



MESURE ET ANALYSE DES RETOMBÉES ÉCONOMIQUES DU TOURISME DE MÉMOIRE SUR LE DÉPARTEMENT DE LA MEUSE

Sommaire



1. Rappel des données nationales

2. Les résultats pour le département de la Meuse

- Profil des visiteurs
- Retombées économiques



RAPPEL DES DONNEES NATIONALES

Rappel des données nationales



- Des structures **hétérogènes** mais majoritairement confiantes dans leurs perspectives d'évolution.
- Une fréquentation cumulée de **6,2 millions de visites** pour les seuls sites marchands (qui représentent seulement 20% de l'offre).
- Un chiffre d'affaires direct de près de **45 M€** dont **30% réalisé via les boutiques**.
- Un chiffre d'affaires moyen par visite de **5,70 € TTC** (**1,70 € via la boutique**).
- Un volume d'emplois directs représentant **1.050 équivalents temps plein**.



LES RESULTATS POUR LE DÉPARTEMENT DE LA MEUSE

Méthodologie



- **Population enquêtée** : visiteurs individuels des sites mémoriels dont la fréquentation est connue
=> sont exclus les cimetières et les sites où il n'existe pas de comptage
- **Administration** : questionnaire face à face à la sortie de sites
- **Période d'enquête** : de juin à septembre 2011
- **Nombre de journées d'enquête** : 8
- **Echantillon de répondants** :

Ensemble des 6 départements	Meuse
- 1734 répondants	- 177 répondants
- 4444 visiteurs*	- 544 visiteurs*

**nombre de visiteurs composant les entités interrogées*

Origine des visiteurs



Quelle zone d'attractivité de la filière ?

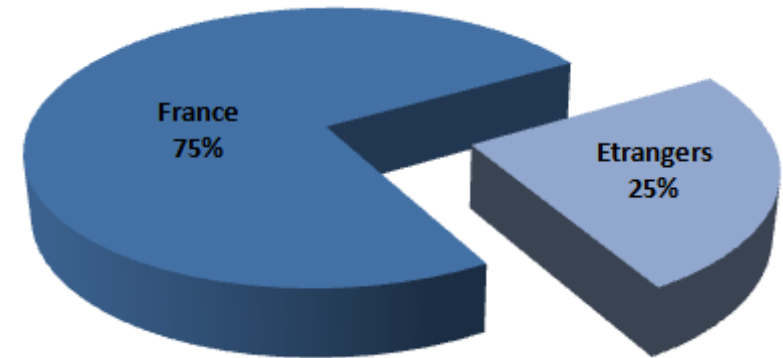
Attractivité internationale



75% de visiteurs français.

Attractivité nationale

D'où sont-ils originaires ?



FRANCE

- Lorraine : 28 %
- Nord Pas-de-Calais : 8 %
- Champagne-Ardenne : 7 %
- Ile-de-France : 7 %

ETRANGER

- Belgique
- Allemagne

Origine des visiteurs



Quelle zone d'attractivité de la filière ?

