

Compte-Rendu d'activités

Comité Régional de Tourisme de Normandie

2019

Avec le soutien de

En janvier 2016, la Normandie a été réunifiée et la nouvelle Assemblée régionale élue en application de la loi du 16 janvier 2015. Il appartenait aux élus régionaux et à leurs représentants au sein du CRT d'orienter les actions du Comité et de définir les priorités en matière de développement et de communication touristiques.

Ces nouvelles priorités régionales ont été fixées par le Président Hervé MORIN à l'occasion des *Rencontres Régionales du Tourisme* qui se sont tenues à Bagnoles de l'Orne, le 3 février 2016, à Bernay, le 9 mars 2017, et au Havre, le 19 avril 2018. Elles sont au cœur du présent compte-rendu d'activités pour 2019.

En 2019, avec le soutien de la Région, le CRT :

- **porte les priorités régionales** : Secrets Normands, le club promotionnel D-Day Normandie 1944, le club promotionnel Normandie Médiévale, la promotion du Tourisme d'affaires ;
- utilise pleinement la marque NORMANDIE en déclinant la charte graphique sous **la nouvelle dénomination « Normandie Tourisme »** et en la mettant en place sur tous ses outils de communication ; le CRT et l'agence *Normandie Attractivité* recherchent aussi toutes les mutualisations possibles ;
- et s'inscrit pleinement dans la dynamique des **Contrats de destination**.

Enfin en 2018, le changement de Direction a impliqué un changement de process interne et une définition, grâce à un travail interne, des nouvelles missions et de la nouvelle organisation du CRT, qui sont pleinement en place en 2019.

LA NOUVELLE ORGANISATION DU CRT 2019

Un travail interne mené d'avril à septembre 2018 a permis de :

■ Réaliser une évaluation interne (avril-juin 2018)

- Définition de la mission générale du CRT ces 5 dernières années.
- Évaluation des actions internes par service : actions à garder, à améliorer ou à supprimer.

■ Mener des réunions de brainstorming (juin-juillet 2018)

Brainstorming sur les tendances du tourisme et de société, et sur le paysage institutionnel ; Diagnostique Atouts, Faiblesses, Potentialités, Menaces ; Ateliers sur les questions clés à résoudre.

■ Définition de propositions concernant la nouvelle stratégie du CRT (septembre)

Nouvelles orientations proposées, nouvelles missions proposées, nouvel organigramme proposé.

La réaffirmation des Destinations et filières d'excellences à promouvoir :

■ Dans le cadre des Contrats de Destinations :

- Tourisme de mémoire.
- Impressionnisme (et notamment Festival Normandie Impressionnisme).
- Mont-Saint-Michel et sa Baie.

■ Dans le cadre des chantiers prioritaires :

- MICE.
- Médiéval.
- Secrets Normands.

■ Dans le cadre des filières structurantes déjà travaillées (travail à renforcer) :

- Vélo.
- Cheval.

Et des filières en devenir :

- Nautisme.
- Croisières.
- Tourisme de Découverte des Entreprises.
- Tourisme et santé.
- Tourisme littéraire.

LA NOUVELLE ORGANISATION DU CRT 2019

Les nouvelles orientations proposées :

1. Un CRT :

- plus orienté « visiteurs » et leurs motivations,
 - plus digital,
 - plus orienté innovation et expérientiel,
 - plus « story-telling »,
 - plus partenarial,
 - plus orienté développement durable, mettant l'accent sur un « slow tourisme qualitatif plutôt que la promotion d'un « tourisme de masse »,
 - plus orienté attractivité de la Normandie,
- et
- qui donne la parole aux normands et normandes, qui les fédère et les rend prescripteurs de leur région.

2. Un nouveau dispositif digital :

Afin de d'optimiser la visibilité de l'application de ces nouvelles orientations, un nouveau dispositif digital va être développé et mis en place à échéance du printemps 2020 :

- pour le grand public,
- pour les professionnels,
- en intégrant une approche story telling dans les contenus (écrits et visuels).

3. Une nouvelle approche de présentation de l'offre :

L'objectif est de présenter l'offre touristique de la Normandie selon trois grands univers motivationnels :

- découverte : découvertes culturelles, patrimoniales, nature...
 - actif : itinérance, loisirs de plein air, sports,
 - lifestyle & Bien-être : art de vivre, bien vivre, bien manger, bien-être, se ressourcer, se détendre, ballades, paysages, romantisme (+ pour les clientèles étrangères).
- Et avec une préoccupation permanente pour la cible famille.

LA NOUVELLE ORGANISATION DU CRT 2019

Les nouvelles missions proposées :

La mission principale du CRT, sa raison d'être, reste d'**assurer la promotion touristique de la Normandie en tant que destination touristique.**

Comment ?

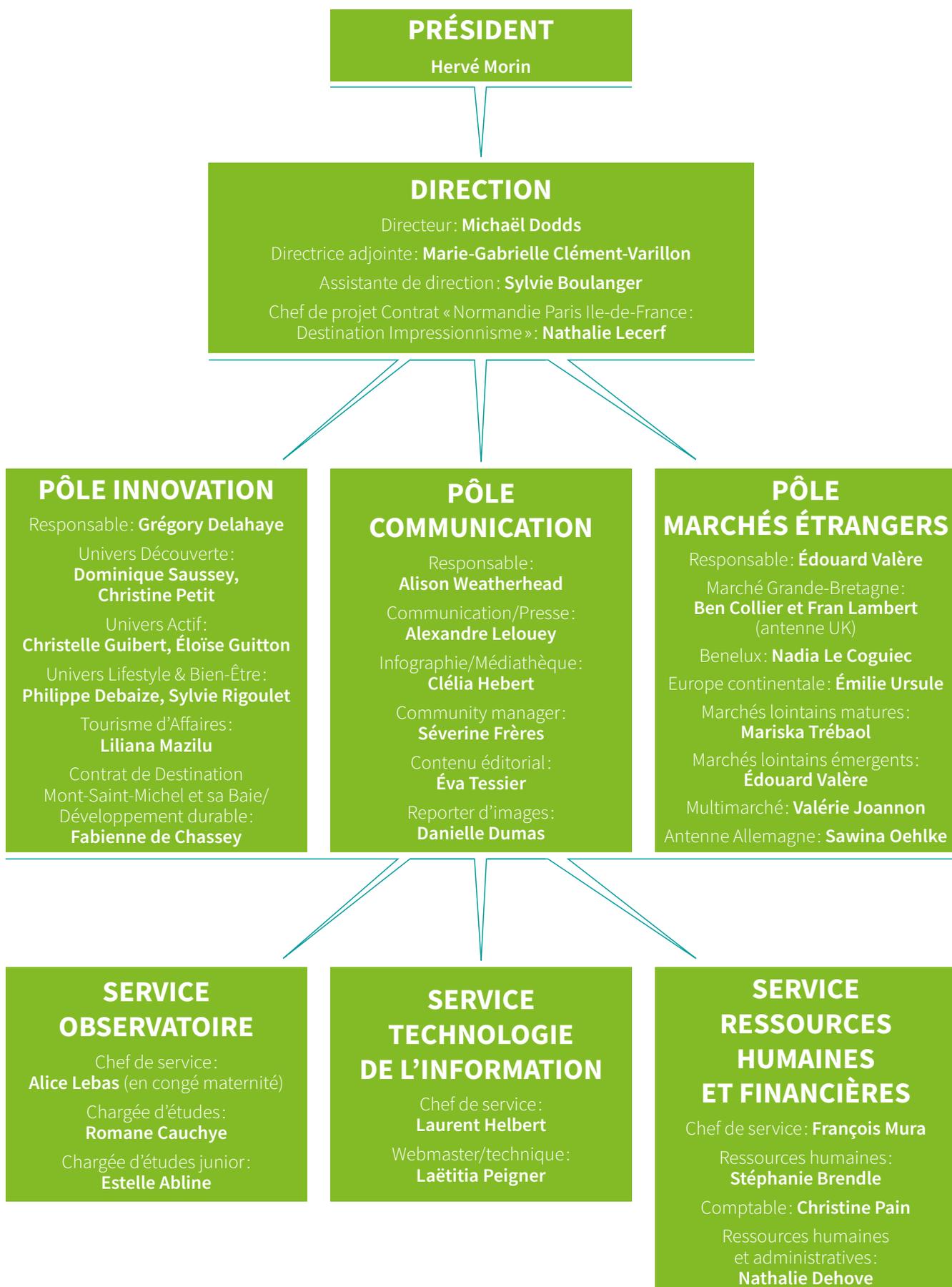
- En apportant **une connaissance fine de l'économie touristique et des nouvelles tendances** aux élus, aux porteurs de projets, aux professionnels du tourisme, aux journalistes, et en évaluant la satisfaction des visiteurs (*Service Observation*).
- En **stimulant la qualité de l'accueil et des prestations des professionnels** réunis par thématiques structurantes, notamment « univers motivationnels » et thèmes identitaires, et en proposant des **expériences** qui répondent aux nouvelles attentes des visiteurs (*Pôle Innovation*).
- En **renouvelant l'image de la destination**, en créant ou en stimulant un contenu éditorial inspirant et respectueux du guide de marque Normandie et en menant des opérations de communication ponctuelles en France (*Pôle Communication*).
- En menant des **campagnes de communication adaptées** pour chaque cible pour développer la notoriété de la destination à l'étranger, susciter l'envie de voyager auprès du grand public. En développant des **actions d'influence** auprès des prescripteurs : tour-opérateurs et presse (*Pôle Marchés Étrangers*).
- En mettant en œuvre une **palette d'outils numériques pertinents, performants et valorisants** pour la destination Normandie (*Service Technologie de l'information*).
- En **optimisant nos ressources humaines et financières** (*Service Ressources Humaines et Financières*).
- En **fédérant les normands et normandes** pour qu'ils deviennent pleinement prescripteurs touristiques pour leur région (*tous : groupe de travail « Secrets normands »*).
- En initiant une philosophie de travail « **développement durable** » en interne et en externe avec les réseaux professionnels et les visiteurs (*tous : groupe de travail « philosophie de développement durable »*).
- En organisant le concours régional des villes et villages fleuris.

En exerçant ces missions, le CRT défend les valeurs suivantes :

- L'attractivité de la Normandie.
- L'écoute des visiteurs.
- Une éthique de développement durable.

LA NOUVELLE ORGANISATION DU CRT 2019

Le nouvel organigramme mis en place au 1^{er} janvier 2019:



L'ensemble de ces nouvelles orientations et nouvelle organisation a été validé en Conseil d'Administration du CRT le 28 novembre 2018.

Les Assises normandes du tourisme, qui se sont déroulées le 18 novembre 2019 à l'Abbaye d'Ardenne, à Saint-Germain-la-Blanche-Herbe, et qui constituent le grand rendez-vous annuel de la Région avec la communauté touristique normande, ont été l'occasion de dresser un pré-bilan de la saison touristique 2019 et de poser les questions de « comment rester au top, comment enchanter nos visiteurs, réinventer nos offres, innover pour séduire ? »

Tel était le fil conducteur de la journée, ponctuée de tables rondes avec intervenants et témoignages le matin, et ateliers créatifs ou informatifs l'après-midi, sur notamment les nouvelles offres vitrines des Expériences Normandes, et les exigences d'un tourisme responsable.



