

**LE DESIGN D'EXPERIENCE:
UN OUTIL DE VALORISATION DU SITE ARCHEOLOGIQUE DE
SBEITLA – TUNISIE**

**EXPERIENCE DESIGN:
A TOOL FOR THE VALORIZATION OF THE ARCHAEOLOGICAL
SITE OF SBEITLA - TUNISIA**

Abir MAROUANI, PhD student in design, university of Sfax,

e-mail : marouaniabir@gmail.com

Fouad BEN ALI, Assistant professor of architecture, university of Gafsa,

e-mail : fouadbenali@ymail.com

Morched CHIKH ROUHOU, Professor of design, university of Sfax,

e-mail : morchedCheikhrouhou@yahoo.fr

Résumé :

Cet article présente un parcours de recherche intéressant la valorisation du site archéologique de Sbeitla (Tunisie) par l'outil de design d'expérience. L'objectif de cette recherche est de contribuer à la création d'une expérience spécifique aux visiteurs. Pour mener à bien ce travail, nous avons adopté une démarche analytique. A l'aide de design d'expérience, nous avons mené une observation suivie d'une enquête sur site dont le but est d'analyser la visite d'un groupe de visiteurs afin d'évaluer le niveau de leur satisfaction.

A partir des résultats obtenus, cette recherche propose l'utilisation de la nouvelle technologie, plus précisément la réalité augmentée, comme catalyseur pour amplifier le niveau de satisfaction des visiteurs. C'est par l'intermédiaire du design d'expérience et à travers l'intégration de cette nouvelle technologie non destructive que le site archéologique de Sbeitla pourra être, à la fois, valorisé et conservé.

Abstract:

This article presents a research path interesting in the valorization of the archaeological site of Sbeitla (Tunisia) using the tool of experience design. The objective of this research is to contribute to the creation of a specific experience for visitors. To carry out this work, we have adopted an analytical approach. Using experience design, we have conducted a site observation followed by a survey whose purpose is to analyze the visit of a group of experiencers in order to assess the level of their satisfaction.

Based on the results obtained, this research proposes the use of the new technology, specifically augmented reality, as a catalyst to amplify the level of satisfaction of experiencers. It is through experience design and the integration of new non-destructive technology that the archaeological site of Sbeitla can be both valorized and preserved.

Mots clés : Design d'expérience, site archéologique, mise en valeur, attractivité, Sbeitla.

Keywords: Experience design, archaeological site, valorization, attractiveness, Sbeitla.

Introduction :

La Tunisie est un territoire maghrébin qui renferme un immense patrimoine archéologique, riche du métissage de différentes civilisations qui se sont succédé sur cette terre sud méditerranéenne. Il en existe 3731 sites archéologiques qui se divisent en 3524 sites trouvés et 207 non trouvés (INP, 1992). Parmi ces sites archéologiques tunisiens, nous, trouvons le site de Sufetula, ou Sbeitla actuellement, célèbre par son plan orthogonal et par l'état de conservation appréciable de ses monuments. Ce site occupe une place majeure dans l'histoire du Maghreb. Il est situé dans les Hautes Steppes tunisiennes, demeure insuffisamment connu en dépit des recherches historiques et archéologiques qui lui furent consacrées. Ce site représente un patrimoine exceptionnel comportant des monuments spécifiques appartenant à différentes époques. Parmi ces monuments, on cite le Capitole, qui reste un cas rarissime en architecture religieuse. Ce monument comprend trois temples, dont chacun est dédié à l'un des principaux dieux du Panthéon romain. Ces temples sont accolés et dédiés respectivement à Jupiter, Junon et Minerve – une forme presque unique dans le monde romain (Dabbaghi, 2022).

Problématique :

Sufetula ou Sbeitla est une ville du centre de la Tunisie, située dans le gouvernorat de Kasserine. Le site archéologique de Sbeitla comporte des monuments spécifiques appartenant à différentes civilisations. Ce site occupe une superficie d'environ 20 hectares.