Flux extérieurs

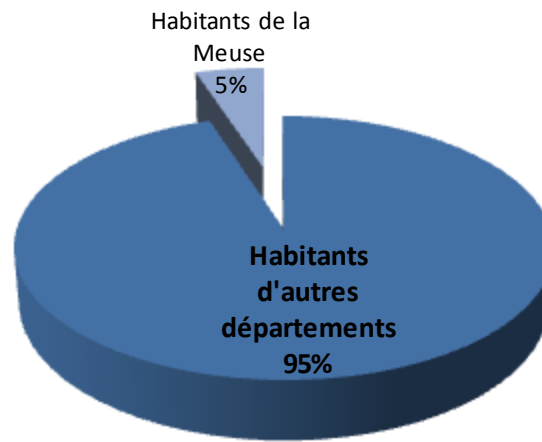


95% de visiteurs qui n'habitent pas dans le département.*

Flux départementaux

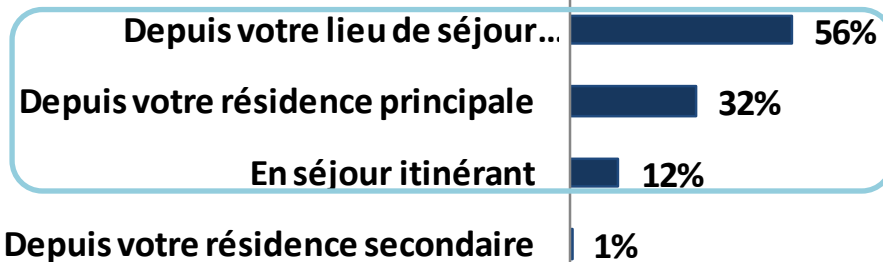
* *sont inclus* : résidents des départements voisins, touristes séjournant dans la Meuse et touristes séjournant dans les départements voisins

Département de résidence des visiteurs ?



- Une fréquentation **locale très faible** (5%)

Ils sont venus sur le site



- Une **majorité de touristes** mais une forte proportion d'excursionnistes également

Spatialisation de la fréquentation



Quelle mobilité des visiteurs ?

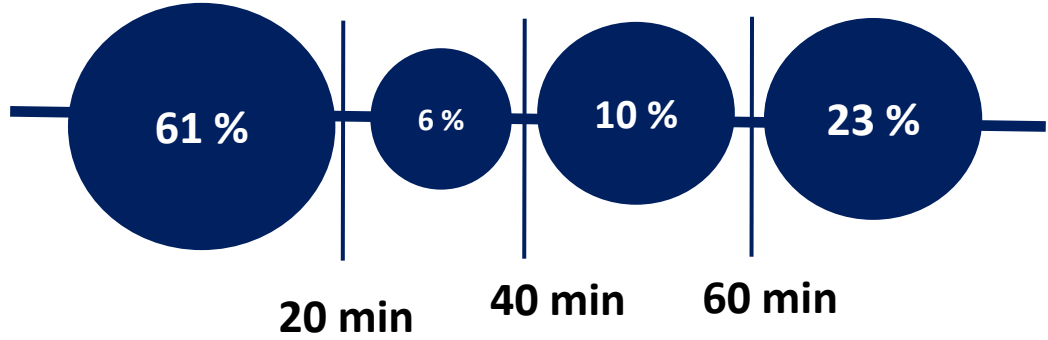
Eloignement du lieu d'hébergement



61% de visiteurs en séjour/excursion à moins de 20 min. des sites mémoriels.

Proximité du lieu d'hébergement

Distance du lieu d'hébergement au lieu de visite



Profil des visiteurs



Une visite en famille?

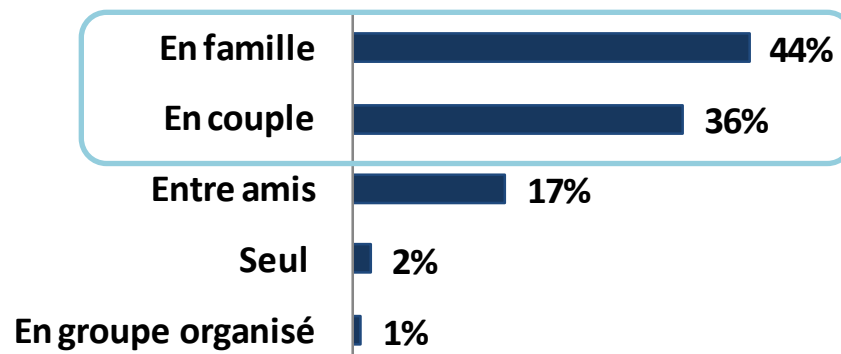
Visite avec enfants



44% des visites effectuées en famille.

21% des visiteurs sont des enfants.

Visite sans enfants



- Une venue **en famille** ou en couple
- A noter : une forte proportion des visites **entre amis**
- Age moyen des enfants : **12 ans**

Profil des visiteurs



Un public d'initiés ?

