

## Table ronde *Archéologie et événementiel*

27 juin 2013, Université de Lausanne

Procès-verbal

A la suite du concours d'idée *Archéologie et société*, lancé dans le cadre du colloque national Horizons 2015 ([www.horizont2015.ch](http://www.horizont2015.ch)), l'association Archaeotourism2012 a organisé une table ronde intitulée *Archéologie et événementiel*. Cette rencontre entre professionnels de l'archéologie et du tourisme suisses entend faire le point sur les différents événements en lien avec l'archéologie proposés en Suisse, cibler les besoins de la discipline en la matière et réfléchir à des projets réalisables dans le contexte actuel.

A l'heure d'une hausse importante d'événements dans les différents secteurs de la société, notamment dans les domaines scientifique et culturel, et d'un besoin exprimé par l'archéologie suisse de revaloriser sa place dans la société, la question du recours à l'événementiel peut être posée. En effet, son potentiel semble être important, en termes de communication comme de vulgarisation. Des tentatives innovantes pour aller au-devant d'un public élargi ont ainsi été menées ces dernières années par des associations, des services d'archéologie cantonale ou des institutions muséales de manière individuelle (p. ex. Festival Vully Celtic, Römerfest d'Augst, Médiévales de Saint-Ursanne, Römertag de Vindonissa, Festival du Film d'archéologie de Nyon, Zeitstrasse de Bâle, Fête romaine de Petinesca, etc.). Leur fort taux de fréquentation, atteignant parfois plusieurs dizaines de milliers de visiteurs, démontre le vif intérêt du public pour ce type d'événements, notamment pour la reconstitution historique.

Or, à l'exception de l'Archéofestival organisé par Archéologie Suisse en 2007, on constate une absence d'effort collectif en la matière de la part des scientifiques suisses, contrairement à des pays comme la France (Journées nationales de l'archéologie), le Royaume-Uni (Festival of British Archaeology) ou le Québec (Le Mois de l'archéologie) dans lesquels des projets nationaux sont menés depuis plusieurs années. En effet, le recours à l'événementiel dans le domaine de la culture et de la recherche n'est pas sans danger et nécessite un investissement considérable en termes financiers comme en temps de travail.

Cette première table ronde suisse consacrée à la problématique de l'événementiel au service de l'archéologie a été enrichie par une présentation de M. Pascal Ratier, coordinateur des Journées nationales de l'Archéologie en France ([Journees-archeologie.inrap.fr](http://Journees-archeologie.inrap.fr)). Rendez-vous culturel et scientifique national organisé par le Ministère de la Culture et de la Communication, et coordonné par l'INRAP, ces journées visent depuis 4 ans à sensibiliser le public français à la richesse et à la diversité du patrimoine archéologique et à lui faire découvrir les enjeux actuels de la recherche, ses disciplines et ses méthodes. Cet exemple concret permettra d'alimenter les débats et de réfléchir à l'inscription d'un tel événement dans le paysage suisse.

## Partie I : Présentation des participants et de leurs projets

Chaque participant s'est présenté en répondant aux questions suivantes :

- Qui suis-je, quels sont mes projets?
- Quel est ma vision de l'événementiel?
- Quelles sont mes attentes pour la journée / pour le futur?

### 1. Claude-Alain Gaillet (président de l'Association Pro Vistiliaco)

#### Attentes de la journée :

- Mieux connaître les besoins
- Découvrir des projets
- Échanger, piquer et donner des idées
- Partager une expérience (Vully Celtic)

#### Vision de l'événementiel :

Basé sur les définitions du Petit Robert (2008), les caractéristiques de l'événement sont:

- occurrence faible
- fait notable, important, hors de l'ordinaire, exceptionnel, remarquable, original
- émotionnellement chargé, qui marque les esprits, l'opinion
- dont on se souvient

Et l'événementiel est : «secteur d'activité créé autour des événements de communication, foires, salons, opérations de relations publiques»

#### Questions que l'on peut se poser:

- Qu'est-ce qui différencie l'événement de l'événementiel?
- Qu'est-ce qui différencie l'événement d'une simple manifestation?
- Qu'est-ce qui fait qu'une manifestation est un événement?

#### Constat:

- les termes «événement», «évènementiel», «events» sont utilisés à toutes les sauces, de manière abusive
  - peuvent avoir des significations très différentes, recouvrir des réalités d'importance très différentes
  - termes à la mode, termes de marketing
- ⇒ termes qui perdent de leur pertinence pour qualifier précisément une situation

#### **Présentation de Vully Celtic**

Vully Celtic, une manifestation qui a eu lieu du 31 août au 2 septembre 2007, pour les 30 ans de Pro Vistiliaco. Il comprenait : village artisanal – combats – concerts – sangliers – archéologie

Vully Celtic, un succès : plus de 12'000 visiteurs (au lieu des 5000 budgétés), bénéfice financier à la fin de l'exercice.

