

Communiqué de presse
Le mardi 11 mai 2021

La Région et Normandie Tourisme accompagnent la relance de l'activité touristique en Normandie avec le lancement de deux grandes campagnes de promotion en France et en Europe.

Depuis 2020, la crise sanitaire perturbe fortement toute l'économie touristique en Normandie. La Région, Normandie Tourisme, la SNCF et leurs partenaires se mobilisent pour préparer la reprise. Deux grandes campagnes de promotion touristique de la Normandie sont lancées aujourd'hui afin de toucher et d'inspirer toutes les cibles potentielles, et les inciter à venir (re)découvrir la Normandie pour leurs prochaines vacances.

La Normandie compte 37 700 emplois touristiques en moyenne annuelle et jusqu'à 50 000 en haute saison. La crise sanitaire a fortement frappé le secteur et l'INSEE a mesuré **une perte de 5 300 emplois dans l'hébergement et la restauration au cours du 1^{er} semestre 2020**. Cela représente la moitié des pertes d'emplois observés dans tous les secteurs confondus à cette même période dans la région.

Source : <https://pronormandietourisme.fr/2020/12/21/impact-crise-sanitaire/>

La Région Normandie a mis en place des dispositifs d'urgence destinés à aider les entreprises normandes en plein cœur de la crise sanitaire. Elle amplifie ses efforts pour accompagner la reprise d'activité et anticiper les difficultés économiques à venir. Le secteur touristique a été particulièrement fragilisé. En cause les pertes enregistrées en 2020 ainsi qu'en avant-saison de cette année 2021. Le tourisme évolue dans un contexte concurrentiel rude. Les atouts de la Normandie et le professionnalisme des acteurs du tourisme sont des éléments clés pour parvenir à redresser le cap. La Région Normandie apporte une pierre supplémentaire à l'édifice en soutenant les campagnes de communication pilotées par le Comité Régional de Tourisme de Normandie, en France et sur les marchés européens de proximité afin que les touristes choisissent la Normandie pour leurs prochaines vacances » déclare Hervé Morin, Président de la Région Normandie.

En France, une campagne de communication régionale et nationale pour soutenir un secteur en difficulté : « **La Base ! La Normandie à tant à offrir, à commencer par l'essentiel...** »

La campagne de relance répond à plusieurs objectifs :

- Inciter les Français, en particulier les voisins immédiats de la Normandie, en provenance d'Ile-de-France, des Hauts-de-France et des Pays de la Loire, et plus largement de toute la France, à venir passer leurs week-ends et vacances (en court ou long séjour) en Normandie
- Inciter les Normands à (re)découvrir leur région
- Convaincre nos visiteurs que la Normandie est une valeur sûre
- Mettre en valeur la Normandie en tant que destination touristique, dynamiser la fréquentation et l'économie touristique normande et soutenir les professionnels.
- Mutualiser le concept de la campagne en collaboration étroite avec SNCF Nomad Train

La Normandie est ainsi valorisée en tant que **valeur sûre** avec une promesse de **vacances réussies** dans une période difficile et anxiogène. Cette prise de parole est l'occasion de valoriser un **tourisme durable et responsable**. Prendre le temps d'explorer **des lieux moins connus et plus insolites**, de se ressourcer, en ayant comme objectif une meilleure diffusion des flux touristiques sur l'ensemble du territoire normand. SNCF Nomad train met l'accent sur la découverte des destinations normandes en train, au départ de Paris, avec une offre tarifaire adaptée et compétitive.

La Base ! La Normandie à tant à offrir, à commencer par l'essentiel...



« La base », cette formulation, moderne, est un élément de langage compréhensible par toutes les générations et adapté aux réseaux sociaux. Elle place la région Normandie comme une destination essentielle, incontournable et évidente. Ce concept, où l'humain prend la parole par le texte et l'image, inscrit la Normandie comme une destination accueillante, dans son époque, en accord avec les nouvelles attentes à savoir le retour aux fondamentaux et à un tourisme doux. Ce parti-pris interpelle et permet à la Normandie de **se démarquer** et de marquer les esprits.

Comme l'an passé, la campagne est fédératrice et participative. Normandie Tourisme encourage **les acteurs touristiques locaux** (professionnels du tourisme et partenaires institutionnels normands) à se l'approprier dans le but d'amplifier son rayonnement et son impact.