SOMMAIRE

■ Secrets Normands	p. 9
■ Impressionnisme	p. 12
■ Opération « Normandie chérie » aux Galeries Lafayette	p. 13
■ Pôle Innovation	p. 14
■ Univers Découverte	p. 15
■ Univers Actif	p. 18
■ Univers Lifestyle & Bien-Être	p. 20
■ Normandie Meetings & Events	p. 22
■ Tourisme et Développement Durable	p. 25
■ Pôle Communication	p. 26
■ Pôle Marchés étrangers	p. 28
■ Service Technologies de l'Information	p. 40
■ Observatoire	p. 43

SECRETS NORMANDS

- Mise en ligne en avril 2019 de la **nouvelle version de Secrets Normands**.
Cette nouvelle version fait la part belle aux secrets : possibilité pour n'importe quel normand amoureux de son territoire de déposer ses « astuces de local », possibilité pour les Offices de tourisme de participer à la modération des secrets pour leur zone de compétence...
- Fin décembre, plus de 900 secrets sont disponibles et le nombre augmente de jour en jour, laissant entrevoir tout le potentiel de cette nouvelle version.
Spécialités locales à ne pas manquer, curiosités architecturales, meilleurs spots photo, points de vue à couper le souffle... les lieux et les occasions ne manquent pas pour dévoiler de nouveaux secrets.
- Publication d'une **fiche technique pour préciser ce qu'est réellement un secret et la façon de le rédiger**, co-écrite par le CRT et OTN (Offices de tourisme de Normandie), pour accompagner de la manière la plus efficace les professionnels et les Offices de tourisme.
Une fiche très utile pour les « chuchoteurs » réguliers de secrets ou les Offices de tourisme, qui valident ces secrets.
- Cette fiche vient compléter une **série de 5 fiches** déjà disponibles en ligne, sur le principe des ateliers de collecte de secrets, le déroulement des ateliers et comment les organiser, sur la communication autour de Secrets Normands, sur la mise en place de la marque blanche et sur le rôle des OT dans la gestion et la modération des secrets.

Les ambassadeurs de la Normandie deviennent chuchoteurs de secrets

En janvier : **1^{re} Place des Normands de l'année 2019**, organisée par l'Agence Normandie Attractivité avec la participation du CRT Normandie.

Au programme : découverte du Comptoir des Loisirs d'Évreux qui accueillait l'événement, présentation de l'Agence Normandie Attractivité et de ses actions, et pour finir **présentation et atelier de collecte de Secrets Normands**.

Enfin, tout au long de l'année, le CRT Normandie poursuit ses actions en faveur d'une meilleure connaissance de l'outil et d'organisation d'ateliers de collecte de secrets auprès des réseaux professionnels qui souhaitent s'impliquer dans la promotion et la contribution au dispositif.

Partenariat CRT Normandie - OTN

Objectif : engager un maximum d'Offices de Tourisme dans l'appropriation et le déploiement de l'outil :

- 2 réunions d'information collective avec 22 OT ;
- 1 webséminaire collectif auquel 14 OT ont participé ;
- Présentation de Secrets Normands à l'AG d'OTN devant 23 OT ;
- 22 OT rencontrés en RDV individuels (les OT n'ayant pu être visités avant la saison estivale se verront proposer un RDV par OTN dès la rentrée).

→ 88 % des OT du réseau ont été informés et/ou rencontrés à la fin du 2^e trimestre 2019.

- 9 ateliers de collecte de secrets organisés (d'autres ateliers sont à venir à l'automne) ;
- 2 e-letters envoyées à l'ensemble du réseau ;
- Co-animation du groupe « Maîtres chuchoteurs de secrets normands » sur Facebook, relai d'informations relatives à Secrets Normands, et ouvert aux OT ;
- 43 OT modèrent les secrets de leur territoire et s'engagent dans la démarche ;
- 19 OT sont en marque blanche.

Partenariat CRT Normandie - Normandie Sites

Le réseau de Normandie Sites a été impliqué afin de créer des secrets et promouvoir le dispositif, avec :

- La réalisation d'une campagne déclinée « Les Secrets de Lily » presse PQR et radios locales en juin, relayée en affichage et sur les réseaux sociaux.
- La réalisation d'un jeu-concours.

Sensibilisation des élus des EPCI

5 déjeuners (1 par département) organisés par le CRT Normandie, au cours desquels Marie-Agnès Poussier-Winsback, 1^{re} Vice-Présidente du CRT, et Michael Dodds, ont sensibilisé les élus locaux à Secrets Normands et à la marque Normandie.

- Le 13 mai, à Caen.
- Le 20 mai, à Evreux.
- Le 11 juin, à Bagnoles de l'Orne.
- Le 25 juin, à Donville-les-Bains.
- Le 5 juillet, à Rouen.

Au total, une quarantaine d'élus sont été sensibilisés.

Normandie Tourisme, Seine-Maritime Attractivité et plus de 30 partenaires du tourisme normand ont donné rendez-vous aux visiteurs de l'Armada sur le pavillon Secrets Normands !

(Voir p. 26 « Pôle Communication/Armada »)

Lancement de la campagne de communication digitale pour Secrets Normands

En juin, le CRT Normandie, accompagné par l'agence social media We Like Travel, a lancé une **campagne de communication digitale pour faire la promotion de Secrets Normands** tout au long de l'été.

Objectif : faire connaître l'application Secrets Normands auprès des visiteurs mais également inciter les Normands à saisir leurs secrets sur la plateforme dédiée.

Les publications mettent en contraste des sites incontournables avec des lieux souvent méconnus à proximité qui sont tout aussi intéressants, c'est-à-dire des Secrets Normands.

Cette campagne était déclinée sur les réseaux sociaux de Normandie Tourisme : Facebook et Instagram, sous forme de publications, stories ou encore canvas.

Au total : plus de 6 700 000 impressions et plus d'1 110 000 personnes uniques touchées.

Du 26 juillet au 31 août, près de 3 500 personnes ont participé au jeu-concours via un chatbot.

D'autres volets de la campagne seront déclinés jusqu'à mi-décembre 2019.



Secrets Normands, la vidéo

Une vidéo interactive, créée afin d'expliquer en quelques secondes le fonctionnement de Secrets-Normands.com

La vidéo a été diffusée sur les lieux touristiques, dans les Offices de Tourisme du territoire, et auprès des bénéficiaires du dispositif Atouts Normandie.

Dans le cadre des actions en partenariat du CRT Normandie avec les festivals de musique, la vidéo a été projetée à de nombreuses reprises sur les écrans lors des festivals Beaugard (plus de 108 000 festivaliers) et Rock In Évreux (plus de 39 000 festivaliers).

Disponible, en version française, sur le compte YouTube de Normandie Tourisme : <http://bit.ly/VideoSecretsNormands>, et existe également en version anglaise.

Les rendez-vous Secrets Normands

Les premiers rendez-vous Secrets Normands ont été organisés à la fin du mois d'août.

Objectif : réunir des chuchoteurs et des influenceurs autour d'un secret normand.

Les rendez-vous :

- Au large de Fécamp à bord du vieux gréement « La Tante Fine » (du secret « *Une aventure en mer* », chuchoté par Nathalie).
- Dans les airs au cœur du hangar à dirigeables d'Ecausseville (du secret « *Voler comme un oiseau dans un hangar à dirigeables* », chuchoté par Séverine).
- Sur la Seine au pied du Château des Andelys à bord d'un bateau (du secret « *Naviguer sur la Seine* », chuchoté par Claire).
- Au milieu de la Forêt d'Andaine à l'ombre de la Tour de Bonvouloir (du secret « *On a plus d'une tour dans notre sac* », chuchoté par Alexandre).

Les invités ont découvert un autre visage de la Normandie, une nouvelle manière de visiter la Normandie, grâce à Secrets-Normands.com.

Les influenceurs locaux, Grain Photographique, Anlorh, Sébastien Bouillier, Coraline et Léo, et Vincent des Normands autour du Monde ont pu tester les activités et partager de belles photos et stories sur Instagram.

Ces rencontres permettent de présenter l'outil Secrets Normands à des communautés d'influenceurs locaux, de valoriser le secret et son chuchoteur et de communiquer sur l'offre touristique d'un territoire.



Promotion touristique : une exposition inspirante pour les touristes du monde entier

À l'occasion du 160^e anniversaire des relations franco-japonaises, les deux CRT de Normandie et de Paris Ile-de-France ont mis en place une exposition intitulée « *Voyages Impressionnistes à Paris Ile-de-France et en Normandie, Yasuhiro Ogawa, été 2018* ».

La Destination Impressionnisme Normandie – Paris Ile-de-France, présentée à la Journée « Vallée de la Seine »

Plus de 300 acteurs se sont réunis le 7 février 2019, à Paris, pour une journée consacrée à la Vallée de la Seine. Le Contrat de Destination Impressionnisme a été présenté à cette occasion.

Slow tourisme : la Destination Impressionnisme présentée à la journée nationale organisée par la DGE

La Direction Générale des Entreprises (DGE) a organisé, le 20 juin 2019, une **journée dédiée au Slow Tourisme** à Samatan, dans le Gers. La Destination Impressionnisme a présenté à cette occasion sa promotion expérientielle, en phase avec les valeurs prônées par le slow tourisme.

Le 5^e Forum de la Destination Impressionnisme à Rouen

Précédé par l'Assemblée des Partenaires Signataires le 30 septembre 2019, le 5^e Forum de la Destination Impressionnisme s'est tenu le 1^{er} octobre 2019, à la Chapelle Corneille, à Rouen.

Plus de 110 partenaires, acteurs publics et privés, culturels et touristiques de Paris Ile-de-France et de Normandie, engagés dans la structuration, la promotion et la commercialisation de l'offre impressionniste, se sont réunis à cette occasion.

Au terme du Contrat « Normandie Paris Ile-de-France : Destination Impressionnisme » 2014-2019, ce Forum fut l'occasion **de dresser un bilan et d'évoquer le devenir** de cette démarche collective, amenée à se renouveler.

Sessions de formation du Contrat de Destination Impressionnisme

Dans le cadre du Contrat de Destination Impressionnisme, les CRT Normandie et Ile-de-France, associés aux Régions, organisent deux sessions de formation exceptionnelles consacrées aux clientèles internationales des sites impressionnistes, à Paris et à Rouen.

Conçue spécialement pour les acteurs liés à la thématique impressionniste, ce module de formation avait pour objectif de leur donner des clés pour mieux connaître et accueillir les clientèles cibles du Contrat de Destination, à travers une approche mixant histoire de l'art et formation en interculturalité.

OPÉRATION « NORMANDIE CHÉRIE » AUX GALERIES LAFAYETTE

Du 5 juillet au 1^{er} septembre 2019, la Normandie a été mise à l'honneur aux Galeries Lafayette Paris Haussmann.

Un formidable coup de projecteur sur la Normandie, auquel le CRT Normandie et l'Agence Normandie Attractivité ont contribué.

Les Galeries Lafayette Paris Haussmann, la Région Normandie, Normandie Attractivité, Normandie Tourisme et Atout France ont travaillé ensemble pour mettre en avant la Normandie, une des régions les plus emblématiques de France, au sein de ce temple de la mode et du savoir-vivre à la française.

L'objectif de cette opération séduction « Normandie chérie » était de susciter et déclencher des envies de voyage en Normandie, la patrie de Christian Dior, auprès des visiteurs français et étrangers des Galeries Lafayette.

Pour rappel, les Galeries Lafayette Paris Haussmann, ce sont plus de 37 millions de visiteurs dont 15 millions de visiteurs internationaux par an.

La photographe Kourtney Roy a réalisé une série de clichés mettant en avant les paysages normands et l'attachement de la région à la mode. Ces clichés ont été déclinés pour **la campagne de communication** de l'opération.



Ce nouveau Pôle du CRT Normandie, a pour mission de stimuler **la qualité de l'accueil et des prestations des professionnels** réunis par thématiques structurantes, notamment par les « univers motivationnels » et thèmes identitaires.

■ **Découverte** : découvertes culturelles, patrimoniales, nature...

■ **Actif** : itinérance, loisirs de plein air, sports.

■ **Lifestyle & Bien-être** : art de vivre, bien vivre, bien manger, bien-être, se ressourcer, se détendre, ballades, paysages, romantisme.

Avec une préoccupation permanente pour la cible famille.

Le Pôle crée, développe et stimule la production « **d'expériences** », qui répondent aux nouvelles attentes des visiteurs.

Dans ce contexte, l'équipe du Pôle Innovation, et plus largement du CRT Normandie, et ses partenaires, se forment pour comprendre et partager les concepts et les dernières tendances du design d'expérience rapporté à l'univers touristique.

Atelier « expérience et parcours client » en avril, au Château de Canon (Calvados)

Plus de 30 professionnels du CRT, des départements (agences touristiques et d'attractivités), de la Région Normandie (service tourisme), et des représentants des offices de tourisme (OTN) ont partagé les clés et les enjeux avec l'experte, Laurence Body du cabinet X+M qui intervient dans tous les secteurs d'activités économiques.

