

Le tourisme, un secteur d'activité essentiel

Le « Pays d'Auge » est un territoire caractéristique de la « Normandie ». La diversité et la richesse de ses patrimoines architectural, paysager, culturel, artistique et gastronomique contribuent à lui forger une « identité » forte et identifiable mais contrastée. En effet, le Pays d'Auge conjugue un littoral avec la Côte Fleurie et des stations balnéaires de renommée internationale avec un arrière-pays bocager nettement plus intimiste.

L'activité touristique est un secteur économique majeur pour le Pays d'Auge. Elle est toutefois inégalement répartie, puisqu'elle est localisée essentiellement sur la Côte Fleurie, située à l'extrême Nord du territoire. La Côte Fleurie constitue le principal pôle d'attraction touristique du département. Le Pays d'Auge couvre tous les segments du tourisme départemental : tourisme balnéaire, tourisme vert et activités sportives (randonnée, VTT, pêche...), tourisme culturel (patrimoine architectural, métiers d'art, peinture, musées...), tourisme d'affaires. Par ailleurs, le territoire propose une offre spécifique supplémentaire : tourisme religieux (pèlerinage), tourisme gastronomique (visites d'entreprises de fromages et produits de la pomme), tourisme équestre et l'évènementiel (festivals de films...).

Sa situation géographique, à proximité de la région parisienne et de l'Europe du Nord, principaux bassins émetteurs de la clientèle touristique, et ses infrastructures pour l'ensemble des modes de transport (air, fer, routes, mer) accroissent encore son attractivité.

Le Pays d'Auge, une dualité marquée entre le Nord et le Sud

L'ÉVOLUTION DE LA FRÉQUENTATION DES PRINCIPAUX SITES ET LIEUX DE VISITE

L'offre touristique est riche au regard de la diversité de ses équipements. L'évolution de la fréquentation des principaux

établissements pour lesquels il existe un observatoire montre le dynamisme de ces équipements.

SITES ET LIEUX DE LOISIRS	2005	2006	2007
Lisieux - Basilique	750 000	700 000	580 000
Hermival les Vaux - Zoo de CERZA	273 250	223 940	258 464
Lisieux - Centre aquatique	210 576	219 529	220 000
Lisieux - Carmel	250 000	200 000	150 000
Lisieux - Maison des Buissonnets (Sainte Thérèse)	70 800	68 032	66 828
Honfleur - Naturospace	54 000	56 000	62 800
Trouville - Aquarium Vivarium	49 347	NC	53 473
Vendeuvre - Musée et jardin	33 400	40 150	33 100
Crevecoeur en Auge - Château, musée	38 701	38 505	37 022
Livarot - Fromagerie Graindorge	30 000	38 000	42 000
Le Breuil en Auge - Calvados Château du Breuil	37 461	32 090	38 000
Honfleur - Musée Eugène Boudin	30 875	30 097	32 112
Coudray-Rabut - Calvados Cœur de Lion	28 000	25 000	23 000
St Gatiens des Bois - Parc Aventure Acrobranche	20 000	24 000	24 000
Honfleur - Musée Eric Satie	23 588	20 258	21 891

Source : CDT Calvados



Beuvron en Auge

© CDT du Calvados

INDICATEURS

▷ Hébergements touristiques :

- 67 % de la capacité départementale dont 63 % pour la Côte Fleurie
- 70 % des résidences secondaires du Calvados

▷ Emplois touristiques :

- 17,6 % du nombre total d'emplois salariés
- 8,5 % pour le département du Calvados

▷ Lisieux :

