

Fabrique collective Tourisme de mémoire

Schéma Régional de Développement Touristique du Grand Est 2017

17 mai 2017

© Agence d'attractivité d'Alsace
© Observatoire Régional du Tourisme de Champagne et d'Ardenne
© Observatoire Lorrain du Tourisme

- Définition du tourisme de mémoire
- Quelle offre en France ?
- Quelle typologie et quelle offre dans le Grand Est ?
- Quelle fréquentation des sites de mémoire dans le Grand Est ?
- Quelles clientèles en France ?
- Quelles retombées économiques en France ?
- Quels enjeux pour le tourisme de mémoire dans le Grand Est ?

Comment définir le tourisme de mémoire ?

Le tourisme de mémoire est une « démarche incitant le public à explorer les éléments du patrimoine mis en valeur pour y puiser l'enrichissement civique et culturel que procure la référence au passé »

Source : « Les chemins de mémoire, une initiative de l'Etat » de François Cavaignac et Hervé Deperne – Cahier Espace 80

3 objectifs :

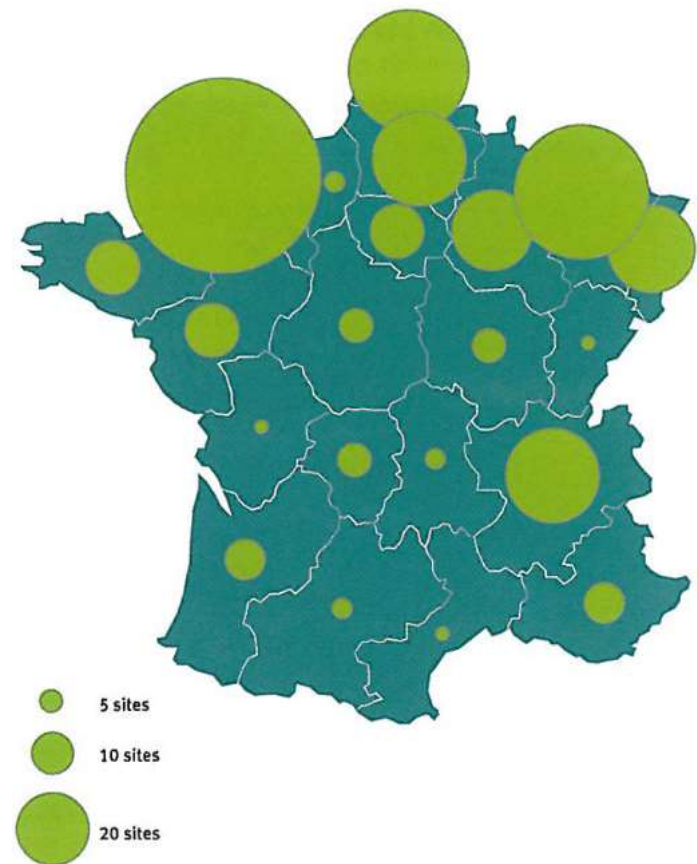
- Témoigner des événements passés et en préserver les traces
- Mettre en perspective ces événements : les inscrire dans une démarche plus large pour permettre une compréhension globale des faits
- Contribuer à la réflexion des générations futures autour d'outils adaptés, accessibles et pédagogiques

Source : Etude « Mesure et analyse des retombées économiques du tourisme de mémoire dans le contexte du Centenaires » - Traces TPI

Quelle offre en France ?

