



ÉTUDES - OBSERVATION

JUIN 2014

IMAGE ET NOTORIÉTÉ DE NAPOLÉON 1^{ER} (auprès des touristes français et internationaux)

CRT PARIS ILE-DE-FRANCE
AUDIREP

En 2014, dans un contexte évènementiel marqué par de nombreuses commémorations et dates anniversaires (centenaire de la Première Guerre mondiale, 70^{ème} anniversaire du débarquement, bicentenaire de la campagne de France et de la bataille de Paris...), le Comité Régional du Tourisme (CRT) a souhaité développer la thématique du tourisme d'Histoire. Une étude d'image sur Napoléon 1^{er} a donc été réalisée afin de mieux connaître sa perception par les visiteurs de la destination. Quel est leur niveau d'intérêt pour l'Histoire de France ? Connaissent-ils Napoléon 1^{er} ? Quelle image en ont-ils ? A qui et à quoi l'associent-ils ? Que pensent-ils d'une offre proposée autour de ce personnage historique ? Comment l'imaginent-ils ? Tous ces éléments permettront ainsi au CRT de structurer des offres pérennes qui représenteront des enjeux importants sur les plans touristiques, économiques et culturels.

EN RÉSUMÉ

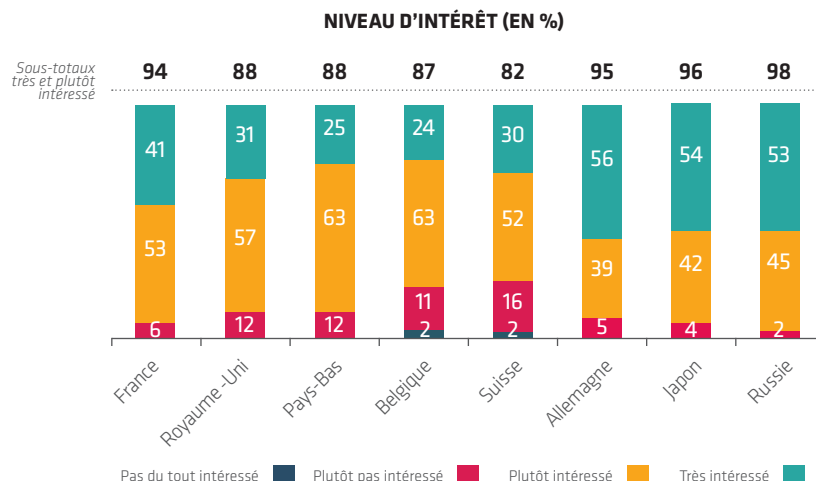
- Un fort intérêt pour l'Histoire de France, notamment pour la période de la révolution.
- Napoléon 1^{er}, un personnage célèbre, qui suscite de l'intérêt et de la curiosité auprès des touristes français et internationaux.
- Des qualités reconnues par chacun : emblématique, militaire et conquérant.
- Des touristes internationaux d'abord sensibles au personnage, puis à ses batailles : sa vie privée et ses conquêtes militaires.
- Des visiteurs français attirés par les aspects réformateur et bâtisseur : son œuvre législative et sa politique architecturale.
- Une offre autour de Napoléon 1^{er} bien accueillie par l'ensemble des visiteurs, au-delà même d'un contexte d'événements commémoratifs.
- Des propositions à décliner autour de lieux incontournables : Arc de triomphe et Hôtel national des Invalides.
- Une offre qui doit comprendre les activités phares de la destination : balades thématiques au cœur de Paris et croisières sur la Seine.
- Un besoin d'information précis mais une organisation qui doit rester flexible : une exigence de tous les touristes.



QUEL EST LE NIVEAU D'INTÉRÊT POUR L'HISTOIRE DE FRANCE ?