Vully Celtic, les raisons d'un succès :

- manifestation conçue et vendue comme événement unique
- prestige et qualité du site
- concept original (aller au-delà de Pro Vistiliaco)

- moyens publicitaires conséquents
- météo favorable
- mode de fonctionnement
- souci de qualité permanent, dans tous les domaines
- adéquation et approbation des partenaires
- «Vully» + «Celtic» = simple, compréhensible, aguicheur
- chance

Vully Celtic, fonctionnement (avantages):

- une vision personnelle => concept
- foi, motivation et engagement du porteur de projet
- défi personnel: réaliser ce rêve en 15 mois
- confiance du comité
- direction «entrepreneuriale» = vue d'ensemble, cohérence
- réseau personnel
- partenariats

Inconvénients de ce mode de fonctionnement:

- gros engagement personnel (sacrifices famille, vacances, etc)
- risques d'épuisement (besoin d'appuis opérationnels)
- concentration des pouvoirs sur une personne = pas de plan B si pépin

Vully Celtic, communication :

- concept global, multimédias, recherche de complémentarités
- ciblé familles, entrées bon marché (adulte 12.-)
- bassin potentiel: 60 minutes de voiture (= périmètre Yverdon, Neuchâtel, Bienne, Berne, Fribourg)
- un slogan: «History is nice»
- un leitmotiv: «Apprendre en s'amusant»
- une image: «Au temps des Helvètes comme si vous y étiez»
- recherche de partenariats (sponsors) ciblés et cohérents
- un logo
- un site web [www.vullyceltic.ch](http://www.vullyceltic.ch)
- presse: partenariat La Liberté, communiqués, conférence de presse

## **2. Thierry Lüginbühl**

Professeur de la chaire d'archéologie gallo-romaine, Université de Lausanne ; fondateur de Cladio, association ayant pour but premier de faire de l'expérimentation dans le domaine du combat gallo-romain. Il s'exprime au nom de l'institut universitaire de Lausanne. Souligne l'importance de la communication de la discipline archéologique. Cependant, les étudiants ne sont pas formés expressément à cela.

Sa contribution dans la communication de l'archéologie a été la suivante :

- Portes ouvertes des chantiers de Vidy, 1984 => Plus de 10'000 visiteurs lors de la première ouverture.
- 1986-2004 : fouille de la villa d'Orbe : mise en place d'un réseau désormais important. L'ouverture au public a mené à une fidélisation d'une population de la région d'Yverdon et d'Orbe. => Présentait les vestiges exhumés, puis se sont ajoutés des activités : jeux gallo-romains, Mise en place de **Cladio** : anthropologie guerrière gauloise (combat à l'épée et au bouclier et lancé du javelot), et groupe **Grapa** (alimentation).
- L'ouverture du musée de Lausanne Vidy en 1994= nouvelle interface.

Association **Cladio**, objectifs:

- Fédérer les animations archéologiques avant que n'existe AnimArc
- Reproduction d'armement gaulois = archéologie expérimentale
- Costumes de gaulois : photos
- Animation pour les groupes scolaires
- Combats reconstitution
- Cuisine active (Grapa)

Depuis la création d'**AnimArc**, l'institut s'est déchargé de la promotion de l'archéologie auprès du public et des animations. Ce qu'il assume encore, ce sont les portes ouvertes. Il n'est plus le moteur de l'animation de l'archéologie.

### 3. Karine Meylan

- Doctorante en archéologie à l'Université de Lausanne : Communiquer l'archéologie: Potentiel et limites de la reconstitution et de l'animation historique dans la transmission des connaissances auprès des publics
- Conservatrice de la Villa romaine de Pully (espace d'exposition de 250 m2, budget minime...) => la stratégie est d'en faire un espace découverte de l'archéologie
- Coordinatrice d'AnimArc, société d'animation archéologique.

**AnimArc** est une société d'animation archéologique fondée en 2007 et qui regroupe aujourd'hui les principaux acteurs suisses romands de la reconstitution des périodes protohistorique et antique. La société se compose de 10 membres, formée en majorité d'archéologues ou étudiants en archéologie des Universités de Lausanne, Neuchâtel et Genève, mais aussi d'artisans spécialisés et de professionnels appartenant à divers domaines d'activité. AnimArc propose des animations historiques de plusieurs types : des reconstitutions artisanales ou de pratiques sociales, des stands d'expositions, des ateliers pédagogiques ou des démonstrations de combats. AnimArc essaie de travailler uniquement pour des événements ayant une ambition scientifique, en cherchant à éviter les entreprises folkloriques ou ayant une visée idéologique. Les partenaires sont donc principalement des musées, des écoles, des centres de recherche ou des festivals privés visant la mise en valeur de sites archéologiques. Au sein d'AnimArc, de nombreux chercheurs pratiquent l'archéologie expérimentale ce qui représente une des forces de la société. Cependant, les animations proposées par AnimArc ne sont pas de l'archéologie expérimentale. En effet, il existe une confusion des termes, surtout dans des manifestations de grande ampleur où on emploie le terme d'archéologie expérimentale pour définir des activités de médiation.