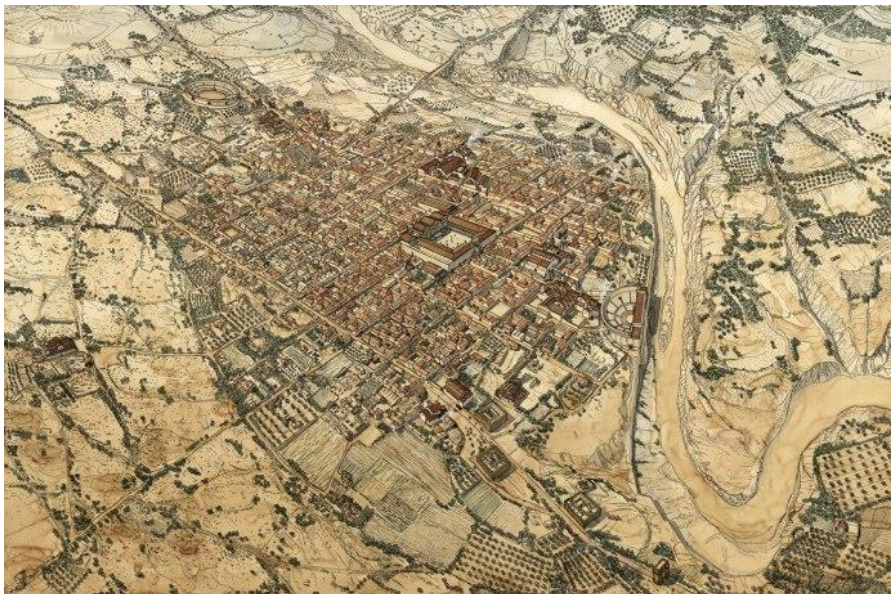


Fig1. RECONSTITUTION DE LA CITE DE SBEITLA
SELON JEAN CLAUDE GOLVIN (INP, 2020)

Même s'il est partiellement dégradé, les monuments qui résistent sont nombreux. Parmi ces monuments romains, on peut citer le Capitole (Fig. 2), le théâtre (Fig.3) et l'arc de Dioclétien (Fig. 4) qui remontent au premier siècle après J.C (Dabbaghi, 2020).

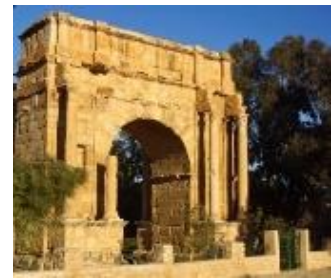
Comme la plupart des villes historiques de culte chrétien, il existe aussi, au site de Sbeitla, des édifices religieux qui l'identifient. Ces édifices, remontant au troisième siècle. Ils se manifestent à l'église des Pompeani (Fig. 5), dont le plan architectural présente un nerf central décoré de mosaïque, quatre bas-côtés et deux chœurs, et aussi le baptistère de Vitalis (Fig. 6) qui était la cathédrale de la ville construite sur un monument antérieur.



Fig2. LE CAPITOLE



Fig3. THEATRE



**Fig4. L'ARC DE
DIOCLETIEN**

Au cinquième siècle, et plus précisément en 533 (Dabbaghi, 2020), le site a été occupé par les Byzantins. Ces derniers ont fondé plusieurs monuments tels que les fortins byzantins, l'église de Gervais, le Protais, le Tryphon, les pressoirs à huile et les grands thermes publics qui représentent une spécificité dans cette époque. Ces thermes (Fig. 7) sont situés à l'Est du site. Ils occupent une surface de plus de 120 m de long et 60 m de large où il existe une vingtaine de salles dont certaines, chaudes, étaient fréquentées pendant l'hiver et d'autres, froides, fréquentées pendant l'été.