Le travail sur le design de service se poursuit

Les pôles Innovation et Marchés du CRT Normandie se sont réunis le 4 juin au Manoir de l'Évêché à Lisieux, pour un nouveau séminaire sur l'expérientiel.

Objectif : travailler sur le concept de design de service adapté aux différents marchés étrangers.

Séminaire « Innovation »

Deux jours d'immersion et de rencontres avec l'équipe de direction du Center Parcs – Domaine Les Bois Francs pour échanger autour des futurs projets de collaboration, des possibilités d'expériences à développer, et d'une formation storytelling des expériences.

Workshop Normandie : À la rencontre des professionnels du voyage

L'Univers Découverte du Pôle innovation, en partenariat avec le Centre des Monuments Nationaux, a organisé le 14 mai 2019, le **Workshop Normandie**, au Château de Vincennes, avec une vingtaine d'organiseurs de voyage (tour-opérateurs, agences de voyages, grandes entreprises issues de différents secteurs...) et 25 professionnels normands représentant les principaux sites culturels et territoires touristiques de la région.

Normandie Médiévale

Les outils promotionnels :

- Édition du Guide Normandie Médiévale 2019.
- 30 Nouvelles vidéos Normandie médiévale à l'honneur sur les réseaux sociaux.



La vie de la communauté :

Visites de terrain dans les sites de la Normandie médiévale

Objectif : remplir ou actualiser les grilles de scoring, composées de 100 critères sur l'accueil, la communication, la qualité, les services, les traductions... Cette grille permet d'évaluer et de hiérarchiser touristiquement les sites de la thématique en fonction de leurs résultats.

Réunion de travail de la Destination Normandie Médiévale

Le 14 octobre, une trentaine de partenaires de la thématique travaillent ensemble le plan d'actions de la Destination Normandie Médiévale.

Les actions :

La tapisserie Games of Thrones® exposée à Bayeux en septembre

À l'occasion de la diffusion sur OCS en avril 2019 de la huitième et ultime saison de la série primée de HBO®, la fameuse « Tapisserie Game of Thrones® » de Tourism Ireland part en voyage à Bayeux en septembre, pour être exposée jusqu'en décembre au plus près de sa source d'inspiration, la Tapisserie de Bayeux.

Une conférence de presse avait été donnée à Bayeux en décembre 2018, avec M. Patrick Gomont, M. Loïc Jamin de Bayeux, Mme Finola O'Mahony Directrice Europe de Tourism Ireland et Mme Hannah Crowdy, Conservatrice à l'Ulster Museum.

Un voyage très symbolique pour cette œuvre, à la conquête de ses origines, dans la ville de Bayeux, en terres normandes.

À cette occasion, le CRT Normandie accompagne la ville de Bayeux et Tourism Ireland pour faire la promotion internationale de cette exposition, qui se tient du 13 septembre au 31 décembre 2019.

Soirée médiévale avec les influenceurs normands à Bayeux

Pour profiter du lancement de la « Cathédrale de Guillaume » et de la présence de la Tapisserie « Game Of Thrones® », Normandie Tourisme et ses partenaires, Bayeux Bessin Tourisme et Bayeux Museum, ont organisé samedi 30 novembre une soirée VIP « Normandie Médiévale » réunissant plus de 20 influenceurs normands. Pendant tout le week-end, les influenceurs ont posté sur leurs réseaux sociaux des photos de la soirée.

D-Day

Les outils promotionnels :

■ Communication 75^e aux professionnels normands

Diffusion en janvier 2019, à l'ensemble des professionnels du tourisme normands, du logo régional du 75^e Anniversaire du Débarquement et de la Bataille de Normandie, et communication sur l'Appel à labellisation 75^e.



■ Édition du Guide des Plages du Débarquement et de la Bataille de Normandie 2019, avec les événements labellisés 75^e.

Des actions vers les jeunes :

Le Tourisme de Mémoire intéresse les BTS du Lycée Camille Saint-Saëns de Rouen

La Semaine du Tourisme de Mémoire s'est déroulée du 4 au 8 mars au lycée Camille Saint-Saëns et hors les murs. Cette semaine de rencontre et de débat est organisée à l'intention des BTS Tourisme de première et seconde année.

Le CRT Normandie est allé à leur rencontre pour **parler devant 70 étudiants de la Promotion de la filière Tourisme de Mémoire**. Une conférence-débat pour aborder des actions de promotions telles que salons et Workshop menées avec les partenaires de la filière, l'évolution des commémorations, les événements festifs autour du 6 juin, le Forum Normandie pour la Paix, les Pique-niques pour la Paix.

La vie de la communauté :

Les acteurs du D-Day au Centre Juno Beach de Courseulles

Une cinquantaine d'acteurs du Tourisme de Mémoire en Normandie se sont retrouvés le 29 mars 2019 au Centre Juno Beach à Courseulles-sur-Mer, pour préparer les actions de promotion et le 75^e Anniversaire du Débarquement et de la Bataille de Normandie.



© Ophélie CUB2

Bilan du Contrat de Destination « Tourisme de mémoire en Normandie »

Les signataires du Contrat de destination « Tourisme de Mémoire en Normandie » se réunissent afin de dresser le bilan du Contrat de Destination « Tourisme de Mémoire en Normandie 2014-2019 » et de commencer à réfléchir collectivement à une nouvelle feuille de route pour les cinq prochaines années, et avec pour objectif le 80^e anniversaire du Débarquement et de la Bataille de Normandie en 2024.

Actions :

Présentation du 75^e anniversaire du D-Day à Londres

(voir p. 28 « Marché UK & Irlande »)

Parcs & Jardins

Les outils promotionnels :

- Édition du Guide et de la carte des Parcs et Jardins 2019.



La vie de la communauté :

Réunion annuelle des Parcs et Jardins de Normandie

Les Jardins de Normandie - plusieurs sites, représentés par leurs jardiniers, responsables ou propriétaires - accompagnés des présidents des associations de Normandie - Bruno Delavenne et Didier Wirth, se sont réunis le 1^{er} mars 2019 au Château de Bénouville, dans le Calvados, pour préparer la saison.

Colloque Jardin et Littérature

Le CRT Normandie a produit un film de présentation : « Jardins de Normandie, les jardins littéraires » pour le 1^{er} colloque Jardin et Littérature, organisé par la Région Normandie en partenariat avec l'Institut Européen des Jardins et Paysages.

Ce colloque a permis de découvrir ou redécouvrir des auteurs normands et leur passion pour les jardins dans leurs écrits.

Actions :

Les jardins de Normandie valorisés dans les grands médias nationaux allemands

(Voir page 32 « Pôle Marchés étrangers/marchés allemand & autrichien »)

La presse suisse découvre les jardins de Normandie

(Voir page 37 « Pôle Marchés étrangers/Autres marchés/Marché suisse »)

Sites & Monuments

La vie de la communauté :

Réunion annuelle du réseau pro des sites et monuments à Pont-l'Évêque

En mars, les partenaires du réseau pro « Sites et Monuments » (60 acteurs), piloté par le CRT Normandie se sont réunis chez Calvados Experience à Pont L'Evêque pour une journée consacrée au bilan de l'année passée et aux projets d'actions BtoB et « scolaires » 2019 portées et cofinancées par le réseau.



Actions : Les 14 et 15 mars 2019, le CRT Normandie avec son réseau de partenaires des Sites & Monuments était présent au **salon des CE de Lille**.

Workshop ANCV à Rouen

Normandie Tourisme, en partenariat avec l'ANCV, organise le 7 novembre au Panorama XXL de Rouen, un workshop où les partenaires touristiques ont pu rencontrer des responsables de CE de grandes entreprises normandes.

Une cinquantaine de prestataires (sites, musées, hébergements..) et territoires touristiques (départements et offices) ont pu échanger avec environ 35 CE ou responsables - partenaires de l'ANCV (Chèques-Vacances).



Golf

Les outils promotionnels :

- Édition de la carte « Golf en Normandie » 2019

La vie de la communauté :

Le 10 décembre, une trentaine de participants représentant les golfs de Normandie se sont réunis à l'Hôtel du Golf Barrière de Deauville afin de faire le bilan sur les actions 2019 et échanger sur le plan d'actions pour l'année 2020. La cible individuelle sera valorisée via le « online » et les expériences, et la cible B to B avec des actions ciblées

Actions :

PGA Golf Show d'Orlando (USA)

La Normandie a participé au « Professional Golf Association » (PGA) Show d'Orlando sur l'espace France d'Atout France, du 23 au 25 janvier 2019.

Golf en Normandie présent au Mondial du Golf

L'équipe de Golf en Normandie, ainsi que les partenaires golifiques normands étaient présents pour la **première édition du Mondial du Golf**, au mois d'avril, au Parc des expositions de l'île Aumône à Mantes la Jolie.

Golf en Normandie présent au North America Golf Tourism Convention au Texas

Golf en Normandie, accompagné du DMC Olivier Odin, de Private Golf Key, était à nouveau **présent cette année au North America Convention**, aux côtés du Golf National et de Terre Blanche. Le salon professionnel du voyage golifique organisé par IAGTO (International Association of Golf Tour Operators) avait cette année lieu à **Horseshoe Bay Resort au Texas du 23 au 26 juin 2019**.

Les Golfs de Normandie mis en avant avec Golf Stars

Golf en Normandie a valorisé la réservation en ligne des golfs normands dans l'édition du printemps de *Golf Stars le Mag*. Enfin, 21 000 abonnés de Golf Stars ont reçu début mai et début juin une newsletter avec un encart valorisant les golfs de Normandie avec quelques idées de « week-end golifique en Normandie », en lien avec les grands événements du mois de juin, l'Armada et le 75^e Anniversaire du Débarquement.

4 jours de découverte des Golfs de Normandie pour Active Golf

Du 24 au 27 septembre 2017, Golf en Normandie a organisé un éducteur avec Active Golf, l'un des plus importants tour-opérateur Golifique Belge.

Golf en Normandie, présent à l'IGTM à Marrakech

Dans le cadre du cluster « Tourisme et Golf » créé par Atout France en 2018 afin de faire de la France une destination golifique, Golf en Normandie est présent à l'IGTM (International Golf Travel Market) du 14 au 18 octobre.

Cette 22^e édition s'est déroulée à Marrakech et a rassemblé des buyers de plus de 46 pays différents.

Aux côtés notamment du Groupe Barrière, avec le Golf de Deauville et du DMC Olivier Odin, Private Golf Key, Golf en Normandie accompagné d'Iñigo Ceballos, le directeur du Golf d'Étretat, ont pu échanger et rencontrer plus de trente professionnels du tourisme golifique.

Un journaliste suédois en reportage dans les golfs normands

(Voir p. 38 « Pôle Marchés Étrangers/Autres marchés/Marché suédois »)



© E. Guittou CRT Normandie

Vélo



Les outils promotionnels :

- Édition de la carte La Normandie à vélo 2019.

La vie de la communauté :

Réunion annuelle « La Normandie à Vélo » en mars 2019

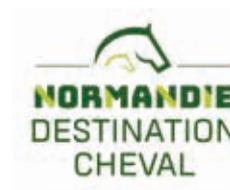
Les partenaires de la **filière Vélo** se sont réunis au CRT Normandie pour faire le point sur les **actions réalisées en 2018** et **préparer la nouvelle saison**.

Actions :

La Normandie à vélo aux Pays-Bas

La Normandie à vélo était présente via Atout France au salon **Fiets en wandelbeurs à Utrecht, le rendez-vous des passionnés de vélo aux Pays-Bas**, du 1^{er} au 3 mars 2019.

Cheval



Les outils promotionnels :

- Édition de la carte « Normandie, destination cheval » 2019.
- La Normandie, destination cheval en vidéo.

La vie de la communauté :

Réunion annuelle « La Normandie à cheval » en mars 2019

Les partenaires de la **filière cheval** en Normandie (Institutionnels du tourisme, Comité Régional du Tourisme Équestre de Normandie, Conseil des Chevaux de Normandie) se sont réunis au CRT Normandie.

Cette réunion d'échange a permis de faire le point sur le **bilan des actions réalisées en 2018** ainsi que de proposer les **actions à mener en 2019** sur cette filière d'excellence en Normandie.