**Vision de l'événementiel:**

- Fort potentiel en matière de communication
- Intérêt comme moyen de vulgarisation

- Grande hétérogénéité
- Limites et dangers

#### 4. Hildegard Loretan

Ethnologue et gestionnaire culturelle, enseignante à la Haute Ecole de Gestion et Tourisme à Sierre. Elle s'occupe en particulier de l'enseignement du dernier semestre (tourisme culturel et d'affaires).

##### **Le tourisme culturel :**

Le tourisme culturel est extrêmement important (international – Europe) et la majorité des touristes sont intéressés à la culture d'une manière ou d'une autre. On peut définir le touriste culturel de deux façons : les « généralistes » qui sont intéressés à la culture (la majorité), mais qui n'en font pas le but spécifique de leurs vacances et les « spécialistes » qui font de la culture le but principal de leurs congés. Le touriste culturel prépare son voyage et apprécie lorsque l'offre est bien préparée (préparation, service sur place, gastronomie, hôtellerie, etc.). Les liens entre culture et tourisme doivent se renforcer, la culture ayant comme but de légitimer sa position et le tourisme de développer un avantage concurrentiel. Dialogue et collaboration sont importants : Les acteurs du culturel s'engagent avec une offre, la mise sur le marché est effectuée par les acteurs touristiques et la mise en scène (*setting*) produite par les deux groupes d'acteurs ensemble.

Les deux stratégies du tourisme culturel :

- Stratégie orientée vers le marché : avec une analyse de la demande, étude de la concurrence, financement propre.
- Stratégie définie par l'offre : avec l'identification de propositions uniques, analyse des avantages concurrentiels, définition du marché et formulation de la stratégie.

Les étudiants de la Haute Ecole de Gestion et de Tourisme de Sierre doivent présenter des projets au dernier semestre. Ils peuvent créer des propositions touristiques dans la culture, ils peuvent évaluer les propositions culturelles existantes en formulant des recommandations. Il serait intéressant de mettre en place une collaboration dans le domaine de l'archéologie.

#### 5. Aude Vuilloud

Responsable de l'office de tourisme Vully-les-Lacs tourisme. Ne pouvant être présente à cette table ronde, A. Vuilloud a répondu à quelques questions par mail :

##### **Quelles sont les attentes des spécialistes du tourisme par rapport à l'événementiel en archéologie ?**

- Effort de vulgarisation
- Volonté de créer un produit « grand-public » et de sortir du cadre des spécialistes

##### **Qu'est-ce qu'un event ?**

- Il n'y a pas de définition figée, juste quelques éléments de définition : une attraction touristique ponctuelle planifiée, avec un but bien défini et une mise en scène

##### **Quelles sont les bases pour un bon événement ?**

- Le concept de l'événement doit pouvoir être compris en moins de quelques secondes... et doit attirer l'intérêt.
- Le public-cible doit être clairement défini.
- Le public doit vivre une expérience (Erlebnis).

- Il faut une attraction-clé ou un concept innovant pour faire parler de l'événement et attirer les regards (par ex. participation du public aux fouilles, recherche d'une pièce d'or dans un champ...).
- Attention à ne pas vouloir faire plaisir à soi-même... mais faire plaisir aux autres. Penser en étant orienté client.
- Importance de la planification, et importance de la communication entre les différents partenaires de l'*event*.
- Penser aux « 4 P » : Produit, Prix, Public, Promotion.

### **Quel serait le rôle du tourisme si les archéologues décidaient d'organiser une journée de l'archéologie ?**

- Conseiller sur la création de l'événement.
- Faire le relais sur nos canaux de promotion.

Attention toutefois à ne pas avoir trop d'attentes ! Nous ne pouvons pas intéresser le « grand public » à un événement qui vise les spécialistes. Un bon produit se vend généralement bien. Un produit trop spécifique et peu « touristique » est quasiment impossible à promouvoir par nos canaux.

Il est également important de prendre contact non seulement avec les offices du tourisme locaux, qui gèrent la promotion, mais aussi avec les autres instances touristiques, par exemple au niveau cantonal ou des destinations (UFT, OTV, Jura & Trois-Lacs, Association Régionale du Lac, etc.).

### **6. Christophe Goumand**

Directeur du festival du film archéologique à Nyon. Il a étudié l'archéologie à Genève tout en étant passionné par la communication et en particulier le film documentaire.

Il a fait plusieurs films mandatés par l'archéologie cantonale (ex. Eglise de Compesières). Au festival de film archéologique de Bordeaux, idée d'en faire quelque chose de semblable en Suisse. Cela a débuté par la présentation de films lors de cycles de conférences au Musée romain à Nyon, puis le projet s'est développé.