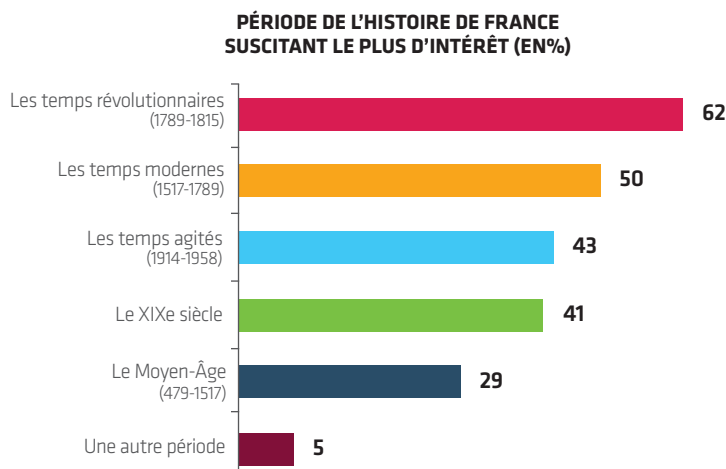
Un fort attrait pour la France et son Histoire

Quelle que soit leur nationalité, les visiteurs de la destination sont attirés par l'ensemble de l'Histoire de France. En effet, 91% indiquent être séduits par ce sujet. Les plus curieux sont les visiteurs russes avec 98% de personnes intéressées, suivis par les touristes japonais (96%) et allemands (95%). A noter que chez ces derniers, la proportion de personnes très intéressées est la plus importante et à chaque fois supérieure à 50%. Même si 82% des Suisses se déclarent plutôt ou très intéressés, ce sont les moins attirés par l'Histoire de France. Avec 94% de taux d'intérêt, la clientèle française se situe assez logiquement au-dessus de la moyenne.



La révolution, une période suscitant de l'intérêt

La période révolutionnaire (1789-1815) est celle qui éveille le plus la curiosité des visiteurs de la destination (62%), suivie par les temps modernes (1517-1789) et les temps agités (1914-1958) (respectivement 50% et 43%). Avec près de 8 visiteurs intéressés sur 10 (79%), les touristes allemands sont particulièrement attirés par les temps révolutionnaires. Les clientèles japonaises et britanniques y portent également une attention particulière (respectivement 70% et 62%). Quant aux visiteurs français, ils sont 56% à se passionner pour cette période.



Un personnage important de l'Histoire de France

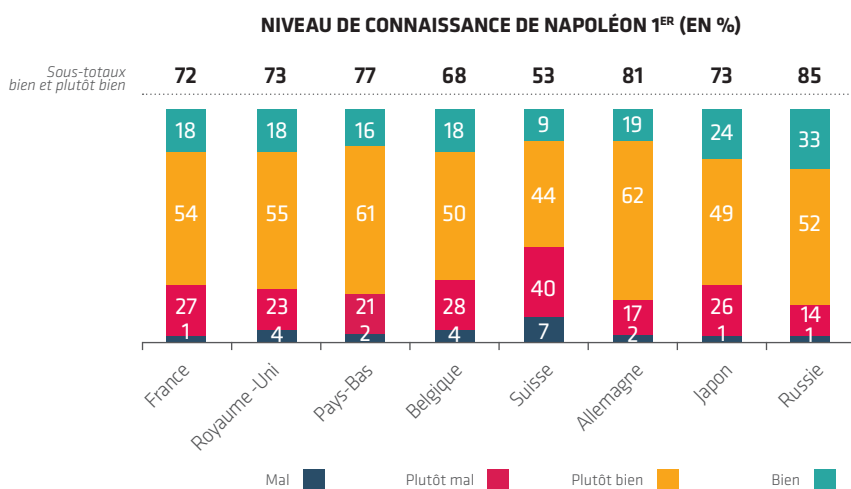
A l'exception de la clientèle française, les visiteurs internationaux considèrent Napoléon 1^{er} comme le personnage le plus important de l'Histoire de France (74%), devant le général de Gaulle (46%), Jeanne d'Arc (43%) ou encore Louis XIV (26%). Les voyageurs néerlandais, britanniques et russes sont ceux qui ont accordé la plus grande place à Napoléon 1^{er} à hauteur, respectivement, de 84%, 76% et 76%. Pour les touristes français, le personnage le plus emblématique est le général de Gaulle (70%), puis juste derrière, Napoléon 1^{er} (62%). A noter également la particularité de la clientèle japonaise qui cite Marie-Antoinette après Napoléon 1^{er}, avec 48%.



