



SÉANCE PLÉNIÈRE DU 15 DÉCEMBRE 2014
RAPPORT « DYNAMISER L'ÉCONOMIE TOURISTIQUE – PLAN
D' ACTIONS ».

*Intervention de Claude Taleb,
Conseiller régional Europe Écologie – Les
Verts, vice-président en charge du tourisme.*

Monsieur le Président, cher-e-s collègues,

Ce rapport repose sur la conviction que le tourisme est un grand atout pour la Normandie. La consommation touristique représente 3,1% du volume national et appuie un secteur intensif en emplois et orienté à la hausse, plus que d'autres secteurs d'activité, avec 38 600 emplois, qui représentent 3,2% des emplois locaux, des emplois, faut-il le rappeler, non délocalisables.

La part de la Haute-Normandie reste inférieure à celle de la Basse-Normandie, dans un rapport d'environ 1/3 - 2/3. Mais elle progresse davantage, avec 17% de consommation supplémentaire entre 2005 et

2011, une hausse de + 18% des investissements entre 2011 et 2013, et plus de 10% de hausse de la clientèle française...

Mettre nos territoires en tourisme, nous y reviendrons, c'est donc d'abord agir pour la création de richesses et d'emplois locaux. C'est aussi contribuer à la conversion à une économie bas-carbone.

Quels sont nos atouts ?

Nous bénéficions d'un patrimoine naturel d'exception : le littoral et ses falaises, la vallée de Seine, un estuaire internationalement reconnu pour son exceptionnelle richesse en biodiversité. Des sites qui sont encore insuffisamment valorisés et parfois menacés, je pense à l'estuaire, qui continue à être l'objet de conflits d'usage arbitrés de manière récurrente au détriment de la nature.

La notoriété de la Normandie est née avec l'émergence du tourisme et des bains de mer au XIX^{ème} siècle. Elle est aujourd'hui établie au plan international.

Grâce aux falaises d'Etretat, à la reconstruction Perret et à l'inscription de la ville du Havre au patrimoine mondial de l'Unesco, aux bâtisseurs des abbayes médiévales, aux hommes de lettre et aux artistes devenus illustres... Grâce aussi aux paysages typiques des Pays de Caux et de Bray, de la vallée de la Risle, des forêts de l'Eure, du Parc Naturel des boucles de Seine... Son patrimoine historique, ses collections muséales, ses liens avec l'histoire de Jeanne d'Arc, qui seront valorisés par l'ouverture de l'Historial en 2015, font la renommée de Rouen.

Enfin, les deux événementiels fédérateurs l'Armada et Normandie Impressionniste, immenses succès populaires, ont largement contribué à la notoriété et à l'attractivité de la vallée de Seine et de la Normandie et

ont révélé ou rappelé aux Haut-Normands eux-mêmes la splendeur des paysages et du patrimoine historique et culturel de notre région.

En matière de tourisme... la Normandie existe aux yeux du monde. C'est également une réalité pour les acteurs. C'est en 2009 que les deux assemblées, bas- et haut-normandes, ont simultanément adopté une stratégie commune en faveur du développement touristique. Nous sommes les seules régions de France à mettre en œuvre depuis un schéma régional interrégional. Notre comité régional du tourisme est encore aujourd'hui le seul à porter une politique interrégionale intégrée.

Le bilan à mi-parcours de ces actions a été l'occasion d'objectiver l'impact remarquable de l'action de promotion du CRT et les progrès accomplis en matière de qualification de l'offre et de professionnalisation des acteurs. Il a également mis en évidence l'opportunité qui existe désormais d'ouvrir des chantiers nouveaux destinés à fortement booster cette économie du tourisme qui est déjà en développement.

C'est le sens du plan d'actions qui a fait l'objet d'une concertation des acteurs régionaux et qu'il vous est aujourd'hui proposé d'adopter.

Ce plan d'actions obéit à 3 objectifs principaux : faciliter la découverte confortable et apaisée de notre région par la mise à disposition d'une offre globale et intégrée de mobilité incitative à l'usage des modes doux et collectifs, adapter l'offre d'accueil aux attentes et aux exigences de la clientèle contemporaine, mettre en tourisme le patrimoine naturel et culturel régional.

