

## Normandie à l'international



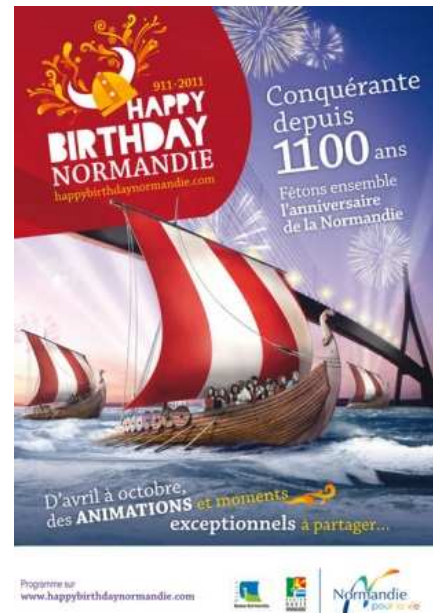
La communication et le marketing du territoire mettent souvent en avant (communication) et en œuvre (marketing) l'insertion du territoire dans les réseaux internationaux. L'ouverture internationale des territoires se définit à travers plusieurs vecteurs encore difficiles à cerner par une approche méthodologique solide. On peut identifier des traits économiques comme les pôles d'affaires internationales et les services stratégiques à l'entreprise qui forment une part de données quantitatives ; ou bien des traits sociaux comme la sensibilisation et la mobilisation sociétale en matière d'ouverture internationale qui sont étudiés de manière qualitative ; ou encore des traits artistiques avec les lieux de productions et d'échanges culturels de grande envergure (sites d'exposition, salles de spectacles...) qui témoignent d'insertion dans des réseaux mondiaux. Enfin, le pan institutionnel suscite des événements internationaux (congrès, colloques...) grâce à la paradiplomatie (institutions de relations internationales, ententes internationales...) qui offre une part de chiffres permettant la comparaison entre territoires. L'ensemble de ces dimensions de l'internationalisation d'un territoire sont autant de critères qui sont le plus souvent difficiles à mesurer. Face à cette difficulté, la visibilité d'une aménité internationale est intéressante à renforcer afin d'imposer aux yeux de tous l'internationalisation (mesurable) du territoire ou plutôt son internationalité (non mesurable et davantage basée sur l'image). Le champ touristique, à travers l'événementiel, permet facilement d'asseoir ce positionnement, notamment grâce à une forte part de performance des discours autour des manifestations organisées.

Le territoire normand a déployé cette capacité à travers le Comité régional de tourisme qui sait mettre en avant les différents événements touristiques d'ampleur internationale, au travers d'une liste évoquant une diversité de manifestation de toute nature. En plus de la manifestation rouennaise *l'Armada 2013* qui bat son plein cette semaine pour 10 jours d'animation sur les quais de la Seine, il est intéressant de découvrir la variété des différentes manifestations que le CRT a croisé pour affirmer la dimension internationale de la Normandie (le CRT recouvre les 2 régions et les 5 départements normands).

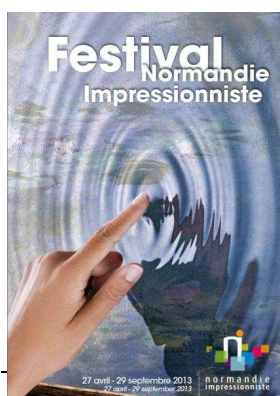


Depuis la première session du festival *Normandie Impressionniste* en 2010 qui a su fédérer de nombreux acteurs à l'échelle régionale, la dimension internationale normande est mise à l'honneur, ce qui est un trait original que d'autres régions et plus largement d'autres échelons territoriaux ne font peut-être pas. Il faut dire que la diversité des manifestations normandes est un point fort qui mêle culture, sport et dimension récréotouristique.