QUELLE EST L'IMAGE DE NAPOLÉON 1^{ER} ?

Un niveau de connaissance élevé

Dans l'ensemble, les visiteurs de la destination ont une très bonne connaissance du personnage historique de Napoléon 1^{er} (73%). La clientèle russe a d'ailleurs le taux le plus élevé (85%), suivie par les clientèles allemandes et néerlandaises (respectivement 81% et 77%). A l'inverse, les touristes suisses le connaissent moins (53%). Ces taux importants de la part des clientèles internationales peuvent être justifiés en partie par l'apprentissage de l'histoire de Napoléon 1^{er} à l'école ou encore par la littérature riche sur ce personnage. Mis à part pour les visiteurs suisses et belges, ces touristes ont d'ailleurs une meilleure connaissance de Napoléon 1^{er} que les visiteurs français (72%). Toutefois, les multiples batailles et campagnes restent vagues dans l'esprit de l'ensemble des touristes. D'ailleurs, ni les visiteurs internationaux, ni la clientèle française n'évoquent spontanément la campagne de France et la bataille de Paris.



"La littérature russe a été profondément influencée par Napoléon" (Visiteur russe)

"J'ai étudié Napoléon à l'école avec la révolution française, Robespierre, Danton..." (Visiteur allemand)

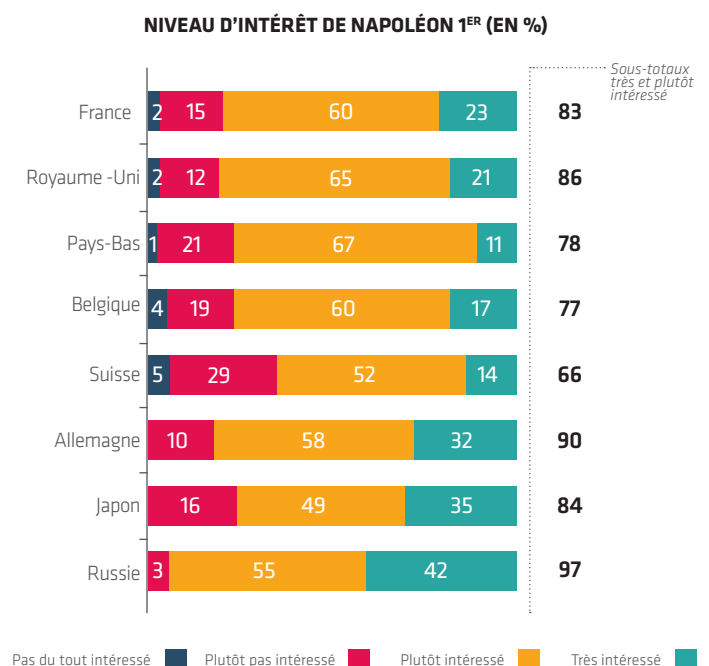
"Il a fait plein de choses mais... l'Histoire de France est très compliquée et je n'arrive pas à me souvenir de tout" (Visiteur français)

Napoléon 1^{er}, un personnage qui interpelle

Le niveau d'intérêt de l'ensemble des visiteurs pour Napoléon 1^{er} est élevé (84%). Les clientèles les plus intéressées sont les Russes avec 97%, suivis par les Allemands avec 90% puis par les Britanniques avec 86%. En revanche, les visiteurs suisses et belges se montrent plus mitigés (respectivement 66% et 77%). Quant à la clientèle française, son niveau d'intérêt est de 83%.

"Je pourrais être intéressé par ce personnage qui a fait l'Europe d'une certaine manière" (Visiteur allemand)

"C'est un personnage qui m'intéresse mais que je n'arrive pas à cerner" (Visiteur français)



QUALIFICATIFS ASSOCIÉS À NAPOLEON 1^{ER}

Des évocations ambivalentes

Napoléon 1^{er} est un personnage fascinant à propos duquel les visiteurs retiennent principalement les aspects positifs de son règne. Emblématique (89%), militaire (89%) et conquérant (87%) sont ainsi les trois qualificatifs qui reviennent le plus souvent pour le décrire. Du fait de ses nombreuses conquêtes, l'aspect militaire est une dimension indissociable du personnage, à la fois pour les clientèles française (93%) et internationale (88%). De plus, les visiteurs interrogés s'accordent pour attribuer à ce personnage historique les trois qualités suivantes : ambitieux (91%), autoritaire (90%) et possédant un savoir-faire militaire (87%).

