



# Bilan de saison touristique dans la Manche 2021

Observatoire du tourisme



## Bons scores de fréquentation au regard du contexte

- Une fréquentation meilleure qu'en 2020 sur la majorité du territoire métropolitain, mais qui reste en deçà de 2019.
- -19% de nuitées dans les hébergements (*hors particuliers ; en France de mai à août par rapport à 2019*). Une fréquentation en mai et juin bien en deçà mais proche des niveaux de 2019 en été.
- Reprise de la fréquentation plus forte dans les campings que dans les hôtels et autres hébergements collectifs



## Littoral et montagne plébiscités

- Comme à l'été 2020, la clientèle privilégie les séjours loin des grands centres urbains, sur le littoral (92% du niveau de 2019) ou dans les massifs de montagne (91% du niveau de 2019). Sur ces espaces, la fréquentation française dépasse celle de 2019.
- Ces destinations bénéficient d'un fort désir d'évasion d'une clientèle réassurée par la généralisation de la vaccination. La moyenne montagne en particulier profite d'une attractivité accrue en période estivale avec une offre répondant aux besoins d'espace et de loisirs outdoor.



## Fréquentation portée par la clientèle françaises

- 83% des nuitées générées par la clientèle française. Baisse de 2% des nuitées françaises par rapport à 2019 (*de mai à août ; INSEE, hors particuliers*).
- La fréquentation française revenue à 98 % du niveau de 2019 (*de mai à août 2021 dans les hébergements marchands - hôtels, campings, autres hébergements collectifs de tourisme, locations, gîtes ou chambres d'hôtes*). En été, la fréquentation 2021 a dépassé celle de 2019.



## Pas de reprise du marché étranger

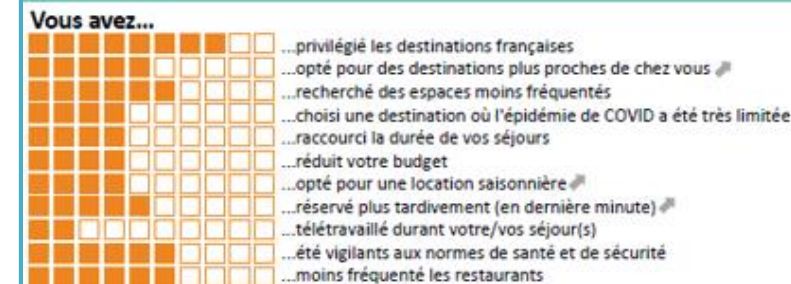
- La bonne fréquentation de la clientèle française, comme en 2020, n'a pas réussi à combler totalement le recul des clientèles étrangères dans la grande majorité des territoires.
- Recul très marqué des touristes britanniques, effet cumulé de la crise sanitaire et du Brexit.
- Flux aériens en provenance d'Asie encore très dégradés.
- Fréquentation des clientèles venant des pays frontaliers revenue à 80 % de son niveau d'avant-crise (*nuitées INSEE*), certaines étant complètement revenues (Belgique, Suisse) et d'autres partiellement (Allemagne, Espagne, Italie, Pays-Bas).
- Redressement de la clientèle américaine.



## Des vacances franco-françaises

- Les Français sont peu partis en voyage à l'étranger : entre mai et août 2021, les nuitées passées à l'étranger représentent 1/3 du niveau de 2019.
- Les principales destinations restent l'Espagne, l'Italie et le Portugal

## LES VACANCES DES FRANÇAIS ÉTÉ 2021



## Phases de restrictions liées à la crise Covid

**Confinement** : 3/04 au 3/05

9 juin : réouverture des restaurants, assouplissement des jauges, couvre-feu repoussé à 23h, **réouverture des frontières**

20 juin : fin du couvre-feu

30 juin : reprise des festivals

**Pass sanitaire** (loisirs) : 21/07

Elargissement du pass sanitaire : 9/08



- Au regard du contexte, une saison globalement satisfaisante pour les professionnels.
- Une relance plus rapide de la fréquentation, avec les ponts du mois de mai.
- Une belle arrière-saison, qui retrouve un niveau semblable à celui de 2019.
- La vaccination a rassuré les touristes quant à la sécurité sanitaire
- Un engouement pour les activités extérieures (randonnées, vélo, nautisme...) qui se confirme
- Accentuation des flux nord-sud et est-ouest sur les nuitées françaises.



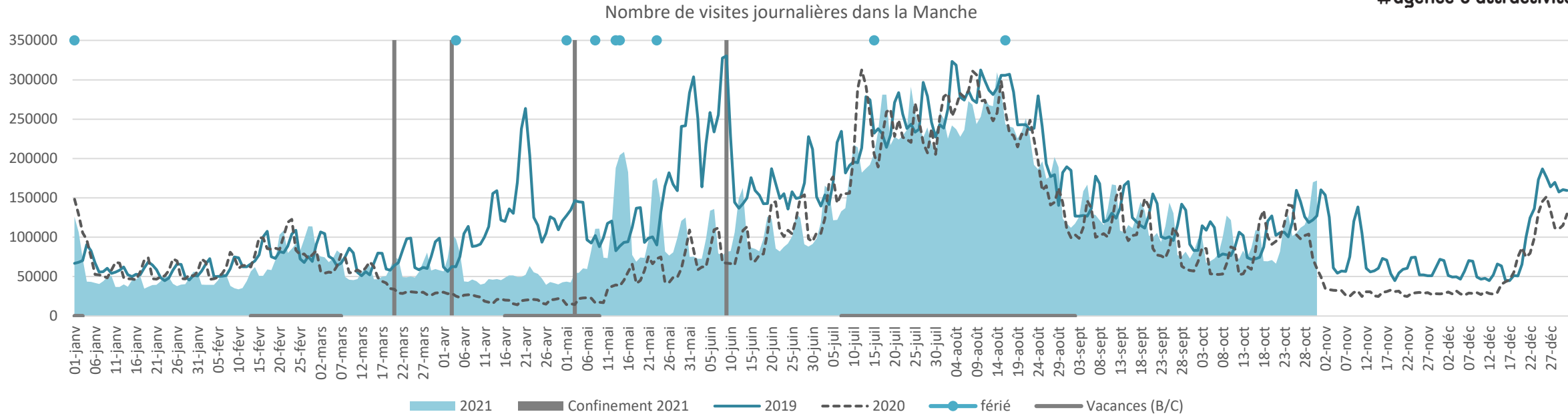
- Une météo peu clémente en juillet et août
- Les férias de l'été n'ont pas offerts de ponts et n'ont pas entraîné de pics de fréquentation.
- La faible fréquentation des clientèles étrangères, et notamment la chute du marché britannique.
- La fréquentation française ne compense pas la perte de la fréquentation étrangère.
- Perte de part de marché sur les nuitées des marchés français de proximité
- L'adaptabilité était de mise pour la plupart des professionnels pour s'adapter aux contraintes sanitaires ou par manque de perspectives.



# FREQUENTATION



# FREQUENTATION : saisonnalité



## Pic de fréquentation :

Samedi 14 août (309 520 visites)  
vs 312 480 en 2020 (12/07) et 330 320 en 2019 (9/06)

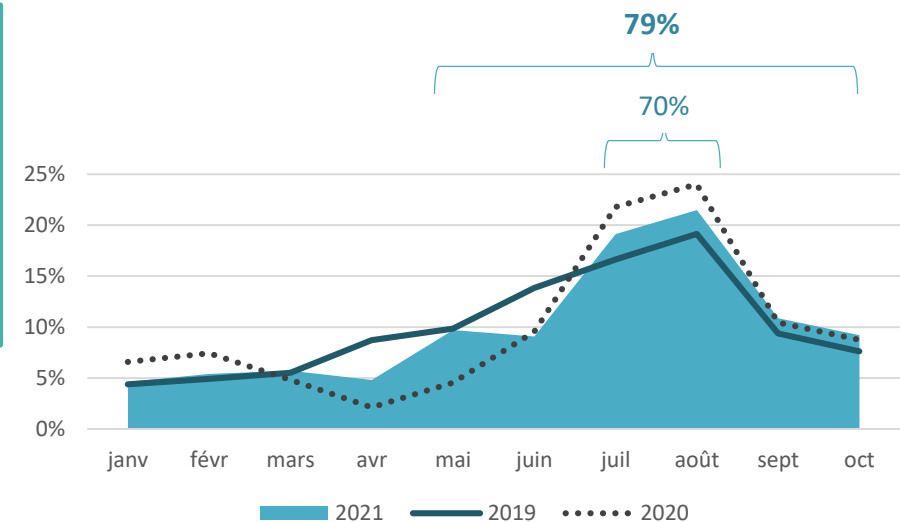


## Saisonnalité, une concentration moins chargée sur l'été :

En 2021, l'été pèse 70% de la fréquentation  
vs 74% en 2020 et 67% en 2019

- Un **printemps qui a mieux résisté** grâce à un confinement moins strict qu'en 2020. Les ponts et fériés du mois de mai ont permis la relance de l'activité touristique malgré la fermeture de nombreux établissements.
- La fréquentation estivale est globalement au **même niveau** qu'en 2020.
- La fréquentation de **l'arrière-saison a été bonne** et proche de celle de 2019.

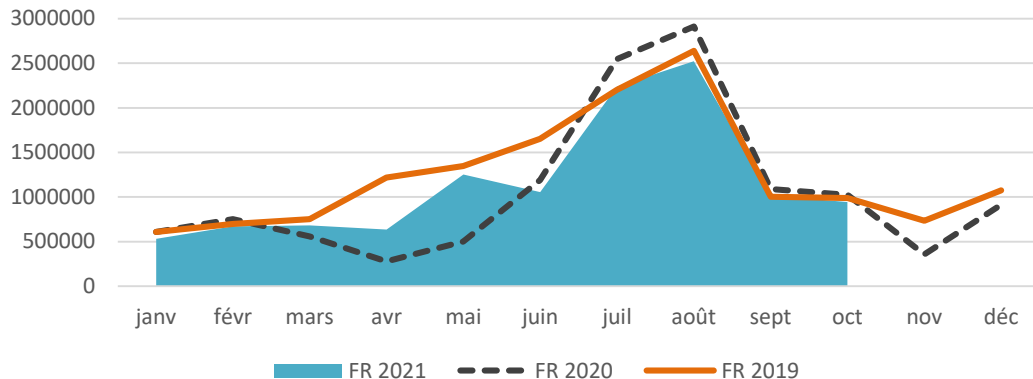
## Poids mensuel de la fréquentation



## NUITEES

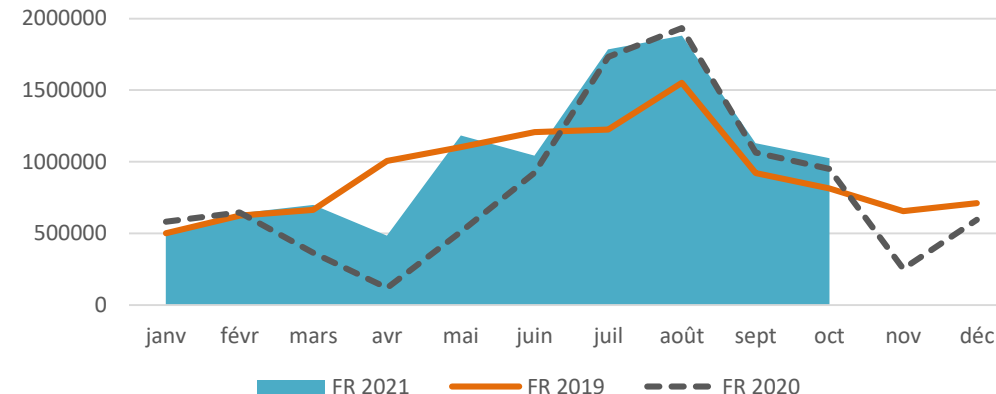


Nuitées mensuelles françaises



## EXCURSIONS

Excursions mensuelles françaises



Saison (mai à octobre) :  
identique à 2020  
-8% vs 2019

En termes de volume, les nuitées françaises sont similaires à 2020 et se rapprochent fortement du niveau de 2019 (hormis juin puisque en 2019, a été fêté le 75<sup>e</sup> anniversaire du débarquement). Toutefois, la saisonnalité diffère avec une moindre concentration sur l'été.

