



Aurélia Basterrechea

Liddes, 15 juin 2020

Rapport des activités de médiation

Parallèlement à la poursuite des recherches scientifiques, le Mur (dit) d'Hannibal est entré dans la phase de présentation des résultats au public, avec la désignation d'une responsable de la valorisation et de nombreuses discussions au sein du comité.

Un mémoire d'archéologie sur la valorisation du site archéologique

Défendu en début d'année 2020, un travail de mémoire réalisé dans le cadre du Master d'archéologie de l'Université de Neuchâtel s'est concentré sur la valorisation du Mur (dit) d'Hannibal. Recourant à différentes disciplines des sciences humaines, ce travail avait pour objectif d'analyser diverses sources de données gravitant autour du site archéologique (terreau touristique, réseaux, attachement patrimonial et outils de médiation) afin de mettre au jour différentes pistes de valorisation. Ces dernières complètent et structurent le projet initial qui prévoit depuis le début du programme RAMHA une valorisation en deux pôles : un espace de valorisation délocalisé à Liddes et un sentier didactique menant au site archéologique.

Une première phase de travail s'est concentrée sur l'analyse du « matériel » à disposition dans l'élaboration d'un produit touristique, prenant en considération l'écosystème de patrimoine naturel et culturel autour du site archéologique. Réunir ces éléments s'intervalorisant – l'histoire du site, le terroir, l'identité locale, le cadre naturel (faune et flore) et la géologie alpine (formation et diversité) – au sein d'une offre touristique permet de toucher un public élargi, à la curiosité et au goût de l'aventure prononcés. Le Pays du Saint-Bernard, l'office du tourisme de la destination, a pour politique le développement d'une offre portant sur un tourisme lent (*slow tourism*), en s'appuyant sur des activités de niche s'opposant au tourisme de masse. Ces réflexions ont mené à la mise sur pied de trois excursions « tests » et dites « participatives », où les participants sont amenés à être sondés afin de cibler des sensibilités communes et des préférences générales tant sur le fond que la forme.

La seconde phase a porté sur l'organisation de ces randonnées : organisation et collaboration ; communication vers les publics-cibles mis en évidence (médias, réseaux sociaux, agendas culturels) ; développement d'outils didactique exploitant au mieux l'alliance nature/culture ; préparation d'un questionnaire ; et enfin réalisation de ces excursions. Ces dernières ont eu lieu sous un ciel radieux. Avec la participation de l'accompagnateur de moyenne-montagne Pierre-André Gard, près de quarante personnes ont pris part aux montées vers le Mur (dit) d'Hannibal. Au programme, des interventions ponctuelles sur le contexte historique et sur les vestiges archéologiques, mais également sur la formation géologique du panorama alpin. Des instantanés tels que l'observation de rapaces présents dans la région sont également venus compléter

l'excursion. Les trois sorties se sont achevées par un apéritif et un détour à l'alpage de Cœur pour découvrir les produits du terroir.

Complétant les retours directs, globalement très positifs, de très nombreuses données quantitatives et qualitatives ont pu être récoltées et analysées dans une troisième phase. Exploitant une méthodologie empruntée à la recherche en sociologie, différentes hypothèses préalablement posées ont pu être vérifiées et d'autres informations ont été mises en évidence. Le public-cible a également pu être étudié et confirme la nature des catégories de personnes s'intéressant généralement aux produits touristiques mêlant nature et culture. La moitié des participants est composée de best agers (50+), l'autre moitié comprend des familles et des DINKS (*Double income no kids*). Avec des niveaux de pratique de randonnée différents, ces participants montrent un intérêt équivalent pour la nature, les activités *outdoor*, l'histoire et la découverte. Des préférences sont apparues quant aux différents supports d'information potentiels et leur localisation : le public est plutôt défavorable à l'implantation de panneaux d'information sur les abords même du site, de même que l'usage d'une application mobile. L'idée de laisser le site « dans son jus » et en privilégiant une approche sans smartphone démontre le besoin de se couper de la société et du quotidien. Sur le site archéologique même, l'inscription est l'élément considéré comme le plus saisissant pour le public prenant part à l'excursion.

Dans les commentaires, de nombreuses suggestions ont pu être rassemblées dans différentes catégories. La remarque la plus fréquente concerne la nécessité d'avoir un dépliant avec une carte, le plan du site et quelques informations.

Concept de valorisation

À partir des résultats de ce travail de mémoire, et en consultation avec le comité et le responsable scientifique, un concept de valorisation *in situ* et *ex situ* est élaboré. Un dossier comprenant un budget et un calendrier est réalisé et les premières demandes de subvention concernant spécifiquement la valorisation sont envoyées.

Le sentier didactique prévoit un plan interactif, sous forme de dépliant plastifié réutilisable. Il s'agira pour le randonneur de trouver de nombreuses informations portant sur les thématiques les plus appréciées pour permettre une expérience ludique et instructive de la montée au Mur. Des panneaux informatifs seront disposés à quelques endroits stratégiques de la randonnée – mais non sur le site archéologique. Cependant, sans pour autant réaliser une application mobile, du contenu multimédia sera accessible (audios, vidéos, photos, etc.) via un système de QR-codes, dissimulés sur le site archéologique. Les randonnées commentées ayant séduit le public, il est également décidé d'organiser des excursions thématiques lors des prochaines saisons estivales.

Le second volet de valorisation sur l'espace didactique dans le village de Liddes prendrait la forme d'un centre d'interprétation, qui présente une thématique en jouant sur les sensations et les émotions du visiteur. Interactif, cet espace comprendra des animations, de la réalité augmentée et une maquette 3D du site archéologique lors de son occupation. Une section présentera également les actualités de RAMHA et les autres sites archéologiques contemporains étudiés dans la région.

Des synergies touristiques et culturelles

Le Mur (dit) d'Hannibal est indéniablement doté d'un fort potentiel touristique pour la région. Des discussions avec les responsables du Pays du Saint-Bernard s'accordent pour un rapprochement de l'espace d'interprétation – qui présente un pan de l'histoire de contrôle du Col du Grand-Saint-Bernard – et du bureau de l'Office du tourisme à Liddes. Encore en réflexion, l'élaboration d'un pôle culturel plus large et d'envergure régionale pourrait voir le jour.

Prévu pour la saison estivale 2021, le projet RAMHA bénéficiera d'une mise en réseau transnational avec les régions voisines et des acteurs culturels œuvrant pour la présentation du patrimoine naturel et culturel. Le projet a également reçu un soutien de la Fondation UBS pour la culture afin de valoriser les résultats du Mur (dit) d'Hannibal.