Actions :

La Normandie mise à l'honneur sur Equimov

Dans le cadre d'un partenariat, la Normandie a été mise à l'honneur sur Equimov, la plateforme de réservation en ligne considérée comme le Airbnb des chevaux, et ayant remporté le trophée de l'innovation lors du Salon du cheval de Paris en 2016.

La Normandie présente au CHIO Aachen

Le C.H.I.O. (Concours Hippique International Officiel) d'**Aachen est le concours hippique international officiel de référence en Allemagne**, et le plus suivi au monde.

L'événement a lieu tous les ans avec 10 jours de compétitions et d'événements.

Du 12 au 21 juillet, « Normandy, passionate about horses » était présent avec le COREN, le CRTE, le Conseil des Chevaux et la Région Normandie, dans la rue de France, pays hôte d'honneur de cette édition 2019 sur le stand Atout France.

Une journaliste allemande découvre la Normandie, destination cheval

Suite à la présence de la Normandie au C.H.I.O d'Aachen, Normandie Tourisme, en collaboration avec ses partenaires, a accueilli du 5 au 8 août 2019, une **journaliste allemande sur la thématique du cheval en Normandie**.

Hôtels de charme

Les outils promotionnels :

■ Édition de la carte « Lifestyle et Bien-Être » 2019.

La vie de la communauté :

Rendez-vous avec les hôtels de charme

L'Univers Lifestyle & Bien-être a organisé 3 réunions de travail en petit comité avec les Hôtels de charme : le 19 mars à l'hôtel la Ramade à Avranches, le 20 mars à l'hôtel la Ferme de la Rançonnière à Crepon, et le 2 avril à l'hôtel le Belle Isle sur Risle à Pont-Audemer.

Objectif : présenter et de valider la participation des partenaires aux actions proposées en 2019.

Réunion annuelle Lifestyle & Bien-Être sur la Côte Fleurie

Une quarantaine d'acteurs normands du Lifestyle et du Bien-Être se sont retrouvés, au Manoir de la Poterie à Cricquebœuf près d'Honfleur afin d'évoquer ensemble les actions de promotion BtoB, la mise en route des expériences et le champ d'action de cet univers, regroupant les hôtels de charme, chambres d'hôtes de charme, gastronomie, shopping et savoir-faire normands.

La Normandie, 1^{re} région française partenaire de Secret Box®

Répondre à la demande croissante des consommateurs sur le marché des coffrets cadeaux et apporter encore plus de visibilité à ses partenaires normands : tels sont les objectifs qui ont amené le CRT Normandie à opter pour la technologie « console my box » créée par API&YOU, référence sur le secteur du coffret cadeaux en direct et sans intermédiaire. Ce partenariat se traduit par le lancement de la nouvelle place de marché, normandie-tourisme.secretbox.fr.

Grâce à ce développement financé par le CRT, les coffrets cadeaux des 27 partenaires normands remontent sur le site de normandie tourisme.

Les offres, accessibles à partir de 36 €, sont nombreuses et variées allant du dîner pour 2 personnes au week-end thalasso en chambre avec petit-déjeuner.

Actions :

Salon Les Thermalies

L'Univers Lifestyle & Bien-être a participé au salon des Thermalies 2019 au Carrousel du Louvre de Paris. Une belle opportunité de rencontrer les partenaires normands présents et impliqués dans cet univers, venus présenter leur collection 2019 à leurs clients.

Salon DITEX de Marseille

L'Univers Lifestyle & Bien-être était présent au salon DITEX de Marseille les 27 et 28 mars 2019.

Démarchage pro avec des hôteliers en Belgique

L'univers Lifestyle & Bien-être s'est rendu à Bruxelles les 18 et 19 juin 2019 pour présenter son offre hôtelière à des agents de voyages et à des conciergeries.

Hôtels de charme : opération - 10 % sur les chèques vacances

Cet été, 25 Hôtels de charme en Normandie, offrent - 10 % de réduction sur le séjour de leurs clients porteurs de chèques vacances.

Cette initiative qui a commencé début juillet et qui court jusqu'au 12 novembre, est à retrouver sur le site internet de l'ANCV, rubrique « Les bons plans ».

Salon So chic, so France à Bruxelles

La communauté Lifestyle et Bien-Être de Normandie y a séduit et enchanté des organisateurs de séjours haut de gamme, des influenceurs, personnalités, privés à haut pouvoir d'achat, des journalistes de supports lifestyle et haut de gamme, en présentant son offre d'hébergements de charme, les savoir-faire normands, les spas et thalassos.



Salon ILTM à Cannes

L'Univers Lifestyle & Bien-être, de Normandie Tourisme a rencontré sur son stand 39 professionnels sur 3 jours, sans compter le networking et la splendide soirée de clôture. L'ILTM représente la plus forte concentration au monde de professionnels du voyage haut de gamme en réunissant 3 000 acheteurs de 75 pays.



Villes & Villages fleuris :

Les villes et villages fleuris de Normandie 2019

Le jury régional a visité, du 20 au 23 août ainsi que du 2 au 5 septembre 2019, environ 70 communes de Normandie, afin d'attribuer les première, deuxième et troisième fleurs à 43 communes et proposer la quatrième fleur à 2 communes.

Le label « Villes et villages fleuris, label national de la qualité de vie » récompense l'engagement des communes en faveur de l'amélioration de la qualité de vie : la place accordée au fleurissement, au paysage et au végétal dans l'aménagement des espaces publics, le respect de l'environnement (gestion des ressources naturelles et préservation de la biodiversité), le développement de l'économie locale, la stratégie globale d'attractivité mise en place et la préservation du lien social.

Palmarès des Villes et Villages Fleuris 2019

Marie-Agnès Poussier-Winsback, 1^{re} Vice-Présidente de Normandie Tourisme, Vice-Présidente de la Région Normandie, en charge du tourisme et de l'attractivité, a récompensé à l'Abbaye aux Dames à Caen, près de 50 villes et villages pour leur engagement au fleurissement de leur territoire.

Ce sont désormais 385 villes et villages qui sont labellisés en Normandie.

La vie de la communauté :

Le Club Promotion du Cluster Tourisme d'Affaires a réuni une quarantaine de partenaires le 18 octobre lors de sa réunion annuelle, à l'Abbaye du Valasse en Seine-Maritime.

L'événement marquait également les 3 ans du cluster tourisme d'affaires en Normandie. Le plan d'action 2017-2019 touchant à sa fin, le CRT a donc fait appel aux adhérents du club pour co-construire une nouvelle stratégie et élaborer un plan d'action pour 2020-2022.

Pour ce faire, la matinée a été dédiée à **deux ateliers** : « **Stratégie congrès et perspectives internationales** » et « **Stratégie séminaires et développement commercial** ».

L'après-midi a réuni l'ensemble des participants pour une restitution des ateliers et une proposition de stratégie 2020-2022.



© Jérôme-Houyvet

Actions :

Salon Pure France

Le 31 janvier 2019, la Normandie a participé au salon du tourisme d'affaires Pure France, à Paris.

Parmi plus de 50 destinations françaises, la Normandie était ainsi représentée sur 3 stands : « Normandie Meetings & Events », l'Office de Tourisme du Cotentin et le Groupe La Mère Poulard.



© L Mazilu CRT Normandie

Événement Normandie à Paris

Normandie Meetings & Events et ses partenaires ont organisé le 21 mars 2019, dans le cadre prestigieux de l'Hôtel Hilton Paris Opera, en collaboration avec la société Meet & Com, un **workshop Normandie**.

Objectif : développer le tourisme d'affaires auprès des décideurs franciliens.



© G Delahaye | L Mazilu CRT Normandie

Salon HEAVENT MEETINGS à Cannes

Salon business HEAVENT MEETINGS **dédié aux destinations « événementielles », hôtels et prestataires de services et techniques**, du 26 au 28 mars 2019, à Cannes.

Week-end de décideurs à la découverte de l'offre Tourisme d'affaires normande

- Dans le Cotentin.
- À Bagnoles-de-l'Orne.
- À Deauville.
- À Rouen.
- À Caen.
- Au Havre.

Objectif : faire découvrir ces destinations d'affaires à des top décideurs organisant d'importants événements.

Salon IMEX

Du 21 au 23 mai 2019, Normandie Meetings & Events et le Carré des Docks du Havre ont représenté la destination d'affaires Normandie au salon international IMEX, à Frankfort.

Cet événement, organisé par Atout France, a mis en lumière son Cluster MICE et a accueilli 12 groupes d'hosted byers.



© L. Mazilu CRT Normandie | Géraldine Platte

BBT ONLINE : L'événement d'affaires festif

Normandie Meetings & Events s'est rendu en Belgique les 24 et 25 juin 2019 pour participer au BBT ONLINE. Objectif : **rencontrer des organisateurs d'événements et leur faire découvrir la Normandie pour leur prochaine destination d'affaires.**

Soirée tourisme d'affaires aux Galeries Lafayette Haussmann - Paris

Normandie Meetings & Events s'est associé à la campagne « Normandie Chérie » des Galeries Lafayette, pour organiser une soirée tourisme d'affaires à Paris, le 27 août 2019.

L'équipe du CRT, accompagnée des interlocuteurs des villes de congrès normandes de Bagnoles de l'Orne, Caen La Mer et Rouen, sont venus à la rencontre de 18 représentants d'entreprises parisiennes.

Soirée networking ZFF à Zürich

Normandie Meetings & Events et le Groupe Barrière de Deauville étaient le 30 septembre à Zürich pour représenter la destination d'affaires normande lors de l'événement suisse ZFF.

Objectif : rencontrer et échanger avec des professionnels pour faire connaître les offres et nouveautés MICE.



© L. Mazilu - E. Crombez CRT Normandie

France Meeting Event

Du 4 au 6 octobre à Paris, à l'occasion du Qatar Prix de l'Arc de Triomphe, ce grand rendez-vous organisé par Atout France, participe à la notoriété internationale et au développement de destinations d'affaires telles que la Normandie.

Congrès ICCA

Le Congrès ICCA (International Congress and Convention Association) est un rendez-vous annuel incontournable pour les professionnels du tourisme d'affaires et de l'événementiel. Cet événement international s'est tenu cette année à Houston aux États-Unis, du 27 au 30 Octobre. Les 800 participants ont fait l'expérience d'un programme novateur à travers un contenu formateur sous forme de différentes conférences en plénière et de belles opportunités de réseautage.

Étant membre du réseau, Normandie Meetings & Events a également pu apprendre à utiliser efficacement les outils et services de ICCA.

Salon Exclusiv'MICE

Les 13 et 14 novembre, Normandie Meetings & Events a participé au salon national Exclusiv' MICE, qui se tenait cette année à l'hôtel Royal de Deauville, avec un programme complet de networking, formations, ateliers, déjeuners et diners d'affaires. Il s'agit du 1^{er} événement 100 % hébergé en France sur le marché du MICE et est réservé aux destinations d'affaires, groupements hôteliers, lieux privés et DMC issus de toute la France. L'édition de 2019 a accueilli 60 hosted buyers et 38 exposants.

IBTM Barcelone

Normandie Meetings & Events était présent à Barcelone du 19 au 21 novembre 2019, accompagné du groupe Barrière – Deauville, pour faire connaître son offre sur le salon IBTM, 1^{er} événement mondial MICE. Une quarantaine de clients internationaux ont été rencontrés.

Soirée Associations Internationales à Bruxelles

Normandie Meetings & Events, représenté par le bureau des congrès du Havre, a participé à la soirée Associations Internationales organisée par Atout France à Bruxelles.

Dix-huit représentants d'associations internationales sont ainsi venus à la rencontre de 10 destinations d'affaires françaises.

TOURISME ET DÉVELOPPEMENT DURABLE

Dans le cadre de ses nouvelles orientations en faveur du développement durable, le CRT Normandie initie différentes actions en interne ainsi qu'en direction des professionnels.

Assemblée Générale des Acteurs pour un Tourisme Durable

Le CRT a participé le 2 avril 2019 à l'Assemblée générale du réseau professionnel **Acteurs pour un Tourisme Durable**.

Nouvellement membre de l'association, le CRT a rejoint ATD afin de rencontrer et échanger avec des entreprises, destinations et institutions du tourisme français engagés sur le sujet du tourisme durable.