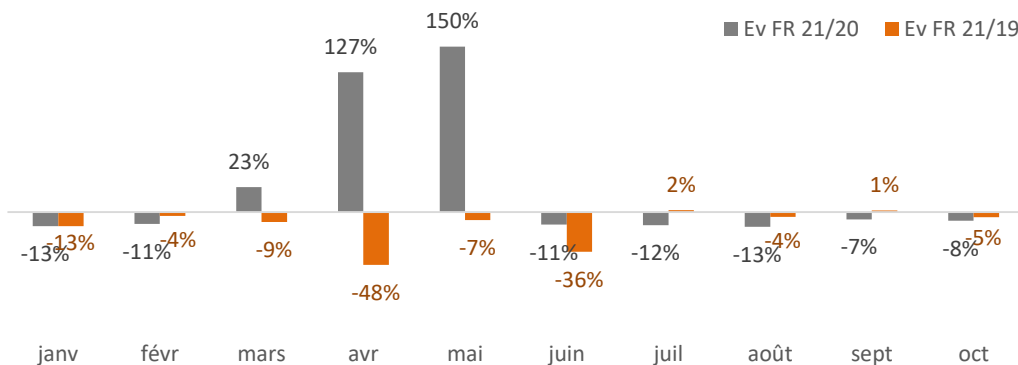
Saison (mai à octobre) :  
+13% vs 2020  
+18% vs 2019

Été :  
-13% vs 2020  
identique à 2019

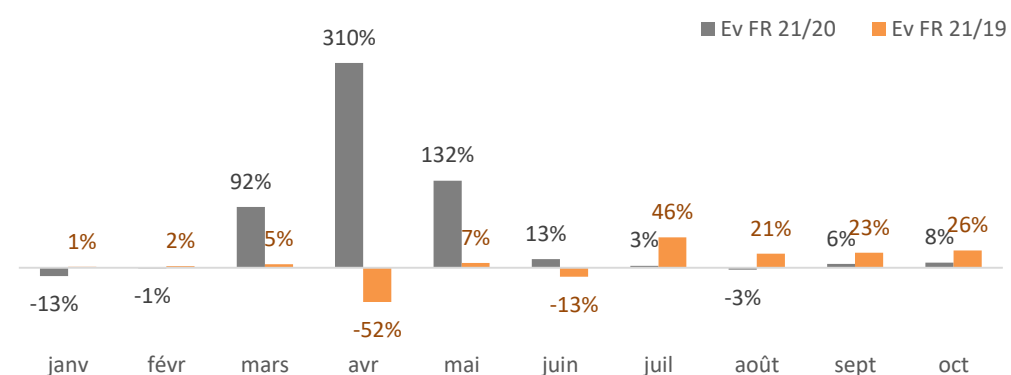
La hausse des excursions observée en 2020 se confirme sur la saison 2021, avec un niveau élevé sur toute la saison particulièrement mai et l'arrière-saison.

Été :  
Identique à 2020  
+32% vs 2019

Evolution des nuitées françaises

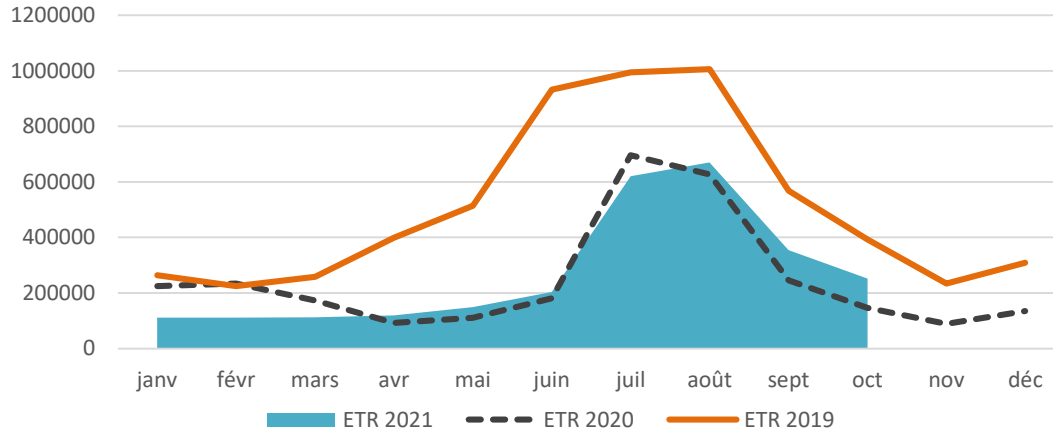


Evolution des excursions françaises



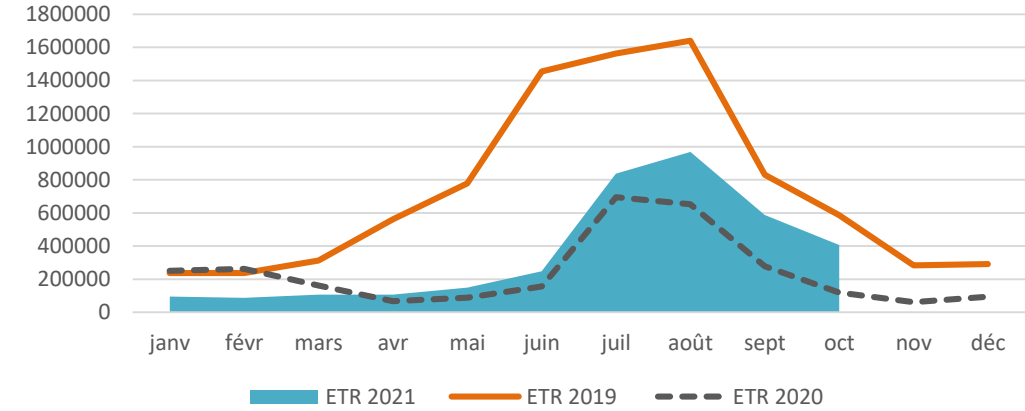
## NUITEES

Evolution des nuitées mensuelles étrangères



## EXCURSIONS

Excursions mensuelles étrangères



Saison (mai à octobre) :  
+12% vs 2020  
-49% vs 2019

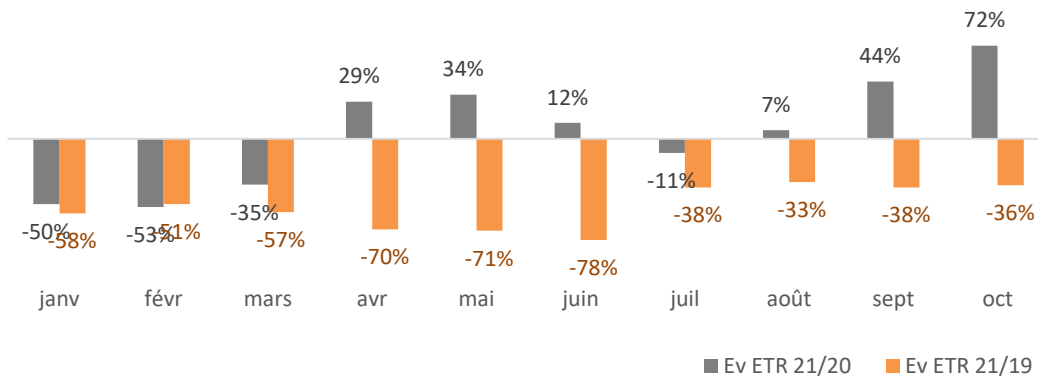
Été :  
Identique à 2020  
-35% vs 2019

Comme en 2020, les nuitées et les excursions étrangères sont divisées de moitié par rapport à 2019. Toutefois, grâce à une meilleure arrière-saison qu'en 2020, la fréquentation étrangère reprend des couleurs de juillet à octobre pour atteindre 64% de son niveau de 2019 (en nuitées) et 60% (en excursions).

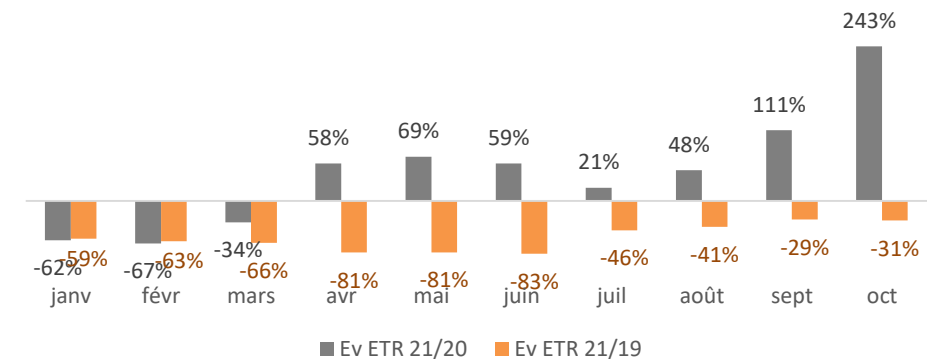
Saison (mai à octobre) :  
+61% vs 2020  
-53% vs 2019

Été :  
+34% vs 2020  
-44% vs 2019

Evolution des nuitées étrangères



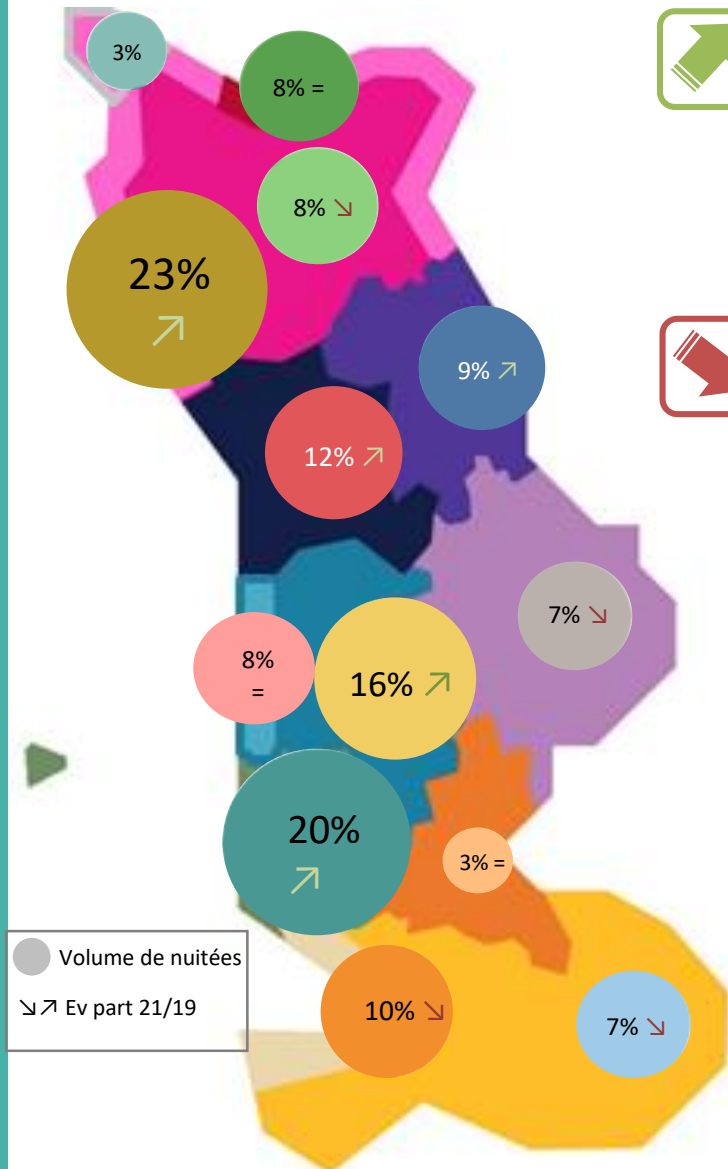
Evolution des excursions étrangères





# FREQUENTATION : répartition des flux

## Répartition des nuitées extra-départementales en 2021



Sur ces 2 années impactées par la crise sanitaire, le littoral du Cotentin s'est distingué des autres territoires : c'est la seule destination dont la fréquentation (nuitées comme visites) est restée stable par rapport à 2019 sur la saison. Destination déjà la plus fréquentée (nuitées), elle gagne 4 points de part de marché vs 2019.

De manière globale, les destinations littorales ont mieux résisté à la crise sanitaire. Elles (hors Baie du MSM et Baie du Cotentin) représentent 63% des nuitées (vs 60% en 2020 et 58% en 2019).

