



Quelques chiffres clés

45 millions d'euros

c'est le chiffre d'affaires global direct généré au sein des sites de la filière Tourisme de mémoire.

En 2010, L'activité de ces sites a mobilisé

au total **3 000 personnes**

dont **1 050** Equivalent Temps Plein.

48%

des postes sont dédiés aux fonctions d'accueil et d'animation.

Enfin, les sites marchands qui représentent **20%** de l'offre totale comptent une fréquentation cumulée

de **6,2 millions de visites.**

LA POLITIQUE DU MINISTÈRE DE LA DÉFENSE
EN MATIÈRE DE TOURISME DE MÉMOIRE
www.defense.gouv.fr/memoire

Secrétariat général pour l'administration

www.defense.gouv.fr/sga



Direction de la mémoire, du patrimoine et des archives

www.sepulturesdeguerre.sga.defense.gouv.fr

www.cheminsdememoire.defense.gouv.fr

www.memoiresdeshommes.sga.defense.gouv.fr

Conception graphique et réalisation : © Pascal ILIC - SGA/Com 2013 - Impression : SGA/SPAC
Crédits photographiques : ECPAD - Musée du génie - Musée de la Légion étrangère



LE POIDS ÉCONOMIQUE
DE LA FILIÈRE DU TOURISME
DE MÉMOIRE EN FRANCE



Le ministère de la Défense

Le ministère de la Défense assure, par le biais de sa direction de la mémoire, du patrimoine et des archives (DMPA), l'entretien, la gestion et la valorisation d'un certain nombre de lieux de mémoire. Aujourd'hui, il a la responsabilité de 189 établissements classés et veille, en partenariat avec le ministère de la Culture et de la Communication et le ministère de l'Artisanat, du Commerce et du Tourisme, à leur bonne intégration dans le tissu touristique et économique local. Enfin, il est un partenaire précieux pour tous ceux qui, sur notre territoire, participent à la construction d'une mémoire commune (collectivités territoriales, musées, représentants des pays étrangers, fondations, associations).

Dans certains départements, le tourisme de mémoire représente une part non négligeable de l'économie touristique du territoire. Source de flux de visiteurs, génératrice de recettes et créatrice d'emplois, cette filière représente un levier économique fort. Convaincus par l'attractivité des lieux de mémoire en matière de tourisme et d'aménagement du territoire, le ministère de la Défense et des Anciens combattants (Direction de la mémoire, du patrimoine et des archives - DMPA) et le ministère de l'Économie, des Finances et de l'Industrie (Direction générale de la compétitivité, de l'industrie et des services - DGClS) ont signé, en novembre 2010, une convention de partenariat.

Première étape d'un partenariat renforcé entre ces deux institutions, cette convention, associant également l'agence de développement touristique de la France ATOUT France, a permis la mise en œuvre d'une étude nationale inédite consacrée au tourisme de mémoire.



Une enquête inédite sur le Tourisme de mémoire

Conduite par l'agence TRACESTPI, la première phase de cette enquête a été entreprise au cours du printemps 2011 auprès des sites mémoriels dont l'entrée est payante ou qui disposent de services annexes marchands (boutique, restauration...). Ainsi 185 sites mémoriels relatifs aux conflits contemporains ont été retenus pour cette enquête.

À noter que moins de 20% des sites de la filière Tourisme de mémoire génèrent des recettes financières directes.

Grâce aux données collectées à partir d'un questionnaire (administré en ligne auprès de 155 sites mémoriels disposant de données de fréquentation) envoyé aux gestionnaires de ces infrastructures, un état des lieux précis de cette filière a pu être établi. 85 établissements ont ainsi pu fournir des éléments exploitables, ce qui représente un taux de retours effectif de près de 55%.

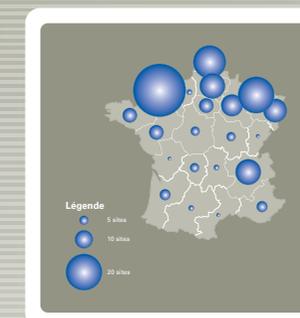
Dans un second temps, une enquête de terrain a été conduite dans six départements retenus pour la diversité de leur offre en matière de tourisme de mémoire : le Var, la Meuse, la Somme, la Haute-Vienne, le Bas-Rhin et le Calvados. Ce second volet a été déployé de juin à septembre. Il comprenait quatre-vingts journées d'enquêtes menées auprès des visiteurs d'un échantillon de sites représentatifs.

Enfin, pour évaluer les autres types d'impacts liés à la visite des sites mémoriels (éducation à la citoyenneté, image, notoriété,...), des tables-rondes réunissant différents acteurs locaux de la filière (gestionnaires de sites, élus, professionnels du tourisme, présidents d'association...) ont été organisées dans les six départements concernés.

La fréquentation des sites mémoriels en France métropolitaine

La mise en tourisme des sites mémoriels relatifs aux conflits contemporains est un phénomène récent. 80% des sites ont ouvert après 1980, dont 25% dans les années 2000.

Ces sites mémoriels se caractérisent par leur hétérogénéité en terme de fréquentation (une échelle de 1 à 10 000 visites), de statut (des sites associatifs à rayonnement local aux PME de notoriété internationale), et de nature d'équipement (des sites témoins mis en tourisme aux équipements spécifiquement créés pour l'accueil des publics).



RÉPARTITION DES SITES MÉMORIELS MARCHANDS SUR LE TERRITOIRE MÉTROPOLITAIN

La fréquentation de sites mémoriels se concentre dans quelques sites majeurs. Ainsi, 17 sites recensent au total près de 4 millions de visites et 65 sites accueillent près de 260 000 visites.



RÉPARTITION DE LA FRÉQUENTATION DES SITES MÉMORIELS MARCHANDS SUR LE TERRITOIRE MÉTROPOLITAIN

Enfin cette étude a révélé plusieurs particularités dans la typologie des visites. Celles-ci sont principalement payantes soit 89% des entrées. Ce qui en 2010 représente plus de 5,5 millions de billets vendus. De plus, 60% des visites sont effectuées par une clientèle individuelle. Concernant la clientèle étrangère, avec 45% des entrées réalisées en 2010, elle représente 2,7 millions de visites. 5 pays sont à l'origine de 70% de cette fréquentation : la Grande-Bretagne, l'Allemagne, la Belgique, les Pays-Bas et les États-Unis.

La clientèle française reste néanmoins majoritaire avec 55% des visites 2010, avec 4 grandes régions concentrant 75% de la fréquentation.