**Fig5. L'EGLISE DES
POMPEANI**



**Fig6. LE BAPTISTERE DE
VITALIS**



**Fig7. GRANDS
THERMES**

Malgré la richesse historique et culturelle du site archéologique de Sbeitla, ce site souffre actuellement, d'un manque d'attractivité à l'échelle global (global et local). En fait, le visiteur d'aujourd'hui ne se satisfait plus seulement d'un espace fonctionnel pédagogique, mais il cherche des espaces, sources de sensations et d'émotions, qui lui offrent une expérience unique.

Vu que le design d'expérience est une approche centrée sur l'utilisateur et vise à offrir une expérience immersive, est-ce que cette approche, qui se base sur la méthode d'enquête pour connaître les besoins des visiteurs, peut être un vecteur et un outil d'attractivité pour le site archéologique de Sbeitla?

Et vu que nous vivons actuellement dans un monde où la nouvelle technologie est devenue un élément primordial de notre vie quotidienne, est-ce que l'utilisation de la nouvelle technologie telle que la méthode immersive de réalité augmentée peut être le moyen le plus adéquat pour la valorisation de ce site ?

Matériels et méthodes :

Cette recherche se base sur le concept du design d'expérience pour la mise en valeur du site archéologique de Sbeitla. L'application de cet outil va être appuyée par un parcours analytique basé sur les méthodes d'observation et d'enquête.

1- Design d'expérience : Outil de mise en valeur

Le design d'expérience est une discipline liée à la société. Il s'agit d'une approche de conception basée sur des résultats humains. Le design d'expérience est une approche et une rationalité par laquelle on peut clarifier et définir les besoins et les désirs des individus. En effet, le design d'expérience est comme l'Art, engage à la fois la main, le corps et l'esprit. Il met en œuvre des procédés cognitifs comme l'observation, l'hypothèse et l'induction, mais surtout le geste, le corps et sa chorégraphie... On passe de l'enjeu tangible de la maîtrise de la matière et de la forme, le produit, à un enjeu de maîtrise des processus cognitifs, sensoriels et virtuels embrassant la modélisation de l'ensemble de la proposition de valeur incarnée par l'expérience (Hatchuel, 2018).

Comme tous les autres domaines, ce type de design dépend d'un langage et d'un vocabulaire bien précis et des principes clés qui permettent de mieux le comprendre. Parmi ces principes clés on trouve :

- Le scénario d'expérience, dédié à créer l'expression d'une future expérience;
- L'expérenceur, quelqu'un qui se transfère dans un espace-temps pour vivre dans un scénario ou une expérience qu'il a envie de vivre ;
- Le designer d'expérience, quelqu'un qui crée des scénarios et des dispositifs d'expériences;
- L'approche temporelle, c'est l'avant, le pendant et l'après d'une expérience (Hatchuel, 2018).

En effet, pour que cette expérience soit valorisée, Minvielle Nicolas et Minvielle Jean-Paul la décomposent en quatre dimensions (la dimension sensorielle, la dimension émotionnelle, la dimension narrative et la dimension tribale) qui facilitent la compréhension et la saisie d'une expérience extraordinaire.

2- Parcours analytique

Pour appliquer les dimensions de l'expérience dans le site archéologique de Sbeitla, le designer d'expérience doit clarifier et définir les besoins et les désirs des individus. Nous avons proposé, par suite, d'élaborer une visite du site pour identifier ses potentialités et ses lacunes. En effet cette étape s'intéresse à analyser le site archéologique de Sbeitla à travers une visite du groupe de 100 personnes, organisée par le club universitaire « design your future ». Cette analyse a été basée sur l'observation et l'enquête :

2.1- Observations :

Lors de cette visite, nous avons pu identifier certaines observations qui ont intéressées, essentiellement, l'accessibilité, le confort et l'attractivité du site.