Afterworks Tourisme Durable

Le CRT était présent aux 3^e et 4^e éditions des **afterworks Tourisme Durable normands**, organisé par l'association des Acteurs du Tourisme Durable (ATD), Agir pour un Tourisme Responsable, le 4 avril 2019 à Évreux et le 4 juin 2019 à Caen Mondeville. Des moments d'échanges ouverts à tous autour du tourisme durable.

Universités du Tourisme Durable

Le CRT a participé aux **Universités du Tourisme Durable 2019**, les 3 et 4 octobre 2019 à La Rochelle, rendez-vous incontournable du réseau ATD (Acteurs du Tourisme Durable) et point d'orgue des temps d'échanges entre professionnels autour d'une thématique liée au développement durable.

Rencontres normandes du développement durable

Le CRT Normandie a participé aux Rencontres normandes du Développement Durable le 16 octobre au Centre de Congrès de Caen. Événement rassembleur que la Région Normandie a pris l'engagement d'organiser chaque année dans le cadre de son Agenda 21, elles sont l'occasion pour près de 700 acteurs du territoire de débattre et de partager leur pratique concrète du développement durable.

Pour la première fois cette année, **Normandie Tourisme organise un atelier « tourisme durable »**.

Sandrine Mercier, rédactrice en chef du magazine A/R a animé l'atelier autour de la thématique **« Comment faire du tourisme un outil d'éducation au développement durable ? »** avec trois intervenants locaux.

Study Trip à Amsterdam

Normandie Tourisme a organisé un voyage d'études et de découvertes avec un groupe de 20 professionnels du tourisme normand (hôteliers, sites touristiques, institutionnels et associations) à Amsterdam pour rencontrer les acteurs locaux, découvrir les initiatives sur place et partager les bonnes pratiques. La cité néerlandaise place le développement durable au cœur de sa stratégie touristique et de la qualité de vie de ses habitants et représente un modèle à suivre en Europe.

Présentation des 7 pistes de travail à l'occasion des Assises normandes du tourisme le 18 novembre :

- Animer un réseau ambassadeurs / défricheurs ;
- Valoriser les bonnes expériences ;
- Secrets-normands.com ;
- Travailler sur /éviter la question de la sur-fréquentation sur certains sites ;
- Communication auprès des visiteurs ;
- Normandie sans ma voiture ;
- Acceptabilité et conditions de développement croisière.

PÔLE COMMUNICATION

Ce nouveau Pôle du CRT Normandie a pour mission de **renouveler l'image de la destination**, en créant ou en stimulant un contenu éditorial inspirant et respectueux du guide de marque Normandie et en menant des opérations de communication ponctuelles en France.

MARCHÉ FRANCE

Salon Tourissima

Du 25 au 27 janvier, la Normandie était à l'honneur à **Tourissima, le Salon du tourisme et des activités nature, à Lille.**

30 partenaires normands y étaient présents, avec une mise à l'honneur particulière de l'Armada.

© Y. Saliba Seine-Maritime Attractivité - A Weatherhead CRT Normandie



FÊNO

Le CRT Normandie et ses partenaires du 75^e anniversaire du Débarquement et de la Bataille de Normandie et le Festival Normandie Impressionniste, **étaient présents sur l'espace « Cœurs battants » à Fêno,** 1^{er} Festival de l'Excellence Normande, qui a eu lieu du 12 au 14 avril 2019 au Parc des Expositions de Caen.

L'Armada

Normandie Tourisme, Seine-Maritime Attractivité et plus de 30 partenaires du tourisme normand ont donné rendez-vous aux visiteurs de l'Armada sur le pavillon Secrets Normands.

Avec un emplacement privilégié (face au navire phare, l'Hermione), l'espace, ouvert et moderne, avec des regroupements par département, incitait le visiteur à se balader à l'intérieur pour y découvrir des animations ludiques et digitales mettant en avant les Secrets Normands.

© M.G. Clément-Varillon CRT Normandie



Le Mont-Saint-Michel et sa Baie – le 40^e anniversaire de l'inscription au patrimoine mondial de l'Unesco présenté à la presse

Normandie Tourisme et Tourisme Bretagne, dans le cadre du Contrat de Destination de la Baie du Mont-Saint-Michel, ont accueilli 6 journalistes français, pour présenter le **40^e anniversaire de l'inscription du Mont-Saint-Michel et sa Baie à l'UNESCO sur la liste du patrimoine mondial**, du 19 au 27 octobre.

Soirée « Bienvenue en France »

Normandie Tourisme a participé au Quai d'Orsay à la réception « Bienvenue en France », organisée avec le concours de Destination Régions et l'École Française de Gastronomie Ferrandi, en présence de Monsieur le Ministre de l'Europe et des Affaires Étrangères Jean-Yves Le Drian, réunissant plus de 500 invités, pour la plupart des diplomates venus du monde entier, et aux côtés de neuf autres régions françaises, mobilisées pour valoriser la gastronomie et le savoir-faire d'excellence de leurs territoires.

Accueil de bloggeurs parisiens

Audrey et Mickaël du blog Refuse to Hibernate, ont arpenté la ville de Caen, et ont été surpris d'apprendre autant de choses sur l'histoire médiévale de la ville et sur sa figure emblématique Guillaume-le-Conquérant. Leurs stories et photos sont à retrouver sur leur blog refusetohibernate.com et sur leur compte Instagram.

La vie du Pôle :

Arrivée de nouveaux collaborateurs au Pôle Communication

Alexandre Lelouey a rejoint le pôle en mars 2019, en qualité de chargé de communication. Il devient ainsi le contact au quotidien de Normandie Tourisme avec les médias locaux, régionaux, nationaux et ses homologues RP et s'occupera également des campagnes de communication du pôle.

Enfin, de mars à juin 2019, **Maxime Huynh** a réalisé son stage au sein du pôle, avec pour mission principale de communiquer à propos de Secrets Normands auprès des acteurs du tourisme.

En décembre, **Clément Martin** rejoint le Pôle Communication durant quelques mois, pour travailler sur la rédaction du nouveau site web grand public, apporter son expérience, sa plume et son enthousiasme, et participer à la construction d'un contenu frais, style magazine, afin de mettre en vitrine les expériences normandes.

PÔLE MARCHÉS ÉTRANGERS

Le Pôle Marchés Étrangers du CRT Normandie mène des **campagnes de communication adaptées** pour chaque cible pour développer la notoriété de la destination à l'étranger, susciter l'envie de voyager auprès du grand public.

Il développe des **actions d'influence** auprès des prescripteurs : tour-opérateurs et presse.

Le Pôle Marchés Étrangers met un point d'honneur à sélectionner des médias en coordination avec ses partenaires touristiques normands et les bureaux Atout France pour mettre en lumière les nombreux atouts de la Normandie.

En découlent de très belles et régulières retombées presse en Europe ainsi que sur les marchés lointains, dont quelques-unes sont citées ci-dessous.

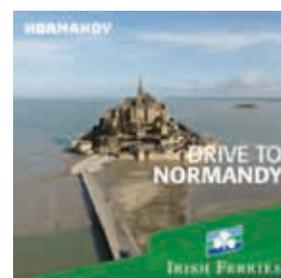
MARCHÉS EUROPÉENS

Marchés UK & Irlande

Normandie Tourisme se mobilise pour accueillir les Irlandais

En amont de la traversée inaugurale du ferry W.B. Yeates, le navire flambant neuf de la compagnie Irish Ferries, Normandie Tourisme et la compagnie maritime irlandaise se sont associés pour une **campagne digitale** visant à promouvoir la destination auprès d'un public familial.

Cette campagne s'est déployée sur les réseaux sociaux Facebook et Instagram via un post visuel sponsorisé ainsi que sur les sites web de plusieurs grands médias irlandais via deux vidéos de 7 et 15 secondes.



En collaboration avec l'équipe marketing d'Irish Ferries, le CRT Normandie a multiplié les actions :

- Participation à l'**Irish Travel Trade Show** à Dublin le 21 mars 2019, pour rencontrer des Tours Opérateurs et des professionnels.
- Accueil d'un **tournage** centré sur les vacances d'une famille irlandaise en Normandie avec les sites et activités à découvrir (du 20 au 25 mars 2019).
- **Accueil presse groupe** (avril 2019).
- Mise à jour des **pages destination Normandy** sur le site web d'Irish Ferries.



Présentation du 75^e anniversaire du D-Day à Londres

Le 28 janvier 2019, en partenariat avec Imperial War Museums, le CRT Normandie a organisé une soirée sur le HMS Belfast à Londres à l'attention de journalistes britanniques.

Le 75^e anniversaire du D-Day a été présenté devant une cinquantaine de personnes autour d'un cocktail dinatoire à base de produits normands.

Intéressés fortement par cet anniversaire et cette thématique, de nombreux journalistes ont répondu présents tels que le **Daily Mirror, The Telegraph, The Guardian, NBC News, The BBC News, History of War Magazine.**

De belles retombées presse sur le marché britannique

Suite à la présentation du 75^e anniversaire du D-Day à Londres, deux très beaux articles sont parus dans les deux quotidiens les plus lus outre-Manche : **Le Daily Mail** et **The Sun**.

Au total, **43 retombées presse sur la thématique « D-Day 75^e »** ont été recensées, toutes étant le résultat des accueils de presse britanniques et irlandais organisés par le CRT de Normandie.

Trois journaux phares britanniques visitent Deauville, Trouville-sur-Mer et le Pays d'Auge

Accompagnées de Fran Lambert, Chargée des relations presse au CRT pour les marchés UK et Irlande, les journalistes du **Sunday Times**, du **groupe Reach Plc (l'Express, le Mirror et le Star)** et du **Sunday Post** ont participé en septembre, à un accueil de presse groupe organisé en partenariat avec Flybe, Calvados Attractivité et les offices de tourisme de Deauville et de Trouville-sur-Mer.



Une célèbre bloggeuse britannique découvre Le Havre et Dieppe

Après avoir visité Caen et Rouen l'année dernière, la **bloggeuse Julie Falconer** continue sa découverte des grandes villes normandes.

Du 29 au 31 août 2019, elle a été accueillie **au Havre et à Dieppe**.

Les 8 plus grandes agglomérations normandes à l'honneur sur le marché britannique

Sur le marché britannique, Normandie Tourisme a déployé une mini campagne de promotion s'articulant autour de huit illustrations originales. En complément des affiches « villages » qui ont été un succès sur ce marché, l'accent a été mis sur la valorisation des huit plus grandes aires urbaines normandes (de plus de 50 000 habitants).

Ces illustrations sont - entre autres - visibles sur des **panneaux d'exposition à bord du navire Étretat de la compagnie Brittany Ferries**, lequel assure la liaison entre Portsmouth et Le Havre.



La Normandie à London Southend

La Normandie était présente, fin octobre, à l'occasion de la célébration des 5 ans de la ligne aérienne London Southend - Caen de FLYBE, dans le hall des départs de l'aéroport de London Southend, le temps d'une journée très fréquentée par les Anglais au tout début des vacances scolaires, et de leur rappeler que la Normandie est à moins d'une heure en avion !

Normandie Tourisme au WTM

L'équipe de la cellule anglophone était les 4 et 5 novembre au WTM à Londres, pour de nombreux et qualitatifs contacts avec des média-clés sélectionnés, ainsi qu'avec une sélection de voyageurs. Les principales nouveautés et grands événements 2020 ont été présentés, ainsi que les valeurs portées par Normandie Tourisme, liées notamment à un tourisme responsable, au slow tourisme et au rejet d'un tourisme de masse.



© V. Joannon CRT Normandie

Forum des voyages scolaires à Birmingham

Normandie Tourisme était présent le 21 novembre à Birmingham pour l'assemblée annuelle des membres du forum de voyages scolaires anglais (School Travel Forum-STF).

Le secteur des voyages scolaires est très développé en Grande-Bretagne et il s'agit d'une véritable institution au sein des établissements scolaires. Le STF est une véritable autorité en matière de déplacements scolaires et de jeunes. Ses membres sont reconnus pour fournir des expériences de haute qualité dans le monde entier.

La vie du Pôle :

Création d'une cellule anglophone chez Normandie tourisme

Le Pôle Marchés étrangers se réorganise chez Normandie Tourisme. Il compte désormais une « **cellule marchés anglophones** » regroupant les marchés Grande-Bretagne, Irlande, USA, Canada et autres marchés lointains anglophones.