Il se décline en **15 actions concrètes et réalisables** qui illustrent la volonté régionale d'accompagner concrètement et efficacement le « décollage » de l'économie touristique.

Au chapitre de **la mobilité**, il vous est ainsi proposé d'agir dans 5 directions :

- la création d'un **titre tourisme valable 48 ou 72 heures** valable sur les réseaux urbains et interurbains;
- l'identification de **la destination impressionniste sur l'axe ferroviaire Paris - Giverny—Rouen- Le Havre**. A cet effet le changement de nom de la gare de Vernon-Giverny sera bien entendu intégré à toutes les bases de données accessibles à la clientèle jusqu'à l'international. Les trains concernés seront signés. La gare Saint Lazare disposera d'une communication spécifique. Une liaison en transport collectif efficace entre la gare SNCF et le site sera assurée.
- Le transport de passagers le long des boucles de Seine est en plein boom. Le **tourisme fluvial** fera l'objet d'un soutien régional via la contractualisation avec la Métropole, les agglos et les pays pour mettre en valeur et renaturer les berges de Seine, aménager de nouvelles haltes, mettre en place des services de navettes portuaires ainsi que cela est prévu au Havre.
- Achever **la vélo-route Giverny - Le Havre** et valoriser les itinéraires équestres proches, en ne négligeant pas les offres de services qui peuvent être liées, en matière de location et réparation de cycles mais aussi d'hébergement et de restauration.
- **Conforter l'aéroport de Deauville-Normandie comme porte d'entrée de la Normandie**. Appuyer l'ouverture de nouvelles lignes à vocation touristique et inciter à la mise en place de liaisons en transports collectifs entre Deauville et les centres urbains de Rouen et du Havre.

Au titre de **l'adaptation de l'accueil**, trois actions ont dès à présent été retenues :

- la traduction des informations touristiques est évidemment un support important pour la promotion de notre territoire. Les visiteurs viennent aujourd'hui dans leur majorité de Grande-Bretagne et disposent dès à présent, ainsi que l'ensemble de la clientèle anglophone, de supports adaptés mis à disposition ces dernières années par les professionnels suivant les préconisations du schéma régional. On assiste aujourd'hui à une diversification significative avec la venue de visiteurs asiatiques et plus particulièrement nippons. **Un dispositif régional destiné à financer la traduction d'informations touristiques dans ces langues** est donc créé pour soutenir les initiatives des structures publiques, parapubliques et associatives.
- La demande de services et d'outils numériques est l'un des traits majeurs de la mutation des comportements des touristes. Dans ce domaine, l'innovation et les changements d'usage induits sont permanents. Le tourisme est une donnée intégrée aux stratégies marketing du CRT ou des CDT. Il s'agit aujourd'hui d'améliorer l'accès rapide à l'information, de diversifier les contenus et médias proposés, d'orienter et faciliter les choix des touristes en matière de mobilité, d'hébergement, de restauration... L'action proposée consiste à favoriser par **un appel à projets régional l'émergence de projets innovants en matière d'usages numériques à vocation touristique** et à inscrire dans les projets de territoires le soutien à la création d'outils numériques dédiés à l'accueil touristique.
- Troisième action à ce titre : proposer dès 2015 aux **lycées et CFA hôteliers et agricoles, 5 sessions spécifiques de Régions langues**. Cette action menée en partenariat avec le rectorat et

Rouen Business School, actuellement ouverte aux jeunes Haut-Normands scolarisés en second générale, technologique ou professionnelles de l'enseignement public, permet à plusieurs centaines d'entre eux de bénéficier gratuitement d'une semaine d'immersion totale en langues anglaise, allemande ou espagnole. Son extension aux futurs professionnels du tourisme s'imposait.

