

Septembre 2026

« À VERDUN, L'HISTOIRE SE VIT SUR LE TERRAIN »
CAMPAGNE DE PROMOTION INÉDITE DU TERRITOIRE MEUSIEN
affichage dans le métro parisien et en Lorraine du 10 au 16 septembre



Simulation de l'insertion des visuels de campagne dans les couloirs du métro parisien

À l'occasion des 110 ans de la bataille de Verdun, Meuse Attractivité et le Mémorial de Verdun mettent en place une large campagne de communication commune, affirmant l'identité de la Meuse comme territoire de référence en France en matière d'Histoire, de transmission et d'expérience. Au cœur du tourisme meusien, le Champ de bataille de Verdun est un site incontournable de la Première Guerre mondiale, notamment grâce aux sites essentiels que sont le Mémorial de Verdun, le Fort de Douaumont et le Fort de Vaux. Des affiches grand format en tryptique seront diffusées dans les couloirs et quais du métro parisien, ainsi que dans les villes de Nancy, Metz et Thionville du 10 au 16 septembre.

L'Histoire, marqueur identitaire de la Meuse

L'ambition de cette campagne de communication a un objectif clair : affirmer la Meuse comme une destination incontournable, où l'Histoire devient une expérience à vivre, à ressentir et à transmettre. Plus qu'une campagne publicitaire, cette prise de parole s'inscrit dans la stratégie de marque de la destination. Elle renforce l'Histoire comme l'un des marqueurs identitaires majeurs de la Meuse et contribue à moderniser l'image du tourisme de mémoire auprès de tous les nouveaux publics.

« La Meuse est une terre d'Histoire et de modernité qui mérite d'être découverte. Notre objectif est de renforcer l'attractivité du Champ de bataille en préservant son patrimoine historique et mémoriel. La rénovation du Fort de Vaux portait déjà la vision que nous avons pour le département : cette campagne s'inscrit pleinement dans sa continuité. »

Jérôme Dumont, président du Département de la Meuse
et du Mémorial de Verdun - Champ de bataille

« Notre volonté par cette campagne est aussi d'unir les forces vives du territoire autour d'un message commun. La mutualisation de nos expertises et de nos moyens permet d'augmenter l'impact de cette promotion, portant le message supplémentaire que la Meuse est un territoire qui sait se mobiliser. »

Philippe Mangin, vice-président de la Région Grand Est
et président de Meuse Attractivité

Une Histoire qui se vit

« L'Histoire se vit sur le terrain ». Le slogan de cette campagne porte un message fort : ici, le visiteur devient acteur de sa découverte. La Meuse est un territoire unique, où l'Histoire se transmet sur les lieux mêmes où elle s'est écrite. Les visiteurs ne recherchent plus uniquement des endroits à découvrir, ils souhaitent comprendre, ressentir et partager des expériences porteuses de sens. Les sites de mémoire en Meuse invitent chacun à parcourir des lieux authentiques, mis en récit avec sensibilité et innovation.

« Avec la rénovation du Mémorial en 2016, du Fort de Vaux en 2026, et du Fort de Douaumont en 2028, nous créons une véritable mise en récit du Champ de bataille de Verdun. L'authenticité des sites, valorisée par des outils immersifs et innovants, place la Meuse comme un territoire unique en Europe de découverte et de partage de l'Histoire. C'est l'aboutissement de notre mission de transmission de l'Histoire. »

Nicolas Barret, directeur du Mémorial de Verdun - Champ de bataille

Une campagne de proximité axée sur la promotion touristique de la Meuse

La campagne s'adresse aux familles, aux visiteurs de proximité, aux excursionnistes, aux passionnés d'histoire ainsi qu'aux nouvelles générations. Elle sera déployée principalement dans les grands bassins urbains situés à moins de deux heures de la destination, notamment à Paris, Metz, Nancy et Thionville, avec un dispositif d'affichage dans le métro parisien.