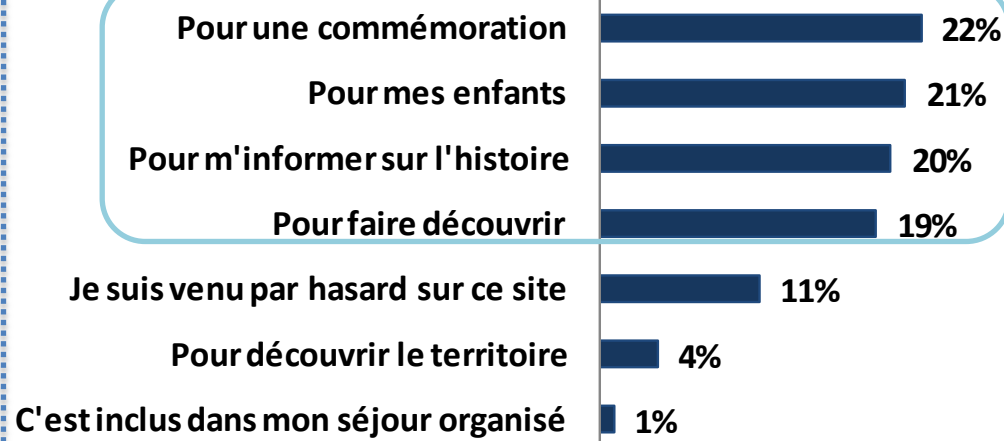
Public d'initiés



Une venue motivée par un **DEVOIR DE MÉMOIRE** (commémoration) mais un objectif également d'**ÉDUCATION** et d'**INFORMATION**.

Grand public

Les principales raisons de venue



- Une venue **organisée et motivée** par la nature des lieux.
- Un objectif d'éducation et de **transmission de la mémoire**



Quelle notoriété de la filière ?

Notoriété
spontanée

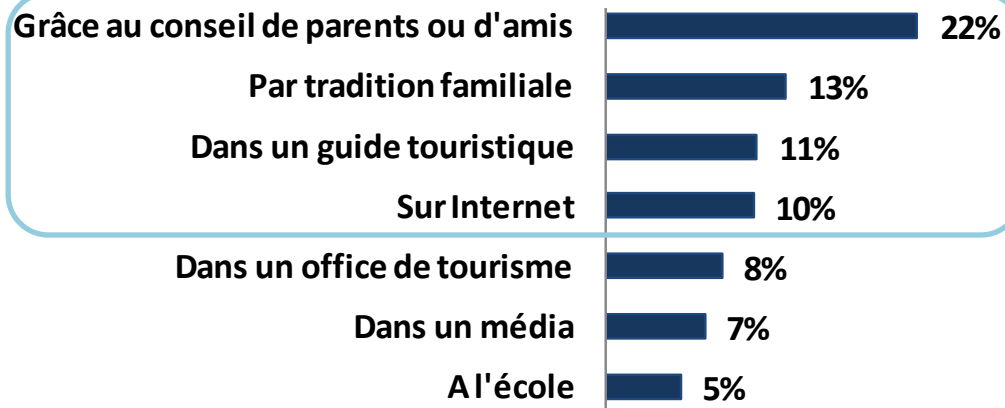


Notoriété
construite

Découverte sur
place

40% des visiteurs se
sont informés par
média humain.

Les visiteurs ont découvert les sites :



- Un site **recommandé** (22%) et inscrit dans la **mémoire familiale et collective** (12,5%)
- Des visiteurs qui utilisent pour se renseigner les **canaux traditionnels d'information**

Caractéristiques de la visite

Durée moy. de visite : **70 min.**

Une visite **anticipée et préparée** (56,5%)

La visite



Quels sont les acquis de la visite ?