En premier lieu, nous avons constaté que le site archéologique de Sbeitla est facilement accessible grâce à la présence de voies routières et piétonnières qui y mènent. Par contre, la lecture des panneaux d'informations n'était pas attirante pour la plupart des visiteurs vu que l'écriture n'est pas assez lisible.

En deuxième lieu, nous avons constaté que, malgré sa richesse patrimoniale, ce site de 20 hectares est dépourvu d'espaces de repos, et il souffre, également, du manque de contrôle, de sécurité et de maintenance qui ont engendré une certaine dégradation du site.

Finalement, nous avons noté que ce site accueille un nombre très réduit de visiteurs. Peu de ces visiteurs mémorisent leurs visites par l'intermédiaire d'appareils numériques ou autres.

Afin d'avoir plus d'opinions et d'avis sur le site, un parcours d'enquête visant les visiteurs doit être, évidemment, élaboré.

2.2- Enquête :

L'enquête sur terrain est « un moment clé du travail de recherche, un moment de collecte de l'information, de constitution de la source et, en même temps et - indissociablement -, un moment d'analyse (Steck, 2012). Le but général de l'enquête est de réagir avec les gens et noter leurs jugements, leurs avis et leurs attentes envers l'espace.

Le premier objectif de la présente enquête, sous forme de questionnaire, est l'évaluation de taux de satisfaction qu'il établit une visite au site archéologique de Sbeitla. L'élaboration de cette enquête est primordiale pour savoir les dimensions de l'expérience qu'offre ce site au visiteur.

Le questionnaire a été élaboré, à la fin de la visite du site, par un contact direct avec les visiteurs. L'enquête a été menée à travers un questionnaire qui présente 11 questions (disponible à l'annexe).

Les objectifs du questionnaire s'agissent à:

- Évaluer le taux de satisfaction des visiteurs envers la visite;
- Connaître les attentes des visiteurs.

Nous avons réalisé cette enquête sur un échantillon de 100 individus, avec des différents profils présentés dans le tableau suivant :

PROFIL	STATUT	%
LE NIVEAU D'ETUDE	Supérieur	71
	Secondaire	20
	Primaire	9
LA CATEGORIE PROFESSIONNELLE	Cadre	5
	Employé(e)	23
	Etudiant(e)	60
	Enseignant(e)	10
	Retraité(e)	2
LA SITUATION DE FAMILLE	Célibataire	67
	Marié(e)	27
	Divorcé(e)	4
L'AGE	15 à 20 ans	20
	20 à 30 ans	40
	30 à 50 ans	35
	Plus de 50 ans	5

Tableau 1: PROFILS DES VISITEURS

Le questionnaire a initié par une demande sur la connaissance préalable du site, cette enquête souligne que 86% des visiteurs le connaissent déjà, que ce soit à travers l'environnement éducatif et culturel (56%), les réseaux sociaux (18%), la famille et l'entourage (11%), ou bien vu que ce site existe dans leur proximité (11%).

Pour recenser les avis des visiteurs à propos de cette visite, l'enquête présente des questions qui visent l'émotion des visiteurs, le côté d'apprentissage, le développement d'imagination.

En ce qui concerne la dimension émotionnelle, on trouve que :

- 24% des visiteurs enquêtés jugent qu'il y a une frustration par le manque d'information;
- 22% des enquêtés avaient senti un contact avec le passé;
- 17% des enquêtés déclarent qu'ils sont touchés par la beauté du lieu;
- 10% des enquêtés ont ressenti le plaisir de regarder, la nostalgie et la surprise;
- Enfin, 7% des enquêtés n'ont rien ressenti.