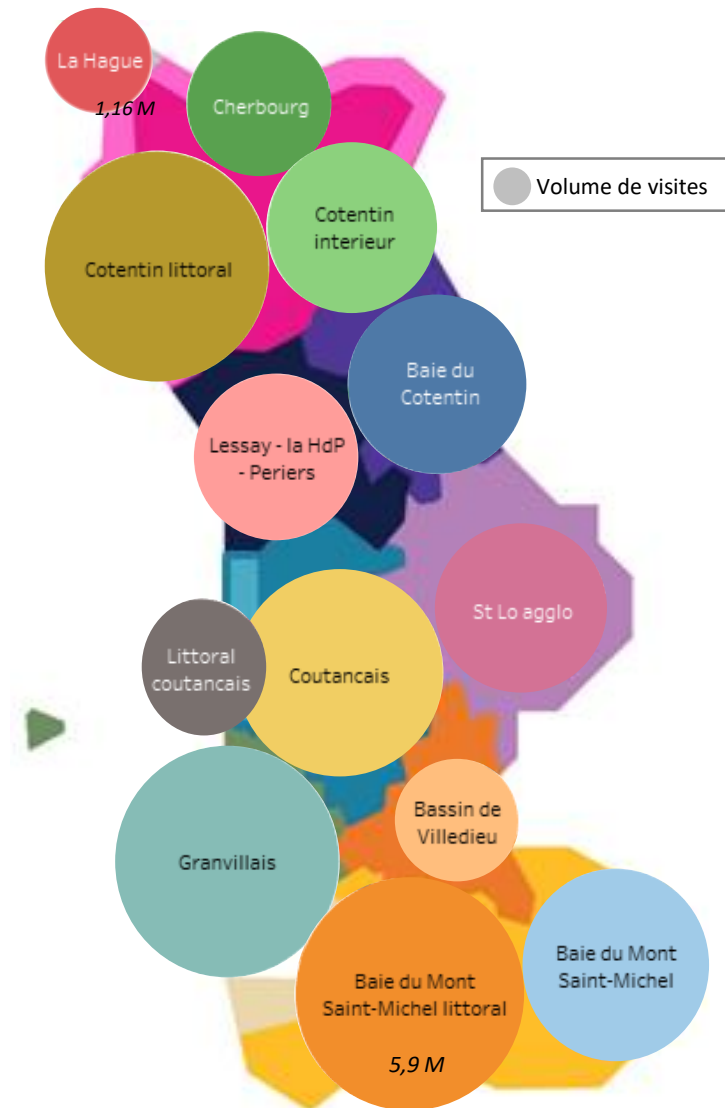


A l'inverse, la baie du Mont Saint-Michel (littoral et intérieur) a souffert de la crise sanitaire et notamment de la perte de clientèle étrangère.

Destination de séjour ou de passage ? Certaines destinations sont davantage orientées sur le séjour, c'est le cas des destinations balnéaires tandis que d'autres se positionnent principalement comme destination d'excursions comme la baie du Mont Saint Michel, Villedieu et St Lô Agglo.

Rang nuitées		Rang visites	
Cotentin littoral	1	Baie du MSM littoral	1
Granvillais	2	Granvillais	2
Coutançais	3	Cotentin littoral	3
Côte ouest centre Manche	4	Coutançais	4
Baie du MSM littoral	5	Baie du MSM intérieur	5
Baie du Cotentin	6	Baie du Cotentin	6
Cherbourg	7	St Lo agglo	7
Cotentin intérieur	8	Cotentin intérieur	8
Baie du MSM intérieur	9	Côte ouest centre Manche	9
St Lo agglo	10	Cherbourg	10
Villedieu intercom	11	Villedieu intercom	11

## Répartition des visites (excursions et touristes) extra-départementales en 2021





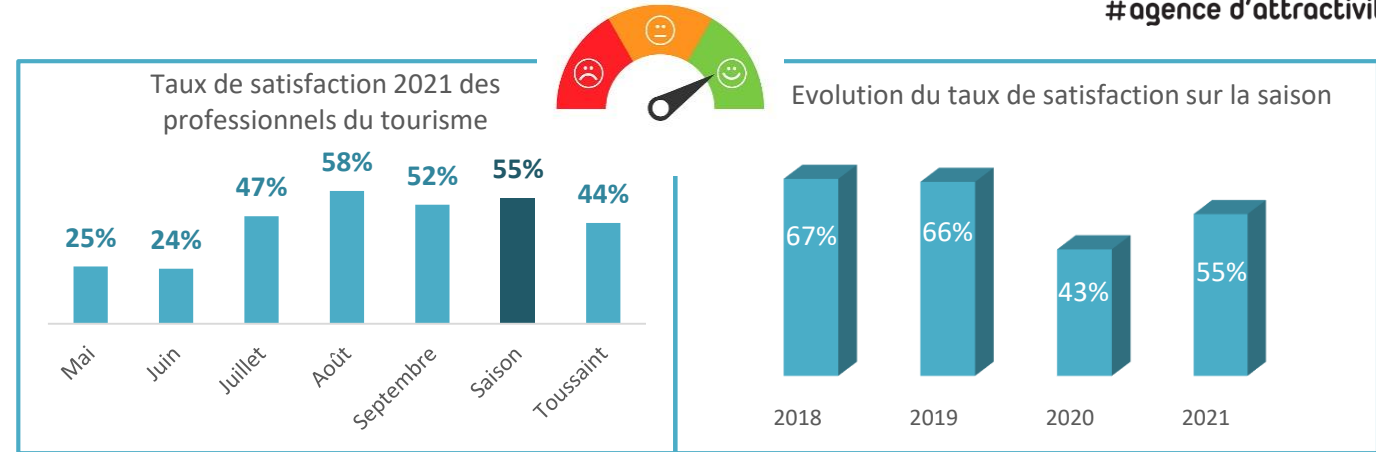
# SECTEURS D'ACTIVITE



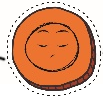


**84%** des professionnels satisfaits de la saison au regard de la situation sanitaire.  
55% l'estiment bonne et 49% la jugent en hausse par rapport à 2020.

Pour la 2e année consécutive, la saison touristique a été perturbée par la crise sanitaire. Confinement, restrictions, la saison a démarré tardivement, la relance ne s'est ressentie qu'à partir de juillet avec les vacances scolaires. L'instauration du pass sanitaire en cours d'été a compliqué l'organisation des professionnels et la météo peu clémente n'a pas stimulé la fréquentation. La fin de saison est jugée positive.



## HEBERGEMENTS

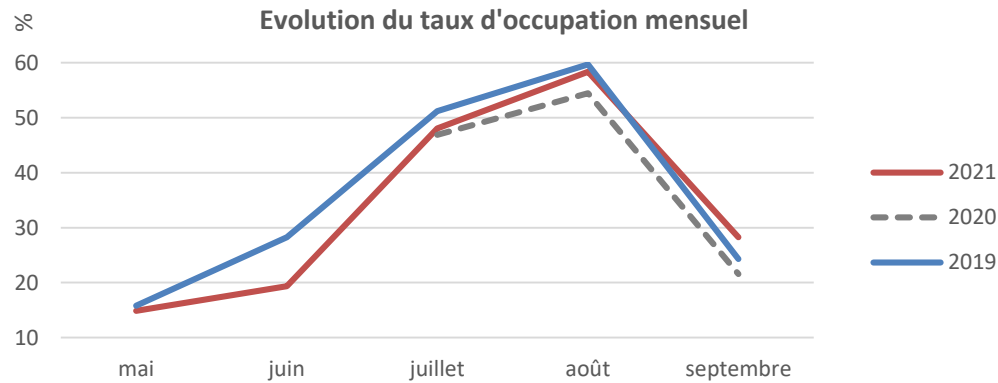




CAMPINGS

Chiffres-clés saison 2021 (mai à sept) :

- 34,7% de taux d'occupation, *-2 points vs 2019*
- 81% de nuitées françaises, *+17 points vs 2019, +21% de nuitées vs 2019*
- Nuitées étrangères divisées par 2 par rapport à 2019
- 3,8 nuits en durée de séjour moyenne, *↗ vs 2019*



La saison 2021 pour les campings a été correcte grâce à la fin de la saison (août et septembre) et à la clientèle française. Sur l'ensemble de la saison, les campings retrouvent un niveau presque similaire à 2019.

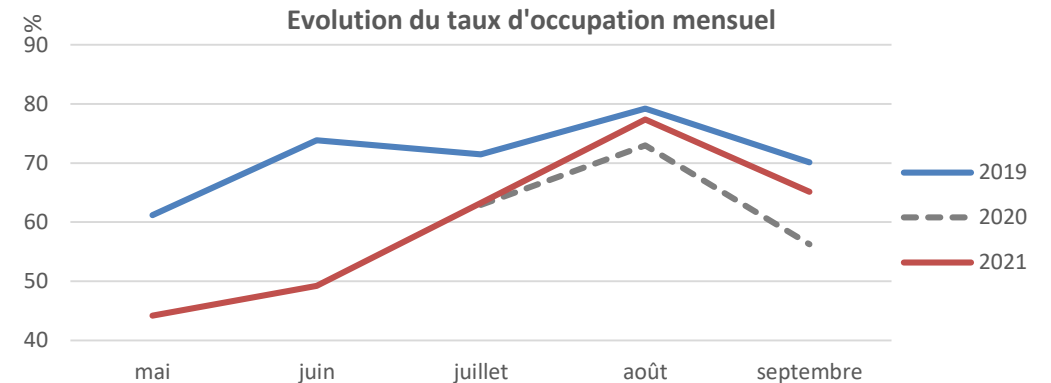
Les campings ont accueilli des clientèles françaises peu coutumières qui ont fait de nouveaux choix face aux restrictions de déplacements ou à la crainte de l'épidémie. La crise sanitaire a engendré une hausse des « dernières minutes », de nombreux motifs de retrouvailles en famille ou entre amis, et un besoin de contact humain et de services.



HÔTELS

Chiffres-clés saison 2021 (mai à sept) :

- 70% de taux d'occupation, *-5 points vs 2019*
- 87% de nuitées françaises, *+15 points vs 2019, -5% de nuitées vs 2019*
- *-62% de nuitées étrangères par rapport à 2019*
- 1,6 nuit en durée de séjour moyenne, *↗ vs 2019*



La crise sanitaire a plus impactée l'hôtellerie, particulièrement sur le début de saison, limitée par les restrictions. L'été 2021 a été meilleur qu'en 2020 mais ne regagne pas un niveau similaire à 2019.

L'activité a nettement pâti de la perte de clientèle étrangère. La clientèle d'affaires est revenue en 2021, à un niveau quasiment semblable à 2019 (juillet à septembre). Les établissements dans la baie du Mont Saint-Michel ont été plus impactés par la baisse de fréquentation.

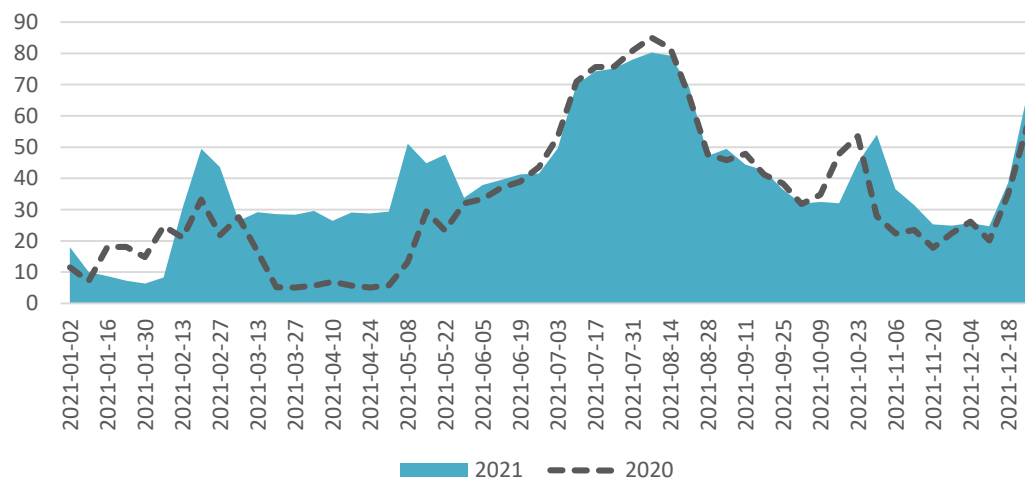


## LOCATION DE VACANCES SUR PLATEFORME

Chiffres-clés saison 2021 (mai à oct) :

- 50% de taux d'occupation, +2 points vs 2020
- +2% d'offres réservables (sur l'année) vs 2020
- +13% de nuits réservées vs 2020
- ↘ de l'antériorité de réservation
- 4,5 nuits en durée moyenne de séjour

Evolution du taux d'occupation hebdomadaire



En 2021, l'offre de location de vacances sur les plateformes (airbnb, abritel) a augmenté.

