



PROGRAMME ET BUDGET PRÉVISIONNELS POUR 2023

AVEC LE SOUTIEN DE

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

La Base !



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



Programme 2023

Le contexte :

- **2022 : une année de rebond plus qu'encourageante** pour le secteur après deux années de perturbation Covid.
- **Un très bon pré-bilan de saison** avec 80% des professionnels du tourisme satisfaits au mois d'août (du jamais vu).
- Sans doute une année qui se rapproche de celle de 2019 en termes de fréquentation touristique
- **Année record en termes de fréquentation du site web** normandie-tourisme.fr avec plus de 9 millions de visites en 2022 (6,2 millions de visites en 2019).
- Une année avec un volume d'actions et un budget très conséquents qui a permis notamment : Campagnes Mass Media France « *Normandie, la Base* » et Europe « *Explore France, Normandy* », et le Normandy Food Tour au Royaume-Uni.
- Une année sans restrictions, avec un désir de se ressourcer et s'évader très fort.
- Un retour constaté des clientèles internationales.
- Climat caniculaire en France : pas d'hésitation pour venir en Normandie, voire même recherchée pour un peu de fraîcheur.

AVEC LE SOUTIEN DE



Programme 2023

Le contexte :

... malgré :

- Une année 2022 également marquée par une prise de conscience renforcée du changement climatique, de la gestion des flux et des problèmes de recrutement.
- Une étude de l'ADEME sur le bilan carbone du tourisme en Normandie qui nous oblige à réagir.
- Une année marquée par la guerre en Ukraine, l'impact sur les coûts de l'énergie, et l'appel à plus de sobriété énergétique.

**Moussillon,
Évasion,
Navigation,
St-Vaast-la-Hougue ...**

La Base !



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

Programme 2023

En 2023 :

Nous avons besoin de :

- Consolider les bons résultats qui ne sont jamais acquis à cause d'une situation de concurrence accrue.
- D'anticiper la Stratégie de Développement du tourisme normand 2023-2028.
- Définir de nouvelles ambitions en termes de performance économique.
- Tendre vers la durabilité et le partage des bénéfices du tourisme pour la population normande en irriguant les flux dans le temps et dans l'espace.
- D'anticiper l'optimisation des retombées des grands événements en Normandie, et en France :
 - 2023 : Armada, Rolex Fastnet et Transat Jacques Vabre
 - 2024 : 80e anniversaire du D-Day, Normandie Impressionniste et 150e anniversaire de l'impressionnisme, JO Paris 2024.
- D'anticiper une nouvelle politique d'attractivité.
- Attirer les jeunes actifs.
- Développer des liens avec l'Irlande, et post-Brexit avec le Royaume Uni.

Pour 2023, le CRT propose donc un programme d'actions autour de ces nouveaux objectifs.



6 grands objectifs :

1. Améliorer et élargir notre champ d'**observation** du secteur
2. Poursuivre le travail de performance web de **normandie-tourisme.fr**
3. Consolider et réaffirmer le positionnement de la Normandie comme une destination des 4 saisons auprès des **marchés de proximité**, en privilégiant les modes de transport bas-carbone
4. Réaffirmer le positionnement de la destination Normandie et comme point d'atterrissage naturel en France pour **les Britanniques** (même en post-Brexit), et **les Irlandais**
5. Promouvoir les grands évènements auprès des **clientèles internationales** comme prétexte idéal pour un séjour plus long en Normandie
6. Poursuivre le **développement des professionnels** et **des filières**, en coordination avec la Région, selon l'organisation par univers (Actif, Découverte, Art de vivre)

1. Améliorer et élargir notre champ d'observation du secteur

- ➔ Assurer un socle d'observation des visiteurs en Normandie via **Flux Vision Tourisme (Orange)**
- ➔ Participation et implication dans la nouvelle cellule nationale : **France Tourisme Observation**
+ projets :
 - Baromètre d'intentions de départ
 - Activité des hébergements locatifs
 - Observatoire des mobilités touristiques ferroviaires avec SNCF & Atout France
- ➔ Grande **étude vélo en Normandie** : fréquentation & retombées économiques des 6 itinéraires
- ➔ Etudes récurrentes (Enquêtes de conjoncture, Net Promoter Score, Suivi de la demande touristique des Français en Normandie, ...)
- ➔ **Culture de l'observation et de suivi des indicateurs du tourisme durable**



