

Plan d'actions 2024

Six priorités pour le tourisme en Normandie

normandie-tourisme.fr

La stratégie touristique régionale : 2022/2028

Cinq thèmes définis dans cette stratégie

- Environnemental
- Economique
- Social et sociétal
- Attractivité et images
- Gouvernance

LIRE LA STRATÉGIE COMPLÈTE

[STRATÉGIE DE DÉVELOPPEMENT
TOURISTIQUE RÉGIONALE - LE SITE
PRO DE NORMANDIE TOURISME
\(PRONORMANDIETOURISME.FR\)](#)

6 priorités
13 chantiers





Les 6 thèmes prioritaires de Normandie Tourisme pour 2024



Le 80^e anniversaire du débarquement et de la bataille de Normandie: Un événement historique, un enjeu d'image, d'accueil et de transmission

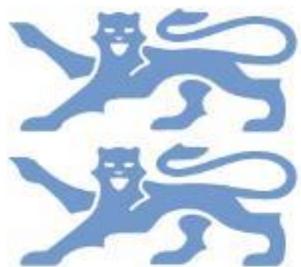
Les 150 ans de l'impressionnisme : Une opportunité unique pour faire rayonner la Normandie, l'ensemble de ses sites et événements impressionnistes

Poursuivre le travail autour du Tourisme 4 saisons et responsable, la mobilité douce et décarbonée

Renforcer le positionnement de la Normandie sur les activités de pleine nature

Un site internet plus écoresponsable et inclusif, adapté pour un usage itinérant et mobile avec la nouvelle charte

France Tourisme Observation, l'outil d'observatoire national en devenir



80^e ANNIVERSAIRE
D-DAY & BATAILLE
DE NORMANDIE

The logo features the number '80' in a large, stylized font with a blue and white gradient. To the right of the '0' is a small graphic of a flag. Below the number, the text 'ANNIVERSAIRE D-DAY & BATAILLE DE NORMANDIE' is written in a smaller, sans-serif font.

1. Le 80^e anniversaire du D-DAY et de la bataille de Normandie

Un événement historique, un enjeu d'image, d'accueil et de transmission



Le 80^e anniversaire du D-DAY et de la bataille de Normandie



• Les enjeux

- **Renforcer** la position de la Normandie sur la thématique du tourisme de mémoire
- **Sensibiliser** le public familial et scolaire
- **Générer** de la visibilité en s'appuyant sur le marché français, US, Canada et de proximité (UK, Italie, Belgique...)
- **Evaluer** la fréquentation touristique de l'événement
- **Lancer** Explore Normandy Pass et travailler sur l'élargissement de l'offre

• Les indicateurs de performance

- 30 sites de mémoire qui font une offre de réduction dans la web app Explore Normandy Pass
- Un chiffre d'affaires de 8 000/10 000€ sur Explore Normandy Pass
- Fréquentation sur nos sites et RS
- Adhésion des partenaires à l'outil de suivi montée en charge des réservations
- Retombées presses France et marchés étrangers



Le 80^e anniversaire du D-DAY et de la bataille de Normandie



19 actions autour de cette thématique

9 Grand Public

9 professionnels et prescripteurs

1 corporate

Partenaires : Région, ADT, OTN, sites et lieux de visites, LRE, Atout France, Delta Airlines, SANEF

Un extrait de nos actions

L'édition 2024/2025 de la brochure D-Day avec un tiré à part

Explore Normandy Pass (conception et promotion)

Conférences de presse à Londres, Amsterdam, Bruxelles, Washington, Ottawa

Outil de suivi montée en charge des hébergements

Navette D-DAY (avec la Région Normandie)

Marathon de la liberté



2. Les 150 ans de l'impressionnisme

Une opportunité unique de faire rayonner la Normandie, l'ensemble des sites et les événements impressionnistes



Les 150 ans de l'impressionnisme



• Les enjeux

- **Capitaliser** sur cette dynamique inter-régionale pour amplifier le rayonnement et la fréquentation touristique de la destination
- **Fédérer** les événements et les offres impressionnistes pour les valoriser auprès des clientèles touristiques cibles
- **Appuyer** sur le plan promotionnel la 5^{ème} édition du Festival Normandie Impressionniste

• Les indicateurs de performance

- Augmentation de la fréquentation touristique nationale et internationale grâce à une analyse des flux durant les événements
- Une plus forte mobilisation des territoires en complémentarité des événements programmés
- Un travail renforcé avec les réceptifs/TO et conception d'un ou plusieurs circuits impressionnistes
- Fréquentation des sites impressionnistes normands
- Couverture presse nationale et marchés étrangers



Les 150 ans de l'impressionnisme



16 actions

6 Grand Public

10 professionnels et prescripteurs

Partenaires : Choose Paris, Gédéon, Musée Orsay, Université de Nanterre, Emissive, Festival Normandie impressionniste

Un extrait de nos actions

Kit de promotion

Séquence post-show

Diffusion du film « porte drapeau » sur TV fr et étrangers

Accueils médias de 6 pays et partenariats médias

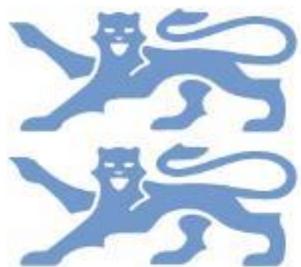
Vaste campagne d'affichage St Lazare

Exposition Jonathan Bertin

Enquête fréquentation sites impressionnistes

Second colloque international

Expo immersive Gédéon



3. Le tourisme 4 saisons

Poursuivre le travail autour de la mobilité douce, responsable et décarbonée



Le tourisme 4 saisons



Les enjeux

- **Etirer** la saison touristique sur les ailes de saison
- Transformer l'essai de la masterclass de 2023
- **Accompagner** les partenaires du territoire dans la structuration d'une offre durable, innovante, adaptée et moins carbonée à l'échelle de la destination, contribuant à la lutte contre le changement climatique
- **Consolider** les offres *Normandie sans ma voiture*
- **Sensibiliser** les marchés étrangers sur l'accessibilité et la mobilité en Normandie