Ben Collier est le Responsable de la cellule. **Valérie Joannon** est Chargée de mission marchés anglophones. Ils forment un binôme sur l'ensemble de ces marchés.

Des actions B to B, B to C et presse sont étudiées et mises en place sur l'ensemble de ces marchés à l'exception des relations presse, sur la Grande-Bretagne et l'Irlande, pour lesquelles Fran Lambert reste mobilisée depuis Londres.

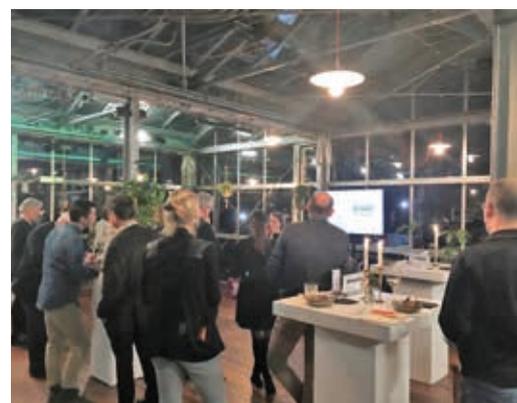
Marché néerlandais

Le CRT Normandie rencontre la presse néerlandaise à Amsterdam

Le CRT Normandie, en partenariat avec Atout France, a organisé le 7 mars, une **conférence de presse à Amsterdam** pour une quinzaine de journalistes sélectionnés, pour une présentation de deux événements majeurs de la saison estivale en Normandie : l'Armada de Rouen et les célébrations du 75^e anniversaire du Débarquement et de la Bataille de Normandie.

La Normandie à vélo aux Pays-Bas

(Voir p. 19 « Univers Actif – vélo »)



© N Le Coguiet CRT Normandie

Marché belge

La Normandie au Salon des vacances de Bruxelles

Le CRT Normandie accompagne et coordonne la présence de ses partenaires à ce salon du 7 au 10 février 2019, avec un stand « Normandie » de 56 m² sur l'espace Atout France.



© N Le Coguiet CRT Normandie

Présentation du 75^e à Bruxelles

Les 6 et 7 février avait lieu à Bruxelles la réunion annuelle des partenaires européens de Libération Route Europe. À cette occasion, la Normandie a participé au workshop avec le Club Promotion D-Day, et a pu rencontrer les partenaires internationaux de la Route de la Libération.

Accueil de journalistes belges

Normandie Tourisme a accueilli :

- Les journalistes de la **RTBF** avec leurs équipes (Radio Télévision Belge Francophone), venus pour faire deux reportages sur la thématique du Tourisme de Mémoire en Normandie
- Trois journalistes des supports quotidiens belges francophones : **La DH**, **l'Avenir** et **la Capitale** et un représentant d'Atout France.

Objectif : influencer les réservations des vacances et weekends du grand public belge, en montrant la région d'un autre point de vue, mêlant les sites incontournables et les visites hors des sentiers battus.

Démarchage pro avec des hôteliers en Belgique

(Voir p. 20 « Pôle Innovation/Univers Lifestyle & Bien-Être »)

4 jours de découverte des Golfs de Normandie pour Active Golf, tour-opérateur Golfique belge

(Voir p. 18 « Pôle Innovation/Univers Actif/Golf »)

Marchés allemand & autrichien

Tournée médiatique en Allemagne à Francfort et Stuttgart

Les 6 et 7 février, Normandie Tourisme participait à la **tournée médiatique** organisée par Atout France en Allemagne, afin de rencontrer la presse de Francfort et Stuttgart.

Accueils presse

Normandie Tourisme a accueilli :

- Un journaliste freelance travaillant pour différents media autrichiens sur la thématique de la gastronomie normande.
- Une journaliste radio en Allemagne, pour travailler sur la thématique du Débarquement, de la Bataille de Normandie et, plus généralement, du tourisme de mémoire. La journaliste travaille pour plusieurs stations radios publiques et des supports print régionaux en Allemagne.
- Une journaliste du quotidien national autrichien **Kronen Zeitung** pour un programme de découverte dédié sur les Plages du Débarquement.
- Six journalistes de différents médias régionaux du sud de l'Allemagne et de Berlin qui ont découvert l'histoire du D-Day et de la Bataille de Normandie.
- Un journaliste allemand des magazines féminins **Frau im Spiegel** et **Frau im Spiegel Royal**, pour une découverte des stations balnéaires et des châteaux de Normandie.
- Une journaliste allemande pour des découvertes le long de la Seine à l'heure de l'Armada de Rouen.
- Cinq journalistes allemands, venus découvrir la Normandie grâce à des expériences proposées par des Normands (d'adoption) passionnés de leur région.
- Le journaliste de la maison d'édition allemande **Mairdumont**, qui a publié la première édition de son nouveau guide « *Normandie, atlas illustré* », rédigé par ce journaliste.
- Une journaliste allemande pour découvrir « La Normandie, destination cheval » (Voir page 19 « Pôle Innovation / Univers Actif / cheval »).
- Une bloggeuse allemande (www.planethibbel.com, un des premiers blogs allemands spécialisés sur les voyages et vacances en famille), qui était en Normandie avec sa famille pour découvrir l'offre adaptée de notre destination.

et a soutenu les voyages de presse :

- Pour **Radio Ö1**, première station de radio nationale publique en Autriche.

La journaliste était venue préparer une émission sur la Normandie, le Mont-Saint-Michel, le rétablissement du caractère maritime (dont le pont-passerelle fut réalisé par l'architecte autrichien Dietmar Feichtinger) les artistes en Normandie (Claude Monet à Giverny, Erik Satie à Honfleur...).

De nombreuses retombées presse

Suite à divers accueils de presse, la Normandie a bénéficié de nombreuses retombées :

- Camembert, Calvados et Cidre étaient les sujets d'un reportage de 12 pages dans l'édition du mois d'août 2019 du magazine gastronomique allemand « **Essen & Trinken** ».
- Reportage de 42 minutes sur la Normandie, ses paysages, ses activités et ses traditions sur la chaîne de télévision privée allemande **Sat.1** en août 2019
- Reportage dans le journal de midi du 6 juin 2019 de la première chaîne de télévision publique allemande **ARD**, à l'occasion du 75^e Anniversaire du Débarquement et de la Bataille de Normandie. Les témoignages des civils normands et la transmission de la mémoire de la Seconde Guerre mondiale ont été l'un des sujets traités.
- Le jardin et la Maison Dior ont été mis en avant dans le grand quotidien national allemand **Frankfurter Allgemeine Zeitung**, un article sur les jardins a été publié dans le magazine féminin **Brigitte WIR** et une sélection de jardins de Normandie a été mise en avant sur le site web **Spiegel Online**.
- Émission de voyage « Da will ich hin » (C'est là où je veux me rendre) des chaînes de télévision publiques allemandes SWR et SR, présentant la Normandie en tant que destination de proximité.

La Normandie sur les ondes d'Harmony FM, en Allemagne

Une campagne de communication a été menée par Normandie Tourisme, en partenariat avec la station de radio **Harmony FM**, station de radio de la Hesse (région de Francfort), et l'agence de communication Christine Lange & Sawina Oehlke GbR.

Création d'un catalogue Normandie en coopération avec le grossiste allemand Tourenservice Schweda

Avec le soutien du CRT Normandie et l'agence de communication Christine Lange & Sawina Oehlke, le grossiste allemand **Tourenservice Schweda** a créé un catalogue de voyages dédié à la Normandie destiné à ses clients autocaristes. Dans ce catalogue, l'accent est mis sur l'Impressionnisme et le Festival Normandie Impressionniste 2020.



Eductour pour le grossiste allemand La Cordée Reisen

En partenariat avec Latitude Manche, le **grossiste La Cordée Reisen**, spécialisé sur la destination France, organise un **éductour pour ses clients autocaristes et agents de voyage**, particulièrement orienté vers le département de la Manche mais également vers Giverny, Rouen, Honfleur et Arromanches.

Accueil du Tour-Opérateur RUEFA, 1^{er} tour-opérateur en Autriche

10 collaborateurs du Tour-Opérateur autrichien RUEFA viennent découvrir la Normandie, particulièrement sur les thématiques du patrimoine médiéval et de l'histoire du Débarquement.

Workshop France sur la Seine pour les Tour-Opérateurs allemands

Du 26 au 28 octobre, Atout France Allemagne organisait un workshop B2B sur un bateau de croisière, en coopération avec le croisiériste allemand A-rosa, avec la Normandie comme région hôte de l'événement. L'objectif est la réalisation :

- d'un workshop France afin de permettre aux partenaires français et aux tour-opérateurs allemands de se rencontrer, et d'accroître la programmation de la destination française dans les catalogues des voyagistes outre-Rhin ;
- d'excursions au fil de la Seine pour visiter quelques sites incontournables de la région, comme Rouen, Le Havre, Étretat ;
- de 2 voyages de formation en Normandie pour 18 tour-opérateurs allemands afin de découvrir la Normandie à travers 2 circuits, l'un serpentant entre Caen, Bayeux et le Mont-Saint-Michel, et l'autre dédié à la Côte Fleurie (Honfleur, Trouville, Deauville) et au Pays d'Auge.

Marché italien

Tournée médiatique à Turin, Milan et Rome

Normandie Tourisme a participé en janvier à la tournée médiatique organisée par Atout France en Italie, afin de rencontrer la presse de Turin, Milan et Rome.

Objectif : rencontrer une trentaine de journalistes de la presse touristique italienne afin de promouvoir les grands événements de la Normandie et ses grandes thématiques phares, ainsi que les dernières nouveautés.



© Atout France - E Ursule CRT Normandie

Accueils presse

Normandie Tourisme a accueilli :

- Un journaliste et un photographe italiens en vue d'un grand reportage sur les sites du Débarquement et de la Bataille de Normandie pour différents médias régionaux (**Nautica, La Gazzetta di Parma, Eco di Bergamo**).
- Deux journalistes italiennes préparant un reportage sur les stations balnéaires et villes du littoral normand pour les magazines féminins **Tu Style** et **Icon Panorama**.
- Deux journalistes de la rédaction du magazine italien **Dove** afin de préparer la rédaction d'un reportage de 8 à 10 pages qui sera publié en 2020, et qui traitera d'une Normandie moins connue et du slow tourisme à travers les boutiques art déco, l'art de vivre, les villages percheros, les portraits d'artistes et d'amoureux du Perche ainsi que les nouvelles adresses de chambres d'hôtes et hôtels du Perche.
- Deux journalistes italiens de la **Rai 3**, chaîne de télévision publique, afin de réaliser un documentaire sur la Vallée de la Seine pour l'émission Kilimangiaro.
- Deux journalistes à moto, pour la réalisation d'un reportage sur les différentes facettes de la région pour le magazine **Motociclismo**.
- Un journaliste de **la Stampa**, quotidien national italien afin de publier un reportage sur les nouveautés de la Normandie, autour des plages du Débarquement, de la Cité de la Mer, et de l'Impressionnisme pour la rubrique voyage du site web du quotidien.

À noter que suite à la participation de Normandie Tourisme au Médiatour Italie, la Normandie avait déjà bénéficié d'un bel article sur le 75e anniversaire du Débarquement, publié sur le site web de **La Stampa**.



© E Ursule CRT Normandie - Voyage de presse Italie

Marché espagnol

Accueils presse

Normandie Tourisme a accueilli :

- Un journaliste freelance pour plusieurs media espagnols. Ce journaliste préparait plusieurs reportages autour de la thématique du Débarquement à l'occasion du 75^e Anniversaire et du Mont-Saint-Michel pour **Libertad Digital** et **ES Radio**, 4^e radio la plus écoutée au niveau national.
- Une rédactrice pour le magazine espagnol **Viajar**, sur les traces des sites incontournables de la région à l'occasion du 75^e Anniversaire du Débarquement et de la Bataille de Normandie.
- Une journaliste du service Amérique Latine de la chaîne de télévision **RFI**, pour découvrir quelques sites du Débarquement, ainsi que la Cité de la Mer de Cherbourg.
- Une journaliste espagnole et son équipe de télévision, en préparation d'un documentaire sur la thématique du tourisme de mémoire en Normandie et sur le Mont-Saint-Michel pour la télévision publique espagnole, **TVE**.