En 2011, les pages « internationales » du CRT présentaient 2 événements qui ont peu de points communs : la 73<sup>ème</sup> *Semaine Fédérale Internationale de Cyclotourisme* qui s'est tenu à Flers ; et *Happy birthday Normandie*, le multi-événement sur toute l'année qui célébrait les 1100 ans de la création de la Normandie, impliquant de nombreuses communes et de nombreux sites sur l'ensemble du territoire (222 manifestations dans l'année). Le secteur du tourisme permet d'asseoir les socles du positionnement de ce grand événement : l'histoire à travers les vikings, la gastronomie normande, l'histoire du commerce en Normandie et des grands flux économiques mais aussi l'art contemporain. La reconstitution médiévale est un thème qui a bien fonctionné dans plusieurs lieux, projets portés par les habitants. En effet, cet événement est moins mondial qu'il n'est basé sur l'implication des habitants à travers le développement du sentiment d'appartenance. L'enquête des retombées de l'événement (161 manifestations ont répondu sur les 222) table sur environ 530 000 visiteurs et participants<sup>1</sup>. Dans cette enquête, il ressort que l'effet le plus important de cet événement est d'abord « la découverte du patrimoine et de l'histoire de la région pour les habitants du territoire concerné » (79,8%), réponse que l'on peut associer au « rassemblement des habitants du territoire autour d'un projet » (33,1%). 37,4% seulement des réponses concerne la venue de touristes, ce qui atténue la dimension internationale, bien qu'un tel anniversaire vise une grande notoriété.



En 2012, 2 autres événements sont présentés : la *Cité de la Mer* basée à Cherbourg fêtait le centenaire du naufrage du *Titanic* à travers une exposition annoncée d'envergure internationale, au regard de la notoriété du bateau le plus connu au monde ; et pendant 3 jours de juillet, *l'Equirando* rassemblait plus de 1500 cavaliers. Ce plus grand rassemblement européen de cavaliers et de meneurs pratiquant l'équitation de pleine nature permettait de rappeler le caractère équin de cette région à travers ses haras dont l'un d'eux était le site d'accueil (le haras du Pin).



En 2013, les deux événements qualifiés d'internationaux sont *l'Armada* qui se tient actuellement à Rouen et accueille des dizaines de voiliers historiques ; et le festival *Normandie Impressionniste* qui se déroule sur la saison printemps-été (avril-septembre) et qui se positionne sur les peintures de la fin du XIX<sup>ème</sup> siècle (Monnet, Pissaro...). Cette année, le thème porte sur l'eau (le reflet de l'impressionnisme) pour se distinguer de la première session qui s'est tenue en 2010. L'attente en matière de retombées économiques est forte. Les chiffres de la session précédente sont importants (1 millions de visiteurs estimés dont 638 000 enregistrés

<sup>1</sup> 110 962 participants, ce sont ceux qui ont payés

dans les 19 sites qui avaient la capacité de comptabiliser, annonçant une part d'étranger de 19%). En termes d'image, la presse étrangère a bien relayé cet événement (en Allemagne, 53 articles ont été recensés en 2010 suivi de 25 articles sur le musée Pompidou-Metz inauguré la même année, tandis que les résultats sont inversés aux USA : 80 pour Metz et 33 pour la Normandie).

En 2014, les 3 prochains événements confirment le rayonnement international normand et élargi l'éventail de ce qui est international : les *Jeux équestres mondiaux* (2 semaines) organisés à Caen pour accueillir 500 000 personnes, soulignent là encore l'importance du cheval en Normandie, suivis du *championnat du monde de Kayak-polo* sur 4 jours en septembre (une commune de 2000 habitants qui va accueillir 64 équipes de tous les pays !). Enfin, le *70<sup>e</sup> anniversaire du débarquement* aura une teneur médiatique plus forte, que l'on retrouve déjà annuellement à travers les journaux télévisés des pays occidentaux.



A cette ribambelle d'événements de toute nature, qui vont de la fédération internationale d'associations sportives à la venue de plusieurs chefs d'Etat, le *festival du film américain* de Deauville (chaque année en septembre) et la mise en avant du nouvel aménagement du Mont Saint-Michel depuis 2012, closent la liste de l'« offre touristique de rang (plus ou moins) mondial » proposée sur le territoire normand. Notons que ces événements couvrent l'ensemble de la région, ne délaissant aucun des 5 départements (Giverny, Cherbourg, Rouen, Caen, un village du Calvados, Deauville, Argentan et Flers dans l'Orne...) et répondant ainsi à l'aménagement du territoire normand qui ne se restreint pas à une animation urbaine ou littorale. Internationalité et équilibre du territoire sont donc deux objectifs couverts par le discours du CRT, qui inscrivent son action comme une politique publique de marketing territorial sans pour autant être présenté comme tel.



Les affiches du festival du film américain de 2005 à 2012