Le troisième grand axe est celui, stratégique, de la **mise en tourisme de notre patrimoine naturel et culturel.**

Vous lirez dans le rapport un aperçu des diverses aménités qui font de notre belle région une destination déjà fort prisée d'un tourisme de voisinage ou lointain.

Avant de vous résumer les 7 mesures inscrites à ce titre, je souhaite pour ma part souligner que **la mise en œuvre de cette ambition nécessitera, exigera, demain, bien davantage qu'hier de peser et soupeser chaque décision d'aménagement ou de réalisation d'infrastructures nouvelles.**

Afin de **les engager non pas à la seule aune de leurs supposés ou aléatoires bénéfiques pour tel ou tel secteur de l'économie régionale mais aussi, d'abord, à l'aune de leurs impacts sur un patrimoine dont nous mesurons aujourd'hui la valeur inestimable,** quand bien même il ne rentre pas encore vraiment dans les raisonnements et les règles de calcul des institutions qui limitent leur vision du bien-être à la mesure du PIB et à la croissance des activités classiques.

En 7 actions:

- **Inscrire durablement la Haute-Normandie et demain la Normandie dans les destinations « Impressionnisme ».** Pour cela il s'agit de nous inscrire dans la création d'un itinéraire culturel

européen, programme européen qui soutient le développement d'une citoyenneté culturelle européenne, sur le thème de l'impressionnisme. Il est prévu de répondre en commun avec les collectivités des deux régions normandes et de la région Île-de-France à l'appel à projets « *contrat de destination* » lancé par l'État sur le thème de l'impressionnisme.

- **Encourager la valorisation touristique des lieux de tournage de films.** Pour valoriser des tournages qui sont vecteurs d'image et de notoriété, il est proposé d'élaborer un plan d'actions avec le Pôle Image, pour rendre accessibles au public les œuvres de fiction tournées en région, créer des parcours de découverte autour des sites de tournage, développer les outils numériques associés, appuyer la production en région et la promotion des œuvres produites, créer des événementiels avec le réseau des salles de cinéma...
- Lancer un **appel à projets « Sites touristiques majeurs »** destiné à une valorisation intégrée de ces sites, permettant par exemple de relier l'accessibilité aux sites et la gestion des flux dans des logiques de mobilité facilitées et respectueuses de l'environnement local.
- Engager en 2015 une **étude de préfiguration d'un Musée des vikings dans une approche scientifique et normande.**
- **Développer de nouveaux produits touristiques en lien avec la riche histoire industrielle et agricole** de la Haute-Normandie afin d'accueillir des circuits de visite sur de nouveaux sites.
- **Valoriser la gastronomie normande.** La découverte de produits locaux de qualité, frais, et savoureux et la recherche de la convivialité qui lui est associée est une demande constante et croissante des visiteurs de toutes les contrées du monde. C'est une opportunité pour nos producteurs en cohérence avec la stratégie régionale d'appui à l'agro-écologie. C'est un atout pour les métiers

de la transformation pour tous nos chefs étoilés ou en formation. En 2015, la Région Haute-Normandie accompagnera avec la Région Basse-Normandie les professionnels normands à l'expo universelle de Milan consacrée à l'alimentation et leur proposera, sous la conduite de l'Irqua Normandie, de décliner la fête de la gastronomie en haute saison touristique.

- *Last but not least*, le projet « **Haute-Normandie terre de régates** »: il s'agira là de soutenir la réalisation des infrastructures qui nous font défaut pour améliorer l'accès à l'eau dans le cadre des contrats de territoires.

Sous l'impulsion et aux côtés du Président, je ferai équipe pour animer au quotidien cette politique avec François Auber, nous ne serons pas trop de deux.

L'ensemble des actions inscrites dans ce plan de dynamisation au service de cette belle ambition feront l'objet de capacités nouvelles d'investissement et d'engagements d'un montant total de 3 967 000 euros. Elles s'appuieront également sur les différentes contractualisations ; le CPIER s'agissant de l'Axe Seine, les programmes opérationnels européens comme le FEADER dans lequel nous avons inscrit une mesure tourisme rural durable, les contrats de territoires.

Je vous remercie.