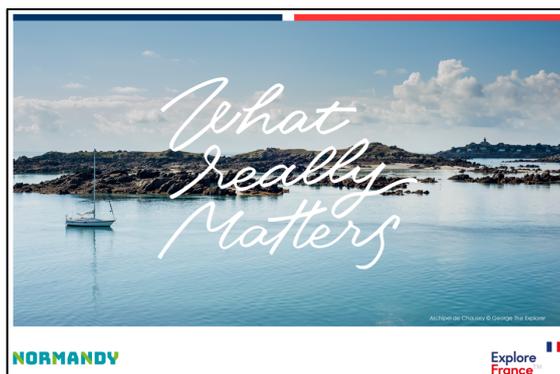
Cette campagne, destinée à s'étendre de mi-mai jusqu'à l'automne, se veut multicanale (affichage, médias presse et TV), mais privilégie le volet digital pour répondre aux tendances de consommation actuelles et inciter à la réservation immédiate de séjours en Normandie. Le point d'atterrissage de cette campagne est le site www.normandie-tourisme.fr.

Découvrir la 1^{ère} vidéo diffusée sur les réseaux sociaux : <https://youtu.be/2429CL4wWVo>

Cette campagne est financée par la Région Normandie, Normandie Tourisme, et l'Union Européenne grâce aux Fonds Européen de Développement Régional (FEDER 2021-2022) dans le cadre du dispositif REACT EU : Financement dans le cadre de la réponse de l'Union à la pandémie de COVID-19.

En Europe, 4 marchés européens de proximités ciblés, pour une campagne de reconquête mutualisée : « *Ce qui compte vraiment !* »

Le Comité Régional de Tourisme de Normandie se mobilise aux côtés d'Atout France et des 12 autres Comités Régionaux de Tourisme français pour la reprise de l'activité touristique sur les marchés européens, dans une campagne pour la première fois entièrement mutualisée, où les touristes sont invités à venir retrouver « ***Ce qui compte vraiment !*** »



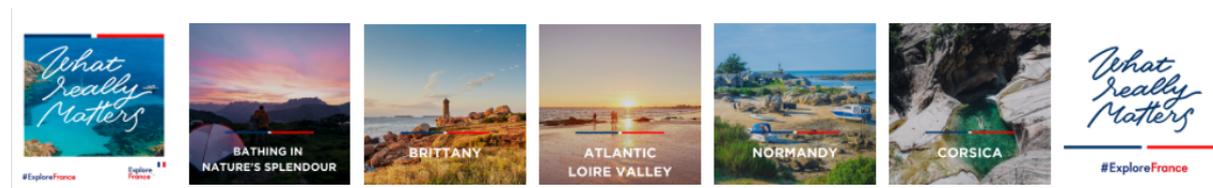
L'amélioration de la situation sanitaire et l'accélération des campagnes de vaccination en Europe laissent entrevoir une reprise graduelle de l'activité touristique. Après une année passée à redécouvrir leur propre pays, les Européens semblent prêts et désireux de voyager à nouveau hors de leurs frontières, naturellement sous certaines conditions.

C'est pourquoi Atout France, les 13 CRT, et les entreprises privées du secteur ont élaboré une stratégie commune de reconquête de ces clientèles.

Unis face à un contexte ultra-concurrentiel, ils s'apprêtent à lancer une campagne de communication inédite de par son envergure.

Cette mobilisation vise à positionner la France comme **LA destination idéale** pour voyager à nouveau auprès des voyageurs européens qui, avant la pandémie, représentaient déjà **plus de 75% des flux de visiteurs internationaux et devraient en 2021 en représenter plus de 85%**.

Ce qui compte vraiment #ExploreFrance



Portée sous la marque **#ExploreFrance**, cette campagne de relance invitera donc les touristes des marchés européens à venir retrouver en France **Ce qui compte vraiment**.

Concernant la destination Normandie, le Comité Régional de Tourisme concentrera ses efforts sur les marchés de proximité : **Belgique, Pays-Bas, Royaume-Uni et Allemagne**.

La campagne mettra en avant les offres innovantes en matière de **slow tourisme**, de découverte des **espaces naturels**, de **culture et patrimoine** ainsi que **d'art de vivre** et de **tourisme plus durable**. Elle permettra d'inspirer les voyageurs européens en suggérant de nouvelles destinations et expériences, et déclencher des réservations de séjours.

Destinée à s'étendre également jusqu'à l'automne, elle sera déployée essentiellement de façon digitale via un ensemble d'actions marketing et de communication puissant.

Cette campagne fait l'objet d'un co-investissement de l'État [via Atout France], des CRT, et des entreprises privées du secteur en 2021.

Contacts presse

Région Normandie

Emmanuelle Tirilly

06 13 99 87 28

emmanuelle.tirilly@normandie.fr

Normandie Tourisme

Alexandre Lelouey

07 62 94 50 75

a.lelouey@normandie-tourisme.fr