN-ÊTRE, POUR SE DELASSER.
UN **CHEZ-SOI** A TEMPS COURT.*

*TOUT CE QUI REND LE REFUGE DE HAUTE MONTAGNE SI
PARTICULIER EST ICI REUNI AU CONFORT D' UN GRAND HOTEL.*

*VIVRE ICI, C'EST VIVRE UNE **REDECOUVERTE DES SENS**
ET DE L' **IMPORTANCE DES CHOSES SIMPLES**.*

*CA SENT LE FOIN, VOUS VOYEZ ET POUVEZ SENTIR LE FEU, PALPER
L' AIR, ET GOUTER AUX PRODUITS DES AGRICULTEURS DE LA
REGION;*

*VOUS **RETROUVerez LE REPOS QUI SE PERD SI SOUVENT**
DANS LA VIE QUOTIDIENNE ET VOUS POUVEZ POURREZ VOUS
SENTIR SIMPLEMENT VOUS MEME, HOMME.*



„Private“ Betreuung



www.almdorf.com



Freizeit-Tourismus-Geographie.de
Universität Trier

Potentiel culturel enorm



... mais souvent delaissé



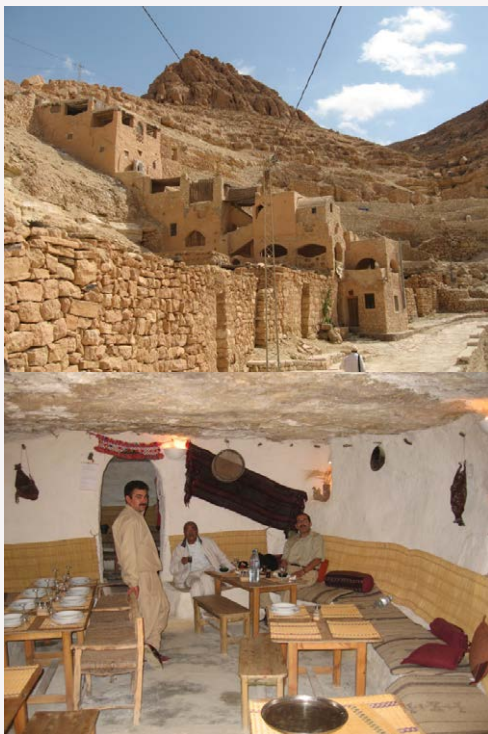
Des premières initiatives



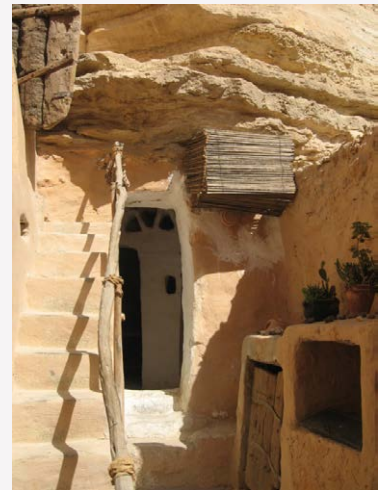
semi-professionnelle et pas vraiment performante



