

Publié le 19 juin 2014

Mémorial de Verdun : Vers une nouvelle locomotive touristique pour la Meuse

A Verdun, le mémorial de la Grande Guerre se prépare à devenir un complexe touristique de niveau international sous la houlette de la Semma. Les aménagements et développements prévus vont bien au-delà de la célébration du 100e anniversaire de la célèbre bataille qui a marqué l'histoire pendant dix mois en 1916.



Considérée comme l'un des plus longs et des plus meurtriers épisodes de la Première Guerre mondiale, et même de l'histoire de la guerre, la bataille de Verdun a l'ambition de devenir l'une des références en Europe pour cette période de l'histoire. Créé en 1967 à Fleury-Devant-Douaumont sous l'égide de l'académicien et ancien combattant Maurice Genevoix, le site implanté au coeur de l'ancien champ de bataille comptait déjà parmi les principaux musées européens de la Grande Guerre.

La [Semma](#) (Société d'économie mixte Meuse Aménagement) a été choisie en 2011 par l'association CNSV gestionnaire du site¹ comme mandataire pour lui donner une nouvelle dimension, capable d'en faire une véritable locomotive touristique locale, et décrocher le prestigieux label Musée de France. « Cette mission couvre toutes les phases de l'opération depuis les premières études préalables jusqu'à la réception de l'ensemble des travaux - bâtiment, scénographie et espaces extérieurs - et s'exerce sur les plans technique, administratif et financier », explique Thierry Hubscher, directeur général de la Semma.

Plus de 200 000 visiteurs par an prévus

Tout doit être prêt pour l'anniversaire de la bataille en février 2016. Au programme : mise au norme et restructuration du site, création d'une extension de 1 800 m² « dans l'esprit du bâtiment existant », d'un centre d'interprétation de la bataille de Verdun, et d'un pôle d'accueil « forêt d'exception ». Si la scénographie et l'exposition des collections seront entièrement renouvelées, un espace sera également réservé à la forêt classée où se sont déroulés les combats avec une mise en valeur pour les promeneurs dans le cadre d'une démarche mise en oeuvre par l'ONF.

Pour optimiser son travail, la Semma s'est dès le départ associée à un scénographe spécialisé pour la mise au point du programme, qui sera ensuite impliqué dans sa réalisation. Le tout sous l'autorité d'un comité scientifique, présidé par l'historien Antoine Prost, référent pour la Mission centenaire au niveau national. Après un concours international, le projet architectural de l'agence bordelaise Brochet-Lajus-Pueyo, connue entre autres pour son travail au musée Fabre de Montpellier, a été sélectionné parmi ceux de quatre cabinets de renom. Les 12,5 millions d'euros d'investissement, pratiquement exonérés de TVA, sont portés par l'association CNSV, mais aussi par le Conseil général de la Meuse, le Conseil régional de Lorraine et l'Etat. Un appel au mécénat a été parallèlement lancé pour soutenir l'opération.

Les conséquences devraient être importantes pour la fréquentation du site qui devrait connaître une évolution de 120 000 à plus de 200 000 visiteurs par an, selon une étude menée par le cabinet Lordculture (qui a mené l'étude marketing du MUCEM à Marseille). Pour atteindre cet objectif « le Mémorial devra disposer d'une véritable politique marketing et de communication, renouveler ses expositions temporaires 2 à 3 fois par an et organiser régulièrement des évènements ».

¹ Comité National du Souvenir de Verdun (CNSV)

Par Marie-Anne RAMAZZINA