Programme 2023

2. Poursuivre le travail de performance web de normandie-tourisme.fr

- ➔ Poursuivre la fiabilisation du site pour répondre aux enjeux d'audience (**9 millions de visites en 2022**)
- ➔ Finalisation de l'**audit "performance"** lancé en 2022 et lancement des chantiers prioritaires identifiés lors de cet audit : les bénéfices attendus sont en particulier une amélioration de l'expérience client et des optimisations techniques (révision de l'ergonomie, amélioration de l'accès aux informations, baisse de l'empreinte carbone...)
- ➔ Promotion des **opportunités de réservation en ligne** sur normandie-tourisme.fr, en collaboration avec les agences départementales du tourisme et la société Alliance Réseaux
- ➔ Refonte du contenu **D-Day** du site normandie-tourisme.fr
- ➔ Poursuite de la collaboration avec le Festival Normandy D-Day et avec la Route du Souvenir Canadien (mise à disposition d'espace sur normandie-tourisme.fr)
- ➔ Mise en place de synergies avec le syndicat mixte AtouMod pour l'intégration de modules **CommentJyVais** sur normandie-tourisme.fr



3. Consolider et réaffirmer le positionnement de la Normandie comme une destination des 4 saisons auprès des **marchés de proximité**, en privilégiant les modes de transport bas-carbone

→ Développement et promotion du site web, usage des réseaux sociaux et mobilisation de la presse et des influenceurs, le tout pour une promotion principalement axée sur **les ailes de saison, petites vacances, lieux moins fréquentés en Normandie, slow tourisme et modes de déplacements doux.**

→ Mise en avant des univers **Actif** (vélo, cheval, nautisme...), **Découverte** (Médiéval, sites historiques...), **D-Day, Lifestyle & Bien-Être** (gastronomie, jardins, animations, culture...).



3. Consolider et réaffirmer le positionnement de la Normandie comme une destination des 4 saisons auprès des **marchés de proximité**, en privilégiant les modes de transport bas-carbone (*suite*)

EXPÉRIENCES NORMANDES

→ Développement et mise en avant des *Expériences Normandes*



[Plongez au coeur des expériences](#)