Acquis sur la thématique

J'ai envie d'approfondir mes connaissances



J'ai eu l'ensemble des informations souhaitées

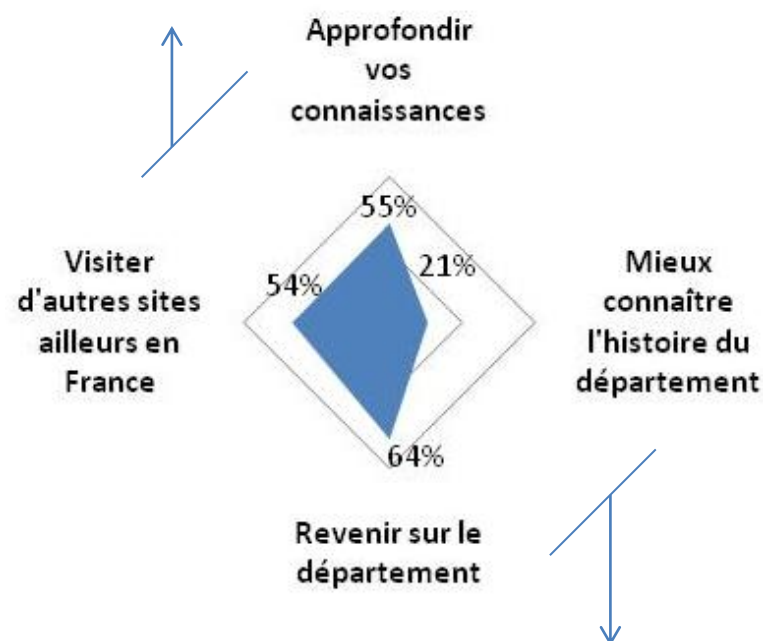
Acquis pour le territoire

J'ai envie de revenir sur le territoire



Je n'ai pas forcément envie de revenir sur le territoire

Une visite qui **sensibilise** et qui donne envie **d'aller plus loin**.



Une visite qui **renforce l'attractivité** touristique du département et lui donne **un autre visage**.

Ressenti des visiteurs

Comparaisons



PUBLIC D'INITIÉS

- Une visite préparée et issue de recherches personnelles
- Un objectif de mémoire couplé d'un objectif de connaissance approfondie

- Des sites sur des thématiques sélectives
- Un objectif de compréhension de la filière et de connaissance approfondie

Somme

Bas Rhin

Var

MÉMOIRE

HISTOIRE

Meuse

Calvados
Haute Vienne

Var

- Des sites ancrés dans la mémoire collective
- Un objectif de recueillement mais également d'éducation et de transmission

- Des sites et une histoire ancrés dans la mémoire collective ou à l'inverse peu connus
- Un objectif de découverte plus que mémoriel

GRAND PUBLIC



RETOMBEES ECONOMIQUES



Retombées économiques: de quoi parle-t-on ?

METHODE

- Retombées provenant de visiteurs extérieurs au périmètre d'étude
- Retombées directement imputables au tourisme ou sites de mémoire

Méthodologie



Lieux d'enquête

- La citadelle souterraine
- Le fort de Douaumont
- L'ossuaire de Douaumont
- Le Mémorial de Verdun
- La butte du Vauquois

*82 sites de mémoire au total
(50 cimetières et nécropoles, 8 villages
détruits, 3 vestiges, 3 champs de
bataille, 9 forts et citadelles, 5
monuments et mémoriaux et 4
musées)*