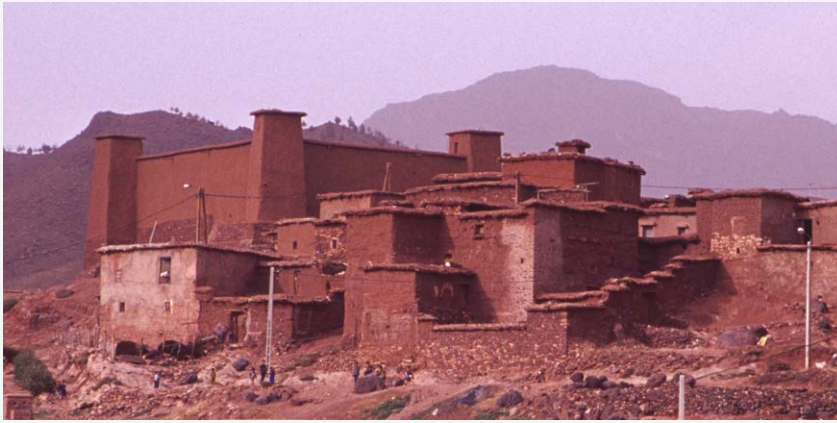
Des premières initiatives



isolées et diffus



*Situation actuelle :
réhabilitation physique, mais avec quelle fonction ?*

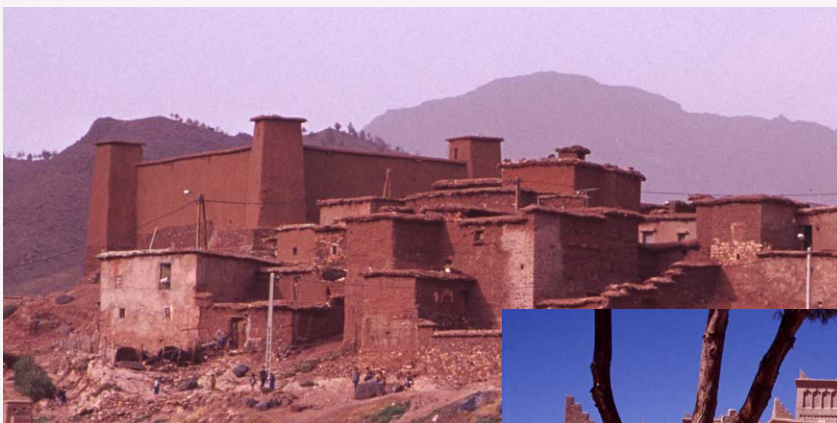


Photos: B. Meierjohann



Freizeit-Tourismus-Geographie.de
Universität Trier

*Situation actuelle :
... ou transformation privée*

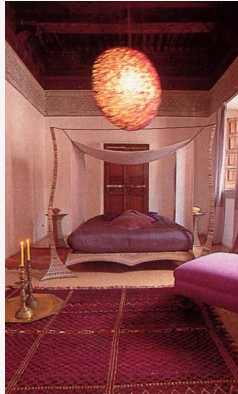


Photos: B. Meierjohann



Freizeit-Tourismus-Geographie.de
Universität Trier

Riads comme des oasis exclusives

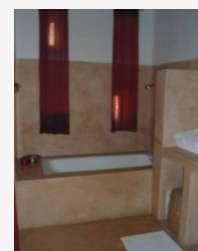


Quelle: geo saison



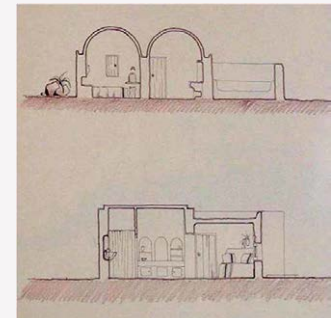
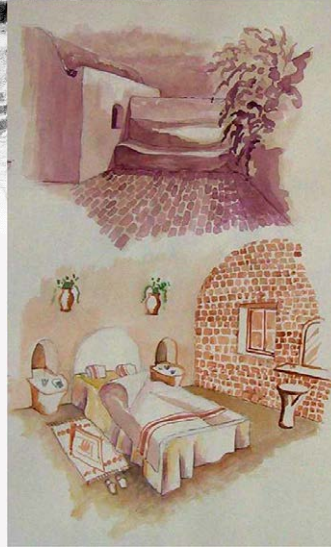
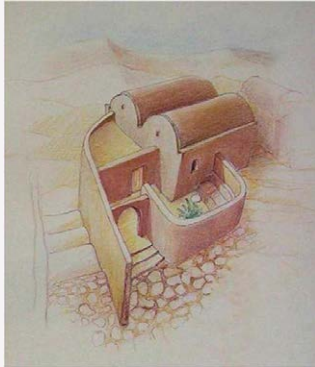
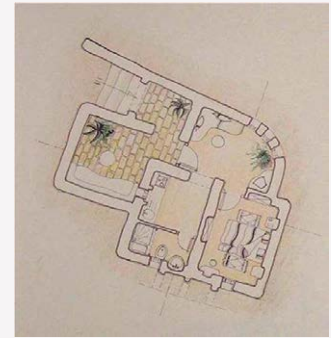
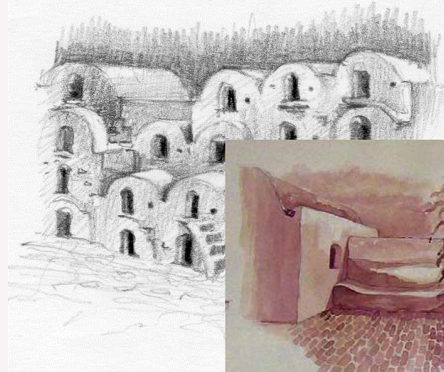
Freizeit-Tourismus-Geographie.de
Universität Trier

... des oasis de la silence et du sens



Freizeit-Tourismus-Geographie.de
Universität Trier

Appliquer cette formule pour les Igoudar ?