**Le festival du film archéologique à Nyon** : Il a lieu à l'Usine à Gaz : capacité 120 personnes. Il a lieu tous les deux ans. Le public vient principalement de la région, peu de gens de l'extérieur. Les sessions ayant lieu l'après-midi, le public est composé de personnes âgées et de familles. Il a fallu beaucoup de temps pour que les étudiants viennent au festival. Et maintenant il existe un partenariat avec l'Université de Genève: les étudiants viennent au festival à la place de venir aux cours : évolution de la perception et de la fréquentation du festival.

Le critère premier pour sélectionner les films: scientificité, car sinon on dérape sur de l'ésotérisme. Le festival attire les chaînes de télévision (Arte) qui viennent même demander conseil aux organisateurs sur la qualité des documentaires.

Le festival se veut un espace de rencontre entre archéologues et public. Le bar y joue un rôle important comme espace de socialisation, le public peut poser des questions aux archéologues, les archéologues peuvent parler avec les réalisateurs, etc.

**Rencontres archéologiques de Plan-les-Ouates** : Événement local, communal voire genevois. Lors de ces rencontres, des films sont projetés, des conférences et ateliers organisés. Cela dure 5 jours : durant la semaine le public visé sont les écoles et durant les fins de semaine, le « grand public ».

**Buts du travail** : attirer le public à l'archéologie par des moyens attractifs (films, bande dessinée, etc). Il y a aujourd'hui de moins en moins de réticences à mettre sur pied ce genre d'événement ludique.

Mais attention il existe un fossé entre vulgarisation, grand public et archéologues. Le compromis est toutefois possible.

**Attentes :** Une forme de concertation nationale, question de savoir ce qui se passe en terme d'événements archéologiques en Suisse.

### **7. Flavio Cardellicchio**

Archéologue, directeur de Nomads of Time, Archaeotourism 2012. Il a travaillé sur les chantiers du Mormont (VD) et à l'Opéra (ZH). Il a fait plusieurs films dont un court-métrage sur le thème du rôle de l'archéologie dans la société d'aujourd'hui : « La Collina e la Luna » et un documentaire suite aux fouilles de Zurich, à l'opéra : « 5 Meters under Zürich ». Il s'intéresse à la communication dans l'archéologie et dans le tourisme.

### **8. Marie-France Meylan Krause**

Archéologue, directrice du site et musée romain d'Avenches. Le but du travail au sein du site et musée romain d'Avenches est de fouiller, conserver, étudier et transmettre aux collectivités publiques et privées les traces de l'histoire du site romain d'Aventicum.

**Le musée** compte 16'000 entrées en moyenne par année, principalement du scolaire au printemps et des familles en été. C'est un musée de taille modeste (expo. permanente 180 m<sup>2</sup>, expo. temporaire 80 m<sup>2</sup>)

**Le site :** La visite d'Aventicum demande une demi-journée. L'accès aux monuments est balisé. Des panneaux explicatifs trilingues sont posés aux abords de chaque édifice.

#### **Les événements :**

Le musée d'Avenches a mis sur pied en 2012 une pièce de théâtre, une création écrite spécialement pour l'occasion et racontant de manière amusante l'histoire d'Aventicum à travers les frasques d'un Gaulois de passage: A cela s'est ajoutée une série de visites théâtralisées. Le but était d'attirer un public qui ne venait pas d'habitude, pas forcément intéressé par l'archéologie. La pièce a été jouée 6 fois, 300 personnes l'ont vue. Sept visites théâtralisées ont eu lieu avec en moyenne 20 personnes par visite. Le résultat est très positif car le public a vu que les archéologues étaient capables de faire quelque chose de drôle. Mais l'investissement en temps (récolte de fonds privés et production) était trop grand en rapport avec nos ressources humaines notamment et nos missions prioritaires.

En termes de collaboration et d'événementiel : mise sur pied d'EntreLacs en 2013 avec la participation de sept musées de la région des Trois-Lacs et de Soleure. On touche ainsi d'un réseau d'intéressés plus grand puisque la communication commune peut rayonner davantage (dépliants, site internet crée pour l'occasion, affichage SGA)

En 2015, préparation d'un événement national pour les 2000 ans d'Avenches. Un film 3D est prévu, qui raconterait la grande histoire d'Aventicum pour le grand public. Office du tourisme d'Avenches portera le projet au niveau économique. Le musée le portera du point de vue scientifique.

**Journée nationale de l'archéologie ?** Oui, mais il ne faut pas oublier les Journées européennes du patrimoine (JEP), auxquelles participe l'archéologie aussi. Attention à ne pas dissoudre les forces.

#### **Réflexions pour la table-ronde :**

- Lorsqu'on crée de l'événementiel, s'éloigne-t-on des missions d'un service d'archéologie ?
- Pourquoi veut-on créer des événements ? Pourquoi veut-on rendre publique l'archéologie ?
- Pourquoi vouloir dépoussiérer l'archéologie, montrer qu'elle est moderne? Est-ce qu'on n'est pas assez sûr de nous ? Pourquoi se sent-on redevable auprès de la société qui a investi financièrement ?