Cadre de l'analyse

Données annuelles

7 sites dont la
fréquentation est connue

529 000 visites

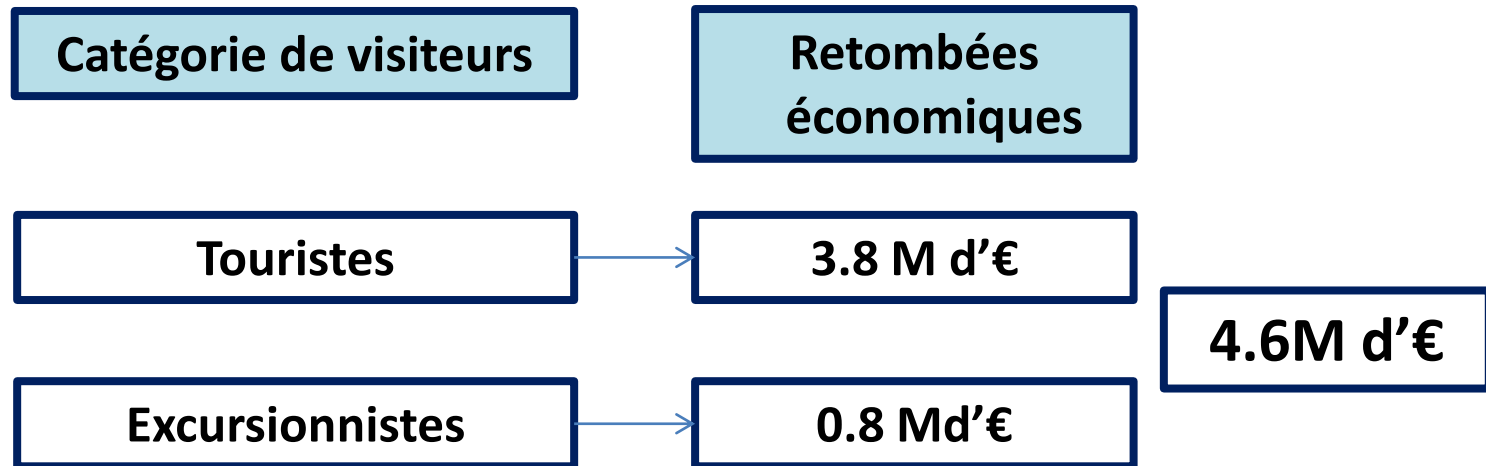
Données Juin-Septembre

243 870 visites

46 % des visites



Récapitulatif des retombées économiques sur le département de la Meuse



Rappel

- Impact des visiteurs extérieurs qui ne seraient pas venus sans le tourisme de mémoire
- De juin à septembre 2011
- Sur 7 sites où la fréquentation est connue



Nombre de visiteurs générant des retombées

*Nombre moyen de
visites par visiteur*

2.32

243 870 visites

105 273 visiteurs

**99 802 visiteurs extérieurs
à la Meuse**

76 123 visiteurs

venus pour la
thématique mémoire
dont :

- 50,2 % de touristes
- 49.8% d'excursionnistes

Les retombées économiques



Dépenses des touristes

Attention : seuls les touristes venus spécifiquement pour visiter les sites mémoriels sont concernés

**Retombée moyenne par
touriste/séjour**

100 €

**Retombées
économiques**

3.8 M d'€

- **96 131 nuitées touristiques** générées
- Durée moyenne de séjours : **2.5 jours**
- **62 %** de nuitées **marchandes**
- Dépense moy. par nuitée : 40 €
dont dépense moyenne en héb./nuitée : 13 €

Dépenses des excursionnistes

**Retombée moyenne
par excursionniste**

22 €

**Retombées
économiques**

0.8 M €

- Une dépense moyenne sur site de **5.3 €**, soit 24% de la dépense journalière

Les retombées économiques



Mise en perspective

Si on extrapole les ratios estivaux sur l'année ...

Catégorie de visiteurs	Retombées économiques	C.A. direct des sites
Touristes	8.3 M d'€	1.9 M d'€ de chiffre d'affaires des sites de visite Soit 19% des retombées totales
Excursionnistes	1.8 M d'€	
Total	10.1 M d'€	

Rappel: données extrapolées à partir de ratios estivaux 2011

- La période de Juin à Septembre ne représente que 46 % de la fréquentation totale
- Sous-estimation des clientèles groupes et scolaires
- Sous-estimation des clientèles étrangères

Ces données doivent donc être interprétées avec prudence

Les retombées économiques



Quelle place au sein de l'économie touristique départementale ?

Nuitées générées 2011

Le Tourisme de mémoire en Meuse de juin à septembre représente

- 36 % des nuitées hôtelières

(soit 34 518 nuitées)

- 37 % des nuitées camping

(soit 22 050 nuitées)