→ Développement et mise en avant de *Normandie Sans Ma Voiture*

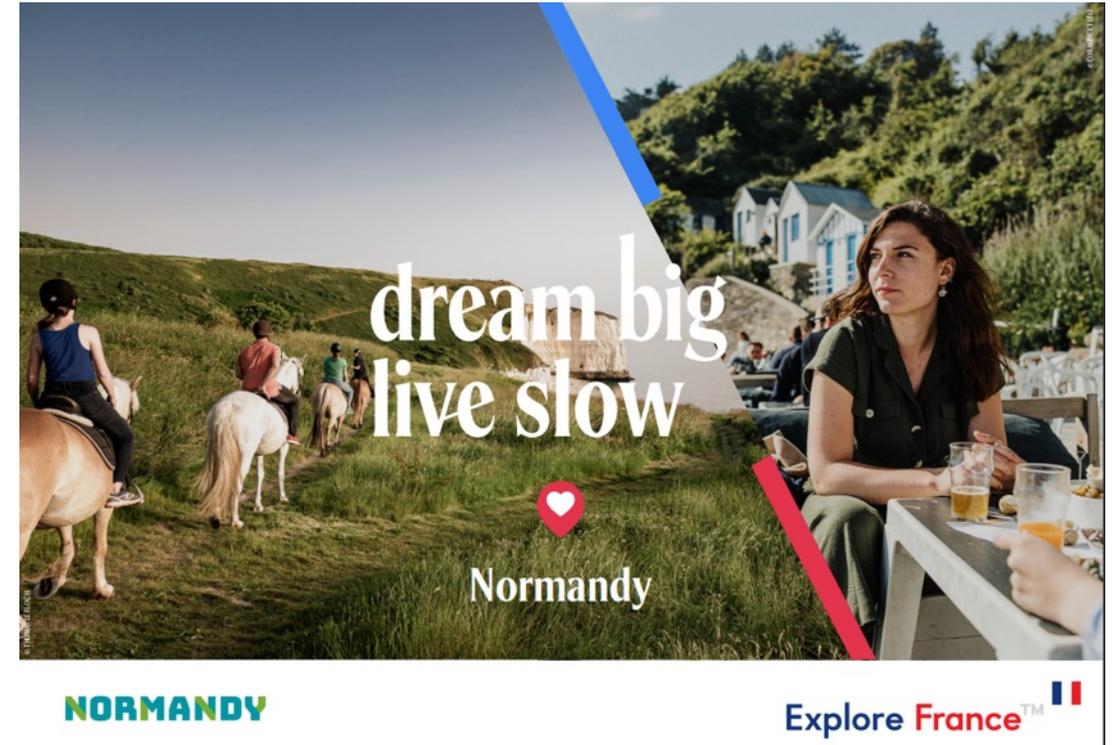


3. Consolider et réaffirmer le positionnement de la Normandie comme une destination des 4 saisons auprès des **marchés de proximité**, en privilégiant les modes de transport bas-carbone (*suite*)

→ Consolidation des actions sur les marchés de proximité européens :

- Campagnes on-line *Explore France* sur Royaume-Uni, Belgique, Pays-Bas, Allemagne
- Renforcement des actions auprès des médias et influenceurs sur l'ensemble des marchés européens (Bel, NL, UK, ALL, IT, ES, SCA...) notamment grâce à nos antennes au UK et en Allemagne

→ Promotion des activités **MICE** : [voir le plan d'actions 2023-2025](#)



Programme 2023

3. **Consolider et réaffirmer le positionnement de la Normandie comme une destination des 4 saisons auprès des marchés de proximité**, en privilégiant les modes de transport bas-carbone *(suite)*

Via l'événementiel :

- ➔ Promotion de la Normandie lors des **événements** Fêno, Made In France, Armada, IFTM, WTM
- ➔ Promotion du **nautisme** et de l'événementiel en Normandie (presse + digital web et RS) :
 - L'Armada en juin à Rouen
 - L'arrivée de la Rolex Fastnet Race en juillet à Cherbourg-en-Cotentin
 - La Transat Jacques Vabre Normandie en octobre au Havre

3. Consolider et réaffirmer le positionnement de la Normandie comme une destination des 4 saisons auprès des **marchés de proximité**, en privilégiant les modes de transport bas-carbone *(suite)*

FOCUS SUR LE **D-DAY**

→ Le CRT au service de la Destination

- Une Destination qui bénéficie d'un binôme CRT/Région
- Une étroite collaboration avec les Services de la Région (Tourisme et Communication)
- Notamment pour la construction de la feuille de Route « Tourisme de Mémoire 2020-2024 »
- Qui fait suite au contrat de Destination précédent
- Des actions, des initiatives portées conjointement
- Des réunions quasi quotidiennes, un soutien régulier et de qualité



→ La valorisation de la Destination D-Day : le site [normandie-tourisme.fr](https://www.normandie-tourisme.fr)

- Site normandie-tourisme.fr / D-Day (9 M visites en 2022)
- En 2023 : refonte de la rubrique D-Day avec apport de nouveaux contenus rédactionnels, photos et vidéos

- Mise en communication et valorisation de la Destination « autrement » :

5 Expériences Normandes D-DAY et de nouvelles Expériences en réflexion :

- Fat bike sur Omaha
- Kayak autour des pontons d'Arromanches
- Sur les traces de la 101^{ème} Airborne
- Le D-DAY raconté aux enfants
- Visite des Réserves de Airborne Museum

Programme « Normandie sans ma voiture » :

Thématique D-Day intégrée sur les cibles « Famille » et « Couple » à :

- Caen
- Arromanches
- Carentan
- Week-end Vélo sur les Plages du Débarquement
- Courseulles sur Mer



→ La valorisation de la Destination D-Day : le site normandie-tourisme.fr

- Le site [normandie-tourisme](http://normandie-tourisme.fr), à la disposition des événements :
 - Le site internet **D-Day Festival Normandy** intégré dans le site amiral normandie-tourisme.fr, et bénéficiant du trafic du site
- Mise en avant des **temps forts événementiels** de la Destination



→ La valorisation de la Destination D-Day : le Guide du Visiteur

- **Edition et diffusion du Guide du Visiteur des Plages du Débarquement 2024**
- Gratuit pour l'ensemble de la destination
- Participation financière des CDT/agences d'attractivité départementales ?
- 350 000 exemplaires (FR, GB, NL)
- Coût : 161 000 €
- Présentation des projets labellisés (sélection)



→ **La valorisation de la Destination D-Day : une nouvelle signalétique directionnelle**

Remplacement des panneaux directionnels obsolètes et déploiement des nouveaux panneaux avec le logo de la destination.