La fréquentation sur la saison est en hausse grâce à une reprise plus rapide en sortie de confinement en 2021. L'occupation des locations a été un peu moins importante sur le pic estival.

L'antériorité de réservation diminue en 2021 ; les réservations de moins d'1 mois représentent la moitié des réservations sur l'année.

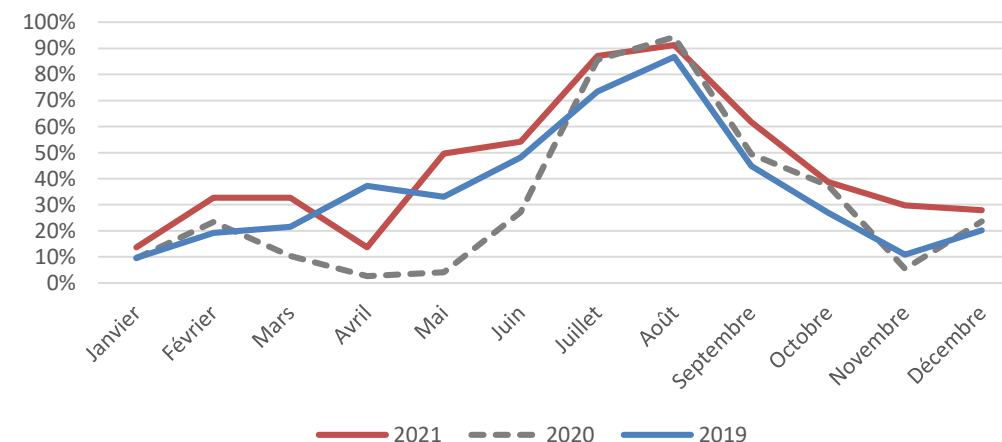
Chiffres-clés saison 2021 (mai à sept) :

- 66% de taux d'occupation, +14 points vs 2019
- 88% de nuitées françaises, +10 points vs 2019,
- 7,2 nuits en durée de séjour moyenne, ↗ vs 2019



## MEUBLÉS DE TOURISME

Evolution du taux d'occupation mensuel des meublés (centrale des labels)







## SITES ET LIEUX DE VISITE

### Chiffres-clés saison 2021 :

#### Ev. du nombre d'entrées

- Mai à oct. : -41% vs 2019
- Juil. à oct. : -30% vs 2019, +12% vs 2020

#### Profils clientèles :

- 93% individuelles (+8 pts vs 2019),
- 3% scolaires (-3 pts),
- 4% groupes (-4 pts)

Malgré un démarrage tardif, la saison 2021 a été meilleure qu'en 2020, notamment en arrière-saison. La fréquentation se redresse à 70% du niveau de 2019 à partir de juillet.

Plusieurs actions ont été mises en place par les sites pour contrer les effets de la crise sanitaire : billetterie en ligne horodatée, actions hors les murs...

Les clientèles groupes et scolaires ont marqué un retour en 2021, mais dans une bien moindre mesure qu'avant la crise et les perspectives pour 2022 restent incertaines. Les fermes pédagogiques ont été très pénalisées par cette perte de clientèle habituelle.

La tendance est à la hausse sur les consommations en boutique et dans les fermes lors des visites.



## FESTIVALS & EVENEMENTS

Face aux contraintes liées à la crise sanitaire et aux différentes directives à appliquer, plusieurs festivals et événements ont dû annuler ou s'adapter (formats revisités, jauge...).

Plusieurs grands rassemblements ont néanmoins pu se tenir cette année dont la semaine fédérale de cyclotourisme à Valognes ou la Rolex Fastnet Race à Cherbourg.

Pour les festivals et événements qui ont pu se tenir, le public était ravi de retrouver ces moments festifs. Malgré les jauges, la fréquentation était au rendez-vous. Par exemple, pour l'un des 1<sup>er</sup> temps fort de la saison, le festival « Chauffer dans la Noirceur », une jauge de 2000 personnes par soir a été mise en place (au lieu de 4500) et le festival a affiché complet.



## OFFICES DE TOURISME

Le bilan sur les offices de tourisme est disparate en terme de volume de fréquentation. Les offices s'orientent davantage vers un conseil plus qualitatif, les visiteurs recherchant un contact humain et un accompagnement personnalisé.

Les demandes ont porté davantage sur les activités de plein air notamment randonnée et vélo, ainsi que sur les hébergements en camping et camping-cars. Les visiteurs sont en recherche de nature, d'expériences, à faire en autonomie. Les locations de vélo ont ainsi bien fonctionné.



**Été :**  
-8% vs 2020  
+12% vs 2019

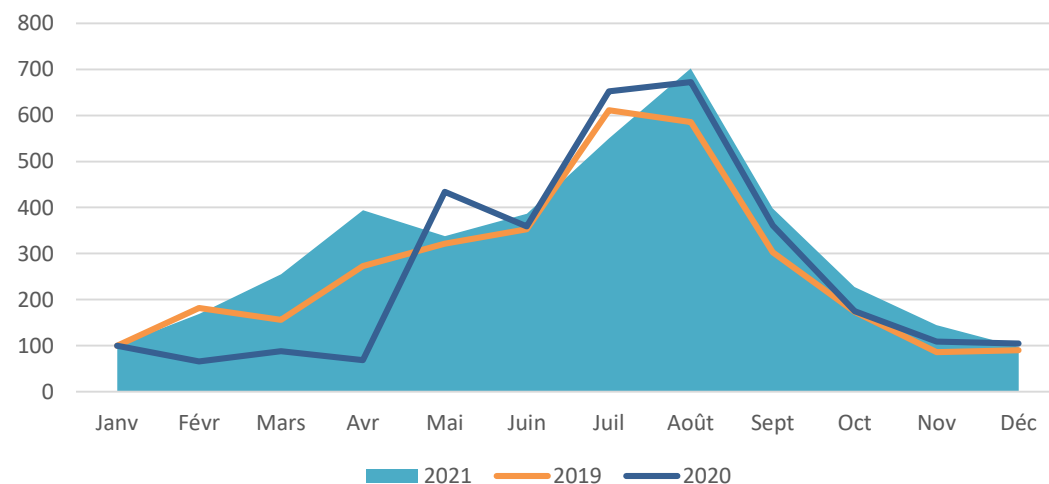
**Saison (mai à octobre) :**  
-4% vs 2020  
+18% vs 2019

**Année :**  
+15% vs 2020  
+24% vs 2019

La crise sanitaire avait généré un engouement fort pour le vélo avec un pic dès la sortie du 1<sup>er</sup> confinement. Ce succès se confirme en 2021, même lors du 3<sup>e</sup> confinement au printemps.

En agence réceptive, une appétence est notée pour l'itinérance en vélo particulièrement et à pied. Le manque d'équipements limite le développement (location de vélo, hébergement sur certains itinéraires...)

**Passages vélos sur les voies vertes**  
(base 100 en janvier)



**Été :**  
-3% vs 2020  
+39% vs 2019

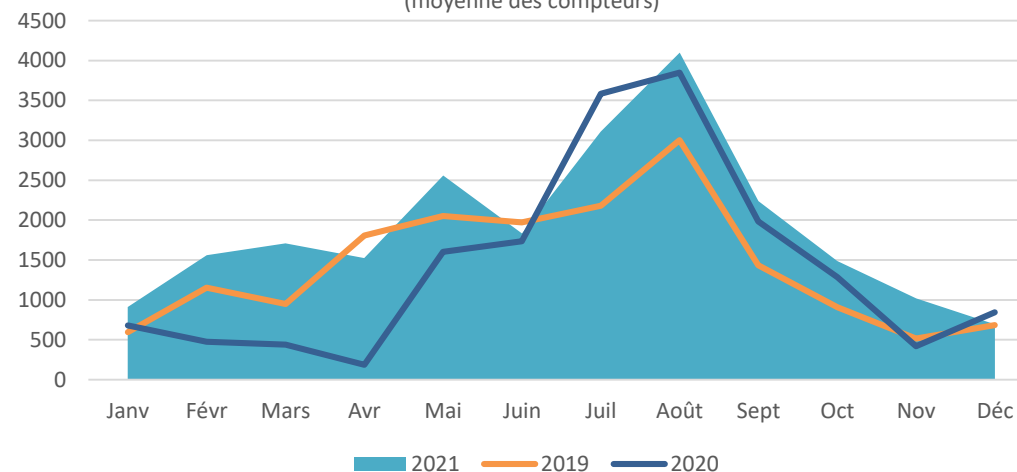
**Saison (mai à octobre) :**  
+9% vs 2020  
+33% vs 2019

**Année :**  
+33% vs 2020  
+32% vs 2019

Comme pour le vélo, la crise sanitaire a boosté les activités extérieures et notamment la randonnée et découverte des espaces naturels. Une propension qui perdure en 2021 avec une forte fréquentation toute l'année, même en hors saison.

Le service de transport de bagage via « la Malle Postale » confirme l'intérêt pour la randonnée dans la Manche avec 1640 bagages transportés en 2021 (en forte hausse par rapport à 2019 et 2020).

**Passages sur le GR223**  
(moyenne des compteurs)





L'équitation, sport individuel et de plein air, répond aux attentes du moment. Les centres équestres ont ainsi bénéficié d'une belle **hausse du nombre de licenciés**.

Les demandes de balades et de stages sont en augmentation, tout comme l'initiation et la découverte. Le projet du CD50 sur la culture cheval en **favorisant la découverte aux écoles** a eu un effet boosteur. Cela a également favorisé la redécouverte des sites autour du cheval en famille et conforté **l'image cheval du territoire**.



Plaisance :

Globalement les résultats sont identiques à 2020 sur les ports de la Manche. Le Brexit et les restrictions de déplacement des Britanniques ont eu un impact sur la fréquentation, en forte baisse, et sur les bassins de navigation. Le report des Iles Anglo-Normandes vers Chausey a entraîné une sur-fréquentation de l'île.

Beaucoup de clientèles locales ont été accueillies.

En termes de services et produits, la location de vélo pour se déplacer sur le territoire a bien fonctionné ainsi que la location de bateau voilier notamment en dernières minutes. Ce dernier nécessitera une adaptation vers un produit clé en main pour les non-initiés.

La semaine de petit cabotage a attiré une clientèle plus touristique issue de toute la France, pour une quinzaine de bateaux

Nautisme :

L'attrait des clientèles pour les activités de plein air a profité aux activités nautiques sur l'été 2021.