Le choix de la rentrée pour déployer cette campagne s'inscrit pleinement dans les nouvelles dynamiques touristiques. Longtemps considérée comme la fin de la saison estivale, cette période s'impose désormais comme un temps fort pour les courts séjours. Selon les données publiées par SiteMinder, septembre 2026 devrait enregistrer une progression de 18,7 % des réservations hôtelières en France par rapport à 2025, confirmant ainsi l'émergence d'un véritable « pic de rentrée ». Portés par cette campagne, les potentiels visiteurs pourrait déjà se projeter et réserver leur séjour pour les prochaines vacances scolaires de la Toussaint.

Cette période offre ainsi une opportunité particulièrement en phase avec le positionnement géographique de la Meuse. Située au cœur des grands bassins urbains du nord-est de la France, elle bénéficie pleinement de cette évolution des comportements. Son offre, qui associe mémoire, patrimoine, nature et itinérance, répond particulièrement aux attentes des visiteurs souhaitant prolonger l'été par une expérience culturelle, authentique et ressourçante, de proximité. La rentrée apparaît ainsi comme un moment privilégié pour inviter à découvrir ou redécouvrir une destination où l'Histoire constitue un marqueur identitaire fort, particulièrement en cette année du 110e anniversaire de la bataille de Verdun.

« La rentrée est un moment stratégique pour capter les courts séjours d'automne et cette toute première campagne de la Meuse dans le métro parisien s'inscrit pleinement dans cette dynamique. Elle marque une nouvelle étape dans la transformation de l'image du territoire en s'appuyant sur notre ADN historique pour affirmer une destination de proximité, riche d'expériences. C'est aussi un premier jalon qui doit ouvrir la voie à d'autres initiatives mutualisées pour révéler progressivement toute la richesse de la Meuse. »

Carole Knutti,
Directrice marketing et communication de Meuse Attractivité

Trois visuels, trois sites, autour d'une même promesse

La campagne s'articule autour de trois créations graphiques complémentaires, formant ensemble un site unique en Europe.

Rouvert depuis le début du mois de juillet 2026, le Fort de Vaux est la porte d'entrée des trois visuels. L'intensité du regard de la jeune fille croisant celui de la silhouette d'un combattant interpelle. Cette composition place la transmission de l'Histoire au cœur de la campagne, et met en valeur l'authenticité du site et la promesse de découverte de l'expérience combattante.

« L'Histoire sur le terrain » prend également tout son sens au Mémorial de Verdun, présenté sur la deuxième affiche. Érigé par les anciens combattants à l'endroit de l'ancienne gare du village détruit de Fleury-devant-Douaumont, ce musée est aujourd'hui un site central dans la découverte du champ de bataille. Il offre au visiteur toutes les clefs de compréhension de la bataille de Verdun pour apprécier davantage l'histoire et la topographie particulière de ce champ de bataille.

Enfin, le troisième et dernier visuel est une invitation au visiteur à franchir le seuil entre récit historique et expérience personnelle. Le Fort de Douaumont est aujourd'hui encore un témoin majeur de la bataille de Verdun. Il permet aux visiteurs de saisir pleinement la dureté des combats qui se sont déroulés entre ses murs, créant une rencontre entre passé, présent et avenir.



**À VERDUN, L'HISTOIRE
SE VIT SUR LE TERRAIN**



**MÉMORIAL DE VERDUN
CHAMP DE BATAILLE**
FORT DE DOUAUMONT - FORT DE VAUX

Réservez votre visite
memorial-verdun.fr



© Mémorial de Verdun - Anne Chery

**À VERDUN, L'HISTOIRE
SE VIT SUR LE TERRAIN**



**MÉMORIAL DE VERDUN
CHAMP DE BATAILLE**
FORT DE DOUAUMONT - FORT DE VAUX

Réservez votre visite
memorial-verdun.fr



© Meuse Attractions - Wild & Slow - Marie-Lou Photographie

La fréquentation touristique en Meuse

Qui vient en Meuse ?