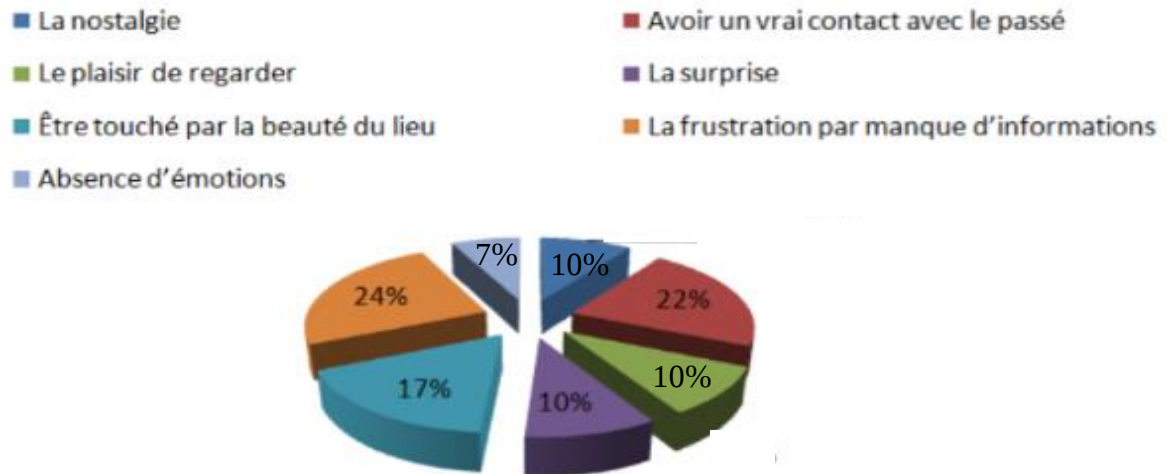


Fig8. TYPE DE SENSATION ET D'EMOTION RESSENTIE AU COURS DE LA VISITE

Concernant, le niveau d'apprentissage :

- 74% des visiteurs enquêtés déclarent qu'ils ont découvert pour la première fois Sufaitla;
- 14% des enquêtés annoncent qu'ils ont eu une belle idée sur l'histoire des romains;
- 12% des enquêtés disent qu'ils ont découvert le mode de vie des civilisations anciennes;
- Et enfin, 26% des enquêtés témoignent que l'espace évoque leur imagination.

A propos de la nature de visite, d'après l'enquête des visiteurs: on trouve 30% préfèrent une visite en petit groupe. 23 % sont pour des visites individuelles accompagnées d'un guide, 20% aiment une visite publique, 17% choisissent d'être en famille, et en fin 10% optent d'être seuls (Fig. 9).

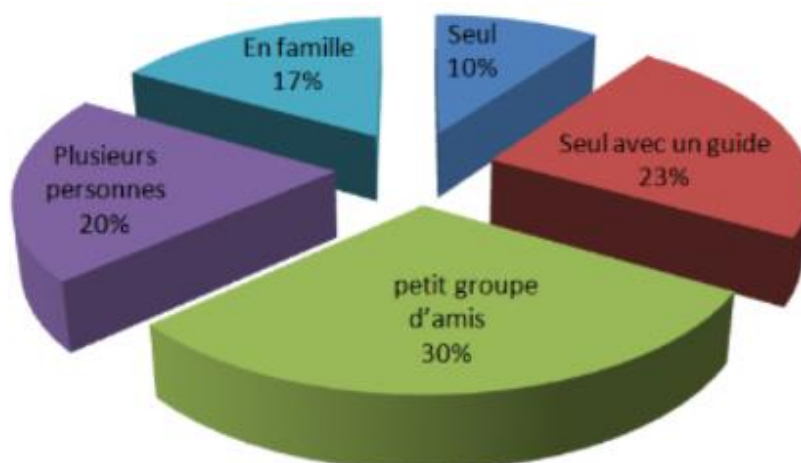


Fig9 . PENSEZ-VOUS QUE CE SITE ARCHEOLOGIQUE SE VISITE MIEUX SEUL OU EN GROUPE ?