# CLIENTELES



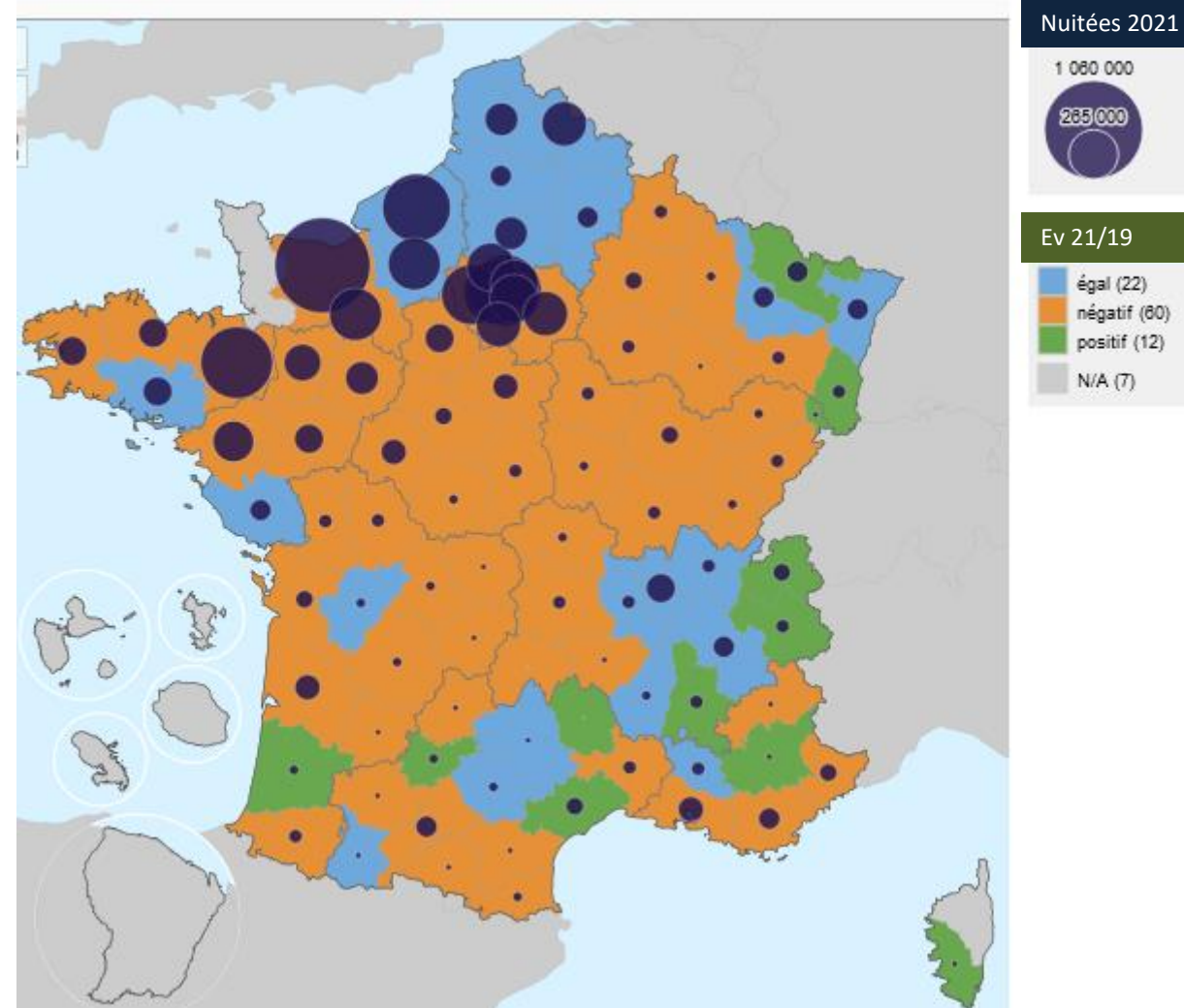


# CLIENTELES : touristes français



**80%**, part de la clientèle française sur la saison (mai à octobre),  
soit **+11 points** vs 2019, +2 points vs 2020

		Part	Ev 21/19	Ev part 21/19
1	Ile-de-France	31%	-7%	0,5
2	Normandie	25%	-8%	0,1
3	Bretagne	10%	-15%	-0,8
4	Pays de la Loire	7%	-14%	-0,5
5	Hauts-de-France	7%	-2%	0,4
6	Auvergne-Rhône-Alpes	4%	-1%	0,3
7	Grand Est	4%	-4%	0,2
8	Centre-Val de Loire	4%	-10%	-0,1
9	Nouvelle Aquitaine	3%	-12%	-0,1
10	Provence-Alpes-Côte d'Azur	2%	-9%	0,0
11	Occitanie	2%	-6%	0,1
	Bourgogne-Franche-Comté	2%	-8%	0,0



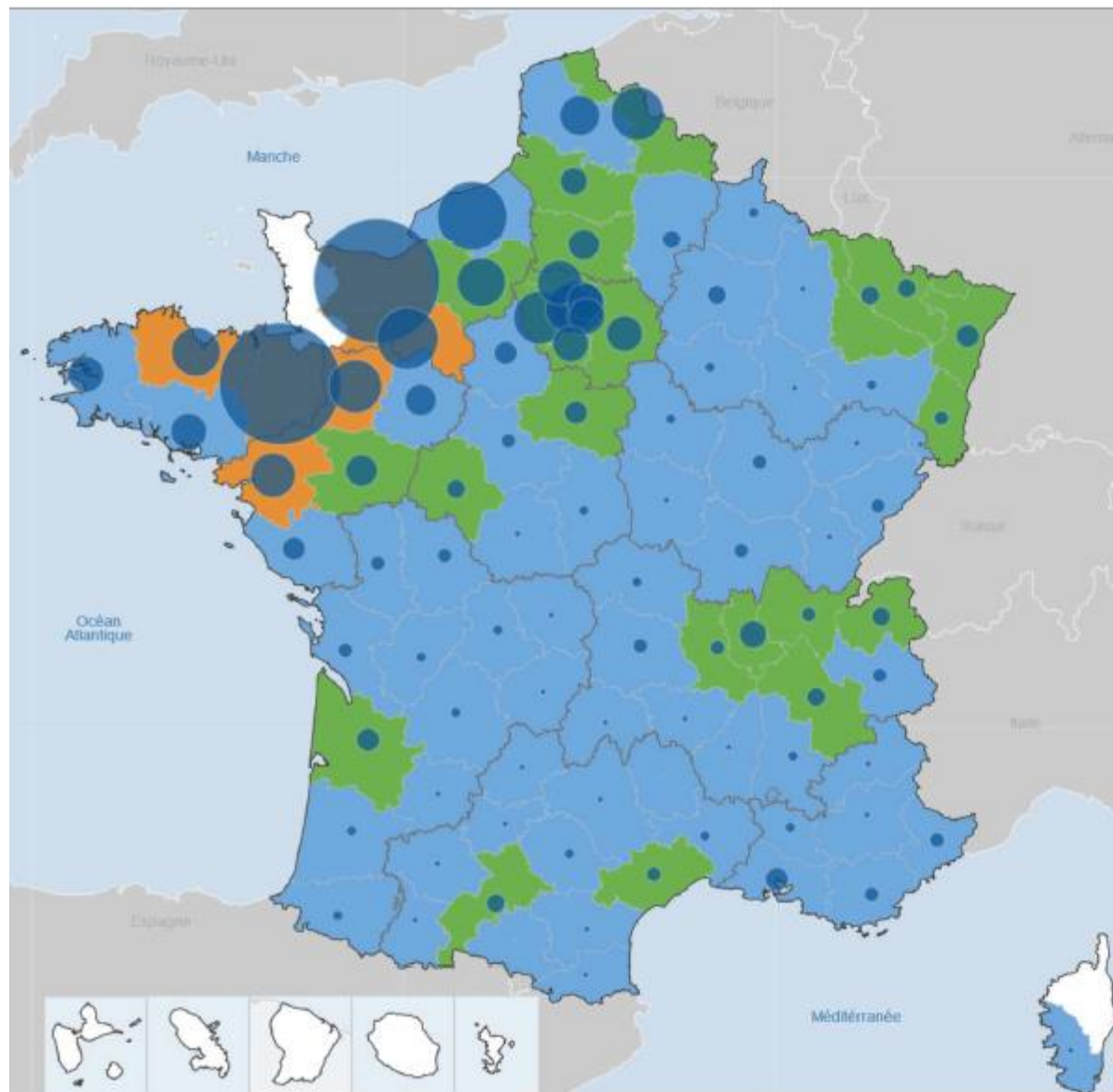
# CLIENTELES : excursions françaises



**40%**, part de la clientèle limitrophe sur la saison (mai à octobre), soit **-3 points** vs 2019 et 2020.

Tous les bassins de clientèle ont augmenté leurs excursions dans la Manche en 2021. Toutefois, le poids des clientèles de proximité est en recul de 3 points.

Les flux Nord-Sud et Est-Ouest se sont accentués sur cette saison par rapport à 2019.



Nuitées 2021

1 330 000

333 000

Ev part 21/19

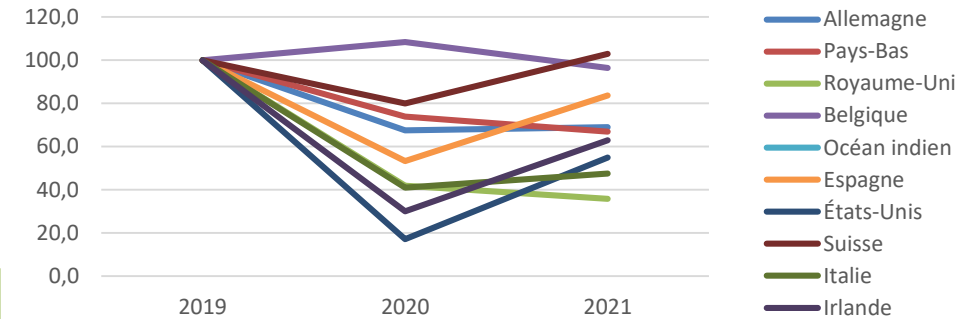




## Top 10 des nationalités étrangères (nuitées) :

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
	Allemagne	Pays-Bas	Royaume-Uni	Belgique	Océan indien	Espagne	États-Unis	Suisse	Italie	Irlande
Part	22%	14%	12%	12%	3%	3%	3%	3%	2%	1%
Ev 21/19	-31%	-33%	-64%	-4%		-16%	-45%	+3%	-53%	-37%

## Evolution des nuitées étrangères (base 100)

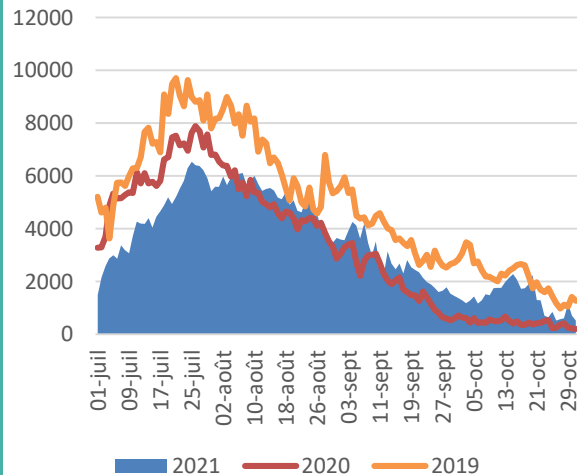


**Clientèles européennes de proximité résistantes :**  
Belgique et Suisse.

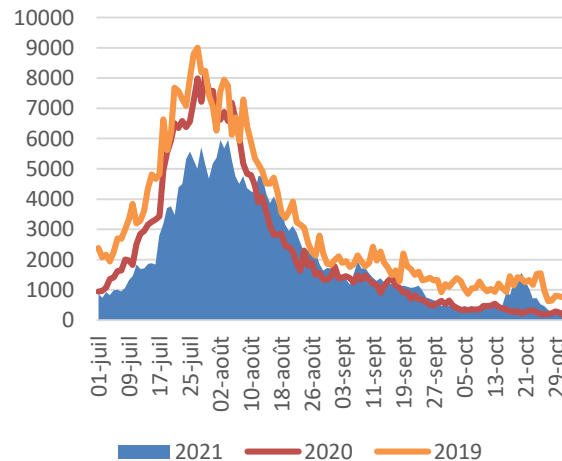
**Clientèles européennes de proximité partiellement revenue :** Allemagne, Espagne, Irlande  
**Et internationale :** États-Unis

**Clientèles en recul :** international, Pays-Bas dans une moindre mesure, Royaume-Uni.  
Les Britanniques descendent à la 3<sup>e</sup> place en termes de nuitées et perdent 9 points de part de marché. C'est la nationalité qui a le plus chuté.

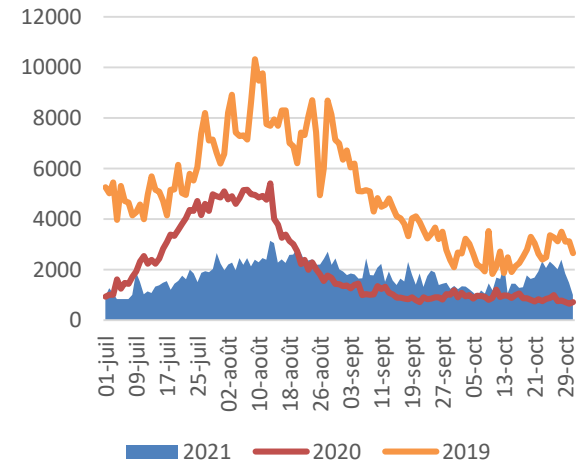
Nuitées allemandes



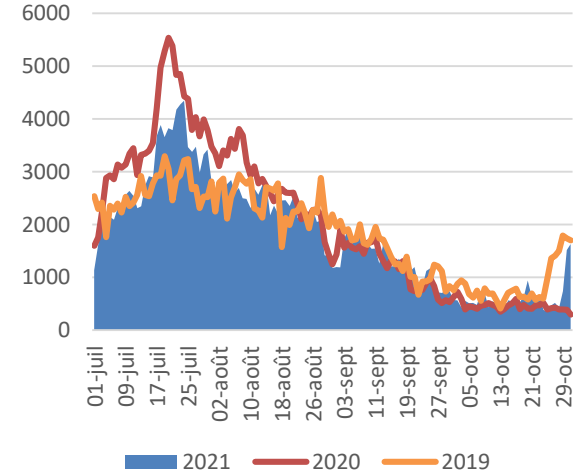
Nuitées néerlandaises



Nuitées britanniques



Nuitées belges





## TOURISME D'AFFAIRES

- Après une activité quasi à l'arrêt pendant 18 mois, la rentrée de septembre a été très sollicitée par les entreprises pour l'organisation de séminaire, team building...
- Les demandes ont concernées beaucoup d'entreprises du Calvados.
- La demande pour le printemps 2022 était favorable mais la situation sanitaire dégradée en fin d'année à mis un frein à l'embellie du secteur.



