

# TOURISME : LA PROXIMITÉ DU COTENTIN SÉDUIT LES VACANCIERS

## Le contexte

Depuis sa création, l'agglomération du Cotentin, compétente pour la Promotion du Tourisme, a construit une stratégie pour développer l'offre touristique à l'échelle de son territoire. La première étape a tout d'abord été de concrétiser la fusion des 10 offices du tourisme et du Pays d'Accueil Touristique du territoire pour former un Office de Tourisme Intercommunal piloté par la SPL de Développement Touristique, véritable bras armé de l'agglomération.

## Une nouvelle impulsion pour le tourisme

Avec l'installation du nouveau Bureau communautaire, le Président David MARGUERITTE a souhaité amplifier l'impulsion, déjà initiée lors du précédent mandat par la politique touristique d'attractivité et la création de la marque de destination « Cotentin Unique par Nature ».

*« L'ambition maritime que je souhaite porter viendra étayer un Cotentin plus fort et plus attractif sans jamais perdre de vue que nous ne vivons pas au bout*

*du monde mais que nous sommes au bord d'un monde », souligne le Président qui souhaite s'investir pleinement dans la direction de la SPL de Développement Touristique.*

David MARGUERITTE a également souhaité que la compétence tourisme soit portée par deux Vice-Présidentes :

- Manuela MAHIER, 3<sup>e</sup> VP est en charge de la Mer, du Nautisme et du Rayonnement du Cotentin.
- Odile THOMINET : 6<sup>e</sup> VP en charge de la valorisation du Patrimoine et des Equipements Touristiques et de Loisirs.

*« Nous avons un des plus beaux territoire au monde et nous pouvons en être fiers. De nos plages étendues en passant par le sentier des Douaniers ou nos paysages bocagers, le Cotentin possède une identité forte et unique. La mer, le littoral et le nautisme sont des enjeux essentiels pour le rayonnement et le développement économique de notre territoire. Nous l'avons vu ces dernières semaines avec l'engouement autour de la Drheam Cup. Des événements comme celui-ci ou l'arrivée de la Rolex Fastnet Race l'an prochain, doivent nous servir pour assoir notre image de territoire maritime ».*

## **Une filière économique importante**

Porteuse d'emplois et d'attractivité pour le Cotentin, la filière touristique est une économie non-délocalisable permettant de valoriser les atouts formidables de notre territoire. Pour rappel, elle représente 2 400 emplois, 230 M€ de dépenses de consommation, environ 1,65 million de nuitées marchandes et 4,6 millions de nuitées dans des hébergements non-marchands.

Le Cotentin a également la chance d'avoir une filière de professionnels du tourisme bien représentée et de qualité sur l'ensemble du Cotentin. L'Office de Tourisme compte plus de 500 professionnels partenaires et s'appuie également sur un comité stratégique composé de membres représentant l'ensemble des acteurs de l'économie touristique.

## **Un contexte particulier favorable au Cotentin**

Dans la période particulière que nous traversons, les vacances de proximité sont privilégiées par de nombreux Français. Pour notre territoire, c'est une occasion de prouver à nouveau à ceux qui l'ignorent, que tous les loisirs sont à portée de main dans le Cotentin. La nature, le grand air, les activités nautiques sont autant d'atouts portés par la marque de destination « Unique par Nature » qui trouve tout son sens dans ce contexte singulier.

Si le début de saison a été impacté par le contexte lié à la COVID-19, les premiers chiffres du mois de juillet sont encourageants.

Du 1<sup>er</sup> au 20 juillet, 550 000 nuitées françaises ont été enregistrées dans le Cotentin, soit une augmentation de 18% (+ 86 000 nuitées) par rapport à 2019.

Le tourisme des Français a repris un niveau de fréquentation habituelle à partir du 20 juin et a connu une hausse importante avec le début des vacances scolaires et un très bon week-end du 14 juillet.

Les principales clientèles françaises extra-départementales sont : Calvados (11%), Seine-Maritime (9%), Paris (8%), Hauts-de-Seine (6%), Yvelines (6%).

Ces premiers retours sont positifs sachant qu'au mois de juin, 55% des professionnels interrogés jugeaient la fréquentation mauvaise. S'il convient de rester prudent, en raison des incertitudes liées à la COVID-19, la reprise se fait de manière progressive pour l'ensemble de la filière.

## **Chèques « Cotentin Unique par Nature » et information Hors Les Murs**

Dans ce contexte, les professionnels du tourisme ont su être réactifs pour relancer leur activité et composer avec des protocoles contraignants. La qualité de l'accueil prodigué est un atout qui a aussi su séduire les vacanciers.

La stratégie de promotion du territoire sur laquelle l'Office de Tourisme travaille de manière continue a porté ses fruits avec de nombreuses retombées dans les médias nationaux. Pendant le confinement, les charmes du Cotentin ont été mis à l'honneur que ce soit à la télévision ou dans les magazines. L'escapade nature que propose le Cotentin a ainsi été valorisée et cet argument a particulièrement touché le public.

Pour amplifier son accompagnement, l'agglomération a participé à l'opération « Chèque Evasion 50 » initiée par Latitude Manche et a également

déployé au début de l'été les Chèques « Cotentin Unique par Nature » avec l'Office de Tourisme. Le principe de ce dispositif est simple : pour chaque nuit réservée dans l'un des hébergements marchands de la Manche, les clients ont reçu des chèques d'un montant de 10 € qui pouvaient ensuite être dépensés dans les différents établissements touristiques du Cotentin. Le succès a été au rendez-vous pour cette opération car les 9 000 Chèques « Cotentin Unique par Nature » ont d'ores et déjà été distribués.

Enfin, pour pallier la fermeture de certains Bureaux d'Information Touristique (BIT), l'Office de Tourisme propose depuis le 6 juillet le dispositif Hors Les Murs. Disposés sur des points de flux de visiteurs importants comme le Marché de Bricquebec, La Maison du Biscuit, le Marché de Quettehou, Le Goéland 1951, le Camping de Jonville, le Camping de l'Anse du Brick, le Camping de La Plage, le Fort du Cap Lévi et le Phare de Gatteville, ces lieux d'information ont permis d'informer près de 300 personnes.

La demande d'information sur ce dispositif concerne : la documentation touristique (carte, guide, magazine), les animations, les événements, les circuits de randonnées pédestres/cyclo, les activités de loisirs enfants.

Les premiers retours encourageants montrent que ce mode d'information répond à une demande et permet de toucher un public qui ne se serait pas déplacé en BIT.