Les indicateurs de performance

- Analyse de l'évolution de la fréquentation touristique hors-saison estivale
- Mise en place d'ateliers et d'outils de sensibilisation au tourisme responsable et aux mobilités durables
- Bilan annuel du programme *Normandie sans ma voiture*
- 10 nouvelles offres *Normandie sans ma voiture* en 2024
- 50 sites et lieux de visites qui adhèrent au tarif bas carbone
- Elargir la gamme des expériences par saison



Le tourisme 4 saisons



21 actions

6 Grand Public

15 professionnels et prescripteurs

Partenaires : Région, SNCF, ADT, OT, Vélo et territoires, ADEME, Railtour, TGV Lyria, Necstour, sites, ATD

Un extrait de nos actions

Forum Andres Reisen

Expérimentation BEGES

Expérimentation mobilité douce Granville Terres et Mer

Lancement Tarif bas carbone normand

Animation centre de ressources Tourisme responsable

1^{ère} étude régionale 6 itinéraires Vélo

Co-animation cotech régional TR, Tourisme et mobilités...



4. Les activités de pleine nature

Renforcer le positionnement de la
Normandie sur cette thématique



Les activités de pleine nature



- **Les enjeux**

Accompagner et soutenir les professionnels des filières (rando, vélo, cheval, nautisme..)

Faire de la Normandie une destination Trail qui offre du dénivelé et un terrain de préparation idéal de proximité

Augmenter la durée des séjours, générer de la retombée économique

- **Les indicateurs de performance**

Conception de 10 projets trails

Audience des actions de communication et promotion (webinaires, articles sur le site)

Création d'Expériences Normandes au sein de l'Univers Actif



Les activités de pleine nature



- **Trois actions**

2 Grand Public

1 professionnels et prescripteurs

Partenaires : ADT, OT, On piste, DRAJES, CCN, Coren, CTE, Région

- **Un extrait des actions**

Le projet Normandie destination Trail

Expériences normandes

Promotion filières cheval et vélo

L'étude des retombées économiques des 6 itinéraires

vélos en Normandie

Journée vélo des partenaires

Nautisme



5. Un site internet plus écoresponsable

Un site adapté aux usages itinérants,
accessible et adapté à la nouvelle
charte



Normandie-tourisme.fr



- **Les enjeux**

Être cohérent avec nos valeurs en matière de développement touristique

Adapter nos outils aux usages actuels (mobile first)

Rendre le site **plus accessible** aux personnes en situation de handicap

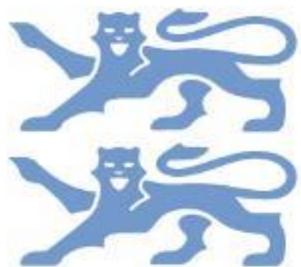
- **Les indicateurs de performance**

De nouveaux indicateurs de performance qualitatifs doivent venir compléter les indicateurs quantitatifs classiques. Ces indicateurs devront permettre de valoriser le travail du CRT et en particulier les leviers d'influence mis en œuvre pour la promotion d'un tourisme plus durable et plus inclusif

- **Cibles et partenaires**

Site grand public français (1^{er} semestre) et sites étrangers (second semestre)

Partenaires : Iris, Think my web



6. France Tourisme observation

Un outil national en devenir



France Tourisme observation



- **Les enjeux**

- **Contribuer** au développement et au déploiement de FTO
- **Fédérer** nos partenaires institutionnels autour de l'idée
- Doter le CRT Normandie d'un outil d'observation de l'économie touristique complet (baromètre HPA, enquêtes intentions de départ, emplois, hébergements locatifs, mémento offre)

- **Les indicateurs de performance**

- Adhésion de nos partenaires institutionnels
- Mise en place de nouveaux indicateurs harmonisés et mutualisés
- Le positionnement de la Normandie par rapport aux grandes régions françaises
- Les sollicitations internes et externes sur des demandes observatoire

Partenaires

- Atout France, ADN, ADT's, CRT's



7. Le CRT c'est aussi...

Un panel d'actions durant les 4 saisons
au service des acteurs du tourisme, du
territoire, des habitants et des touristes

Le CRT c'est aussi...



Plus d'une trentaine actions de promotion et d'accompagnement

Partenaires :

Brittany ferry, Région Normandie, les ADT, les OT's, CNVVF, FFG, bureau des congrès, Normandie croise, hébergeurs, autocaristes, réceptifs, TGV Lyria, institutionnels, CCI, Argentour, ADEME, SNCF



Extrait des actions

Carte touristique, salons BtoB, relations presse et création de contenu, campagne Explore France, RDV France, Fluxvision, chiffres clés, canitourisme, Tourisme d'affaires, Villes et Villages fleuris, Normandie sans ma voiture, expériences normandes....





COMITÉ RÉGIONAL DE TOURISME DE NORMANDIE



Avec le soutien du Conseil Régional  RÉGION NORMANDIE