## CLIENTELE LOISIRS

- En commercialisation, la saison 2021 a été bonne sur les individuels et assez bonne pour les groupes.
- Net rebond de la demande groupe sur septembre.
- Explosion de la demande individuelle en été surtout sur le littoral (mais hébergements saturés).



# IMAGE ET NOTORIETE

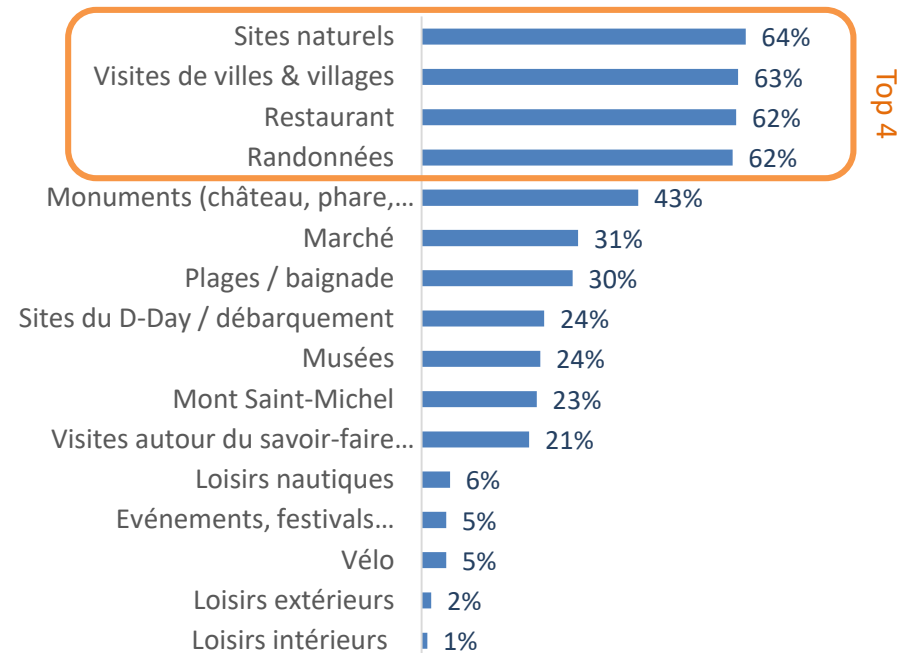


# IMAGE ET NOTORIÉTÉ DU TERRITOIRE : expériences de séjour

La Manche est consommée principalement pour ses sites naturels qui font l'unanimité chez les touristes en termes de satisfaction. La visite des villages et la randonnée sont les activités les plus pratiquées. 3 touristes sur 5 vont au restaurant lors de leur séjour.

L'attrait pour les activités varie selon les profils de touristes, que ce soit leur âge, la composition du groupe ou s'ils découvrent la Manche pour la 1<sup>ère</sup> fois.

## Activités pratiquées pendant le séjour



## Activités privilégiées selon...



### Primo-visiteurs

- Sites du D-Day
- Monuments
- Musées
- Visite de villes & villages

## ...l'habitude à la Manche



### Fidèles

- Marché
- Événements / festivals
- Loisirs nautiques



### En couple

- Visite de villes & villages
- Marché
- Restaurant



### En famille

- Plage / baignade
- Mont Saint-Michel
- Sites du D-Day

## ...la composition du groupe



### Entre amis

- Randonnées
- Restaurant
- Sites du D-Day



- Mont Saint-Michel
- Sites du D-Day
- Plage / baignade

- Visite de villes & villages
- Restaurant
- Randonnée

- Marché
- Mont Saint-Michel
- Sites naturels



### - de 45 ans

- Plage / baignade
- Nautisme
- Mont Saint-Michel



### 46-64 ans

- Restaurant
- Randonnées



### 65 ans et +

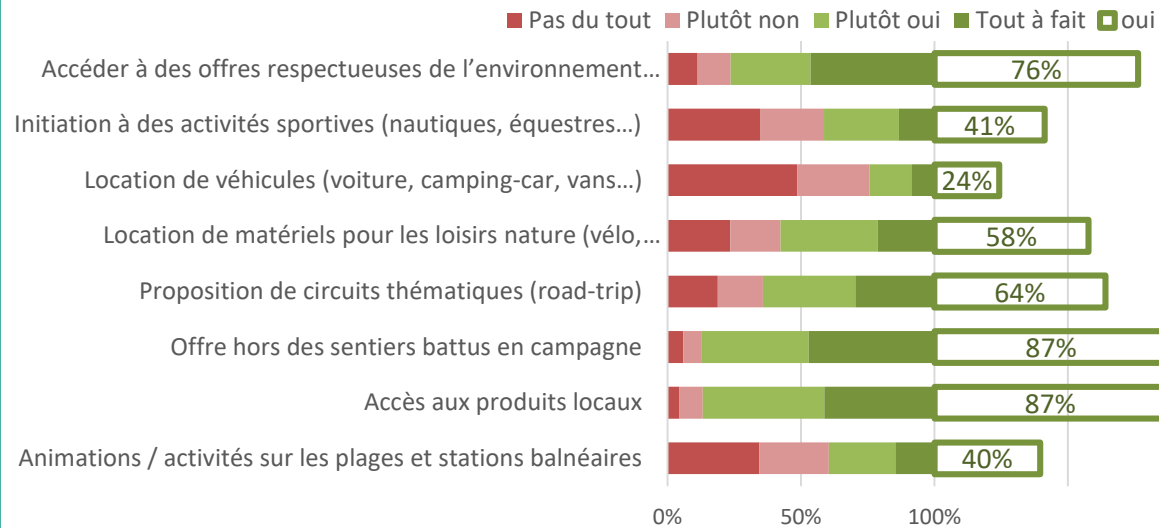
- Visite de villes & villages
- Monuments
- Visites liées au savoir-faire / produits locaux

- Sites naturels
- Visite de villes & villages
- Restaurant

- Monuments
- Sites naturels

- Randonnées
- Mont-Saint-Michel
- Plage / baignade

## Services à développer pour enrichir l'expérience touristique



- 1 Accès aux produits locaux
- 1 Offre hors des sentiers battus en campagne
- 3 Accéder à des offres respectueuses de l'environnement et éthiques
- 4 Proposition de circuits thématiques type road trip
- 5 Location de matériels pour les loisirs nature

## Services par cibles

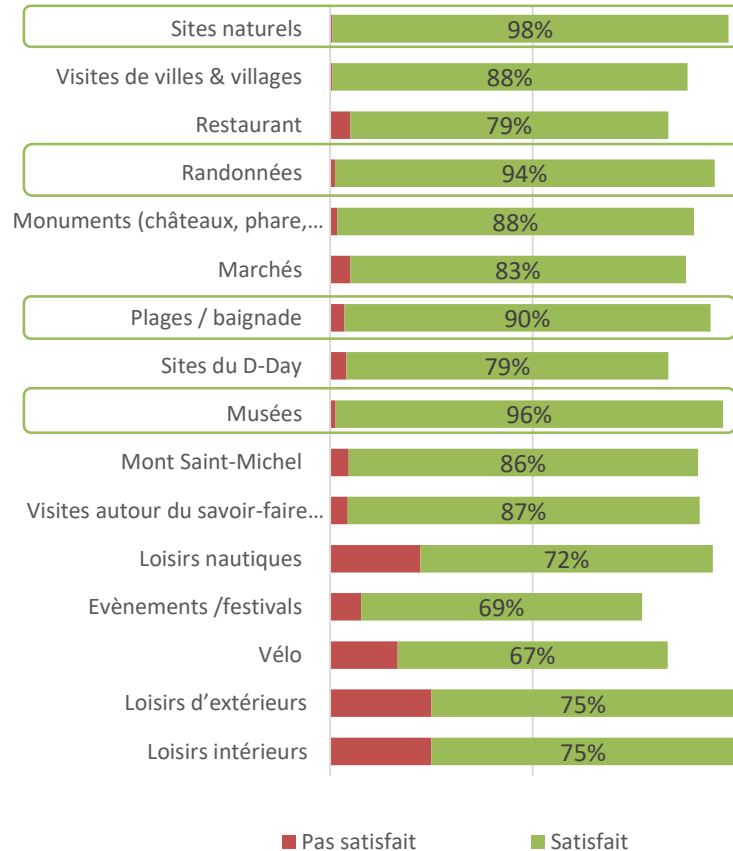
<p><b>Offres respectueuses de l'environnement &amp; éthiques</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Toutes cibles</li> <li>• Les + sensibles : 45-64 ans, couples et familles</li> </ul>	<p><b>Initiation à des activités sportives</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Famille</li> <li>• - de 65 ans</li> </ul>	<p><b>Location de matériels pour les loisirs nature</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Couples, familles, amis</li> <li>• - de 65 ans</li> <li>• Les + sensibles : familles, 45-64 ans</li> </ul>	<p><b>Circuits thématiques road trip</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Toutes cibles</li> <li>• Les + sensibles : couples, 45-64 ans</li> </ul>	<p><b>Circuits hors des sentiers battus en campagne</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Toutes cibles</li> <li>• Les + sensibles : familles, - de 45 ans</li> </ul>	<p><b>Accès aux produits locaux</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Toutes cibles</li> <li>• Les + sensibles : couples, familles, -de 64 ans</li> </ul>	<p><b>Animations / activités sur les plages et stations balnéaires</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Familles</li> <li>• - de 45 ans</li> </ul>
--	---	---	--	--	--	--

**Principales propositions libres** : communication et accès à l'information, vigilance pour rester un territoire préservé, activités et commerces à ouvrir hors-saison



**96%** des touristes sont satisfaits de leur séjour en 2021, dont 61% sont très satisfaits.

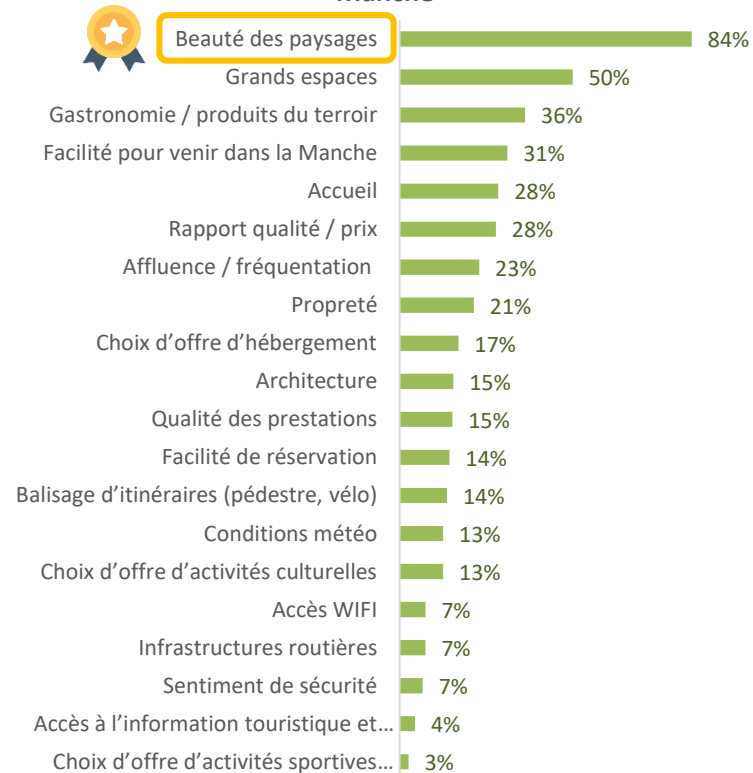
## Satisfaction concernant les activités pratiquées