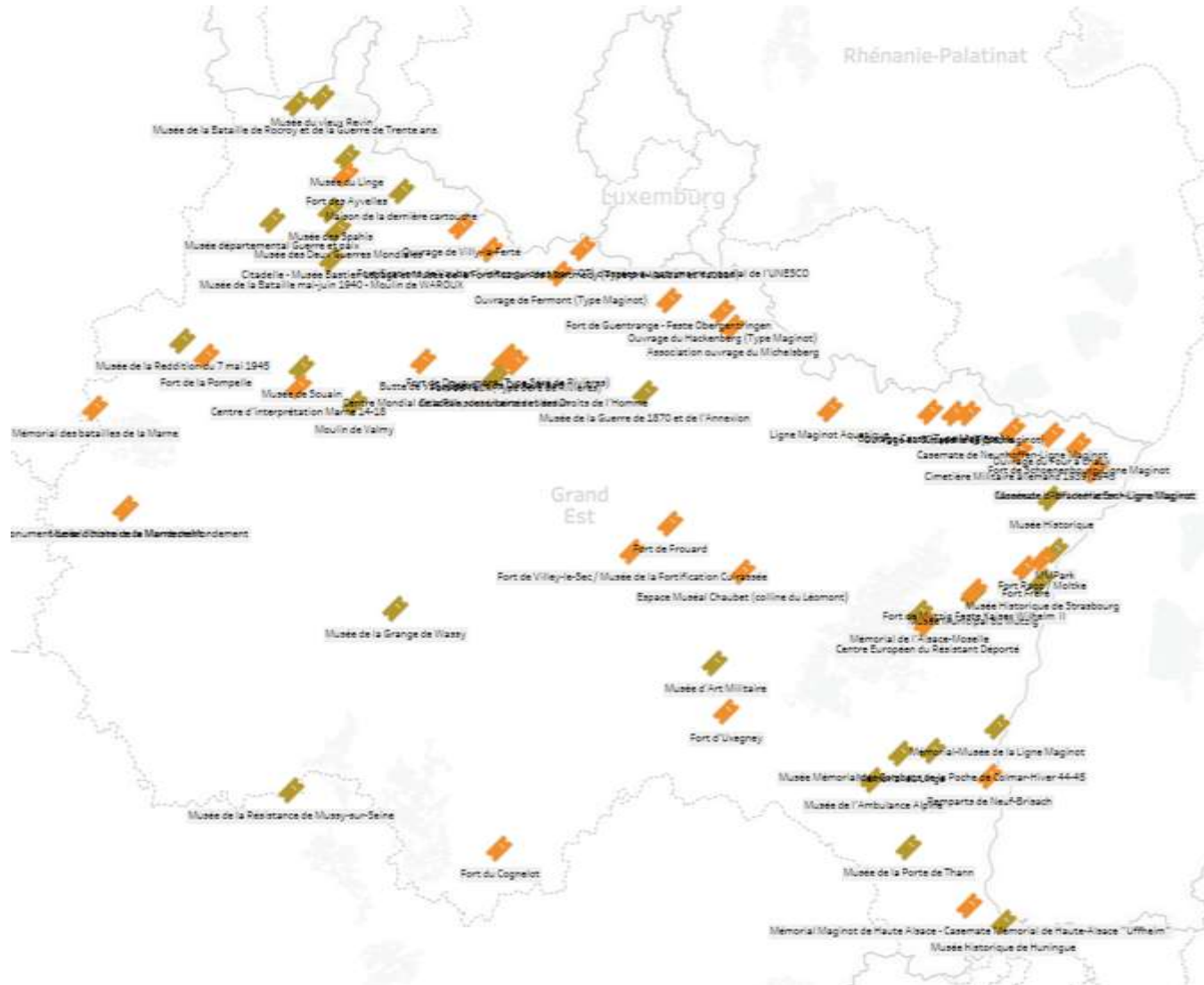
- Une géographie de l'offre correspondant à celle des faits historiques
- D'où une offre marquée dans le Nord de la France, dont la région Grand Est

RÉPARTITION DES SITES DE MÉMOIRE
PAR RÉGION



Source : Etude TRACE TPI pour Atour France et DMPA DGCIS 2012

Quelle offre dans le Grand Est?



Quelle typologie de l'offre dans le Grand Est ?

Une offre multiple liée :

- Aux fortifications Vauban
- Aux fortifications Séré de Rivières et à la guerre franco-prussienne 1870/1871
- A la Première Guerre mondiale
- A la Seconde Guerre mondiale, avec la Ligne Maginot

Une spécificité par destination touristique :

- En Alsace, l'offre est liée au trois conflits : guerre de 1870 et deux conflits mondiaux
- En Champagne-Ardenne, l'offre est liée au trois conflits.
Présence d'une multitude de sites gratuits (nombreux cimetières,...)
- En Lorraine, l'offre est liée au trois conflits.
La Lorraine enregistre les chiffres de fréquentation les plus importants du Grand Est, dopée par la Meuse, terre de mémoire par essence.
Une identité forte liée au tourisme de mémoire dans ce département et des produits en témoignant :
→ spectacle son et lumières « Des Flammes à la Lumière » (31 500 spectateurs en 2016)

Quelle offre dans le Grand Est?

	Nombre de sites de mémoire
Alsace	37
Champagne-Ardenne	89
Lorraine	80
Grand Est	206

Note méthode :

Ces chiffres présentent l'offre en sites payants et gratuits de chaque destination.
Cette offre n'est pas exhaustive et est donnée à titre indicatif.