Les clientèles japonaises et russes parlent aussi d'énergie pour définir cette personnalité (respectivement 93% et 91%) alors que les touristes allemands et néerlandais mettent en avant son courage (respectivement 88% et 78%). La clientèle russe est, quant à elle, admirative de son sens de l'organisation (92%). Dans une moindre mesure, Napoléon 1^{er} est également perçu comme un dictateur (66%) ou un personnage tyrannique (53%), notamment auprès de la clientèle russe (respectivement 75% et 64%) et auprès des touristes britanniques et allemands pour l'aspect dictatorial (70% chacun).

Un intérêt différent selon les nationalités

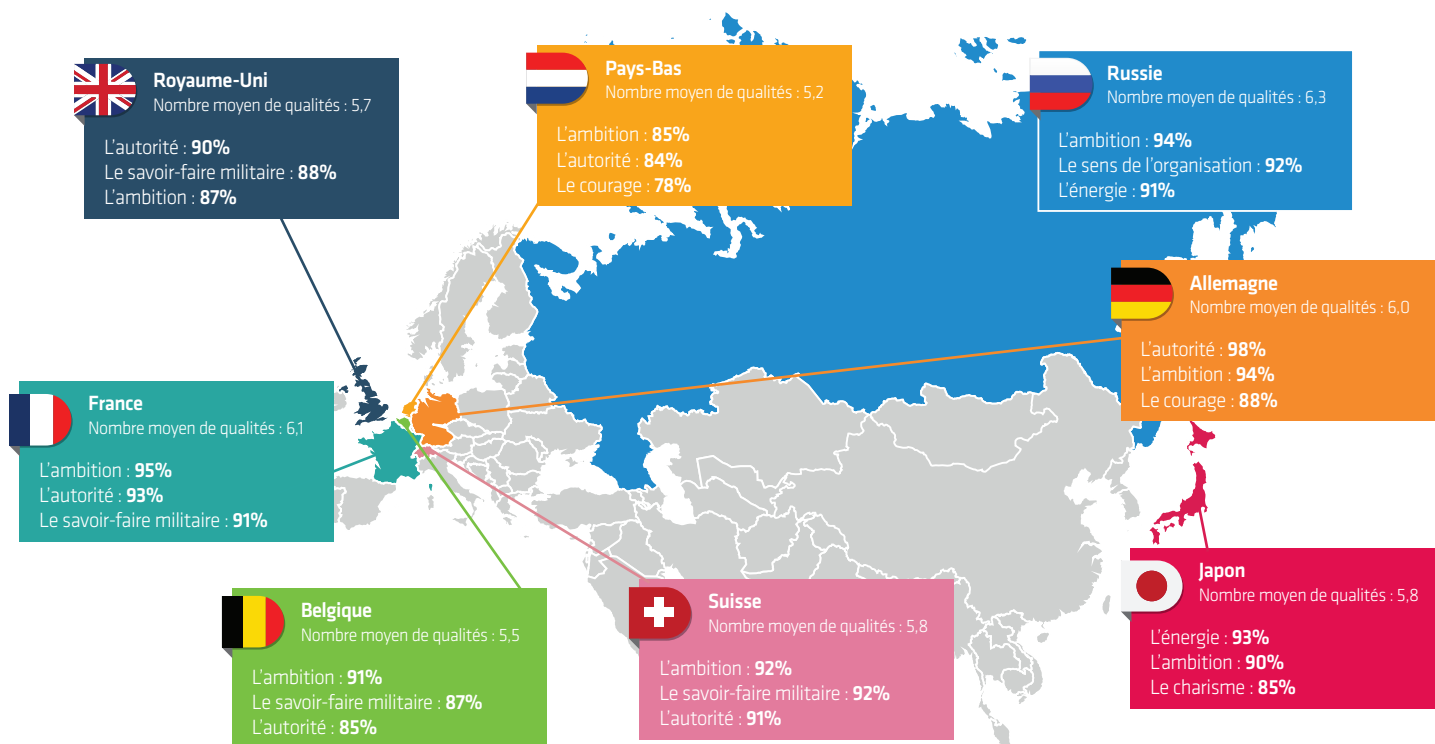
L'intérêt des touristes français porte essentiellement sur l'héritage laissé par Napoléon 1^{er} à la France, c'est-à-dire sur sa capacité à avoir réformé la société (70%) d'un point de vue législatif (code civil) et organisationnel (banque de France) ou encore sur son œuvre de bâtisseur (60%), avec son apport en termes d'architecture et d'urbanisme (Arc de triomphe, rue de Rivoli...). La clientèle internationale est d'abord attirée par le personnage lui-même (59%), notamment sa vie privée (sa famille et ses relations intimes) et par sa dimension géopolitique, portée par l'ensemble de ses conquêtes militaires (54%).