FOCUS SUR LE D-DAY

→ La valorisation de la Destination D-Day : Actions de Promotion

- Accueil Presse et créateurs de contenus français et étrangers
- **Epicurieux : Jamy Gourmaud X Bruno Maltor**
Vidéo de 16 minutes pour vulgariser le D-DAY et le rendre accessible à un plus large public notamment les jeunes.
[Vidéo mise en ligne le 4 juin 2023](#) jusqu'à fin 2024.
- Accueil en Normandie de l'AG de l'Association des Journalistes de Voyages du 22 au 23 mai 2023 au Mémorial avec VP thématisé D-Day
- Eductour 100% Bataille de Normandie – 8 TO accueillis dans le cadre du salon RDV en France (mars)
- Accueil en Normandie de TO canadiens sur la Route du Souvenir Canadien (septembre)
- Rencontre de 100 TO américains à Los Angeles - Trade Show France 360° du 16 au 18 octobre



→ La valorisation de la Destination D-Day : Le Pass D-Day

Réflexion actuelle avec le Pôle TES sur la mise en place d'un **outil de Fidélisation D-DAY** début 2024 100% opérationnel pour juin 2024

Objectif : mise en réseau, intégration des sites gratuits et payants, géolocalisation pour l'aide à la visite, proposition de réductions

L'idée à plus long terme est d'intégrer des sites d'autres thématiques et d'avoir également un volet mobilité.

Partenariat entre Pôle TES Colombelles, Twelve Solution et CRT/Région

→ **La valorisation de la Destination D-Day : une animation constante du réseau**

- **Soirée partenaires**
 - **Réunions, points hebdomadaires entre Région et CRT**
 - **Eductours avec membres du Tourisme de Mémoire**
 - **Échanger, découvrir les nouvelles structures, réseauter. Créer du lien**
- 10 novembre 2021 : Découverte du Mémorial britannique de Ver-sur-Mer et du nouveau film Arromanches 360°
 - 15 Novembre 2022 Airborne Museum découverte du nouveau bâtiment WACO
50 partenaires présents
 - 04 mai 2023 Découverte de la nouvelle version du Musée du Débarquement Arromanches
80 partenaires présents



→ **La valorisation de la Destination D-Day : les Orientations 2023-2024**

RDVS les 16 & 17 novembre 2023 pour les **Rencontres Nationales du Tourisme de Mémoire** à Caen

Collaboration Ministère des Armées/Région/CRT



→ **La valorisation de la Destination D-Day : l'Observation touristique**

Chaque année le Service Observatoire du CRT analyse la fréquentation touristique sur les Plages du Débarquement grâce à notre collaboration avec Flux Vision Tourisme.



3. Consolider et réaffirmer le positionnement de la Normandie comme une destination des 4 saisons auprès des **marchés de proximité**, en privilégiant les modes de transport bas-carbone *(suite)*

FOCUS SUR L'IMPRESSIONNISME



Promotion de **Normandie Impressionniste** et du **150^e anniversaire de l'Impressionnisme** :

- **Etudes** des clientèles potentielles et des comportements des clientèles impressionnistes pour adapter les offres touristiques et optimiser les actions marketing
- **Campagnes de promotion** auprès des Français appétents à l'Impressionnisme sur les réseaux sociaux (audience de près d'1 million de visiteurs uniques par mois) : diffusion d'une **vidéo de qualité**, campagnes marketing et via des partenariats médias
- **Accompagnement du Festival** pour amplifier son rayonnement et sa fréquentation, projet de collaboration avec des medias, influenceurs et notamment **Jonathan Bertin**, photographe et influenceur normand

Programme 2023

→ Les voyages impressionnistes : le film de destination
<https://www.youtube.com/watch?v=ehTcdmZfxdA>



4. Réaffirmer le positionnement de la destination Normandie et comme point d'atterrissage naturel en France pour les Britanniques (même en post-Brexit), et les Irlandais