Sites mémoire emblématiques dans le Grand Est

	Sites de défense et lieux de mémoire	Musées de mémoire et centres d'interprétation
Alsace	<ul style="list-style-type: none"> . Fort de Mutzig Feste Kaiser Wilhelm II à Dinsheim-sur-Bruche . Remparts de Neuf-Brisach . Fort de Schoenenbourg - Ligne Maginot à Hunsbach . Ouvrage du Four à Chaux à Lembach . Centre européen du Résistant Déporté à Natzwiller . Cimetière militaire allemand 1939/1945 à Niederbronn-les-Bains . Monument national du Hartmannswillerkopf 	<ul style="list-style-type: none"> . Mémorial de l'Alsace-Moselle à Schirmeck . Mémorial du Linge à Orbey . Musée mémorial des combats de la Poche de Colmar - Hiver 1944-45
Champagne-Ardenne	<ul style="list-style-type: none"> . Salle de la Reddition du 7 mai 1945 à Reims . Château fort de Sedan . Mémorial des Batailles de la Marne à Dormans . Tranchée de la main de Massiges . Camp de la vallée Moreau 	<ul style="list-style-type: none"> . Centre d'interprétation de la Marne 14-18 à Suippes . Mémorial Charles de Gaulle à Colombey-les-Deux-Eglises . Musée fort de la Pompelle à Reims
Lorraine	<ul style="list-style-type: none"> . Citadelles de Bitche, de Montmédy . Citadelle souterraine de Verdun . Fortifications Vauban à Longwy . Forts de Douaumont, de Vaux . Butte de Monsec . Ouvrage Casso à Rohrbach-les-Bitche . Ouvrage du Simserhof à Siersthal . Ouvrage du Hackenberg à Veckring . Butte de Vauquois . Ossuaire de Douaumont . Mémorial américain de la Butte de Montsec 	<ul style="list-style-type: none"> . Musée de la Guerre de 1870 et de l'Annexion à Gravelotte . Mémorial de Verdun . Centre Mondial de la Paix à Verdun

Liste non exhaustive, donnée à titre indicatif

Quelle fréquentation des sites de mémoire dans le Grand Est ?

2 millions d'entrées totales pour les sites de mémoire du Grand Est en 2016

	Nombre de sites ayant répondu à nos enquêtes	Nombre d'entrées totales
Alsace	23	522 549
Champagne-Ardenne	10	221 722
Lorraine	17	1 297 172
Grand Est	50	2 041 443

A noter : pour la destination Lorraine, les sites meusiens ont enregistré 1 million d'entrées en 2016

Note méthode :

Les chiffres présentés concernent les sites payants ayant répondu aux enquêtes de fréquentation des observatoires

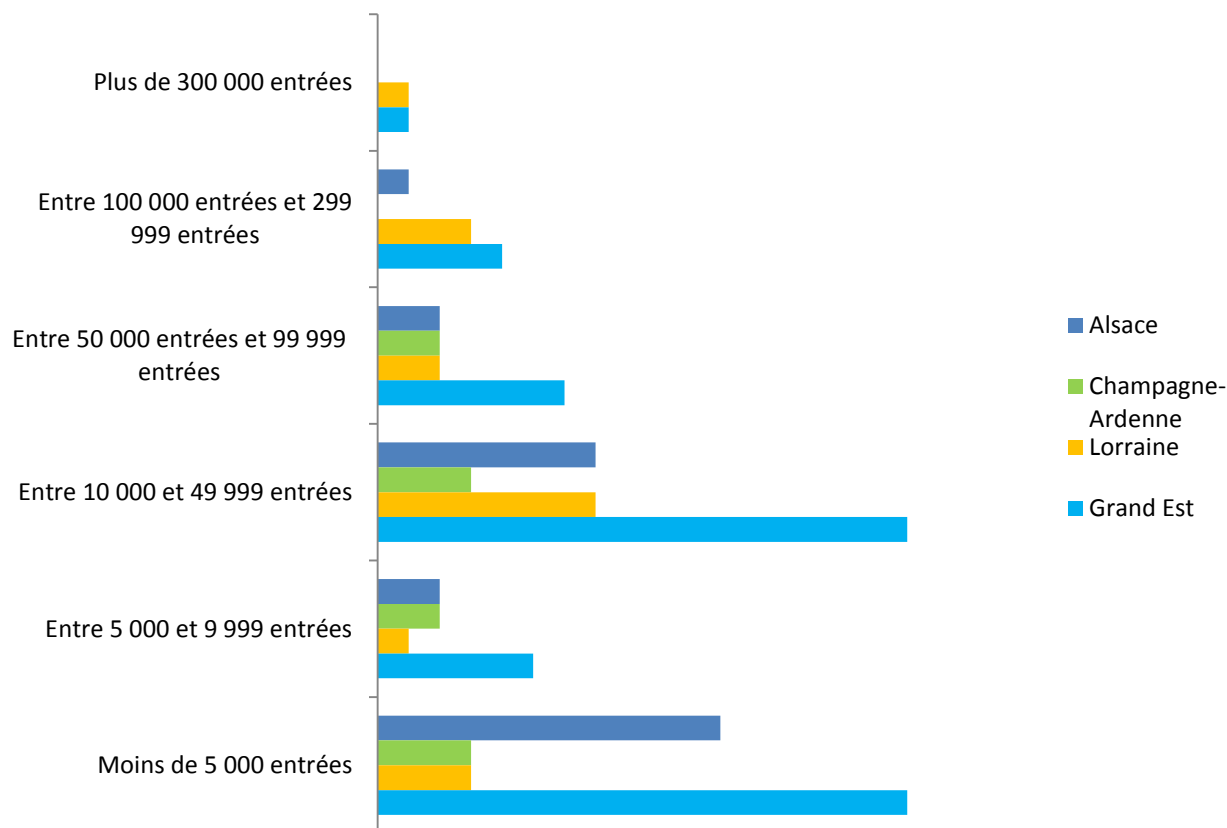
Quelle fréquentation des sites de mémoire dans le Grand Est ?

