



Normandie 2040

Préparer le terrain pour un tourisme
vert, ouvert et connecté

Juin 2021

Présenté par Catherine Kersual

Destination appréciée pour la richesse de son patrimoine naturel, culturel et gastronomique, région connue dans le monde pour ses plages du Débarquement, le Mont-Saint-Michel ou les jardins de Claude Monet, la Normandie est prisée des visiteurs et autres globe-trotteurs. Fortement impacté par la pandémie de Covid-19, et à l'heure où les outils numériques se développent à grande vitesse, le secteur du tourisme en Normandie doit aujourd'hui relever plusieurs défis pour préparer l'avenir.

DES TENDANCES POUR DEMAIN

Considérée jusqu'alors comme pleinement acquise, la possibilité de bouger et voyager au gré de ses envies a connu un coup d'arrêt en 2020 avec les restrictions de déplacements. Cette interruption des pratiques courantes a conforté des tendances déjà émergentes chez le touriste nomade dont les choix sont facilités par le numérique, à l'image des séjours de proximité, de courte durée ou

des réservations de dernière minute pour deux ou trois jours. La quête de sobriété, d'authenticité, l'éco-tourisme, le tourisme équitable connaissent un réel engouement : c'est le stop au trop plein et le stop au trop vite qui caractérisent le mouvement « slow travel », ou le désir de prendre son temps pour voyager, découvrir un environnement et opérer un retour aux sources.

D'ici 2040, les urgences écologiques auront gagné du terrain. Sensibilisé aux risques liés au changement climatique, mais également industriels, le touriste aura renforcé ses exigences sécuritaires. Adeptes du co-voiturage, du partage de résidences et de services, à la recherche d'espaces naturels préservés, ses choix se porteront de plus en plus sur les mobilités douces ou décarbonées, et sur la

découverte de son environnement en privilégiant les produits locaux. Tourisme expérientiel ou équitable, voyages immersifs, séjours bien-être, recherche de sensations fortes ou attrait pour des sites menacés de disparition ou insolites... Les propositions devront se diversifier pour répondre aux attentes, fluidifier les expériences touristiques et profiter au plus grand nombre.

Chiffres clés en 2019

9^e région de destination touristique
1/5^e des visiteurs sont des Normands

les courts séjours représentent 66,5 %, contre 59,5 % sur l'ensemble de la France

1 million de lits en hébergement touristique, dont plus de la moitié dans le Calvados (42%) et la Manche (24%)

le tourisme d'affaires représente 44% de la clientèle

les résidents étrangers détiennent 11% des résidences secondaires



Le modèle économique du tourisme est à un moment critique : il lui faut retrouver la croissance sans omettre de s'interroger sur l'avenir de l'hypermobilité. La mobilisation des réseaux organisés est essentielle pour accompagner les entreprises dans un secteur composé majoritairement de petites structures intervenant dans des champs d'activité multiples.

La revanche des destinations fraîches : un effet d'aubaine à anticiper

Certes, avec ses 640 km de littoral et l'attrait croissant pour les destinations du nord dites « fraîches », la Normandie fait partie des régions concurrençant le sud et son duo « soleil et chaleur ». Une chance ? Pas forcément. Car le « toujours plus » et le surcroît de fréquentation présentent des risques potentiels sur le vivre ensemble, et la fréquence des aléas climatiques augmente, notamment sur le littoral. Cette situation ne peut être considérée comme un gage d'enrichissement durable ou de croissance soutenable pour le territoire et ses habitants. La mosaïque des richesses normandes à découvrir est propice à une répartition des flux sur l'ensemble du territoire, à condition de concilier protection des aménités culturelles et environnementales et ouverture au tourisme.

Un équilibre à trouver entre ouverture au monde et clientèle de proximité

Difficile pour les touristes normands de rivaliser avec le panier moyen très élevé d'autres clientèles habituelles de la région. Les opérateurs touristiques, qui ont su courtiser les Normands en 2020, doivent diversifier leur offre pour la rendre accessible à tous, c'est-à-dire à l'ensemble des Normands, quelles que soient leurs conditions de vie, tout comme aux autres voyageurs.



La Normandie 2040 présente une offre touristique diversifiée, ouverte au monde comme aux résidents de proximité, socialement accessible à tous les Normands. Les compétences et les savoir-faire conciliant accueil des touristes et qualité de vie en Normandie se sont développés permettant aux visiteurs de parcourir un territoire vivant autour de ses richesses culturelles, patrimoniales, naturelles, paysagères. La culture du risque, ancrée sur les spécificités du territoire, favorise les pratiques touristiques souples et sécurisées pour les visiteurs comme les résidents. Les flux et l'offre touristiques sont bien répartis sur l'ensemble du territoire et tout au long de l'année. Ils concourent à la qualité de vie des Normands.