Les retombées presse

Suite à divers accueils de presse en 2018 et 2019, la Normandie a bénéficié de retombées :

- **Un article de 4 pages** dédiées à la Normandie, ses paysages, son art de vivre et sa gastronomie dans **le magazine Sobremesa**.
- Plusieurs retombées presse, publiées dans le courant de l'année 2019 : **ES Radio**, site web de **Motor y Turismo**, site web de **Viajar**.

Eductour

Normandie Tourisme a accueilli le Tour Opérateur espagnol Trabax l'un des plus gros réseau d'agences sud-américaines qui vend des voyages de groupe loisirs et affaires dans plus de 20 pays hispanophones. Les 37 représentants présents des pays d'Amérique du Sud, des États-Unis et d'Espagne ont découvert le Mont-Saint-Michel et Caen.

MARCHÉS LOINTAINS

Marché US

Webinar en partenariat avec le Tour Operator américain Keytours Vacations

Suite à la participation de Normandie Tourisme au workshop French Affairs à Chicago fin 2018, le Tour-Opérateur Keytours Vacations a organisé un webinar (formation en ligne à distance) dédié à la Normandie à destination de ses revendeurs (agents de voyage et guides), sur l'ensemble du territoire américain.

Le 15 janvier 2019, pendant 30 minutes, Normandie Tourisme a présenté la destination à ces revendeurs, suivi d'une session de questions-réponses.

Quatre journalistes américains découvrent la Normandie

Du 17 au 22 septembre 2019, trois journalistes américains des sites **Frommer's**, **Jetsetter** (affilié à TripAdvisor), du quotidien **News Herald**, ainsi qu'une journaliste freelance, ont découvert pour la toute première fois la Normandie sur les pas des Impressionnistes.

La Normandie présente à French Affairs

Normandie Tourisme était présent au salon professionnel French Affairs, du 21 au 23 octobre à Houston, Texas.

Organisé par Atout France US, il s'agit du grand rendez-vous annuel des professionnels du tourisme nord-américains, lesquels ont eu l'opportunité de rencontrer plus de 40 exposants français.

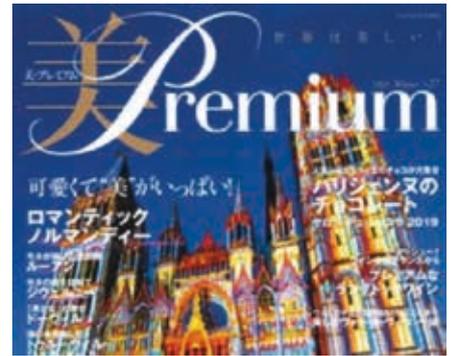
Marché japonais

La presse japonaise toujours aussi attirée par la Normandie

À la suite de la campagne de communication menée par le CRT Normandie en 2018, 3 médias particulièrement suivis au Japon ont été accueillis en juin :

- Le web magazine **Madame Figaro Japon**
- Le magazine de l'art de vivre haut de gamme **BI PREMIUM**, qui a notamment publié un article très complet de 22 pages
- Le web magazine **AERA STYLE**, destiné à la clientèle masculine haut de gamme qui apprécie des marques authentiques.

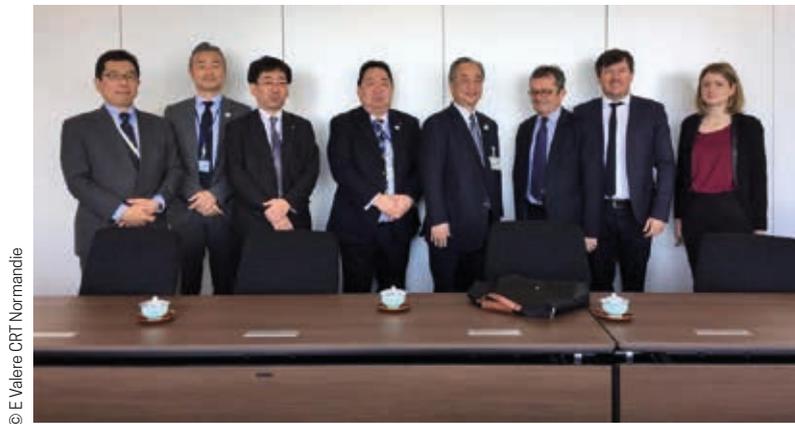
Cet accueil a été réalisé en collaboration avec Atout France Japon et les partenaires touristiques normands.



La Normandie à la rencontre des plus grands opérateurs japonais

Normandie Tourisme et Rouen Normandie Tourisme et Congrès se sont associés pour aller à la rencontre des plus grands opérateurs du Japon. 13 rendez-vous ont ainsi été programmés (Miki Tourist, Kuoni, JTB, HIS...).

Enfin, 4 médias ont été sollicités pour développer la notoriété de la destination (NHK, Kyodo News, JAL, Diamond Big)



© E. Valère CRT Normandie

Accueil des gagnantes du jeu concours de la Campagne Japon 2019 « Ivresse de l'Art »

Le CRT Normandie, en collaboration avec ses partenaires et Atout France, a accueilli du 8 au 13 juillet 2019 les **deux gagnantes du jeu concours lancé dans le cadre de la campagne d'Atout France au Japon en 2019.**

Cette année la thématique de la campagne au Japon était « Ivresse de l'Art ».

À la clef de ce jeu concours, un voyage en Normandie à gagner sur les pas des peintres impressionnistes et à la découverte des boissons locales telles que le cidre, le calvados ou encore le poiré. Cet accueil a donné lieu à la production de 5 vidéos de 90 secondes, diffusées sur le site de campagne d'Atout France au Japon en automne, et sur les réseaux sociaux.



© M. Trebaol CRT Normandie

Marché chinois

Nouvelles routes touristiques chinoises

Dans le cadre des relations initiées par la Région Normandie avec la province chinoise du Fuzhian (37 millions d'habitants), le CRT de Normandie a saisi l'opportunité de l'ouverture de la ligne aérienne reliant Fuzhou (capitale de 4 millions d'habitants) à Paris, opérée par la compagnie Xiamen Airlines, pour **développer la présence de la Normandie dans les programmes des agences basées à Fuzhou.**

Ainsi le CRT avait reçu fin 2018, les représentants de l'agence de voyage intégrée à la compagnie aérienne, Xiamen Air Travel, ainsi que l'agence CTS Fujian Tourism Company LTD.

Ces premiers échanges sont donc suivis en 2019 par l'organisation d'éductours afin de travailler avec nos partenaires à l'élaboration de nouveaux circuits pour une commercialisation en 2020.



Marché coréen



La Normandie accueille quatre médias coréens

La Normandie a accueilli en avril quatre médias coréens : **KTX Magazine, Lonely Planet, Art travel** et **Mag O.**

Cette opération organisée en partenariat avec Atout France Corée, Air France et les Offices de Tourisme de Rouen Normandie Tourisme et Congrès, Fécamp, Le Havre – Étretat Normandie Tourisme, inDeauville, Granville Terre et Mer, Destination Mont-Saint-Michel Normandie, vise à faire progresser la notoriété de la Normandie en Corée.

Elle vient renforcer les actions de soutien à la commercialisation de nouveaux produits incluant la Normandie dans la programmation des tour-opérateurs coréens partenaires du CRT (Hanah tour, KRT, Eurobike, Chalet Travel).

Cette combinaison actions presse + actions TO vise à offrir aux lecteurs coréens des solutions de voyage clés en main en Normandie.

La vie du Pôle :

Arrivée d'une nouvelle collaboratrice au sein du Pôle Marchés Étrangers

Sabine Pannier rejoint l'équipe du Pôle Marchés étrangers en qualité de Chargée de mission marchés asiatiques et Rendez-Vous en France.

Marché indien

Accueils presse

Suite à l'accueil en octobre 2018 d'une journaliste et d'un photographe du Magazine **Vogue India**, plusieurs articles sont parus en février et mars 2019 dans le magazine, dans le magazine online **Complete Wellbeing**, et dans le magazine **National Geographic Traveller India** avec un très bel article sur Claude Monet. Le CRT a également apporté une aide technique pour la TV indienne **CNBCTV**, sur la chapelle millénaire à Allouville-Bellefosse.

Marché brésilien

Accueils presse

À la suite de la participation au roadshow au Brésil (Fortaleza, Rio de Janeiro, São Paulo et Campinas) début avril, de nos collègues de Rouen, Le Havre, Deauville, Lisieux et le Groupe Mère Poulard, les responsables du Magazine **Marcia Travessoni Galeria** ont montré leur intérêt pour la Normandie.

Grâce au soutien de l'agence www.cchotels.com.br, des partenaires touristiques normands cités et de Normandie Tourisme, ils se sont rendus en Normandie au mois de mai 2019, à la découverte du Havre, de Deauville, de Lisieux, de Rouen et du Mont-Saint-Michel.

Les résultats de cet accueil sont impressionnants avec une CVP totale de 40 000 €.

Voyage découverte en Normandie pour 8 agences de voyages brésiliennes

Du 19 au 23 août 2019, **8 responsables des principales agences de voyages de Fortaleza au Brésil**, ont eu le plaisir de découvrir quelques attraits touristiques en Normandie.

Cette découverte a pu se faire grâce au soutien d'une correspondante brésilienne de l'agence www.cchotels.com.br, des partenaires touristiques à Rouen et au Havre, du Groupe la Mère Poulard, de l'Abbaye du Mont-Saint-Michel (CNM), de Normandie Voyages et de Normandie Tourisme.

Accueil d'une bloggeuse brésilienne jeune et très motivée !

C'est une jeune bloggeuse, Michelle ALVES, très dynamique, passionnée et curieuse que Normandie Tourisme a accueillie du 20 au 22 septembre 2019 avec l'aide précieuse de nos partenaires tels que la Fondation Claude Monet, les Jardins d'Étretat, les offices de tourisme de Rouen, Honfleur et Bayeux ainsi que Bayeux Museum et le Mémorial de Caen.

AUTRES MARCHÉS :

Marché Suisse

Accueils presse

Normandie Tourisme a accueilli :

- Un journaliste du quotidien francophone **La Liberté** de Fribourg, qui a été aux premières loges des grandes marées dans la baie du Mont-Saint-Michel, et notamment à Granville, avant de poursuivre son voyage jusqu'à Caen.
- Un journaliste du quotidien régional **Neue Zürcher Zeitung**, qui a découvert les nouveautés liées aux musées et sites du Débarquement et de la Bataille de Normandie, pour la préparation d'un article dédié au 75^e anniversaire du Débarquement.
- Un journaliste et un photographe du **magazine Herbarella**, consacré aux jardins, aux voyages, à l'art et à l'art de vivre, et distribué en Suisse germanophone, en Allemagne et en Autriche (soutien technique). Un reportage sur la Normandie sera publié dans l'édition de mars 2020.

La Normandie représentée à la soirée networking ZFF à Zürich

(Voir page 23 « Normandie Meetings & Events »)

Marché danois

Réédition d'un guide touristique danois sur la Normandie

Un journaliste danois a séjourné en avril en Normandie pour le projet de réédition du **guide touristique « Turen går til Normandie og Bretagne »** (Voyage en Normandie et Bretagne) publié par la maison d'édition *Politikens Forlag* au Danemark.

En parallèle, le journaliste a préparé un **reportage spécifique dédié à la ville du Havre** pour le quotidien danois *Jyllands-Posten*. Le CRT Normandie a apporté son soutien technique.

La télévision danoise en reportage sur les grands sites de Normandie

Une journaliste ainsi qu'un caméraman préparant un **reportage pour la chaîne de télévision danoise DK4** ont été accueillis en Normandie.

Ils ont découvert quelques sites incontournables de la Normandie, ponctuée d'interviews avec des guides et responsables de sites locaux.

En parallèle, les journalistes préparaient également un article dans le magazine danois de camping **Camping-Leisure**, dont le contenu a été également promu via une communication multiple sur les réseaux sociaux du magazine.

Marché suédois

Accueils presse

Normandie Tourisme a accueilli :

- Une journaliste et une photographe suédoises pour les magazines **Östermalm, Kungsholmen, Vasastan, Södermalm**, et **Allers**. Elles ont découvert Giverny, la maison et les jardins de Claude Monet, et le musée des Impressionnistes.