- Faut-il démultiplier les événements ? Ne faudrait-il pas innover ? Si oui, comment ?
- Quel est notre but ? Pour quel public ? Comment peut-on savoir ce que veut le public ?
- Jusqu'où doit aller la médiation culturelle qui prend de plus en plus de place dans les musées ? Et parfois prend le dessus sur les activités scientifiques.

## **9. Robert Michel**

Archéologue, a travaillé pendant longtemps sur les chantiers de l'A5 (Neuchâtel). Depuis, il s'est reconverti dans la médiation culturelle, d'un point de vue plutôt technique. Il s'intéresse aux nouveaux médias et au moyen de les utiliser en archéologie (mettre en place des interfaces comme celles de « second Life » pour faire des visites de sites archéologiques intéressants).

De retour au domaine muséal pour l'exposition en quatre lieux différents sur l'archéologie de l'A16 (Jura). La reconnaissance de cette exposition est très locale, mais importante car il s'agit de chercher une visibilité auprès des politiques. Les moyens de communication sont très limités. Il s'agit de rendre l'exposition pérenne en exposant les objets et sites en ligne en utilisant les nouveaux médias.

## **Partie II : Présentation de M. Pascal Ratier (INRAP), coordinateur des Journées nationales de l'archéologie (F)**

**Pascal Ratier** est chargé de la communication à l'Inrap. Invité spécial du jour, est en charge de l'organisation des Journées nationales de l'Archéologie en France.

Est historien, Diplômé de Science Po Paris, auteur d'un mémoire de Master sur les musées d'histoire. Chargé de programmation à la Cité des sciences et de l'industrie, où il a fondé le collège de la Cité des sciences & de l'industrie, espace public de transmission et de débat, lieu de rencontre avec les chercheurs de toutes disciplines ouvert à tous (cours, séminaires, conférences et colloques). Il a travaillé sur le projet très controversé du Musée de l'histoire de France, qui n'a finalement pas été réalisé. Il est depuis 7 mois responsable des événements à l'Inrap, dont le plus gros événement sont les Journées nationales de l'archéologie.

L'Inrap a été créé en 2002 en application de la loi sur l'archéologie préventive en France. L'institut assure la détection et l'étude du patrimoine archéologique touché par les travaux d'aménagement du territoire. Il exploite et diffuse l'information auprès de la communauté scientifique et concourt à l'enseignement, la diffusion culturelle et la valorisation de l'archéologie auprès du public. Un siège et 8 offices décentralisés. Le secteur de la diffusion culturelle et de la communication comprend des reportages sur les chantiers, l'édition scientifique et pour le grand public, la valorisation des chantiers et communication, l'ouverture des chantiers obligatoire au public, colloques, etc. Fait le lien entre les pouvoirs publics et les acteurs culturels.

### **Les Journées nationales de l'archéologie**

Les Journées nationales de l'archéologie sont organisées par le ministère de la Culture et de la Communication et coordonnées par l'Institut national de recherches archéologiques préventives (Inrap). Elles mettent en lumière les aspects les plus divers de l'archéologie et permettent au public de découvrir la discipline à travers des initiatives originales dans des lieux ouverts exceptionnellement le temps d'un week-end. Les Journées nationales de l'archéologie offrent au public l'occasion de découvrir les chantiers de fouille, les sites archéologiques, les collections des musées, les expositions temporaires, et facilitent la rencontre avec les chercheurs. Sur trois jours, le



vendredi est réservée aux scolaires, la fin de semaine aux familles. 14 personnes travaillent sur ces journées.

**Les objectifs :**

- Amplifier le nb de partenaires mobilisés.
- Elargir l'événement aux acteurs de la recherche.
- S'ouvrir aux scolaires.
- Augmenter le nombre de portes ouvertes sur les fouilles.

**Qui participe ?**

- Recensement de toutes les structures faisant de l'archéologie.
- Impliquer les collectivités territoriales dans le processus.

**Marche à suivre :**

- L'organisation dure toute l'année.
- Pour l'archéologie, visite de chantiers dépend de la météo : décision de faire la journée en juin.
- Participation régionale : Cet événement vise les habitants et résidents, pas les touristes. Slogan : « Nous fouillons, c'est votre histoire ».
- Aller au-delà du divertissement culturel

**Stratégie de communication :**

- carte com' = présentoir avec carte format carte postale avec, au dos, tous les informations relatives à l'événement en question. 170'000 produites, distribuées dans 52 villes en France. Les cartes com' sont toutes parties. Mais il reste difficile d'évaluer l'impact sur le public.
- Site internet
- Newsletter périodiques
- Réseaux sociaux Facebook : « j'aime » ; Tumblr : application qui permet à n'importe qui de poster des photos sur l'événement et d'y ajouter un commentaire.
- Affiche générique
- Affiche appropriable : avec espace où il est possible d'y écrire son programme.

