

SAISON TOURISTIQUE : LE COTENTIN A SU SÉDUIRE MALGRÉ LA CRISE

David MARGUERITTE, Président de l'agglomération et PDG de l'Office de Tourisme du Cotentin a convié la presse pour établir, quelques semaines après la fin de l'été, le bilan de la saison estivale. En raison de l'épidémie liée à la COVID-19, celle-ci aura été particulière et compliquée pour les professionnels du tourisme qui auront dû composer avec l'absence de réservation de groupe ou d'événements majeurs organisés sur le territoire.

Néanmoins, dans ce contexte singulier, le Cotentin a su faire valoir ses atouts et tirer son épingle du jeu.

La fréquentation encourageante

Très inquiets au printemps, les professionnels ont vu l'activité touristique repartir graduellement à partir de mai et juin. La fréquentation est qualifiée d'encourageante malgré une quasi absence de clientèle étrangère au regard du contexte sanitaire.

L'enquête de conjoncture réalisée par Normandie Tourisme et Latitude Manche pour le Cotentin auprès des professionnels du secteur de juin à septembre montre que :

- 49% d'entre eux estiment que la fréquentation globale de la saison 2020 a été bonne ;
- 66% des acteurs du tourisme sont plutôt satisfaits de la saison au regard des circonstances sanitaires.

Sous une météo favorable, les grands espaces et le littoral du Cotentin ont su séduire les touristes et vacanciers avec notamment une offre diversifiée d'activités nature ou en plein air. Notre territoire a même été victime de son succès avec des flux touristiques importants à certains moments de l'été que ce soit dans la Hague ou dans le Val-de-Saire.

La fréquentation a également été au rendez-vous pour des équipements phares du territoire comme La Cité de la Mer qui enregistre même, avec plus de 80 000 visiteurs entre juillet et août, une meilleure fréquentation qu'en 2018.

Cependant, cette fréquentation ne se vérifie pas avec les 540 466 nuitées enregistrées dans les hébergements marchands entre juin et septembre (sources déclaration de la Taxe de

Séjour). En effet, la majorité des touristes a privilégié des solutions d'hébergement alternatives de type résidences secondaires, séjours dans les cercles familiaux, plutôt que les canaux d'hébergement traditionnels.

Le nombre de nuitées dans les hôtels est ainsi en diminution car les vacanciers ont opté pour des solutions individuelles telles que les gîtes et les structures de plein-air (campings). Par ailleurs, la clientèle « affaires/séminaires », a connu une forte baisse notamment sur le parc hôtelier de Cherbourg.

Le soutien apporté aux professionnels

Si la crise que nous connaissons explique en partie le choix de notre territoire comme destination de vacances, la stratégie de promotion du territoire sur laquelle l'Office de Tourisme travaille de manière assidue a notamment porté ses fruits avec de nombreuses retombées dans les médias nationaux. En effet, 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 rencontré l'adhésion du public.

L'agglomération a également favorisé la relance touristique. Aux côtés de 8 territoires du département, elle a participé à l'Opération « Chèque Evasion 50 » initiée par le Conseil départemental.

Pour rappel, ce dispositif permettait aux clients de recevoir un chèque d'un montant de 10 €, pour chaque nuit réservée dans l'un des hébergements marchands de la Manche. Ceux-ci

pouvaient ensuite être dépensés dans les différents établissements touristiques du Cotentin. Pour cette opération 44% des chèques ont été distribués dans le Cotentin.

L'agglomération et l'Office de Tourisme du Cotentin ont souhaité abonder le dispositif en émettant 8 000 chèques Cotentin à destination des touristes et 2 500 à destination des CCAS. Au regard du succès rencontré, 1 000 chèques supplémentaires ont été ajoutés à cette initiative pour pouvoir répondre positivement à la demande de nos visiteurs. Début août, le stock était épuisé. Ce moyen de paiement a été largement utilisé sur l'ensemble de la destination et ce, sur une diversité d'offres de nos partenaires (restauration, activités de loisirs, sites et lieux de visite, etc.).

Les partenaires de l'opération sont unanimes pour dire que les « Chèques Evasion 50 » doublés des « Chèques Cotentin » ont largement contribué à améliorer leurs chiffres d'affaires et à donner une image positive de notre destination.

Notre territoire a également la chance de pouvoir s'appuyer sur un large réseau de professionnels qui ont su être réactifs pour relancer leurs activités et composer avec des protocoles sanitaires contraignants.