A la fin de cette enquête, Les visiteurs ont été interrogés sur le fait de refaire cette expérience ou non. Malheureusement, les résultats ont indiqué que 71% des enquêtés ne souhaitent pas refaire la visite, tandis que seulement 29% souhaitent revisiter ce site encore une fois.

Résultats et discussions :

D'après l'analyse du site archéologique de Sbeitla à travers l'observation et l'enquête, on déduit que le site offre une dimension tribale qui se manifeste par l'engagement des visiteurs dans les mêmes activités, le même environnement et la même condition. Ceci les oblige à s'engager dans des relations sociales relatives à cette pratique. Aussi bien, le site offre une expérience sensorielle qui se manifeste tout d'abord dans la présence d'un paysage culturel par excellence et aussi dans le contact physique avec le patrimoine matériel. Ceci a abouti à une relation directe entre le visiteur et le site, ce qui a permis de générer des nouvelles sensations affectives.

En plus, la localisation et l'implantation du site sont stratégiques, puisqu'il se trouve au cœur de la ville, et il est accessible, mais en contrepartie, les visiteurs trouvent que les informations signalétiques sur les composantes du site sont insuffisantes.

L'analyse du site a signalé que malgré sa richesse culturelle, le site n'offre pas tous les besoins principaux d'une expérience de visite tel que la dimension émotionnelle et la dimension narrative.

Pour cette raison et comme proposition, il serait intéressant d'intégrer la nouvelle technologie afin, d'une part, protéger les monuments des actions nuisibles des visiteurs et, d'autre part, créer à l'aide du design d'expérience une expérience unique et particulière pour les visiteurs.

En effet, la nouvelle technologie est un enjeu majeur de notre siècle dans différents domaines: informatique, sécurité, confort, loisirs, etc., et aussi culture et patrimoine. Il faut par suite distinguer les outils technologiques enrichissant l'expérience de visite qui cherche à attirer, en particulier, les jeunes qui passent plus de temps devant leurs écrans de téléphone ou PC. Parmi ces outils, on a proposé la RA (Réalité Augmentée) qui est déjà connu dans le monde du cinéma et du jeu vidéo. Cette technologie immerse le visiteur dans une expérience unique et, en même temps, elle complète les dimensions manquantes (dimension narrative et émotionnelle) de l'expérience de visite dans notre site.

Initialement la réalité augmentée (RA) dérive de la notion de réalité virtuelle. Elle représente, le domaine des applications qui combinent le réel et le virtuel, en temps réel, et donnent l'apparence que les objets virtuels et réels cohabitent dans le même monde tridimensionnel (Azuma,1997) . Techniquement, la réalité augmentée ne signifie pas la réalité qui est augmentée, mais elle signifie la perception de visiteur. En effet, La RA inclut toutes les réactions entre une situation réelle et des éléments virtuels tels que la 3D, les images 2D ou la géolocalisation. Cette interaction se fait à l'aide d'un "device" qui est un appareil de type smartphone, tablette ou ordinateur permettant de positionner et de suivre les éléments numériques en temps réel.

En effet, la réalité augmentée se compose de plusieurs éléments :

- Un device du type Smartphone, tablette ou ordinateur équipé a minima d'une webcam ou capteur caméra, ainsi que d'une application. Le but sera de mixer virtuel et réel en superposant l'image captée par l'objectif et un contenu généré;
- Un marqueur ou déclencheur, un symbole, une image, voire même un logo si le niveau de contraste est suffisant;
- Le contenu généré par l'application: 2D, 3D, vidéo, jeu, etc (Bastien,2020).

Notre proposition c'est d'avoir une application innovante qui permet de pointer l'appareil photo du Smartphone vers un monument historique afin d'afficher à l'écran une description précise de l'édifice grâce à la reconnaissance d'image. Cette description va être accompagnée de l'aperçu d'un personnage qui raconte l'histoire du monument par utilisation de la méthode



Fig10. PROPOSITION

de storytelling. Une superposition des images d'archive et des reconstitutions historiques à la réalité vont être aussi bien assurées par cette technique de RA afin de visualiser à quoi ressemblait le site archéologique de Sbeitla dans les différentes époques du passé.