**Partenaires archéologiques**

- Pas de contraintes imposées aux partenaires : ex. pas d'imposition d'une gratuité => certains conservent le tarif plein, d'autres font des réductions ; pas de contrôle scientifique ; pas de contrôle sur les programmes. => stratégie de responsabilisation des partenaires impliqués, ne se portent pas garants de l'offre offerte par les partenaires.

**Partenaires économiques :**

- En plus du Ministère de la Culture et de la Communication : Bouygues, Fondation Edf. Il faut qu'il y ait un intérêt commun.

**Partenaires Medias :**

- Très important.
- Différents types de journaux : généraliste, spécialisé, public, radio, télé et presse quotidienne régionale (= type de journaux très diffusé).
- Arte : « Les gaulois au-delà du mythe » (produit par l'Inrap).
- Couverture Presse : 2109 papiers sur les JNA (1974 sans la PP).
- Ont acheté des spots radios, de 30 secondes, dans les 43 radios locales.

**Fréquentation des Journées nationales de l'archéologie :**

Lieux et institutions partenaires entre 2010 et 2013 : augmentation !

Enjeux fondamentaux :

- Fidélisation des partenaires et pas qu'on ait besoin de les rappeler chaque année et de les convaincre à nouveau du potentiel succès de la manifestation. Afin qu'ils mettent cela dans leur programmation de l'année suivante.
- Favoriser les partenariats avec des institutions aux structures régulières.
- Enjeu de notoriété, il faut que cela leur rapporte. Communication nationale à la charge de l'Inrap, mais communication locale, à la charge des structures locales.
- Faire passer les Journées nationales de l'archéologie avant les Journées du patrimoine.

#### **Conclusion :**

- Faut-il continuer à croître ? et jusqu'où ? Comment gérer la croissance exponentielle de ces dernières années ?
- Que veut le public ? Ils veulent voir des choses vraies : ils veulent voir de vrais archéologues, de vrais chantiers, de vrais labos. « The science in the making » = leitmotiv.
- Une des clés du succès est l'investissement des partenaires, très important.

#### **Questions de la table-ronde :**

- Doublon JEP/journées de l'archéologie ? Les deux manifestations doivent se compléter. En France, les métiers de l'archéologie ne sont pas reconnus au même titre qu'en Suisse, d'où un plus grand besoin de développer des journées spécifiques pour l'archéologie. Il faut contrer le manque d'intérêt pour l'archéologie, le manque de visibilité.

### **Partie III : Discussions thématiques**

La discussion a porté sur plusieurs thèmes qui ont été réunis ici sous forme de mots-clés, et les réflexions des participants sous forme de courtes remarques.

#### **1. Est-ce qu'on veut un événement national comme les journées archéologiques en Suisse ?**

- Conditions de faisabilité :  
Cadres/structures pour les partenaires car la Suisse est très décentralisée par son caractère fédéral  
Aucun contrôle, pas de volonté de fédérer les activités : Il faudrait trouver une structure qui centralise comme AS ?  
Non contraignant – pas de thème : Il est important de retenir le caractère non contraignant que l'événement doit revêtir.

#### **2. Pourquoi faire un événement, une journée de l'archéologie ?**

- Donner un sens à cette chose (l'événement) située entre le divertissement et le savoir.
- L'archéologue a l'impression de manquer de visibilité.
- La transmission du savoir sur notre histoire est un concept occidental.

#### **3. Retour sur investissement**

- Un événement est pour les associations un retour sur investissement des cotisations, une justification pour l'existence des associations.
- C'est un retour sur investissement pour l'archéologie, une reconnaissance du métier et des résultats des recherches.
- En Suisse, le contribuable finance les métiers de l'archéologie. Le problème est que les archéologues (et ceux qui font les sciences annexes) se sont pendant trop longtemps auto-

légitimés sans penser à ce que l'on pouvait rendre aux contribuables (qui est le public). Aujourd'hui, les archéologues sont en train de payer cet état de fait.

#### **4. Politique**

- On espère qu'une plus grande visibilité amène une plus grande reconnaissance de la part des politiques et par conséquent un financement public plus important.
- Les décisions politiques sont aujourd'hui prises loin de la base, les contacts avec les personnes au niveau local manquent.