Cette journée a été organisée en étroite collaboration avec l'agence réceptive Normandy Melody.

- Un journaliste suédois freelance pour le magazine **Golfbladet**, le second magazine golf de Suède. Le journaliste a choisi et découvert plusieurs parcours de golf pendant son voyage en Normandie. Il est également freelance pour **Allt om Resor** (All about Travel), le premier magazine de voyage mensuel suédois.

Marché portugais

Accueils TO et presse

Normandie Tourisme a accueilli :

- Deux coordinateurs pour le Tour-Opérateur portugais **Nortravel**, qui ont réalisé plusieurs visites de repérage en Normandie dans le but de renouveler et d'améliorer l'itinéraire qu'ils proposent à leurs clients (soutien technique).
- Un journaliste et un photographe du quotidien **Publico**, un des plus importants du pays. Ils préparaient un reportage de 6 pages dans la rubrique « Fugas » du magazine papier, ainsi que sur les éditions respectives en ligne et sur la page Facebook du magazine.

Multimarchés

Belle mobilisation de la Normandie sur le salon Rendez-vous en France

Organisé chaque année par Atout France en partenariat avec la ville et la région d'accueil, le **salon Rendez-vous en France**, unique par son envergure, est un événement professionnel incontournable pour le tourisme français. Il permet à près de 900 fabricants de voyages (tour-opérateurs et agents de voyages venus du monde entier), qui vendent la France dans près de 70 pays, de rencontrer 1 000 professionnels qui représentent plus de 700 organismes (hébergeurs, sites et monuments, offices de tourisme...) français.

Les 19 et 20 mars 2019, 43 exposants normands étaient présents à Marseille sur l'espace Normandie aux côtés du CRT.

Rendez-vous en France comprend deux grandes séquences :

- Les voyages de découverte (pré-tours) en amont du salon, du 14 au 18 mars. Cette année le CRT Normandie a organisé 3 pré-tours en collaboration avec les ADT et les partenaires touristiques normands intéressés.
- Le salon proprement dit, à Marseille les 19 et 20 mars. Chaque exposant dispose d'un planning de rendez-vous sur 2 jours pour faire des affaires avec une sélection d'acheteurs internationaux, qui, de retour dans leur pays, pourront élaborer de nouveaux circuits après avoir découvert les spécificités des régions françaises.

L'opportunité d'un tel salon n'échappe plus aux professionnels du tourisme normand. Déjà très impliqués et mobilisés sur les pré-tours, ils se sont inscrits encore nombreux cette année pour être présents sur le salon.

SERVICE TECHNOLOGIE DE L'INFORMATION

Nouveau dispositif digital de Normandie Tourisme

Afin de d'optimiser la visibilité de l'application des nouvelles orientations adoptées par le CRT Normandie, **un nouveau dispositif digital est développé et sera mis en place à échéance du printemps 2020.** Il concernera le grand public et les professionnels organisateurs de voyages. Il intègrera une approche storytelling dans les contenus (écrits et visuels).

La consultation pour la nouvelle plateforme web de Normandie Tourisme a été lancée le 29 mai 2019.

L'Agence IRIS Interactive a été retenue pour sa très bonne réponse technique, sa bonne approche marketing, son projet basé sur l'humain, correspondant bien aux objectifs de Normandie Tourisme : fédérer une équipe au CRT, satisfaire les locaux et les normands.

IRIS Interactive accompagnera donc le CRT Normandie tout au long du développement du nouveau site avec un travail sur les cibles de clientèles, la définition de personas, les premières maquettes, la définition des fonctionnalités et la mise en place technique de cette nouvelle plateforme web.

Le CRT Normandie s'est également entouré d'une équipe de rédacteurs web étrangers en charge de la création des nouveaux contenus pour les nouveaux sites web en langues étrangères.

Ceux-ci ont suivi des séances de formation sur le référencement et sur l'écriture sous forme de story-telling.

Fin 2018, Normandie Tourisme avait lancé son nouveau site professionnel.

Développé sur l'outil WordPress, plus moderne, plus fonctionnel, il permet au CRT de communiquer aux professionnels du tourisme normand sur toute l'actualité du CRT, sur les programmes d'actions, les Contrats de Destination, l'Observatoire, les outils proposés... etc.

Fin 2019, après une année entière d'existence, ce nouveau site répond aux attentes des professionnels avec +143 % de visites en 1 an.

INTERNET ET RÉSEAUX SOCIAUX

SITES			
Sites grand public (nombre de visites)	2018	2019	2019/2018
France	3 337 247	3 950 599	18,4 %
Anglais	836 515	1 024 892	22,5 %
Allemagne	292 102	323 118	10,6 %
Pays-Bas (ouverture du dispositif en flamand en sept. 2018)	282 674	361 762	28 %
Espagne	274 986	271 774	- 1,2%
Italie	303 600	289 458	- 4,7 %
Secrets Normands (mise en ligne en avril 2018)	52 051	104 599	101 %
TOTAL	5 379 175	6 326 202	17,6 %
Détail rubriques thématiques (nombre de visites)	2018	2019	2019/2018
Parcs et Jardins (FR)	63 826	67 569	5,9 %
Culture et patrimoine (FR)	19 465	17 032	- 12,5 %
Golf (FR)	42 705	41 824	- 2,1 %
Golf (GB)	9 959	7 992	- 19,8 %
Rubrique D-Day - Normandie Tourisme (FR)	304 844	475 542	56,0 %
Rubrique D-Day - Normandie Tourisme (GB)	256 367	403 004	57,2 %
TOTAL	697 166	1 012 963	45,3 %

Sites professionnels (nombre de visites)	2018	2019	2019/2018
Sites voyagistes (français, anglais et allemand)	61 803	67 426	9,1 %
Sites professionnels du tourisme normands (pro)	26 705	65 051	143,6 %
Site MICE (ouvert en mars 2019)	-	3 274	-
TOTAL	88 508	132 477	49,7 %

Source : Google Analytics.

RÉSEAUX SOCIAUX

Facebook		2018	2019	2019/2018
Français	Fans	171 465	180 640	5,4 %
	Nombre d'utilisateurs impliqués*	698 131	814 645	16,7 %
Anglais	Fans	67 771	72 006	6,2 %
	Nombre d'utilisateurs impliqués*	124 557	222 789	78,9 %
Néerlandais	Fans	7 641	9 673	26,6 %
	Nombre d'utilisateurs impliqués*	31 666	40 234	27,1 %
Italiens	Fans	8 339	9 360	12,2 %
	Nombre d'utilisateurs impliqués*	47 440	55 803	17,6 %
Jardins de Normandie	Fans	1 529	1 925	25,9 %
	Nombre d'utilisateurs impliqués*	11 607	12 152	4,7 %
Golfs	Fans	861	975	13,2 %
	Nombre d'utilisateurs impliqués*	4 468	3 799	-15,0 %
1944-D-Day	Fans	880	1 773	101,5 %
	Nombre d'utilisateurs impliqués*	16 266	26 217	61,2 %

Twitter (nombre de followers)	2018	2019	2019/2018
Français	20 035	21 600	7,8 %
Anglais	3 492	3 940	12,8 %
Allemands	1 851	1 830	-1,1 %
Pro	465	566	21,7 %

Instagram (nombre d'abonnés)	2018	2019	2019/2018
Français	15 670	29 362	87,4 %
Anglais	7 145	16 197	126,7 %

* Réactifs aux publications Facebook.

ACTIONS E-MARKETING

Le CRT Normandie poursuit ses actions e-marketing en adressant des messages ciblés auprès de ses contacts fichiers grand public et professionnels

Auprès du grand public :

- 36 e-letters en Français à des marchés francophones (France, Canada, Belgique, Suisse, et autres pays francophones) ;
- 9 e-letters en Anglais à des marchés anglophones (Grande-Bretagne, Irlande, Canada, et autres pays anglophones) + 1 e-letter à des contacts « dormeurs » ;
- 5 e-letters en Allemand à des marchés germanophones (Allemagne, Autriche, Suisse) + 1 e-letter à des contacts « dormeurs » ;
- 2 e-letters en Espagnol à des marchés hispanophones + 1 e-letter à des contacts « dormeurs » ;
- 4 e-letters en Italien + 1 e-letter à des contacts « dormeurs » ;
- 2 e-letters en Néerlandais.

Auprès des professionnels :

- 5 e-letters en Français ;
- 2 e-letters en Allemand ;
- 1 e-letter en Russe.

E-letters thématiques :

- 2 e-letters MICE en Français ;
- 2 e-letters Contrat de Destination Impressionnisme en Français.

Auprès de la communauté des professionnels du tourisme normands

- 45 e-letters pro.

Bilan touristique 2018, édité en 2019 : une belle victoire pour la Normandie !

Les résultats définitifs de l'INSEE pour l'année 2018 sur la fréquentation dans les hébergements touristiques marchands de Normandie ont confirmé une fréquentation record en Normandie, et ceci pour la deuxième année consécutive.

En effet, après une très bonne année 2017 (+ 4,2 %), et à l'instar de la saison estivale 2018 (+ 5,3 %), la Région a conservé une très bonne dynamique toute l'année 2018. **La Normandie a été la plus dynamique des régions de province** et tous les types d'hébergement ont profité de cette croissance.

Les néerlandais se classent à la 1^{re} position des clientèles étrangères en Normandie en 2018

Le traditionnel classement de ces dix dernières années voit pour la première fois son Top 3 bousculé avec un passage des **néerlandais** de la seconde à la première position.

La clientèle néerlandaise, qui affiche de belles hausses de fréquentation au sein des hébergements touristiques marchands en Normandie ces trois dernières années, confirme sa présence avec une **évolution de plus de 14 % des nuitées pour l'année 2018** comparé à l'année 2017 (et de + 29 % comparé à l'année 2016).

Enquêtes de conjoncture saison 2019

Le service Observatoire a produit et diffusé ses enquêtes de conjoncture durant la saison 2019

- Avril-mai : « Un début de saison mitigé mais des prévisions très optimistes des professionnels du tourisme normands »
- Mai-juin : « Après un mois de mai mitigé, le mois de juin a été exceptionnel! ».
- Juillet : « Un mois marqué par la canicule qui a attiré les touristes sur la côte normande! ».
- Août et pré-bilan de saison : « Un mois d'août brillant pour les professionnels du tourisme normand », et « Le mois d'août en Normandie s'inscrit parfaitement à la suite d'une saison 2019 jusqu'alors exceptionnelle »
- Septembre : « Un mois plus calme après une haute saison estivale exceptionnelle ».

Une saison estivale 2019 exceptionnelle dynamisée par les grands événements

Le CRT Normandie a donné une conférence de presse le 9 septembre 2019 sur le pré-bilan de la saison estivale.

Avec une saison estivale 2019 riche en événements et marquée par une excellente météo, la Normandie affiche une nette tendance à la hausse de sa fréquentation touristique, et ceci pour la troisième saison estivale consécutive.

Les cinq éléments clefs de la saison estivale :

- Les grands événements.
- Un mois de juin exceptionnel.
- La météo extrêmement favorable.
- Un taux de satisfaction des professionnels inégalé.
- Un mois de septembre prometteur.

Cette saison a notamment été dynamisée par les trois grands événements nationaux et internationaux qui se sont déroulés sur le territoire normand :

- Le 75^e Anniversaire du Débarquement et de la Bataille de Normandie qui s'est traduit par de nombreuses manifestations sous le signe de la commémoration et de la mémoire.
- L'Armada de la Liberté à Rouen.
- La Coupe du Monde Féminine de la FIFA™ durant laquelle la ville du Havre a accueilli sept matches internationaux.

La vie du service :

Arrivée d'Estelle Abline au sein du service Observatoire

Estelle a rejoint le CRT Normandie afin de soutenir le Service Observatoire de Normandie Tourisme le temps du congé maternité d'Alice Lebas.

Elle rejoint ainsi Romane Cauchy, en qualité de Chargée d'Études junior. Sa mission principale est de produire et de publier les Chiffres Clés du Tourisme Normand édition 2019, et les fiches thématiques et détaillées produites annuellement par l'Observatoire.

