

Publié le 19 juin 2014

Tourisme de mémoire : Les Epl mettent l'histoire au service des territoires

En parcourant le temps à travers les grandes batailles qui ont marqué l'histoire de France, des Entreprises publiques locales mettent en valeur des territoires, parfois en dehors des flux touristiques classiques. Le tourisme de mémoire devient un important enjeu économique.



Le 70e anniversaire du Débarquement et de la Bataille de Normandie a remis cette année sous le feu des projecteurs une page de l'histoire. Au-delà du « devoir de souvenir », l'impact local a été non négligeable en termes d'image et de retombées économiques. A Ouistreham, pas moins de 1 000 journalistes accrédités s'étaient déplacés des quatre coins du monde pour célébrer le Jour J en présence de 19 chefs d'Etat, dont François Hollande, Vladimir Poutine et Barack Obama. Plus de 150 000 personnes étaient attendues les 5, 6 et 7 juin, et les hôtels des environs affichaient complet depuis un an et demi. Les retombées économiques pourraient s'élever à 5 millions d'euros pour la petite ville et ses environs, selon les premières estimations.

« S'il n'était au départ qu'un pèlerinage d'anciens combattants, le tourisme de mémoire est devenu un nouvel enjeu pour les territoires », confirme Thierry Hubscher, directeur général de la [Semma](#), Sem chargée de donner une nouvelle dynamique au Mémorial de Verdun, dans le cadre de la célébration du 100e anniversaire de la célèbre bataille en 2016 et au-delà.

De nouvelles locomotives touristiques

A Cherbourg, la [Cité de la Mer](#) profite également du 70e anniversaire du Débarquement pour proposer jusqu'au 30 septembre une exposition temporaire sur le Jour J, participant à la dynamique locale autour de l'évènement qui a marqué l'histoire moderne.

Mais ce tourisme de mémoire concerne aussi de grandes batailles bien plus anciennes, parfois à l'écart des grands flux touristiques. En Côte d'Or, le MuséoParc Alésia met ainsi en valeur depuis 2012 le siège de l'oppidum gaulois en 52 av. J.-C. Géré et développé par la [Sem Alésia](#), le site veut contribuer au développement économique et touristique et se mettre en synergie avec l'ensemble des richesses naturelles et patrimoniales locales. Autre exemple, le Centre d'interprétation de Valmy (Marne). Géré par la [Société publique des Couleurs](#), le tout nouveau centre d'interprétation fait revivre, au cœur du site de la célèbre bataille, les grandes heures de la Révolution française. Comme pour Alésia, son ambition est de devenir une nouvelle locomotive touristique, capable de participer à la valorisation de son territoire.