Durée de séjours

Meuse 2011 *

Séjours hôteliers : **1.6 nuits**

Séjours camping : **2.6 nuits**

T.de mémoire 2011

Séjours hôteliers : **1.6 nuits**

Séjours camping : **2.8 nuits**

Dépenses en hébergement marchand

Lorraine 2006 **

Dépense moy./nuitée

60 €

T. de mémoire

Dépense moy./nuitée

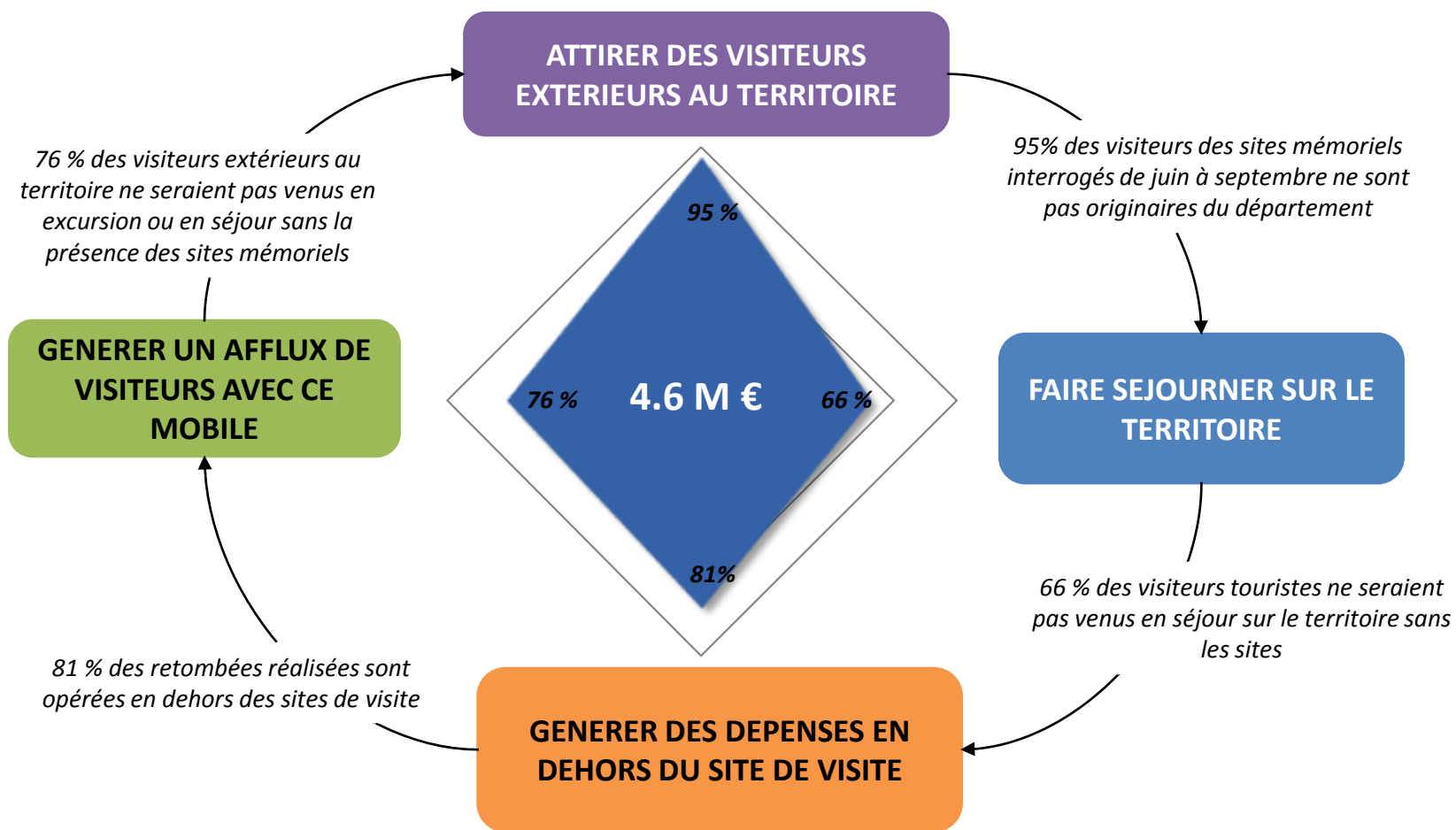
64 €

*Sources observatoire régional du tourisme de Lorraine

** Source : Comptes satellites du tourisme 2006 –Direction du Tourisme



Quelle place au sein de l'économie touristique départementale ?