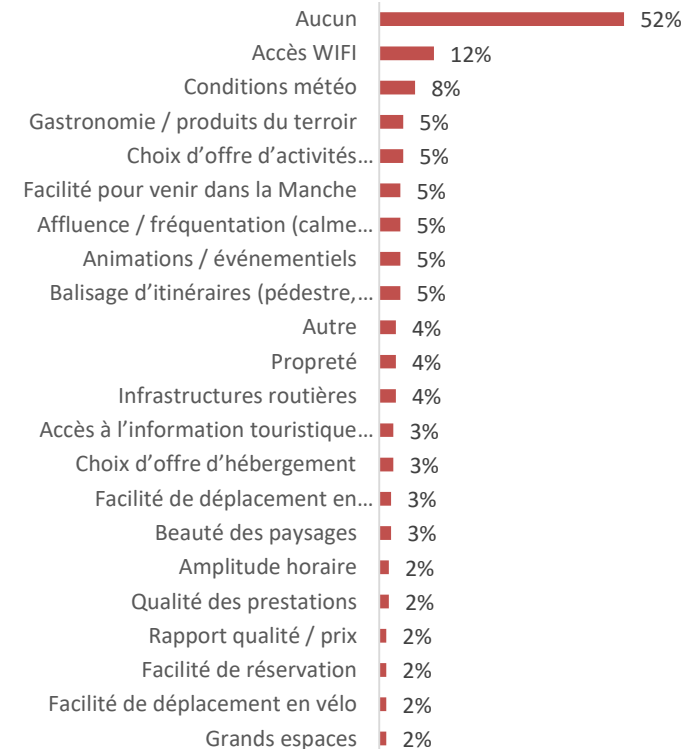
La qualité des sites naturels de la Manche font l'unanimité puisque 98% des touristes sont satisfaits. En outre, la beauté des paysages est le 1<sup>er</sup> motif de satisfaction des touristes. Les principales activités pratiquées par les touristes sont celles qui ont les meilleurs taux de satisfaction.



## Motifs de satisfaction lors du séjour dans la Manche



## Motifs d'insatisfaction



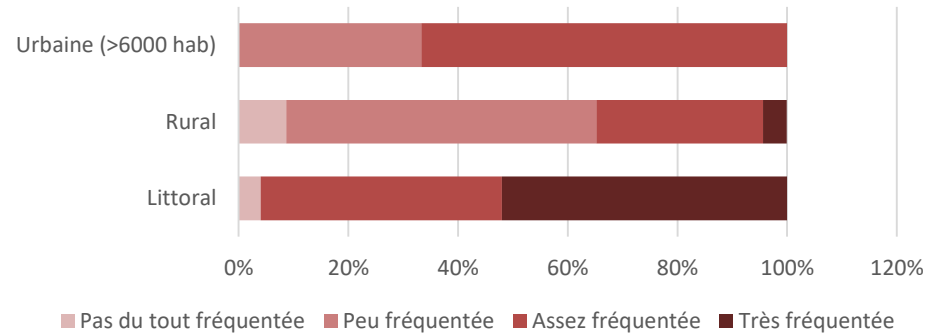
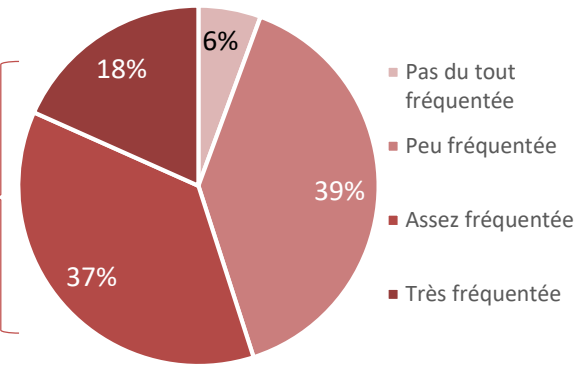


# RETOMBEES DU TOURISME

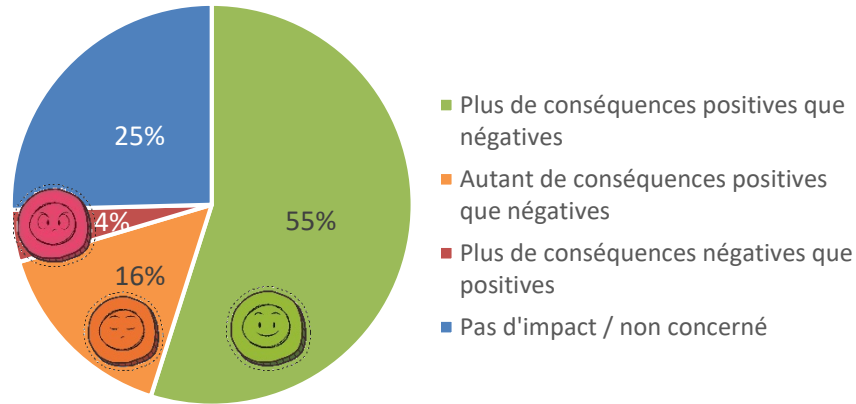


Perception de la fréquentation  
touristiques des communes par les maires

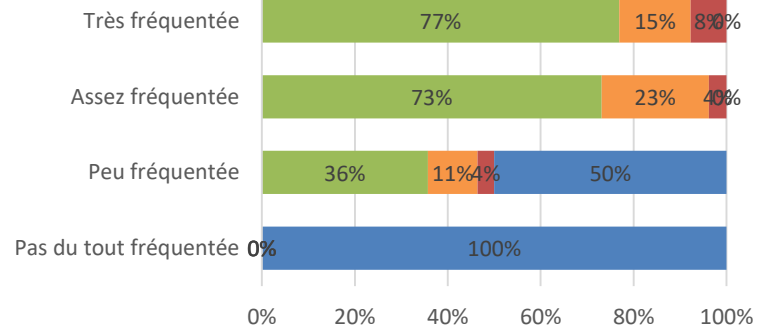
La moitié des communes  
répondantes estiment  
jouir de fréquentation  
touristique.



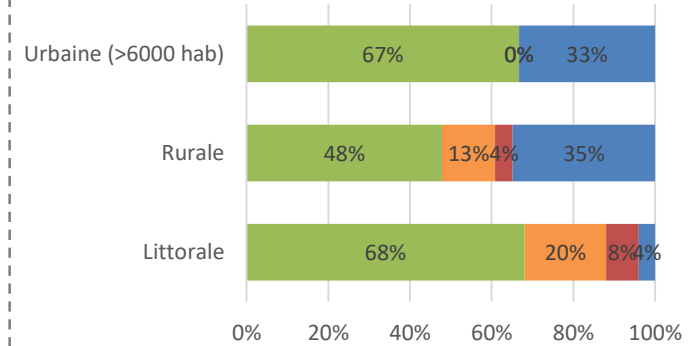
## Le tourisme génère :



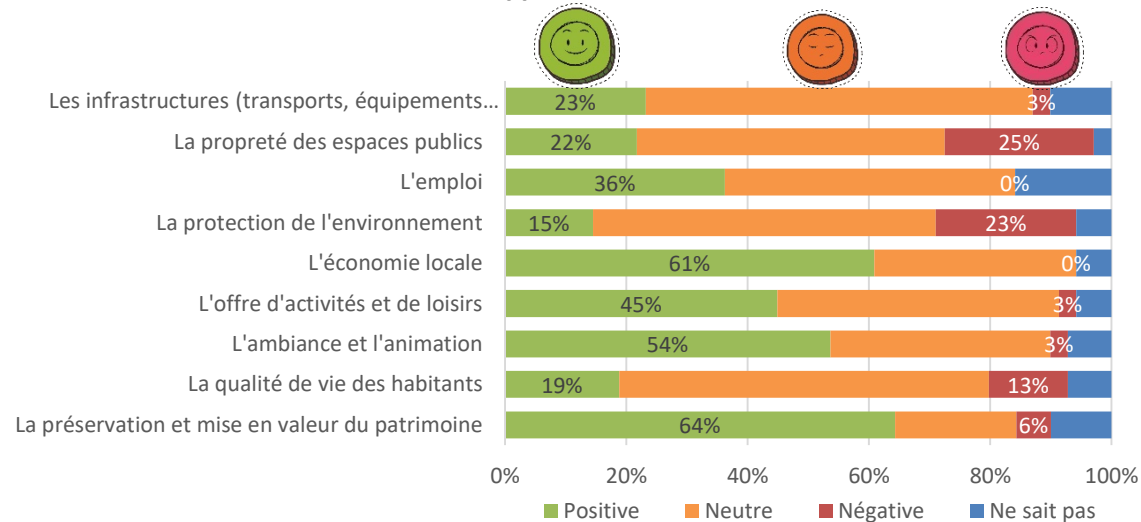
## Le tourisme génère, selon la fréquentation, :



## Le tourisme génère, selon le milieu, :



## Quelle est l'incidence du développement du tourisme sur votre commune ?



### Impacts positifs sur :

- La préservation et la mise en valeur du patrimoine
- L'économie locale
- L'ambiance et l'animation

### Sur les communes littorales :

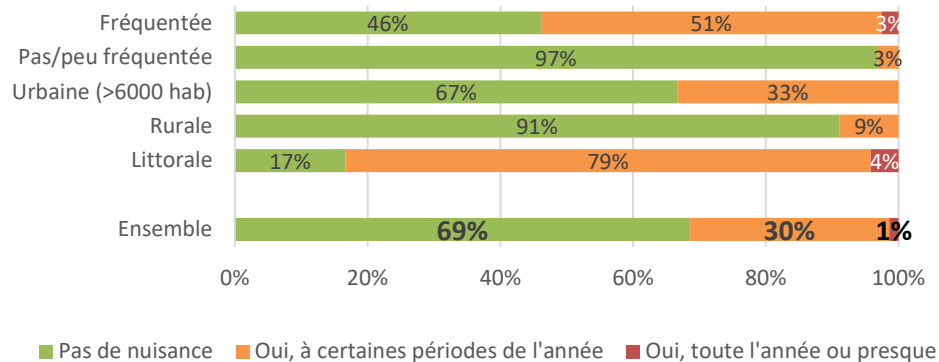
- L'offre d'activités et de loisirs
- L'emploi



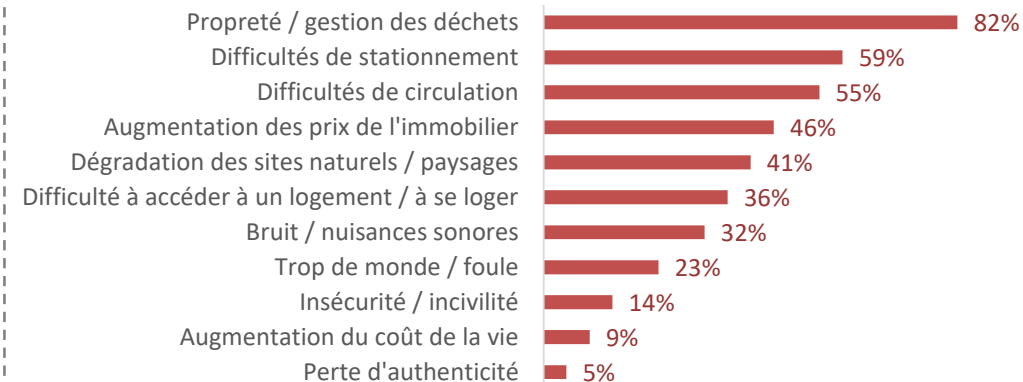
### Points de tension sur :

- La propreté des espaces publics
- La protection de l'environnement
- Dans une moindre mesure, la qualité de vie des habitants