Et les Normands ?

Une place particulière est accordée au tourisme des Normands, et à la mise en valeur de leur territoire, en référence au fil rouge de la vision à 2040 portant sur la qualité de vie

Économie du secteur

Un modèle de développement qui se situe à un moment critique : un secteur dont la croissance est soumise à de fortes exigences sociales et environnementales, pour un tourisme plus durable

Compétences, adaptation, accueil

L'adaptation des compétences est au cœur des besoins en emploi du secteur : elle accompagne les évolutions d'un secteur, d'autant plus s'il est soumis, comme le tourisme, à des exigences de croissance soutenable

Patrimoine, culture et aménités

Un territoire vivant autour des richesses culturelles, patrimoniales, paysagères, naturelles : la Normandie recèle d'importantes richesses largement réparties sur le territoire au-delà des zones touristiques prisées, ainsi que des aménités naturelles permettant de créer des parcours de découverte touristique vivants, diversifiés et adaptés à tout type de demande. Leur construction repose sur la volonté des acteurs de partager ces richesses tout en les préservant

Accessibilité, mobilités, infrastructures

Une accessibilité matérielle et sociale à l'offre touristique favorise l'activité du secteur : un territoire touristique est un territoire ouvert, avec des espaces connectés à toutes les échelles et aménagés par des infrastructures conçues pour des usages partagés et respectueux de l'environnement ; les mutations liées à la recherche d'une mobilité soutenable et durable impactent le tourisme, d'autant plus en Normandie qui est une destination « voiture »

Culture du risque

L'inédit est notre quotidien. Intégrer le hasard dans les stratégies facilite l'anticipation pour mieux résister à l'imprévu qui peut impacter l'activité touristique. Les risques environnementaux sont amplifiés avec le changement climatique, au regard du caractère littoral, fluvial et des espaces naturels de Normandie, de même que les risques technologiques liés aux activités des autres secteurs économiques



LE TOURISME EN NORMANDIE EN 2040

5 THÉMATIQUES STRUCTURANTES

Un développement respectueux du cadre et de la qualité de vie des Normands

+ 2 THÉMATIQUES TRANSVERSALES



Littoral

Un espace qui concentre les flux touristiques en Normandie
Une gestion qui doit être anticipée, d'autant plus au regard des risques environnementaux liés au réchauffement climatique



Numérique

Il joue un rôle transversal dans l'ensemble des thématiques : perception des enjeux par les acteurs économiques, compétences adaptées, infrastructures réseaux et accès aux usages pour tous, dans un cadre éthique et sécurisé



Touristes

Protagonistes du futur

- Reconsidérer la place du tourisme à vocation sociale et solidaire
- Être vigilant à la destination des rénovations de l'habitat délaissé convoité par les investisseurs touristiques pour éviter la gentrification
- Mettre en place des jumelages intra-normands entre scolaires ou entre habitants
- Créer un Pass Découverte Normandie
- Offrir une lisibilité de l'offre d'accessibilité aux touristes en exploitant le concept du MaaS (Mobility as a service)
- Responsabiliser les touristes et les professionnels sur leur impact environnemental et réglementer les usages

Professionnels

Acteurs d'une croissance touristique soutenable

- Former les dirigeants à la pratique des coopérations pour favoriser la mise en réseau
- Intégrer des espaces renaturés dans l'offre touristique et proposer des séjours plus construits autour de la biodiversité
- S'appuyer sur la recherche en sciences sociales pour observer les évolutions réussies et inciter les branches professionnelles à améliorer les conditions de travail et déprécariser les emplois
- Mobiliser les nouveaux CSE et les EPCI sur l'opportunité de maintenir les aides aux vacances notamment en conservant les centres d'hébergement inscrits dans des projets de territoire

Institutionnels

Promoteurs d'une stratégie normande pour un tourisme accessible, durable et responsable

- Coconstruire un schéma directeur régional du tourisme qui assure une présence inter-institutionnelle dans la gouvernance et garantit la cohérence des offres et la répartition des flux
- Favoriser le pilotage local des actions par les EPCI et s'appuyer sur le réseau des OT pour expérimenter le déploiement des initiatives
- Investir en R&D sur toute la chaîne logistique et les mobilités de demain en exploitant les fonds européens du Réseau Trans-Européen de Transports
- Traduire, au sein du CREFOP, les travaux engagés avec les branches professionnelles
- S'assurer que les exigences de développement durable seront partagées par les acteurs qui profitent des infrastructures d'aménagement touristiques