Le défi que propose cette application innovante est d'abord d'intégrer le visiteur dans une atmosphère particulière et confortable, formulant ses propres envies d'une manière inhabituelle. En outre, cette application démarre par un processus de choix d'options afin d'avoir l'information en suivant l'humeur du visiteur par rapport à un monument. Parmi les options qui sont proposées :

- Afficher les informations du monument sur l'écran;
- Activer de la musique au thème;
- Faire appel à un personnage de cette époque au choix (sexe, langue), pour narrer les événements et les informations sur le monument choisi;
- Ecouter l'histoire du site et du monument;
- Afficher des images qui représentent l'état initial et l'état successive du monument;
- Afficher une scène d'animation 3D qui montre l'état accompli du monument à ses différentes époques;

- Enregistrement du parcours de la visite et la diffusion du feedback du visiteur.

Aussi bien, l'expérience peut être accompagnée par des défis qui sont aperçus sur le Smartphone au cours de la visite. Ces défis se présentent, par exemple, sous forme de jeu de combat où le visiteur est un personnage actif dans la scène.

Dans chaque espace visité, l'application propose des activités physiques partagées qui permettent aux visiteurs d'acquérir des savoir-faire et des savoir-vivre spécifiques à ces espaces, comme par exemple la pratique des langues anciennes. L'utilisation de cette approche interactive plonge les visiteurs dans une expérience ludique et éducative. C'est une opportunité de médiation culturelle offrant une expérience partagée entre les visiteurs.

Cette nouvelle proposition de visite a pour objectif de permettre aux visiteurs de vivre une expérience spécifique avec un lot d'émotions.

Conclusion :

Pour conclure, cette recherche met en lumière la valorisation du site archéologique de Sbeïtla à l'aide de l'outil de design d'expérience. L'objectif de cette recherche est de reconstruire une expérience spécifique au visiteur. Pour atteindre cet objectif, nous avons, tous d'abord, décrit notre espace teste qui est le site archéologique de Sbeïtla. Ensuite, ce travail présente le design d'expérience et propose une observation suivie d'une enquête pour évaluer l'expérience de visite d'un groupe de visiteurs et le niveau de leur satisfaction.

Ensuite, on a proposé l'intégration de la nouvelle technologie au sein de site. Cette proposition, sous forme d'une application innovante, est basée sur la réalité augmentée dont le but est d'améliorer l'expérience vécue au cours de la visite et, en même temps, de valoriser et conserver ce patrimoine culturel sensible et fragile.

L'intégration de la technologie et en particulier de la RA dans des visites patrimoniales représente un moyen pertinent pour garder une trace et diffuser des feedbacks positifs sur une expérience spécifique.

Finalement, vu que la technologie est toujours en état de développement et en évolution continue, elle reste toujours capable de répondre aux besoins changeants des visiteurs.

Références :

Livres :

Giordano, E. & Crozat, D. (2017), Expérience visuelle et performance de la mise en lumière du patrimoine: aller au-delà de la séduction. Annales de géographie, 714, 195-215;

HATCHUEL. G (2018), Le design d'expérience : scénariser pour innover. FYP Éditions. Paris;

Steck, J. (2012), Être sur le terrain, faire du terrain. Hypothèses, 15, 75-84;

SHEDROFF. N (2001), Experience design 1. New Riders Publishing. 304 p.

Documents officiels :

DABBAGHI. A (2020), Sufetula: Site Romain à Sbeitla, Sites et Monuments, L'institut National du Patrimoine (INP), Tunis;

Institut National du patrimoine (1992), Fouilles, Monuments et collections archéologiques en Tunisie, Ministère de la culture, Tunis.