En 2025, le tourisme de proximité* progressait de 5 points pour atteindre 37 % des visiteurs. 2026 confirme cette évolution : les visiteurs de la Meuse sont principalement des visiteurs de régions limitrophes. 16 % d'entre eux viennent de Meurthe-et-Moselle, 9 % de Moselle et, enfin, 5 % de la Marne. À l'échelle régionale, ce sont les touristes du Grand Est, hors Meuse, qui sont les plus représentés (42 %**).

Les visiteurs étrangers constituent 33 % du visitorat du département de la Meuse. Les Allemands arrivent en tête, représentant 10 % des visiteurs totaux. Ils sont largement plus nombreux que les touristes belges et néerlandais, au coude-à-coude à 5 %.

La fréquentation des sites du Mémorial de Verdun - Champ de bataille

Les trois sites du Mémorial de Verdun - Champ de bataille connaissent une fréquentation stable depuis 2023, se situant aux alentours de 316 000 entrées cumulées. En 2025, le Mémorial de Verdun a accueilli 140 361 visiteurs, 123 288 pour le Fort de Douaumont. 24 % d'entre eux sont des scolaires.

Nombreux sont les visiteurs étrangers qui viennent visiter les sites du Mémorial de Verdun - Champ de bataille. Les Allemands constituent une part importante de la fréquentation globale, atteignant 16 % en 2025. Les Pays-Bas (3 %), et la Belgique (2,7 %) viennent compléter le classement, suivis de près par les États-Unis (2,3 %).

Cette année 2026 d'anniversaire de la bataille de Verdun marque aussi la réouverture du Fort de Vaux. Bénéficiant désormais d'une scénographie innovante mettant en récit la parole combattante, il est un atout majeur pour le tourisme du Champ de bataille de Verdun. 50 000 personnes venaient le visiter en 2024 ; l'objectif pour 2027 est placé à 70 000.

* Moins de 1h30 de trajet

** Source de l'ensemble des données chiffrées de Meuse Attractivité : Observatoire Meuse Attractivité - Orange

MEUSE ATTRACTIVITÉ

Créée en 2019, Meuse Attractivité est l'agence d'attractivité du département de la Meuse. Elle fédère les acteurs du territoire et agit en faveur de son attractivité touristique, économique et résidentielle. À travers ses missions d'accompagnement, de mise en réseau, d'observation et de promotion, l'agence valorise les atouts de la Meuse et contribue à transformer ses richesses en opportunités durables et à rendre concrète la promesse portée par la marque La Meuse.

MÉMORIAL DE VERDUN – CHAMP DE BATAILLE

Le Mémorial de Verdun – Champ de bataille est un établissement culturel qui regroupe 3 sites majeurs du Champ de bataille de Verdun.

Le **Mémorial de Verdun** est un musée moderne dédié à la bataille la plus emblématique de la Première guerre mondiale. Le **Fort de Douaumont**, le plus grand ouvrage de la place forte de Verdun fut au cœur de la bataille. Le **Fort de Vaux** porte encore les traces d'un siège terrible et d'une résistance héroïque. L'ensemble des dispositifs déployés sur les trois sites, qu'ils soient audiovisuels, numériques ou humains, ont pour but de faire vivre aux visiteurs l'histoire sur le terrain.



Mémorial de Verdun



Fort de Douaumont



Fort de Vaux

INFORMATIONS PRATIQUES

MEMORIAL DE VERDUN – CHAMP DE BATAILLE

Mélina Zapotiny, responsable communication
melina.zapotiny@memorial-verdun.fr
+33 (0)3 29 87 85 73

1 avenue du Corps Européen
55 100 Fleury-devant-Douaumont

Tél. +33 (0) 3 29 88 19 16
info@memorial-verdun.fr

memorial-verdun.fr



MEUSE ATTRACTIVITÉ

Christel Rigolot, chargée de relations publiques
presse@lameuse.fr
+33 (0)6 71 82 86 20

Centre d'affaires Cœur de Meuse
ZID Meuse TGV
55220 Les Trois Domaines

Tél. +33 (0)3 29 45 78 40
contact@lameuse.fr

lameuse.fr