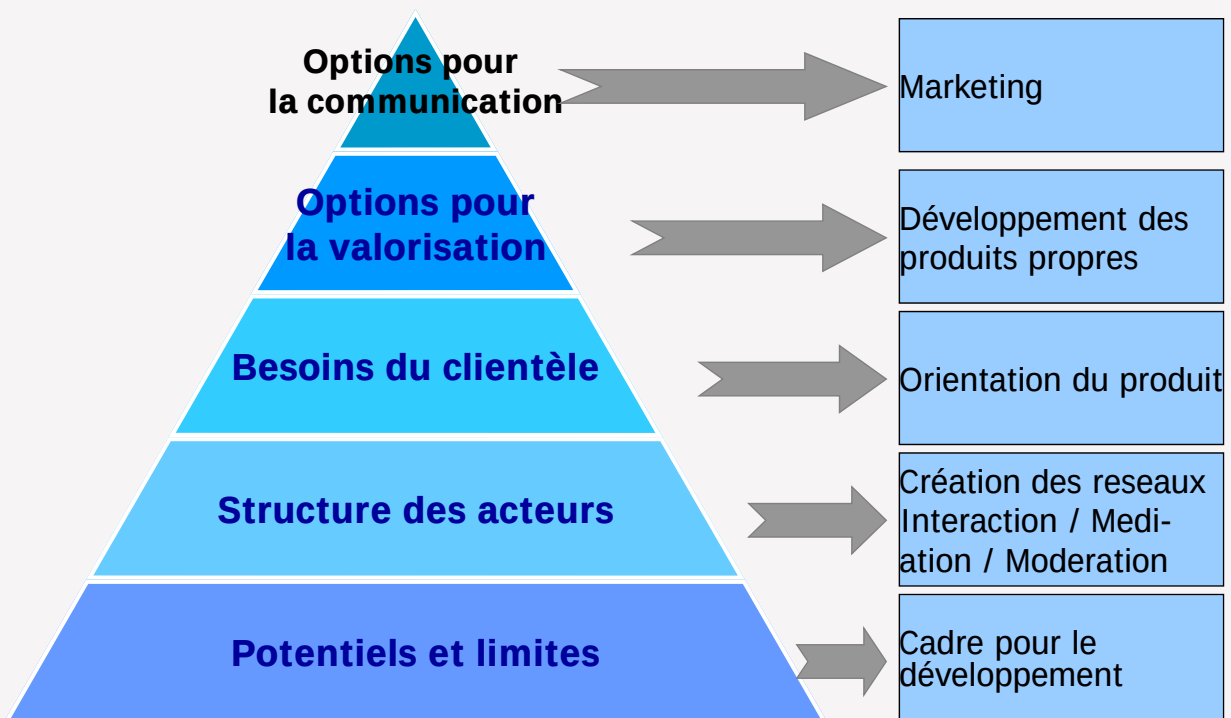


Source: Moumni Kassah Mars 2006



Freizeit-Tourismus-Geographie.de
Universität Trier

De la recherche vers l'application



Freizeit-Tourismus-Geographie.de
Universität Trier

Résumé provisoire

- *Le Sud Marocain à avec son patrimoine culturel matériel un potentiel pour développer des produits prometteuse*
- *1^{ère} Enjeu ...*