- ➔ Une **grande campagne on-line** co-construite Atout France et Brittany Ferries (campagne *Explore France* 3^{ème} édition)
Atterrissage sur le site normandy-tourism.org
- ➔ Consolidation des actions **presses et influenceurs** grâce à l'antenne presse basée à Londres
- ➔ Des actions pour amorcer le renouvellement des clientèles : Partenariat festival Brighton + actions scolaires
- ➔ Dynamiser les exceptionnelles opportunités liées au développement des échanges **avec l'Irlande** :
 - Animation d'un collectif réunissant les territoires normands, les opérateurs touristiques liés aux traversées maritimes (Irish Ferries, Stena Lines, Brittany Ferries)
 - Démarche qualité d'accueil à Cherbourg
- ➔ Promotions conjointes avec **Tourism Ireland**
- ➔ **Normandy Food Tour II en Irlande** : Dublin, Waterford et Newross



4. Réaffirmer le positionnement de la destination Normandie et comme point d'atterrissage naturel en France pour les Britanniques (même en post-Brexit), et les Irlandais

Retour en vidéo sur le Normandy Food Tour I en Angleterre en 2022, dans les villes de Hastings, Windsor, Norwich et Canterbury :

<https://www.youtube.com/watch?v=jQZL5b00nv8>



Programme 2023

5. Promouvoir les grands évènements auprès des **clientèles internationales** comme prétexte idéal pour un séjour plus long en Normandie

- ➔ **2023 : Armada, Rolex Fastnet, Transat Jacques Vabre** : Soirées presse à Bruxelles, Amsterdam et Londres en mars 2023
- ➔ **2024 : 80e anniversaire du D-Day, Normandie Impressionniste et 150e anniversaire de l'impressionnisme :**
 - Focus particulier pour le 80e **auprès du marché américain**, et **des cibles scolaires**
 - Campagne digitale + éductour 100% D-Day dans le cadre du salon RDV France
 - Focus particulier pour Normandie Impressionniste et le 150e anniversaire de l'impressionnisme auprès des **clientèles américaines et japonaises** : Eductour 100% Impressionnisme + Développement d'un produit 100% Impressionniste avec un TO Japonais – campagnes digitales
 - En vue des 150 ans de l'Impressionnisme et au-delà, collaboration avec deux projets exceptionnels d'exposition immersive et de documentaire **à vocation internationale** dans lesquels la Destination sera valorisée
- ➔ **JO Paris 2024** : Mise en avant des offres Normandie sans ma voiture dans le Dossier de presse JO 2024 d'Atout France.

6. Poursuivre le **développement des professionnels et des filières**, en coordination avec la Région, selon l'organisation par univers (Actif, Découverte, Art de vivre) et une approche responsable

- ➔ **Actions BtoB**, innovations et soutiens aux pros notamment les réceptifs, les guides, croisières...
- ➔ **Développement des filières**, dont tourisme de mémoire, canitourisme, cheval, vélo, golf, nautisme, bien-être, fleurissement, tourisme d'entreprise, scolaires ...
- ➔ **Design des offres** (Expériences Normandes, Normandie sans ma voiture, slow tourisme..) avec les acteurs touristiques
- ➔ Coordination avec la Région des démarches, actions et partenariats **tourisme durable/responsable**, et **mobilités**



NORMANDIE

TOURISME

Crédits photos :

Sabina Lorkin-Anibas Photography
catherinelprod-stock.adobe

Sur la Velomaritime Saint-Vaast-La-Hougue – Cecile Ballon

Patrouille de France 75^e anniversaire du D-Day dans les rues de Bayeux – Fran Lambert

Arrivée en train à Vernon, une aventure a vélo en Normandie avec Matthieu Tordeur - Marie-Anais Thierry

L'Armada Rouen 2019 – Séverine Frères

Commémoration Utah Beach - Thierry Houyel

Film Les Voyages impressionnistes en Normandie et à Paris Region - Wassup prod

Les Voyages impressionnistes en Normandie et à Paris Region – Wassup Prod

Normandy Food Tour – Ben Collier

Voiliers de la Normandy Channel Race à quai dans le bassin du port de Caen – Thomas Le Floc H

Moulin de Vernon – World Else