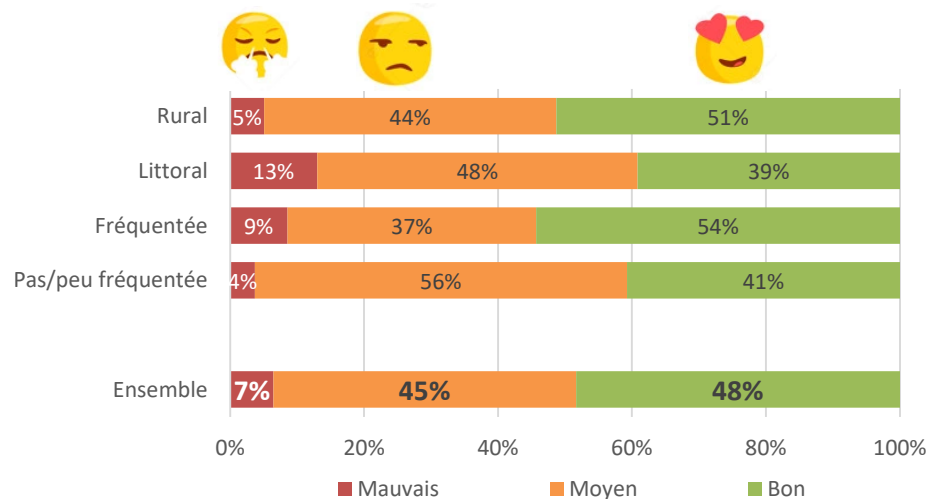
## Nuisances générées par le tourisme



## Nuisances générées

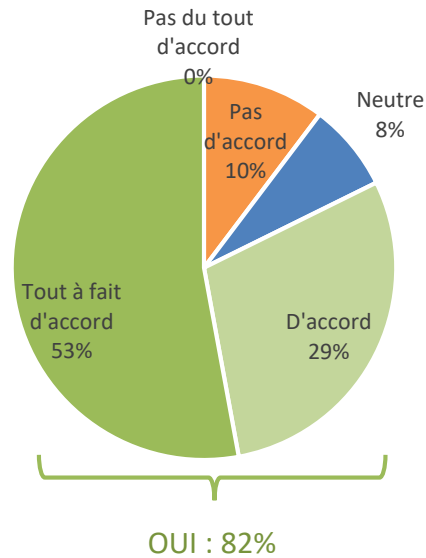


## Relation de cohabitation entre habitants et touristes

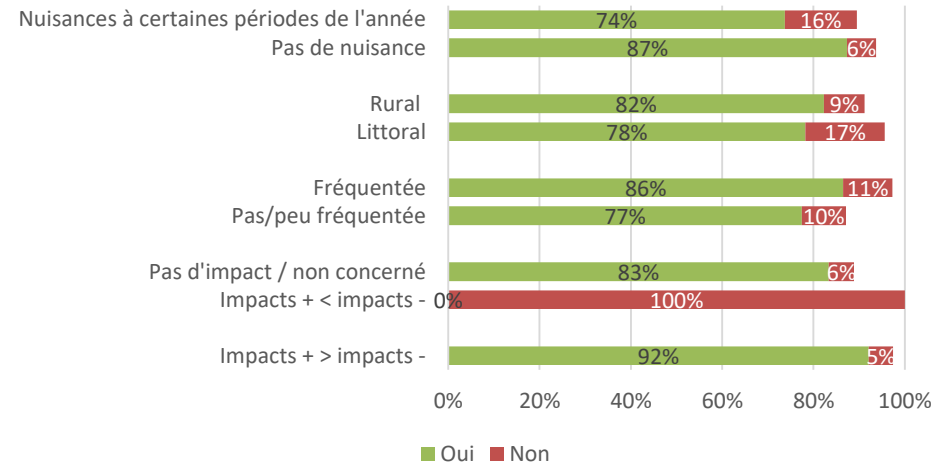




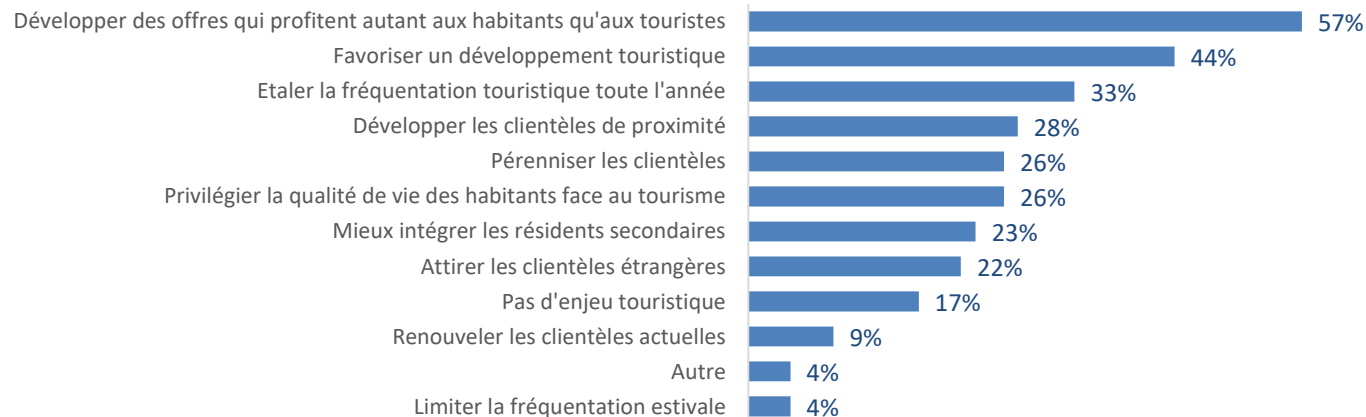
## La Manche doit continuer à se promouvoir pour attirer les touristes :



## ...Selon la pression touristique et la typologie de la commune



## Enjeux touristiques majeurs pour votre commune



Communes pas/peu fréquentées	Communes fréquentées	Littoral	Rural
<ul style="list-style-type: none"> <li>Offres profitables aux touristes &amp; habitants</li> <li>Pas d'enjeu touristique</li> <li>Favoriser un développement touristique</li> <li>Mieux intégrer les résidents secondaires</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Offres profitables aux touristes &amp; habitants</li> <li>Favoriser un développement touristique</li> <li>Etaler la fréquentation</li> <li>Pérenniser les clientèles</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Offres profitables aux touristes &amp; habitants</li> <li>Etaler la fréquentation</li> <li>Pérenniser les clientèles</li> <li>Attirer les clientèles étrangères</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Offres profitables aux touristes &amp; habitants</li> <li>Favoriser un développement touristique</li> <li>Privilégier la qualité de vie des habitants</li> <li>Développer clientèles de proximité</li> </ul>

Globalement le tourisme a un **effet bénéfique sur le territoire** (55% des communes répondantes) ; il génère plus de retombées positives que de conséquences négatives. Toutefois, les **tensions sont exacerbées sur les communes fréquentées** par les touristes ou les espaces plus sensibles comme le littoral. Les impacts qu'ils soient positifs ou négatifs sont accentués sur les zones littorales tandis qu'en milieu rural ils sont atténués voir « neutralisés ».

Les effets positifs du tourisme se retrouvent surtout sur la **sphère économique** (emploi, économie / consommation...) et de manière globale sur l'offre (les infrastructures, l'offre d'activités et de loisirs). Quant à la qualité de vie des habitants, le tourisme est bénéfique sur l'ambiance et l'animation des territoires. Les conséquences **négatives du tourisme touchent l'environnement** (la propreté, la préservation de l'environnement, le cadre de vie des habitants (affluence, artificialisation...)).

De manière générale, il n'y a **pas de problème de cohabitation** entre les touristes et la population locale. Les relations sont bonnes dans 48% des communes. Les tensions sont néanmoins plus fréquentes sur l'espace littoral.

La majorité des élus locaux sont donc **d'accord pour que la Manche continue à se promouvoir**. Le développement touristique de la commune apparaît, en outre, dans les 3 principaux enjeux touristiques locaux derrière le développement d'offres conjointes aux touristes et à la population. Là aussi, les enjeux varient selon la typologie du territoire et de sa pression touristique. Les espaces littoraux et/ou fréquentés mettent plus l'accent sur l'étalement de la saison.

# AXES MARKETING





## Favoriser un modèle éthique et social

- Globalement le tourisme a un **effet bénéfique sur le territoire** (55% des communes répondantes) ; il génère plus de retombées positives que de conséquences négatives. Toutefois, les **tensions sont exacerbées sur les communes fréquentées** par les touristes ou les espaces plus sensibles comme le littoral.
- Les effets positifs du tourisme se retrouvent surtout sur la **sphère économique** (emploi, économie / consommation...) et de manière globale sur l'offre (les infrastructures, l'offre d'activités et de loisirs). Quant à la qualité de vie des habitants, le tourisme est bénéfique sur l'ambiance et l'animation des territoires. Les conséquences **négatives du tourisme touchent l'environnement** (la propreté, la préservation de l'environnement, le cadre de vie des habitants (affluence, artificialisation....)).
- De manière générale, il n'y a **pas de problème de cohabitation** entre les touristes et la population locale. Les relations sont bonnes dans 48% des communes. Les tensions sont néanmoins plus fréquentes sur l'espace littoral.



## Diffuser les flux de visiteurs

- Le littoral est le secteur le plus fréquenté de la Manche avec *63% des nuitées*. Sur ces deux dernières années, l'attrait du littoral s'est renforcé : *+3 points vs 2020 et +5 points vs 2019* ; et particulièrement le littoral du Cotentin.
- La perte de clientèle étrangère a impacté à la baisse la fréquentation sur la baie du Mont Saint-Michel.
- Les territoires en bordure du département ont été attractifs sur les excursions et se positionnent moins en tant que lieu de séjour.



## Désaisonnaliser la fréquentation

- Encore impactée par la crise sanitaire et un nouveau confinement au printemps, la saison a démarré tardivement, à partir de mai. Le poids de la saison estivale a donc été très marqué en 2021 : *+3 points par rapport à 2019, -4 points par rapport à 2020*.
- Toutefois, la concentration sur l'été a été moins forte qu'en 2020 et la fin et arrière-saison a été bonne, comme le démontre le taux de satisfaction des professionnels : *58% en août et 52% en septembre*.



## DESTINATION LOISIRS NATURE



- Avec ses grands espaces et ses sites naturels, la Manche offre un terrain de jeu pour les loisirs nature. La randonnée est la 4<sup>e</sup> activité citée pratiquée pendant un séjour dans la Manche. Les loisirs nautiques et le vélo se situe respectivement à la 12<sup>e</sup> et 14<sup>e</sup> place.
- La crise sanitaire a accentué l'attrait des activités de pleine nature. Un engouement fort qui se ressent sur la fréquentation du GR223 et des voies vertes de la Manche :
  - +15% de passages vélos sur les voies vertes vs 2020 et +24% vs 2019
  - +33% de passages piétons sur le GR223 vs 2020 et +32% vs 2019
- L'équitation, à travers la hausse de ses licenciés, et le nautisme ont également profité de l'engouement cette saison pour les activités de plein air.

## DEVELOPPEMENT ET NOTORIETE DE LA MANCHE



- 96% des touristes sont satisfaits de leur séjour en 2021, dont 61% sont très satisfaits. Les sites naturels, la randonnée, les musées et les plages / baignade sont les activités qui obtiennent les plus forts taux de satisfaction.
- La Manche est reconnue pour ses sites naturels et ses grands espaces. 64% des touristes ont parcouru les sites naturels lors de leur séjour en 2021 et la qualité des sites naturels de la Manche font l'unanimité puisque 98% des touristes sont satisfaits. En outre, la beauté des paysages est le 1<sup>er</sup> motif de satisfaction des touristes (84% de citation) devant ses grands espaces (50% de citation).
- 2 grands événements ont participé à la notoriété à l'image de territoire sportif et nautique : la Rolex Fastnet Race à Cherbourg et la semaine fédérale de cyclotourisme à Valognes. La semaine fédérale a eu des retombées sur les entreprises touristiques, notamment sur les sites de visite.



Les professionnels du tourisme sont **satisfaits de la saison touristique 2021** : *84% des professionnels , 55% l'estiment bonne et 49% la jugent en hausse par rapport à 2020*. Le taux de satisfaction est meilleur qu'en 2020 mais n'est pas à la hauteur des années d'avant crise.

Les campings et les locations de vacances ont réussi à tirer leur épingle du jeu. Les hôtels ont également été satisfait de leur activité, avec une fin de saison meilleure. La saison a été plus difficile pour les hébergements collectifs et les chambres d'hôtes. Les sites et lieux de visite ont également eu une meilleure fréquentation qu'en 2020 et un retour des groupes scolaires et adultes.

L'**adaptabilité** était de mise pour la plupart des professionnels pour s'adapter aux contraintes sanitaires ou par manque de perspectives : ajustement des formats, de l'accueil (jauges, billetterie en ligne, accueil hors les murs...), gestion RH, saisonniers, gestion du pass sanitaire, réservations de dernières minutes, etc. Les prestataires ont aussi dû s'adapter face à de nouvelles clientèles, largement françaises.

Le besoin de **relations humaines et la demande de services** se sont accrus. Les offices de tourisme ont pu le constater avec un besoin d'accompagnement qualitatif des visiteurs dans leur séjour.