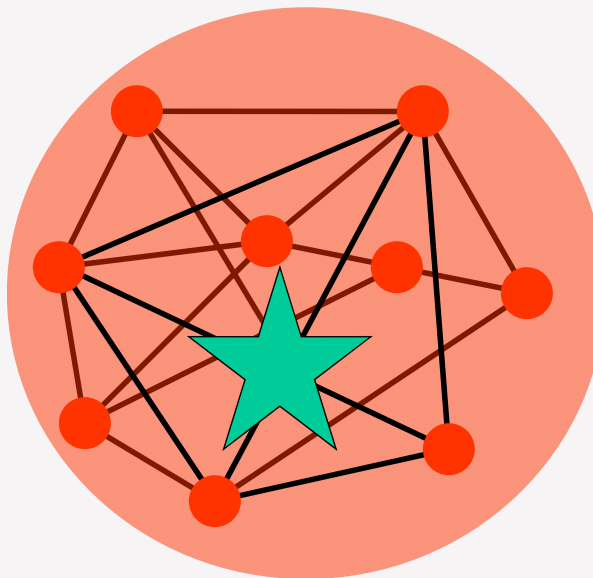
Des acteurs isolés



qu' il faut réunier dans des reseaux

Défis

1. Focaliser sur des acteurs et leur interrelation
2. Chercher les tendances sur la côte de la demande
3. Identifier les produits prometteuse

