

Tourisme de mémoire 14-18 : construire l'après-Centenaire

ARTICLE

Répartis le long des 750 km de front, de la Mer du Nord à la frontière suisse, les nombreux sites et mémoriaux de 14-18 constituent, à eux seuls, une destination touristique à part entière.

Entre 2014 et 2018, années de commémoration du Centenaire de la Grand Guerre, ces sites ont connu une augmentation significative de leur fréquentation, corollaire d'importants efforts en termes d'aménagement, de médiation et de communication. Pour les acteurs de la filière, tout l'enjeu consiste aujourd'hui à maintenir l'important engouement constaté depuis 2014…

Avec leur nouvelle étude, Le tourisme de mémoire 14-18 sur le Front Ouest, Atout France, la Mission du Centenaire 14-18 et leurs partenaires ont souhaité évaluer les retombées économiques de ce tourisme spécifique sur le territoire du Front Ouest et émettre des recommandations pour capitaliser sur l'engouement généré par les commémorations du Centenaire du premier conflit mondial.

- **QUELQUES CHIFFRES**

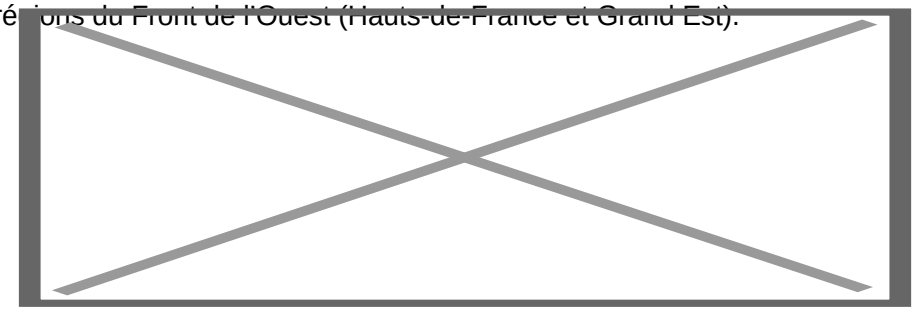
153 sites de tourisme de mémoire 14-18, champs de batailles, musées, fortifications, monuments ou nécropoles, ont été identifiés (sur plus de 1000 référencés) par les partenaires de l'étude comme étant des sites de mémoire importants de la Première Guerre mondiale, que ce soit en matière de notoriété ou de fréquentation.

En 2018, dernière année du cycle commémoratif du Centenaire de la Grand Guerre, ces sites ont enregistré, **3,9 millions de visites**, réalisées à 63% par des touristes individuels, à 21% par des publics scolaires et à 16% par des groupes.

Celles-ci ont été effectuées par **1,5 million de visiteurs** qui ont dépensé près de 270 millions d'euros.

Les sites ont principalement attiré les habitants de la région même (près de 40 %), des Français venus d'autres régions (25%) mais également plus d'un tiers de clientèles internationales (36 %), Britanniques (13,5%), Belges (8%) et Allemands (4%) notamment.

Les retombées économiques liées au visitorat extra-régional sont ainsi estimées à 87,7 millions d'euros pour les 2 régions du Front de l'Ouest (Hauts-de-France et Grand Est).



- **L'EFFET CENTENAIRE**

Cette année 2018, tout comme les années 2014/15/16/17, a bénéficié de l'engouement généré par le cycle de commémoration du Centenaire, fortement médiatisé, et amplifié par la mobilisation des acteurs du secteur pour créer ou rénover des sites et les animer. Dans la perspective de cet événement, plus de **150 millions d'euros ont en effet été investis sur la période 2013-2018** par les États concernés et les collectivités pour permettre **33 ouvertures ou réouvertures de sites**.
La hausse de fréquentation annuelle moyenne est estimée à **+38% durant la période 2014-2018** par rapport aux années précédentes. Ainsi, les sites mémoriels de la Grande Guerre ont accueilli 930 000 visites supplémentaires par an durant la période des commémorations du Centenaire (plus de 500 000 dans les Hauts-de-France et plus de 400 000 dans le Grand Est).
Le chiffre d'affaires des sites a ainsi connu une augmentation de +54% entre 2013 et 2014, pour chuter de 40% en 2015, puis connaître un rebond de 9% en 2016 et un nouveau fléchissement (-15%) en 2017.

L'enjeu pour les sites mémoriels est donc aujourd'hui de maintenir l'engouement constaté depuis 2014.

- **PERSPECTIVES DE DEVELOPPEMENT DE LA FILIERE**

Afin de capitaliser sur les efforts produits à l'occasion du Centenaire et maintenir l'intérêt des visiteurs, les partenaires de l'étude suggèrent plusieurs préconisations aux opérateurs, gestionnaires de sites et acteurs de la filière.
Celles-ci passent notamment par une sensibilisation des jeunes et générations futures, la nécessité de porter de nouvelles valeurs (de « conflits contemporains » à la notion de « Paix »), des parcours-client personnalisés, l'intégration de leur offre dans des parcours d'itinérance, une présence accrue sur le web ou encore par une plus forte capitalisation sur l'attractivité des sites pour les clientèles internationales…

Le tourisme de mémoire 14-18 sur le Front Ouest
Etude réalisée par Atout France en partenariat avec la Mission du Centenaire 14-18, la DGE (ministère de l'Economie, des Finances et de la Relance), la DPMA (ministère des Armées), les collectivités territoriales du Grand Est et des Hauts-de-France (CRT Hauts-de-France et Grand Est, Observatoires régionaux, Pas-de-Calais Tourisme, Somme Tourisme, Oise Tourisme, Alsace Destination Tourisme, les Conseils départementaux Nord, Pas-de-Calais, Somme et Marne) et la Communauté d'agglomération du pays de Meaux.

Commander l'étude