"Ce qui m'intéresse, c'est sa vie privée, ses relations avec Joséphine, ça doit être intéressant de voir sa maison" (Visiteur britannique)

"Il a fait beaucoup : des lois qui existent encore" (Visiteur français)

"C'était un guerrier" (Visiteur néerlandais)

"Dès jeune général, il a eu la volonté de construire un empire, c'est fascinant" (Visiteur allemand)

PERCEPTION DE NAPOLEON 1^{ER} PAR PAYS

COMMENT CONSTRUIRE UNE OFFRE AUTOUR DU PERSONNAGE DE NAPOLÉON 1^{ER} ?

Une double finalité

Au-delà même d'un contexte de commémorations et de dates anniversaires, les touristes sont intéressés par l'idée d'une offre touristique autour de Napoléon 1^{er}. Pour cela, elle doit répondre à deux objectifs :

- Donner l'occasion de mieux connaître le personnage ainsi que cette période de l'Histoire de France.
- Proposer une mise en avant de sites intéressants, qui peuvent parfois avoir des difficultés à émerger au sein d'une offre large et variée à Paris Ile-de-France.

"En fonction du thème, ça pourrait m'intéresser car je ne connais pas très bien Napoléon 1^{er}" (Visiteur français)

"Ça permet de découvrir de nouveaux endroits" (Visiteur belge)

Un besoin d'information en amont du séjour

Pour préparer leurs visites et s'imprégner du sujet, les touristes souhaitent recevoir une brochure en amont. Cette brochure présenterait Napoléon 1^{er}, sa vie, son œuvre, les lieux à visiter, des circuits et des plans. Toutes ces informations prépareraient ainsi le visiteur à entrer dans l'univers de cette personnalité. Un site Internet dédié à l'offre Napoléon 1^{er} pourrait également être créé. Ce site présenterait l'histoire du personnage à travers les différents lieux sélectionnés dans le cadre de l'offre et proposerait un service de vente de billets pour des monuments et des sites. Les touristes pourraient ainsi composer leurs propres parcours. Enfin, l'idée d'un city pass est plutôt bien accueillie. Elle leur permettrait de visiter les sites à leur rythme - sur un ou plusieurs jours - en fonction de la durée de leurs séjours. Ce city pass intégrerait des réductions pour les transports et les hébergements.

"Ce serait bien d'avoir une brochure sur la vie et l'œuvre de Napoléon" (Visiteur allemand)

Une fois sur place, une organisation précise mais flexible

Dans le cadre d'une offre autour de Napoléon 1^{er}, la majorité des touristes souhaitent bénéficier de commentaires et d'une présentation complète lors des visites pour découvrir le lien entre le site ou le monument et ce personnage. Les visiteurs préfèrent un système d'audio-guide ou de livret explicatif qui leur permet plus de souplesse tout en bénéficiant des informations nécessaires à la compréhension du lieu, notamment dans le cadre d'une balade dans les rues de Paris. Les touristes réfractaires au principe des visites guidées y trouveraient ainsi leur intérêt. De plus, cette offre doit être concentrée sur une journée en évitant de multiplier les propositions d'activités afin que chaque visite puisse être appréciée. Ensuite, pour que l'offre soit complète, il est possible d'envisager l'intégration d'un déjeuner. Cette idée est bien accueillie si toutefois elle ne s'inscrit pas dans une logique de groupe. Enfin, si l'offre nécessite des déplacements au sein de l'Ile-de-France, il est important d'informer les touristes sur les conditions d'accès et le temps de trajet à prévoir pour se rendre sur le lieu de visite.