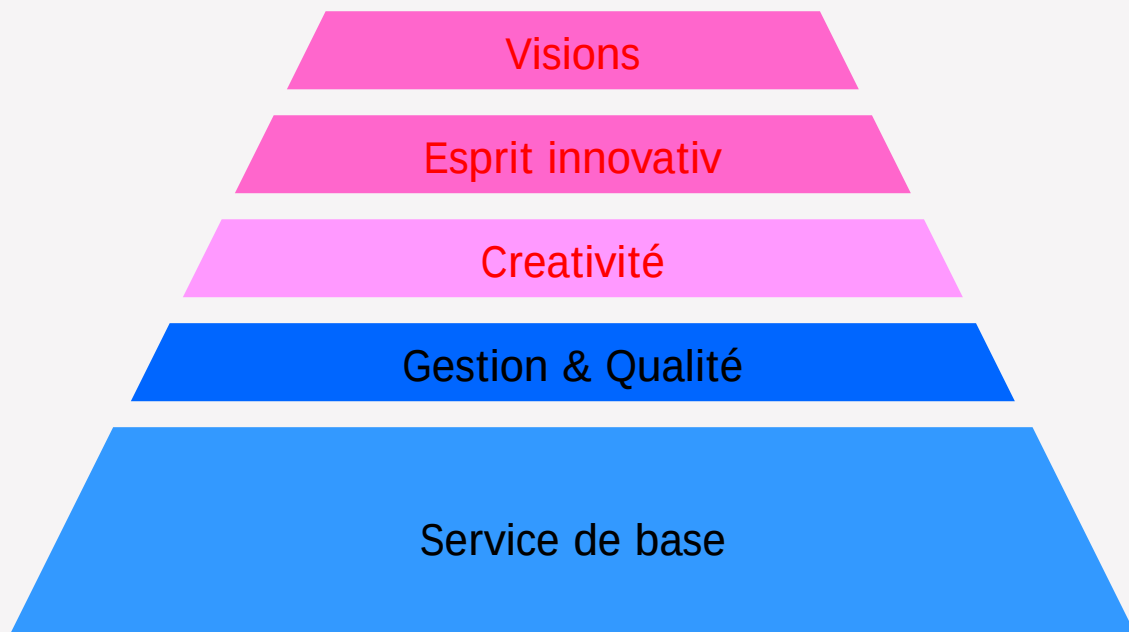


La situation aujourd' hui

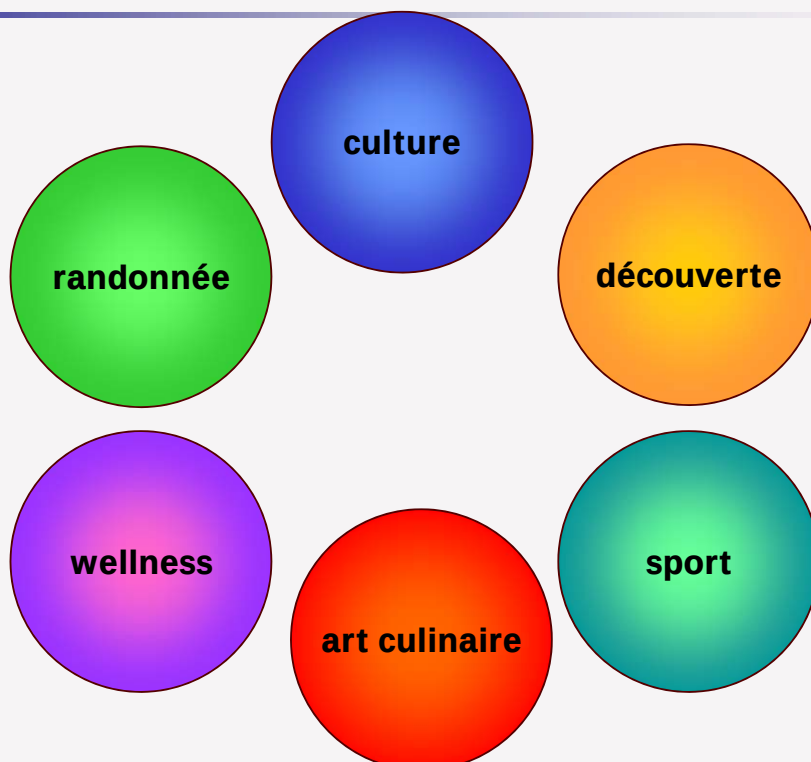
Gestion & Qualité

Service de base

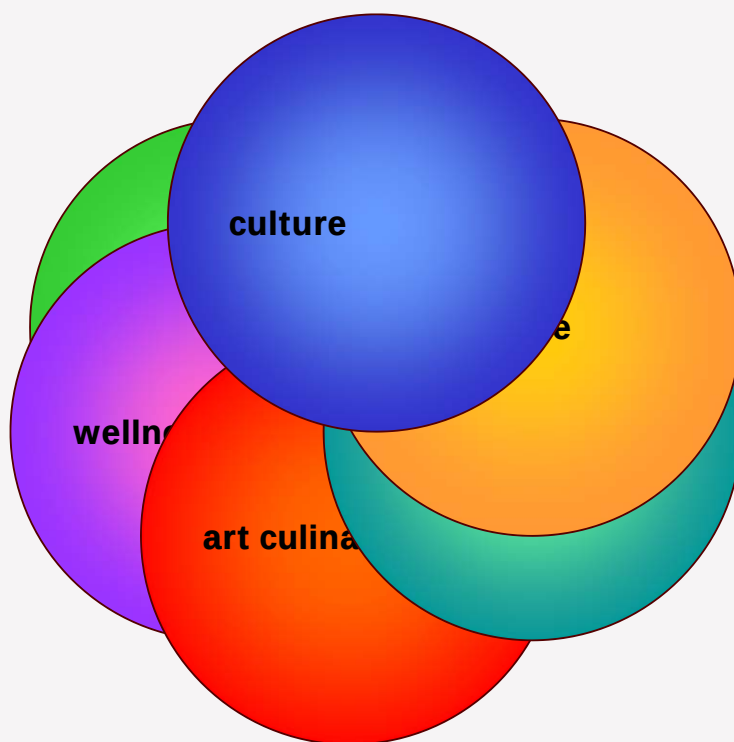
Les nécessités de demain



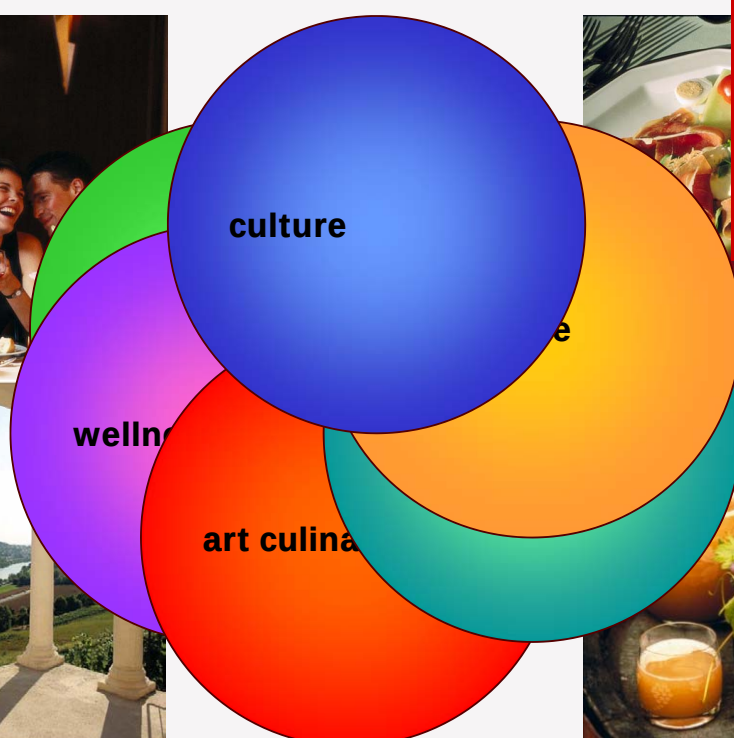
Des produits traditionnels isolé



Combinaisons hybride



Combinaisons hybride



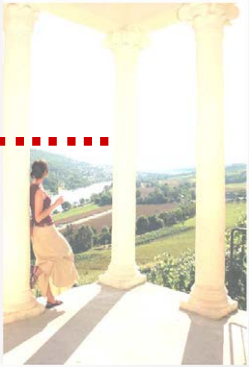
**Avec un
orientation vers
desaccélération
vie à deux /
communauté**

Axes d'action

- *Orientation vers des dimensions d'expérience nouvelles*
- *Combinaison a partir des offres existantes isolées*
- *Surtout : Intégration des dimensions sociaux*