#### **5. Attentes du public / Journées thématiques ?**

- Les attentes du public (curiosité) sont un potentiel pour l'archéologie, il y a une demande, seulement il faut mieux la définir et développer les projets en conséquence. La curiosité du spectateur est un fort potentiel car il aime le mystère lié à la découverte archéologique.
- Et pensons que le public aime voir le terrain. Il n'y a pas besoin de faire des reconstitutions archéologiques ou historiques. On peut juste faire des journées portes ouvertes.
- Mettre des thématiques c'est mettre des contraintes. Il faut plutôt axer sur l'ouverture des sites, des fouilles. Idée de mettre l'accent sur les conditions de production de connaissances. C'est bien plus que le métier d'archéologue.
- L'intérêt de mettre des thématiques est que cela permet de souffler, mettre l'accent sur un site principal et le voir sous tous ses angles selon la thématique choisie. C'est par contre un désavantage pour les sites en cours de fouille qui ne peuvent s'adapter à la thématique et qui ne sont donc pas représentés.
- On voit apparaître deux types d'événements : d'un côté ceux qui font la promotion du métier de l'archéologue, des sciences et techniques appliquées à la recherche du passé et de l'autre côté des reconstitutions historiques se basant (plus ou moins) sur ces recherches archéologiques pour rendre l'histoire vivante. Ces deux types peuvent se côtoyer, se compléter et ne sont pas en opposition.
- Il n'y a aujourd'hui aucun produit archéo-touristique. Il faut transmettre ce que l'on connaît, ce que l'on a.
- Le culturel correspond à une stratégie de l'offre et non à celle de la demande. Cette offre a par contre un grand potentiel.
- Il faut caractériser son offre en lui donnant une identité. Il faut être convaincu de ce que l'on offre, c'est le seul moyen de la vendre.
- On peut être très sceptique sur la notion de demande du public. C'est l'offre qui détermine le tout. Il faut donner une identité à un événement. Si on définit une offre, les gens auront envie de venir, car ils voient quelque chose de palpable, auquel ils peuvent s'accrocher.
- Il ne faut pas penser à la catégorie de public qu'on vise, c'est une fausse question. Il faut laisser les institutions en charge des événements choisir.
- L'archéologie peut intéresser tout le monde. Ce qu'il faut déterminer : famille, enfants, matin, après-midi. Ce sont des caractéristiques très formelles qui déterminent le public qui va venir. C'est aussi une part de l'offre.
- Il faut que les archéologues aient un discours cohérent.

#### **6. Communication**

- La communication devrait se faire à un niveau très local.

- On pourrait organiser des séminaires pour développer des technologies dans le domaine de la médiation culturelle.
- Ce qui attire les médias, c'est ce qui sort de l'ordinaire.

## 7. Coordination / centralisation

- Il faut organiser une coordination en rassemblant les informations et en fédérant les acteurs.
- Il faut pouvoir coordonner au niveau national, mais user de la décentralisation pour les actions car le besoin de proximité est important pour les partenaires (presse).
- AS, comme association faitière, devrait coordonner toutes les associations qui existent en Suisse (il y a en a beaucoup !). Ne faudrait-il pas fixer des priorités ? AS pourrait fixer quel site ou événement serait l'événement de l'année comme en 2015, les 2000 ans d'Avenches, par exemple. AS devrait créer un poste pour cela. On devrait faire pression. Et il faut passer par les associations qui ont un pouvoir de pression et les archéologues cantonaux. Il faut que les archéologues cantonaux s'ouvrent.
- Le public est local et non national. Pour créer une entité nationale, il faut créer une dynamique obligeant tous les archéologues à être concernés. Il faut créer un phénomène d'entraînement par le public pour que les professionnels se fédèrent.
- AS n'a ni le personnel ni les finances (ni la volonté ?) pour soutenir un projet de journée de l'archéologie. Peut-être faudrait-il que les plus petites associations (ArchaeoTourism2012) préparent le terrain et qu'AS ensuite décide de les intégrer comme groupe de travail.
- On pourrait penser d'étendre les structures des journées (françaises) nationales de l'archéologie au reste de l'Europe. Pourquoi ne pas commencer par la Suisse, même si c'est un petit groupe d'institutions qui y participent. D'autres suivront si l'effet est positif.

## Partie IV : Conclusions

La définition de l'événement a été donnée dans la présentation de Claude-Alain Gaillet qui en a rappelé les caractéristiques : fait notable, important, hors de l'ordinaire, exceptionnel, remarquable, original, à occurrence faible, dont on se souvient car émotionnellement chargé, qui marque les esprits, l'opinion.

S'il est difficile encore de faire l'état des lieux des événements en archéologie, il a été communément accepté qu'il est absolument nécessaire de rassembler les informations afin de pouvoir se mettre ensemble (fédérer) et proposer une action au niveau national. Dans tous les cas, on peut déjà distinguer deux types d'événements qui peuvent se compléter : d'un côté ceux qui font la promotion du métier de l'archéologue, des sciences et techniques appliqués à la recherche du passé et de l'autre côté des reconstitutions historiques se basant (plus ou moins) sur ces recherches archéologiques pour rendre l'histoire vivante.

