

Communiqué de presse
Le mardi 12 avril 2022

La Région et Normandie Tourisme accompagnent pour la troisième année consécutive la relance de l'activité touristique en Normandie avec le démarrage de deux grandes campagnes de promotion en France et en Europe.

« Le tourisme représente un secteur d'activité majeur pour la Normandie. Alors qu'en 2019, la fréquentation touristique avait atteint des records historiques en Normandie, l'ensemble de ce secteur économique a été frappé de plein fouet et très lourdement impacté par la crise sanitaire. La Région s'est entièrement mobilisée pour accompagner les professionnels du tourisme pendant cette période délicate à travers de nombreux dispositifs de soutien économiques mais aussi en finançant d'importantes campagnes de promotion en France et sur les marchés européens de proximité, comme celles que nous lançons à nouveau aujourd'hui pour inciter les touristes à choisir la Normandie pour leurs prochaines vacances. Le tourisme évolue dans un contexte concurrentiel rude. La valorisation des atouts de la Normandie et le professionnalisme des acteurs du tourisme sont des éléments clés pour parvenir à redresser le cap. C'est pourquoi, nous sommes actuellement en train de co-construire, avec l'ensemble des acteurs concernés, une nouvelle stratégie touristique régionale pour les prochaines années et qui sera présentée à l'automne » déclare Hervé Morin, Président de la Région Normandie.

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 le lancement de la saison touristique. Les visiteurs français, cette année encore, auront un rôle essentiel à jouer dans la réussite de la saison. Le contexte sanitaire, l'inflation et le prix élevé du litre d'essence font de la Normandie une destination idéale pour un séjour cette saison et ce dès les vacances de Printemps qui commencent prochainement. Au niveau européen, les conditions de circulation favorables permettent un retour progressif des clientèles de proximité. Britanniques, Allemands, Belges et Hollandais sont également ciblés et attendus en Normandie.

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.

En France, une campagne de communication nationale pour soutenir un secteur qui se relance : « Normandie, allez d'abord à l'essentiel... »

La **campagne** 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
- Mettre en valeur la Normandie en tant que destination de vacances, 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 mise en avant 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, avec pour objectif une meilleure diffusion des flux touristiques sur l'ensemble du territoire normand tout en apportant un soutien aux centres urbains qui ont souffert pendant la crise. Le programme

[Normandie sans ma voiture](#) et les [Expériences Normandes](#) sont également au cœur du plan de communication. 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.

Normandie, allez d'abord à l'essentiel

Donjon. Chevaliers. Panorama. Domfront-en-Poiraie ...

La Base !



Normandie,
allez d'abord à l'essentiel ! normandie-tourisme.fr

NO MA D | **NORMANDIE** TOURISME

Galets. Rando. Sac à dos. Criel-sur-Mer ...

La Base !



Normandie,
allez d'abord à l'essentiel ! normandie-tourisme.fr

NO MA D | **NORMANDIE** TOURISME

Rires. Vadrouille. Famille. Beuvron-en-Auge ...

La Base !



Normandie,
allez d'abord à l'essentiel ! normandie-tourisme.fr

NO MA D | **NORMANDIE** TOURISME

S'aérer. Pédaler. Profiter. Lyons-la-Forêt ...

La Base !



Normandie,
allez d'abord à l'essentiel ! normandie-tourisme.fr

NO MA D | **NORMANDIE** TOURISME

Moussaillon. Évasion. Navigation. S'-Vaast-la-Hougue ...

La Base !



Normandie,
allez d'abord à l'essentiel ! normandie-tourisme.fr

NO MA D | **NORMANDIE** TOURISME

Les visuels à télécharger : bit.ly/VisuelsCampagneNormandieTourisme2022

« 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 différencier** et de **marquer les esprits**. La réalisation des éléments graphiques de la campagne a été confiée à l'agence de communication havraise DBCom.

Comme lors des deux précédentes années, 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. Le kit de communication sera prochainement disponible.

Cette campagne, destinée à s'étendre du mois d'avril jusqu'au début de l'automne, se veut multicanale (réseaux sociaux, presse et TV). Elle 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.

Un premier push, à la TV, dans les médias et en programmation, est prévu pendant 15 jours au mois de mai. Un second push démarrera à partir de la fin du mois d'août.

En Europe, 4 marchés de proximité ciblés, pour une campagne de reconquête mutualisée : « *Explore France, Normandy* »

Forts du succès de l'édition 2021, Normandie Tourisme, Atout France et les 12 autres organismes régionaux partenaires poursuivent leur mobilisation en 2022 pour accélérer le retour des touristes européens ! La campagne **#ExploreFrance** vise à positionner la France et la Normandie comme la destination idéale pour voyager à nouveau, en profitant notamment d'un tourisme plus durable.

Dans un contexte international tendu et alors que la situation sanitaire reste encore fragile, les professionnels du tourisme français ont souhaité se mobiliser pour relancer une activité fortement impactée depuis 2 ans par la crise sanitaire et économique due à la pandémie de Covid-19.



Le besoin de convivialité, de ressourcement, de retour à l'essentiel qui s'est exprimé à la suite de la crise constituera l'axe de communication central de la campagne #ExploreFrance 2022.

Ce parti pris se traduira par la valorisation d'expériences de séjours innovantes en matière de slow tourisme, d'art de vivre à la française et de convivialité, de découverte des espaces naturels, du patrimoine et des savoir-faire. Plus encore que lors de la campagne 2021, les efforts des professionnels pour proposer une **offre touristique durable**, seront mis en avant.

Cette campagne, qui commencera mi-avril, cible, pour la Normandie, **4 marchés de proximité** : l'Allemagne, la Belgique, le Royaume-Uni et les Pays-Bas.

La campagne à destination du grand public est constituée de 2 volets :

Le premier volet, lancé pour la mi-avril, prendra la forme d'une campagne d'image visant à apporter une visibilité d'ensemble à la destination France, dont la Normandie. Elle permettra d'inspirer les touristes en leur suggérant de nouvelles propositions de lieux de séjours et d'expériences en phase avec leurs aspirations.

Le second volet permettra à la Normandie de capitaliser sur le premier volet en le complétant par une communication additionnelle, valorisant spécifiquement la destination sur les marchés porteurs pour la destination : Belgique, Pays-Bas, Allemagne et Royaume-Uni.

Sur ces 2 volets, la priorité sera donnée aux médias digitaux avec des actions largement orientées vers les réseaux sociaux.

En complément, les équipes de Normandie Tourisme et d'Atout France mèneront un important travail de sensibilisation des acteurs de la distribution (tour-opérateurs, agences de voyages) et des médias sur leurs marchés respectifs donnant lieu à l'organisation d'accueils de journalistes et d'influenceurs.

Avec un séquençage printemps/été puis arrière-saison/automne, la campagne restera agile de façon à adapter son déploiement à l'évolution de la situation sur les différents marchés.

Ces campagnes sont financées par la Région Normandie, Normandie Tourisme, l'État [via Atout France], l'Union Européenne grâce aux Fonds Européens de Développement Régional (FEDER dans le cadre du dispositif REACT EU : Financement dans le cadre de la réponse de l'Union à la pandémie de COVID-19).

Contacts presse

Normandie Tourisme

Alexandre Lelouey

Chargé de communication

07 62 94 50 75 - a.lelouey@normandie-tourisme.fr

[Normandie-tourisme.fr](https://www.normandie-tourisme.fr)

[Pronormandietourisme.fr](https://www.pronormandietourisme.fr)