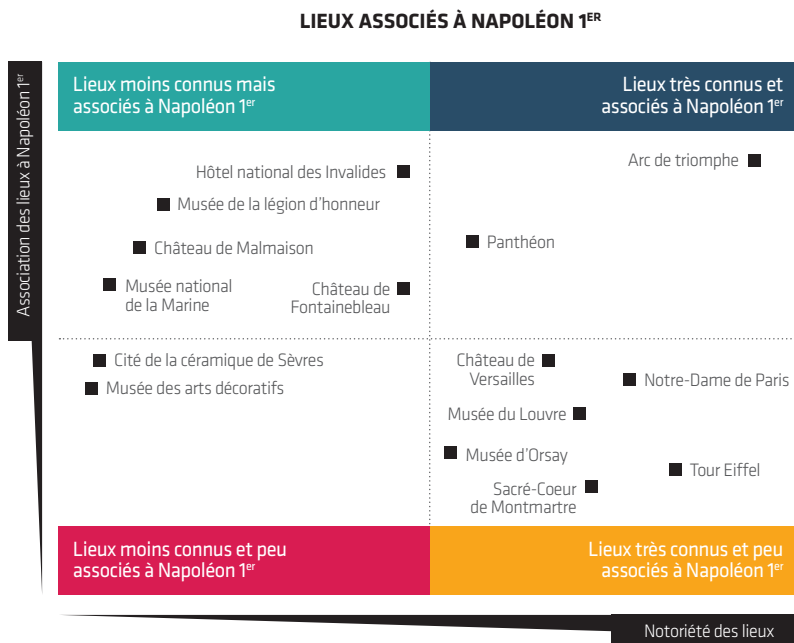
"C'est bien d'avoir un guide-conférencier, même si je n'aime pas le côté kitsch du gars avec sa pancarte... il faut que ça reste un peu libre, du style rendez-vous à telle heure, pas de bus" (Visiteur français)



Des lieux incontournables

Malgré la notoriété importante des sites et des monuments que propose la destination Paris Ile-de-France, les visiteurs en associent peu à Napoléon 1^{er}.

- Pour près de la moitié des touristes interrogés (48%), l'Arc de triomphe est le monument le plus représentatif de Napoléon 1^{er}. De plus, il est emblématique de la destination Paris Ile-de-France : plus de 6 visiteurs sur 10 s'y sont rendus (61%). Il est donc essentiel de l'intégrer à l'offre, notamment pour les touristes internationaux.
- L'Hôtel national des Invalides est également un lieu associé à Napoléon 1^{er} par 26% des visiteurs. Près de 4 touristes français sur 10 (39%) l'identifient à l'histoire de ce personnage, suivis par 29% des Belges et 26% des Russes. Ce site intrinsèquement lié à Napoléon 1^{er}, avec son tombeau au sein de l'édifice, doit faire partie des produits qui lui sont associés.
- Le Panthéon est également cité par 22% des visiteurs, de même que le château de Versailles par 17%. Ces sites, tout comme le musée de la Légion d'honneur, les châteaux de Fontainebleau et Malmaison, auraient également légitimité à figurer dans une telle offre.