A cet effet, le Président de l'Office de Tourisme, David MARGUERITTE a précisé : *« Malgré ce contexte extrêmement particulier, je suis satisfait que la saison touristique ait été encourageante et que notre territoire est pu tirer son épingle du jeu. L'agglomération du Cotentin s'est pleinement mobilisée pour accompagner les acteurs du secteur pour infléchir les effets de la crise*

sanitaire (opération Chèques Cotentin notamment) et inciter ainsi les vacanciers à soutenir les professionnels en privilégiant l'offre de loisirs locale. Les différents atouts de notre territoire (le littoral, les grands espaces bocagers, la diversité des activités, l'offre d'hébergement, la qualité du réseau de professionnels, etc.) constituent de précieux piliers pour que le Cotentin devienne d'ici quelques temps une destination de 1^{er} choix ».

Le nouveau dispositif pour mieux informer

Néanmoins, cette période a été révélatrice du changement d'habitudes des vacanciers et des touristes. Dans ce contexte particulier, l'Office de Tourisme a mis en place de nouveaux dispositifs d'information pour aller à la rencontre des touristes et mieux les renseigner. Ainsi les accueils Hors-les-Murs (présence des conseillères en séjour sur les plages, sites touristiques, marchés, etc.) déployés pendant l'été ont permis de renseigner plus de 1 300 visiteurs.

Cette nouvelle manière de communiquer auprès des touristes et vacanciers s'inscrit dans le cadre de la modernisation des Bureaux d'Information Touristique (BIT) initiée après la création de la marque de destination « Cotentin Unique par Nature ». Objectif : donner une cohérence et une unité visuelle aux BIT. Ainsi le visiteur ne vient plus à l'Office de Tourisme de Carteret ou de Barfleur, mais il pousse la porte d'une structure unifiée, celle de l'Office de Tourisme du Cotentin.

Dans ce nouvel espace, le visiteur peut trouver des informations pré-ciblées sur les demandes récurrentes, utiliser des outils numériques présentant les activités touristiques tout en profitant des espaces détente mis à sa disposition.

Quelques chiffres :

Fréquentation dans 12 Bureaux d'Information Touristiques

(Chiffres donnés sur les mêmes bureaux et les mêmes périodes)

Le nombre de demandes de juin à septembre : **61 049 demandes (-4,7%)**

94% de Français (1. Ile de France 2. Manche et Normandie) et 6% d'étrangers (1. Belges 2. Allemands 3. Pays-Bas).

TOP 5 des demandes dans les bureaux d'Information Touristique

1. Sites et lieux de visite (26%) ;
2. Renseignements pratiques touristiques (26%) ;
3. Services et prestations de l'OT (10%) ;
4. Randonnée (6%) ;
5. Renseignements non-touristiques (5%).

RAPPEL :

Le Tourisme, compétence phare du Cotentin :

L'agglomération du Cotentin est compétente pour la promotion du Tourisme depuis sa création en janvier 2017. La stratégie touristique dont la mise en œuvre est confiée à l'Office de Tourisme du Cotentin a été approuvée par les élus communautaires en février

2019 et repose sur deux grands axes stratégiques :

-Positionner le Cotentin comme une grande destination touristique européenne en révélant au plus grand nombre la qualité exceptionnelle de notre territoire et stimuler l'activité économique touristique toute l'année ;

-Partager cette ambition avec l'ensemble des parties prenantes, à savoir : les professionnels du secteur, habitants et élus. Elle vise également à conquérir de nouvelles parts de marchés et créer de la valeur pour le Cotentin.

Le Président, David MARGUERITTE a souhaité conforter la politique de développement touristique et amplifier son action. A cet effet, il a renforcé la place de cette compétence stratégique au sein des délégations de l'exécutif communautaire en créant une seconde délégation dédiée à la Mer, au Nautisme et au Rayonnement du Cotentin confiée à Manuel MAHIER. Cette désignation vient en complément de la délégation donnée à Odile THOMINET, en charge de la valorisation du Patrimoine et des Equipements Touristiques et de Loisirs.

Quelques données clés :

David MARGUERITTE, Président de la SPL et PDG de l'Office de Tourisme du Cotentin ;

Loïc FALCHER, Directeur exécutif.

1^{er} Office de Tourisme de Normandie – sous statut de SPL pour réunir l'ensemble des professionnels du secteur.

-4.5 millions d'€ de budget ;

-56 collaborateurs permanents ;

-1 marque de destination « Cotentin Unique par nature »

-20 Bureaux d'Information Touristique (BIT) ;

-1 site web ayant enregistré 292 684 visiteurs uniques en 2019.