Les éléments d'explication



- Une **notoriété spontanée** très forte de la filière
- Une **thématique, qui génère des séjours dédiés**



- Des courts **séjours centrés** sur Verdun et le champ de bataille
- Des **comportements touristiques peu contributifs**
- Une **politique tarifaire peu élevée**

Enseignements

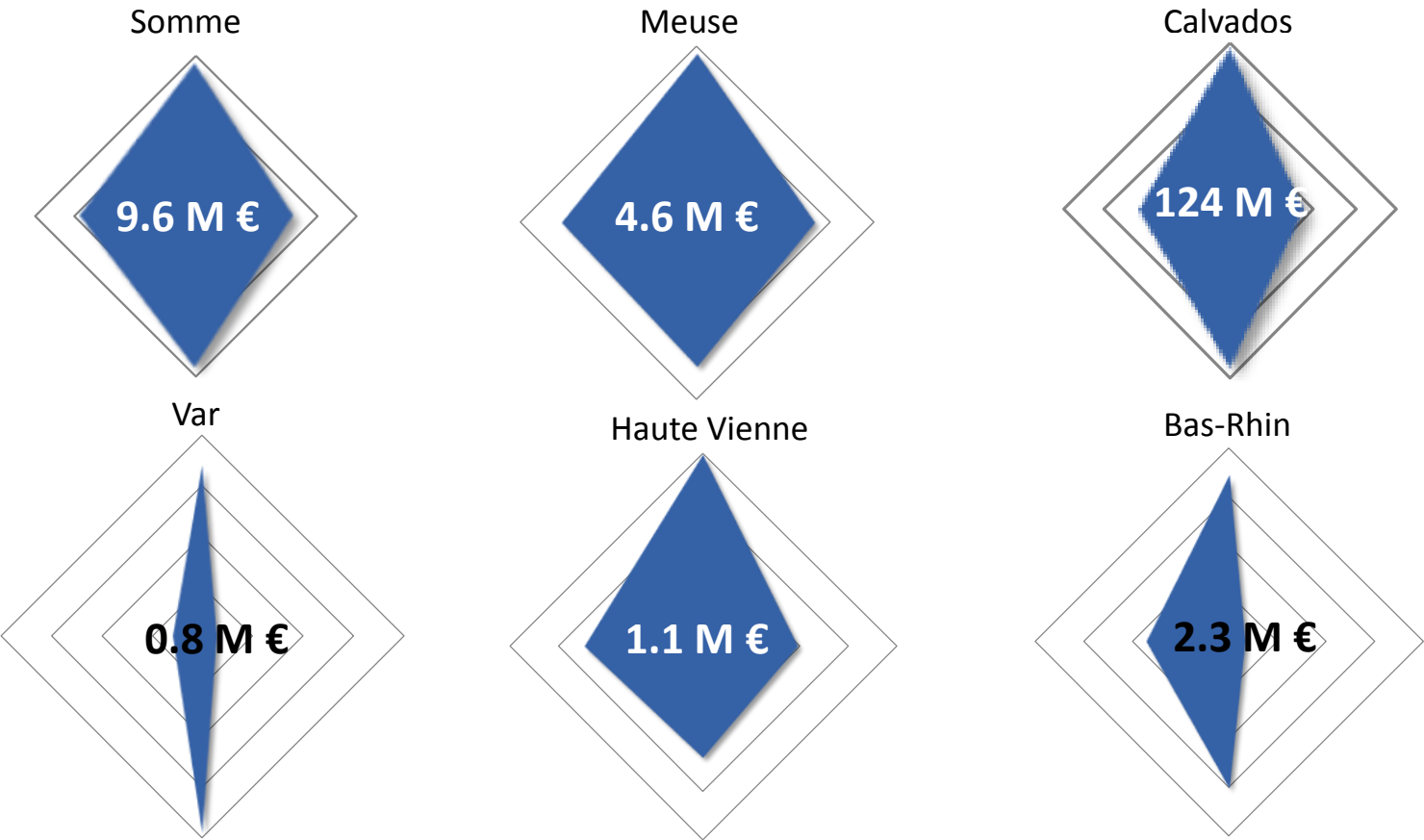


Comparaisons entre départements

ATTIRER DES VISITEURS EXTERIEURS AU TERRITOIRE

GENERER UN AFFLUX DE VISITEURS AVEC CE MOBILE

FAIRE SEJOURNER SUR LE TERRITOIRE



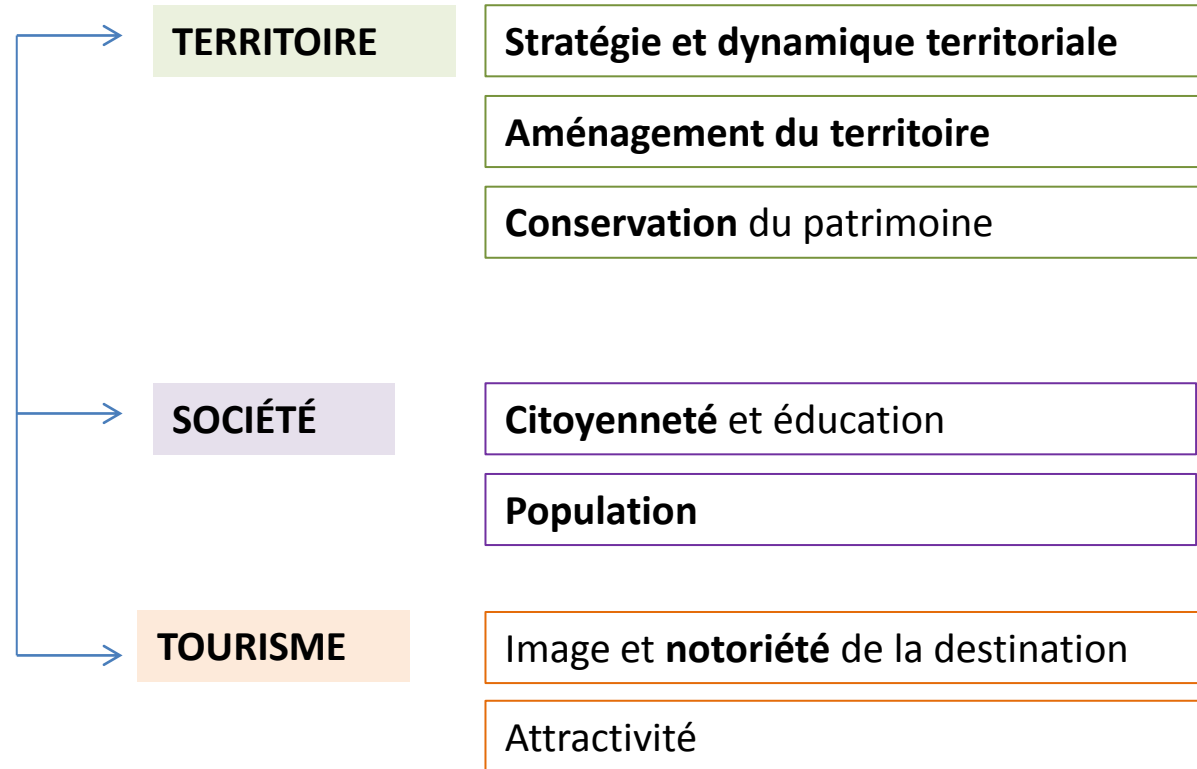
GENERER DES DEPENSES EN DEHORS DU SITE DE VISITE

Enseignements



L'économique, seul impact ?

Un impact
de la filière en termes de



La seule mesure de l'impact économique ne présente pas la réalité de l'impact réel de la filière dans son ensemble.



Perspectives de développement....

- **Comment pérenniser ces flux de visiteurs ?**
- **Quels objectifs économiques se fixer à 5 ans ?**
 - Augmentation de la durée des séjours ?
 - Augmentation de la dépense moyenne / nuitée ?
- **Quels moyens se donner ?**
- **Comment capitaliser sur le Centenaire ?**



MERCI DE VOTRE ATTENTION



MESURE ET ANALYSE DES RETOMBÉES ÉCONOMIQUES DU TOURISME DE MÉMOIRE SUR LE DEPARTEMENT DE LA MEUSE