➤ **Et**



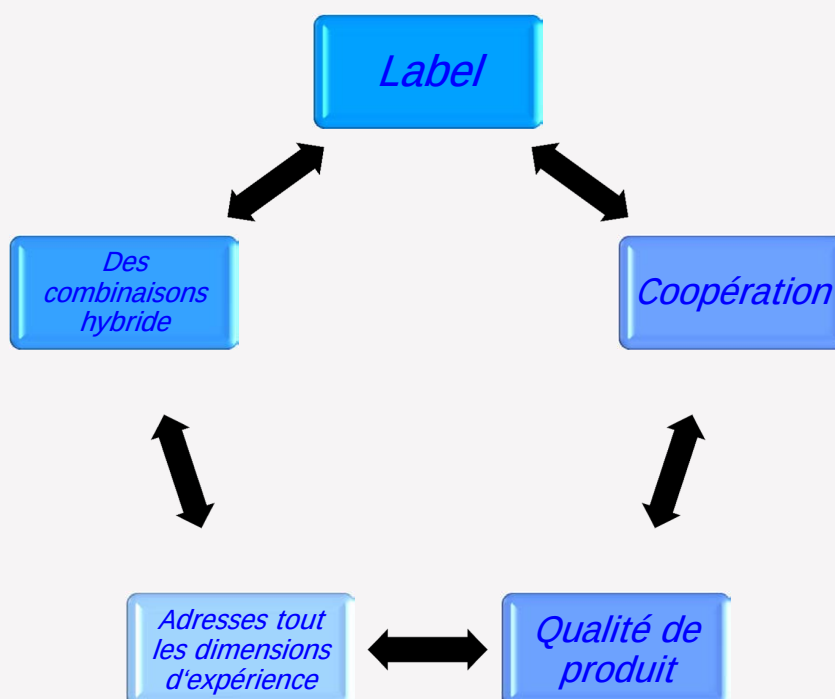
Création d'un marque / label

???

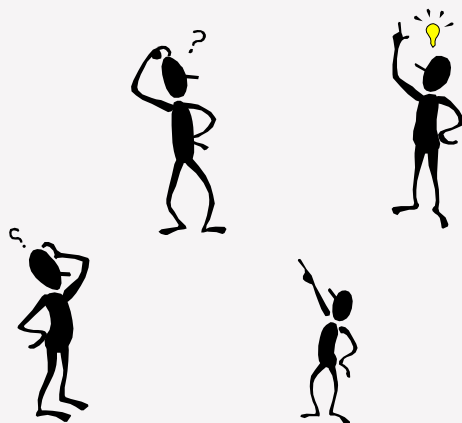
Une Marque / Un Label a besoin d' :

- *Émotion*
- *Image*
- *Attributs*
- *Produits*
- *Bénéfice*
- *Fond*

Facteurs de succès



Merci pour votre attention ...



... et j'attends une
discussion animée



Freizeit-Tourismus-Geographie.de
Universität Trier

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



Freizeit-Tourismus-Geographie.de
Universität Trier

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 / activation des personnes présentes.