Thèses :

LAGO. N (2014), Développement d'une démarche d'urbanisme expérientiel : Aide à la conception d'espaces publics plus attractifs par l'amplification de leurs dimensions sensibles. Thèse de Doctorat en Architecture, aménagement de l'espace, Université de Mons, Français;

OURNAC. P (2011), Archéologie et inventaire du patrimoine national : recherches sur les systèmes d'inventaire en Europe et Méditerranée occidentale (France, Espagne, Grande-Bretagne, Tunisie) : comparaisons et perspectives ; Archéologie et Préhistoire. Université Toulouse le Mirail - Toulouse;

Articles :

ANAY. H , OZTENB. U, OZTEN ANAY. M. (2018) : "Towards a Common Framework to Operate with: Mediating Experience Design and Architecture. ". International Journal of Applied Arts Studies, p.9;

CHAKOR. A (2009) : "Le marketing expérientiel, une nouvelle démarche pour une valorisation de l'expérience de consommation : cas du centre commercial Mega Mall ". REMAREM : Moroccan Journal of Management and Marketing Research;

PASCAL. M (2016) : "Retour d'expérience sur des cas d'acquisition 3D et leurs usages en archéologie". Les nouvelles de l'archéologie, p.11-16.;

RAYMOND. M (2005) : " Expositions, parcs, sites : des lieux d'expériences patrimoniales ". sem-link Culture & Musées, pp. 111-133;

REBECCA. A (2020) : " Qui est le public du Musée des arts et métiers ? Une analyse de la visite muséale comme bien d'expérience ". Économie et Société, Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne et HT2S, Cnam1, pp. 143-161 ;

AZUMA (R. T.) (1997): " A survey of augmented reality". Teleoperators and Virtual Environments, pp. 355-385.

Annexe (Enquête)

Profil

Quelle est votre activité :

- ☐ Employé
- ☐ Ouvrier
- ☐ Cadre
- ☐ Profession libérale
- ☐ Employeur
- ☐ Demandeur d'emploi
- ☐ Femme/homme au foyer
- ☐ Étudiant
- ☐ Élevé
- ☐ Retraité
- ☐ Autre

Dans quelles tranches d'âge vous situez-vous ?

- ☐ 15 ans-20 ans
- ☐ 20-30 ans
- ☐ 30-50 ans
- ☐ >50 ans

Quel est le niveau d'enseignement le plus élevé que vous avez terminé avec succès

- ☐ Enseignement primaire
- ☐ Enseignement secondaire inférieur
- ☐ Enseignement secondaire supérieur
- ☐ Université

Questionnaire

Connaissez-vous le site archéologique de sbeitla préalablement

- ☐ OUI
- ☐ Non

Si oui, qui vous en a parlé

.....

Quel type de sensation ou d'émotion vous avez ressentie au cours de votre visite ?

- ☐ La nostalgie
- ☐ Avoir un vrai contact avec le passé
- ☐ Le plaisir de regarder
- ☐ La surprise
- ☐ Être touché par la beauté du lieu
- ☐ La frustration par manque d'informations
- ☐ Absence d'émotions
- ☐

Qu'est ce que vous avez appris de votre visite

- ☐ L'histoire des romains
- ☐ La découverte de sufaitla
- ☐ Le mode de vie des gens autrefois

Est-ce que ce site évoque votre imagination

- ☐ OUI
- ☐ Non

Si oui, Qu'est-ce que vous avez imaginé

- ☐ L'évolution du temps
- ☐ La vie à sufaitla

- L'organisation des gens pour faire cette architecture
- Le mode de vie des gens : les cérémonies, les habits

Pensez-vous que ce site archéologique se visite mieux seul ou en groupe

- Seul
- Seul avec un guide
- Un petit groupe d'amis
- Plusieurs personnes
- En famille

Qu'est-ce que ça vous signifie cette expérience de visite

.....

Pouvez-vous revisité ce site encore une fois

- OUI
- Non