Des activités plébiscitées

Une offre Napoléon 1^{er} peut apparaître pour les touristes comme une thématique restrictive ne permettant pas de vivre toutes les expériences de la destination. Par conséquent, elle doit être intégrée dans une visite plus globale. Ainsi, le principe de balade à pied est fortement apprécié par les visiteurs afin de découvrir les réalisations de Napoléon 1^{er}. Cette activité permet d'aborder ce personnage sous l'angle "bâtitteur", d'aller au-delà des monuments connus et de découvrir la ville tout en profitant de l'atmosphère de cette dernière. Une croisière sur la Seine ajouterait également de la valeur à une telle offre en proposant un bel aperçu de la ville à travers un moment agréable et reposant. Le shopping pourrait également être inclus dans une proposition déclinée autour du personnage de Napoléon 1^{er}. C'est en effet l'une des activités privilégiées par les touristes lors de leurs séjours à Paris Ile-de-France et elle ménagerait un moment de pause au sein d'une journée consacrée au tourisme d'Histoire.

Et pour aller plus loin

Certains touristes souhaitent que des activités ludiques et interactives soient intégrées dans une offre, comme :

- ▶ Des reconstitutions de batailles et des scénographies en costumes d'époque, avec la possibilité de se déguiser soi-même,
- ▶ Des mises en perspective autour d'autres personnages tels que Joséphine par exemple,
- ▶ Des activités pour les enfants sur les sites comme par exemple une chasse au trésor,
- ▶ Des films et des conférences afin d'approfondir certains thèmes en lien avec les visites.

Méthodologie

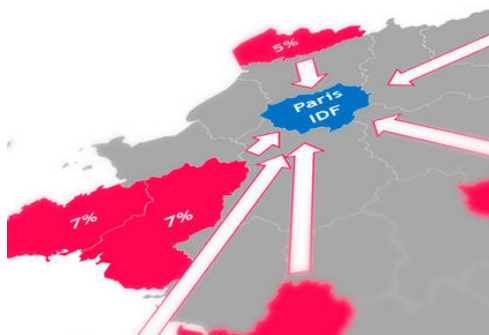
Etude réalisée entre décembre 2013 et janvier 2014 en deux phases. La première a consisté en une approche quantitative avec un recueilli en ligne auprès de 900 touristes connaissant au moins de nom Napoléon 1^{er} et s'étant rendus au cours des 6 derniers mois ou se rendant au cours des 6 prochains mois à Paris Ile-de-France (200 visiteurs français et 100 touristes provenant des pays suivants : Grande-Bretagne, Pays-Bas, Allemagne, Suisse, Belgique, Russie et Japon). Cette démarche a été complétée par une approche qualitative avec des entretiens téléphoniques d'environ 50 minutes auprès de 8 visiteurs français et 7 touristes internationaux (soit un pour chaque pays cité ci-dessus).



LES CHIFFRES DU TOURISME

Vous trouverez dans cette rubrique des informations sur les dispositifs permanents d'observation, les clientèles et marchés, les chiffres clés du tourisme de la destination et les études.

EN SAVOIR PLUS



LES DISPOSITIFS D'OBSERVATION

Les dispositifs permanents d'enquêtes menés dans les aéroports et dans les trains, en partenariat avec les aéroports Paris-Charles de Gaulle, Paris-Orly et Paris-Beauvais-Tillé ainsi que SNCF Voyages Développement et les transporteurs européens, permettent d'estimer le nombre de visiteurs français et internationaux venus en avion et en train et de disposer ainsi de tableaux de bord par nationalité.

EN SAVOIR PLUS

LES CLIENTÈLES ET MARCHÉS

Les données issues des dispositifs d'observation permettent aussi de dresser un panorama détaillé des profils et comportements des 15 principales clientèles internationales de la destination Paris Île-de-France, qu'elles soient européennes ou lointaines.

EN SAVOIR PLUS

LES CHIFFRES CLÉS

Mensuellement, le CRT réalise un baromètre de conjoncture de l'activité touristique. Des bilans de fréquentation sont également publiés ainsi que l'Essentiel qui présente les chiffres clés de la destination.

EN SAVOIR PLUS

ETUDES OBSERVATION

Le CRT Paris Île-de-France mène des études destinées notamment à mieux définir l'image de la destination, les habitudes de voyages, les attentes et le profil de clientèles cibles, l'environnement concurrentiel...

EN SAVOIR PLUS

VEILLE ET PROSPECTIVE

Dans une démarche de veille et de prospective, des études et documents apportant des éléments concernant l'évolution du monde du tourisme sont également édités.

EN SAVOIR PLUS