Il a été question non seulement des besoins des archéologues concernant l'événementiel mais aussi de ceux des milieux touristiques (local en particulier). Le potentiel de l'archéologie, de par ses techniques de recherche et des résultats est important et doit être exploité, car le public est friand de ce type d'offre. L'archéologie intéresse tout le monde, il ne faut donc pas en priorité faire une étude de marché pour les produits archéologiques. Il faudrait toutefois que les archéologues

apprennent à mieux formuler leur offre afin de mieux attirer le public. L'archéologue voit dans l'activité événementielle un moyen d'attirer le regard des politiques et ainsi développer un dialogue et une reconnaissance qui pourront faciliter la situation économique de l'archéologie.

La mise en place d'un événement annuel du type « journées de l'archéologie » a été souhaité par tous les participants. Non pas en tant que concurrence aux Journées Européennes du Patrimoine (JEP) mais pour compléter l'offre. Les JEP concernent l'ensemble du patrimoine (bâti et archéologique) et travaille sur des thèmes (certes choisis avec les archéologues, mais souvent peu adaptés) où les archéologues peuvent être présents ou non. Une journée d'archéologie pourrait permettre d'aborder toutes les facettes de la recherche archéologique (sans thème obligatoire) et de les présenter au public en privilégiant l'échange et le contact. Il a été souhaité que l'organisation d'une telle journée soit coordonnée au niveau national par Archéologie Suisse en priorité, car cette association rassemble non seulement de nombreuses associations et un public très intéressé, mais c'est également un partenaire incontournable des services cantonaux d'archéologie. Une discussion sera initiée à ce sujet avec le comité d'Archéologie Suisse.

Une autre possibilité pour mettre en place une journée de l'archéologie serait de se greffer sur les Journées nationales en France. Ceci est certes plus facile pour les cantons romands, mais pourquoi pas pour les autres aussi ? Le comité de pilotage (F) des JNA devrait se renseigner sur les modalités qui ont présidé à l'intégration de la Suisse dans le programme (originellement exclusivement français) de la Nuit des musées et discuter de la possibilité d'une intégration suisse dans les JNA. Et selon la réponse apportée à cette question, le Ministère français de la culture et de la Communication devrait prendre contact avec l'Office fédéral de la Culture en Suisse.

Annexe : Participants à la table-ronde

Lucie Bovet: Archaeoconcept, Archaeotourism2012, [lucie.bovet@gmail.com](mailto:lucie.bovet@gmail.com)

Flavio Cardellicchio: Directeur de Nomads of time, Responsable Marketing des Thermes Parc du Val-d'Illiez, Archaeotourism2012, [flavio@archaeotourism2012.ch](mailto:flavio@archaeotourism2012.ch)

Cynthia Dunning: Directrice d'Archaeoconcept, Archaeotourism2012, [cynthia.dunning@archaeoconcept.com](mailto:cynthia.dunning@archaeoconcept.com)

Ellinor Dunning: Archaeoconcept, [ellinordunning@gmail.com](mailto:ellinordunning@gmail.com)

Claude-Alain Gaillet: Président de l'association Pro Vistiliaco, Organisateur du Vully Celtic, [cagaillet@bluewin.ch](mailto:cagaillet@bluewin.ch)

Christophe Goumand: Directeur du Festival international du film d'archéologie de Nyon, [cgoumand@bluewin.ch](mailto:cgoumand@bluewin.ch)

Marc-Antoine Kaeser: Directeur du Laténium, Université de Neuchâtel, [marc-antoine.kaeser@ne.ch](mailto:marc-antoine.kaeser@ne.ch)

Hildegard Loretan: Professeur HES-SO du Valais, [hildegard.loretan@hevs.ch](mailto:hildegard.loretan@hevs.ch)

Thierry Luginbühl: Université de Lausanne, Président de l'association Cladio, [Thierry.Luginbuhl@unil.ch](mailto:Thierry.Luginbuhl@unil.ch)

Marie-France Meylan-Krause: Directrice du Site et musée romain d'Avenches, [marie-france.meylan-krause@vd.ch](mailto:marie-france.meylan-krause@vd.ch)

Karine Meylan: conservatrice de la Villa romaine de Pully, coordinatrice d'AnimArc, société d'animation archéologique, Archaeotourism2012, [karine.meylan@unil.ch](mailto:karine.meylan@unil.ch)

Robert Michel: Musardage, [henaro@bluewin.ch](mailto:henaro@bluewin.ch)

Pascal Ratier: INRAP, Coordinateur des Journées nationales de l'archéologie, [pascal.ratier@inrap.fr](mailto:pascal.ratier@inrap.fr)

Aude Vuilloud: Responsable Vully-les-Lacs Toursime, [a.vuilloud@vully-les-lacs.ch](mailto:a.vuilloud@vully-les-lacs.ch)

Contact : Cynthia Dunning  
Tél. portable : +41 (0)79 743 29 14  
[cynthia.dunning@archaeoconcept.com](mailto:cynthia.dunning@archaeoconcept.com)

Karine Meylan  
Tél. portable : +41 (0)78 732 83 26  
[Karine.Meylan@unil.ch](mailto:Karine.Meylan@unil.ch)