La fréquentation par catégorie de sites

	Nombre de sites ayant répondu à nos enquêtes	Sites de mémoire et lieux de défense
Alsace	11	295 955
Champagne-Ardenne	7	143 927
Lorraine	14	1 086 684
Grand Est	32	1 526 566

	Nombre de sites ayant répondu à nos enquêtes	Musées de mémoire et centres d'interprétation
Alsace	12	226 594
Champagne-Ardenne	3	77 795
Lorraine	3	210 488
Grand Est	18	514 877

Quelle fréquentation des sites de mémoire dans le Grand Est ?



La majorité des sites de mémoire enquêtés enregistrent des fréquentations inférieures à 50 000 entrées.

Quelles clientèles en France ?

Origine et motivation de visite des clientèles

Département de visite	Clientèle internationale	Le tourisme de mémoire est une motivation de visite
Haut Rhin	36%	32%
Ardennes	12%	29%
Marne	22%	51%
Moselle	26%	61%
Meuse	49%	80%
Nord	31%	64%
Pas-de-Calais	33%	55%

Source : « Mesure et analyse des retombées économiques du tourisme de mémoire dans le contexte du Centenaire »,
 Traces TPI, édition 2015

Quelles clientèles en France?



Quelles retombées économiques du tourisme de mémoire en France?

Département de visite	Retombés économiques
Haut-Rhin	1,4 millions d'€
Ardennes	464 000 €
Marne	747 000€
Moselle	445 000 €
Meuse	3,3 millions d'€
Nord	726 000€
Pas-de-Calais	2,85 millions d'€

Les résultats obtenus sont issus d'une enquête réalisée de septembre à décembre 2014 auprès de visiteurs mémoriels, sur une sélection de sites.

Source : « Mesure et analyse des retombées économiques du tourisme de mémoire dans le contexte du Centenaire »,
Traces TPI, édition 2015

Quels enjeux pour le tourisme de mémoire dans le Grand Est ?

- Conforter la place dominante du Grand Est sur cette thématique
- Profiter de « l'Effet Centenaire » sur le long terme et se mobiliser pour « l'après 2018 »
- Attirer les clientèles internationales, notamment américaines
- Comment passer d'un marketing de tourisme de mémoire à un marketing de tourisme de découverte historique
- Comment innover dans l'approche et la pratique du tourisme de mémoire
- Comment rattacher à la construction de l'Europe

A noter :

un travail sur les investissements réalisés pour cette filière est en cours et nous permettra de mesurer l'impact des commémorations en termes d'investissements

Le tourisme de mémoire : Co-construire les propositions sur le SRDT Grand Est

- Tour de table pour :
 - Formuler vos attentes vis-à-vis du Schéma Grand Est
 - Formuler des propositions, des priorités
 - Définir les Actions (court terme) / proposer des Chantiers (collectif, moyen terme)
- Deux axes principaux de réflexion :

AMELIORER L'OFFRE

- Améliorer l'accueil (langue, équipement, charte, outils ...)
- S'adapter aux attentes et aux comportements des visiteurs
- Création de produits touristiques
- Moderniser les visites (outils, réalité virtuelle, augmentée ...)
- Adapter l'offre aux clientèles jeunes

LA MISE EN TOURISME

- Communication & distribution digitales
- Intégrer l'offre mémoire dans une offre élargie
- Mise en marché auprès des clientèles internationales et lointaines
- Marketing ciblé jeune
- Fidéliser les clientèles, les rendre prescriptrices