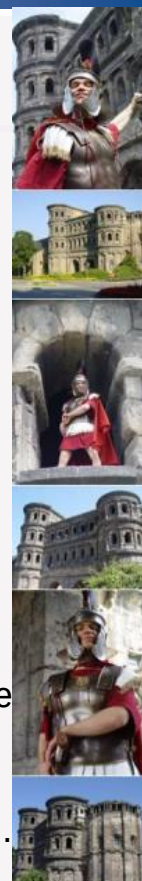


Freizeit-Tourismus-Geographie.de
Universität Trier

Visites spectacle à thème : exemple 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.



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

Source: HODES 2006, p. 89



Freizeit-Tourismus-Geographie.de
Universität Trier

Règles pour le mise en scène

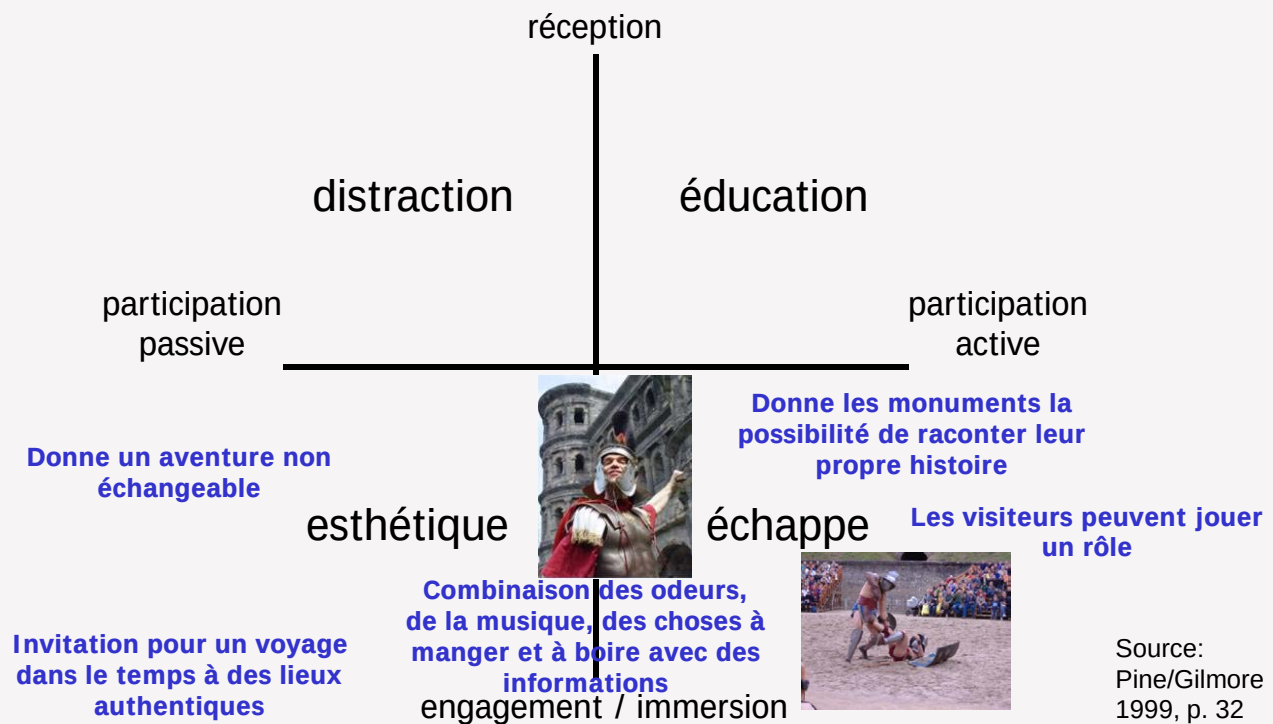
Donne le visiteur une valeur ajoutée	Donne une aventure non échangeable	Donne des effets surprenante
Combiner « high tech » avec « high touch »	Utilise employés et population locale comme attractions	Amusement des visiteurs
Les visiteurs peuvent jouer un rôle	Effets immédiats	Combinaison des odeurs, 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

Source: HODES 2006, p. 89



Freizeit-Tourismus-Geographie.de
Universität Trier

Adresser toutes les sphères d'expérience



Source:
Pine/Gilmore
1999, p. 32



Freizeit-Tourismus-Geographie.de
Universität Trier

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



Photo: Neumagen-Drohn



Freizeit-Tourismus-Geographie.de
Universität Trier

« Histoire vivante » : Carnutum (Autriche)



Photos: A. Kagermeier



Freizeit-Tourismus-Geographie.de
Universität Trier