2^e site de pèlerinage après Lourdes

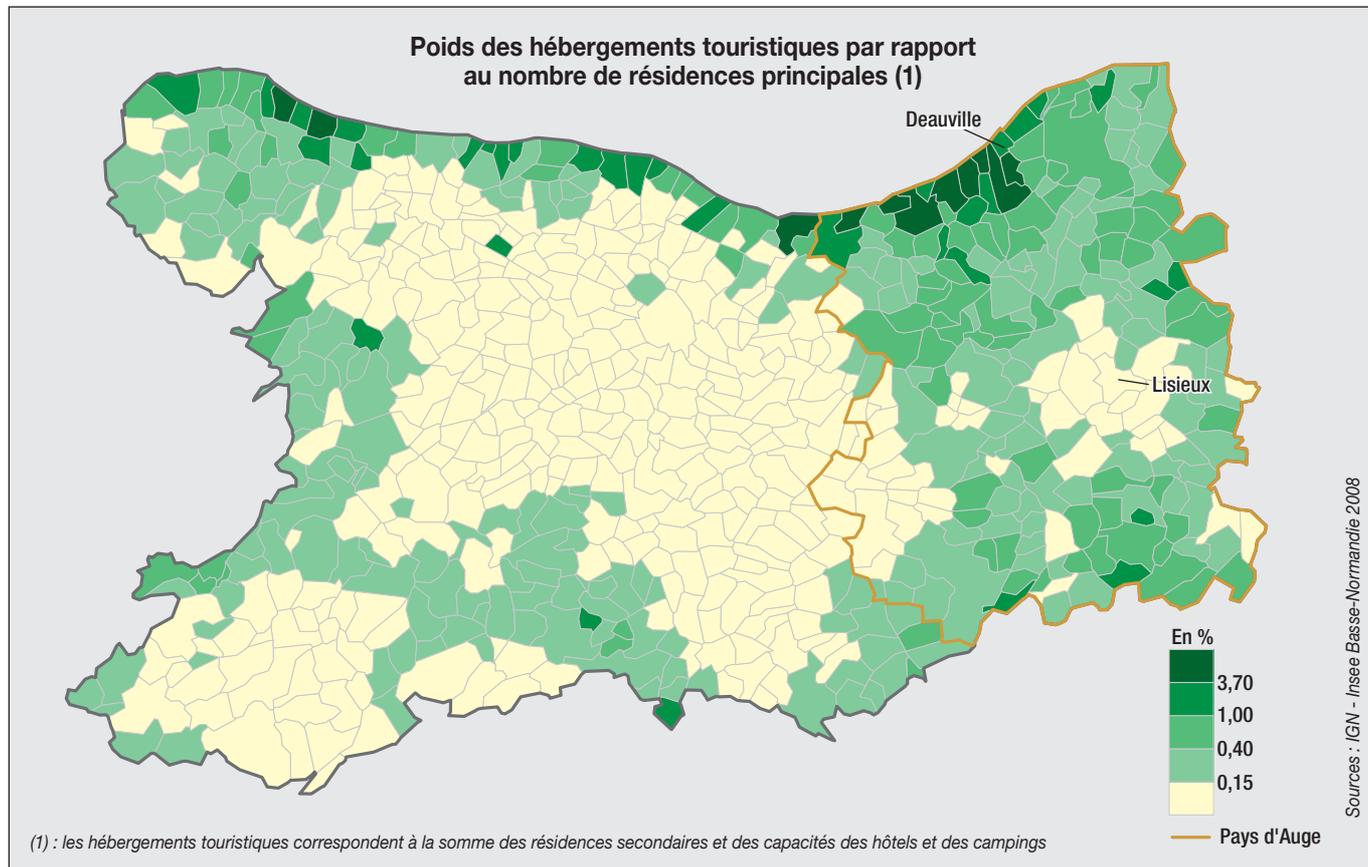
▷ Pays d'Auge, labellisé Pays d'Art et d'Histoire : unique dans le département

▷ 1 route touristique : la route du Cidre

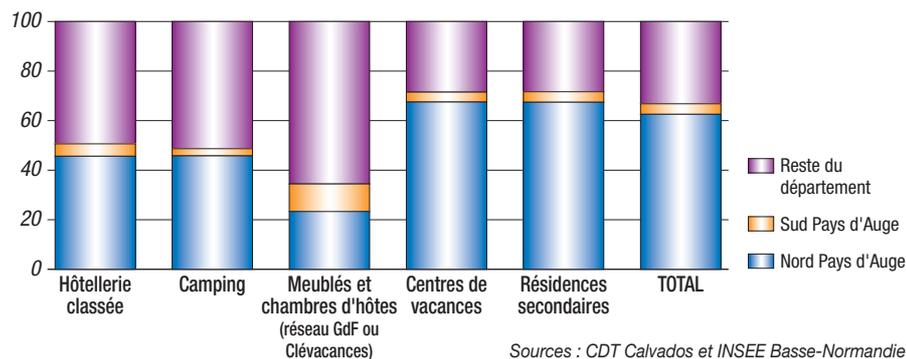
La basilique de Lisieux est le 2^e site national de pèlerinage derrière Lourdes. Les chiffres mettent en évidence que la fréquentation se concentre autour de Lisieux et sur la Côte Fleurie. N'apparaissent pas dans ce tableau, la fréquentation d'Honfleur (estimée à plus de 3,5 millions de visiteurs), des casinos, du CID de Deauville, du centre de thalassothérapie, ni celle des hippodromes,

des golfs et des nombreux festivals. Ces sites participent également considérablement à l'attractivité du territoire.

UNE OFFRE D'HÉBERGEMENTS TIRÉE PAR LES ÉTABLISSEMENTS HAUT DE GAMME...



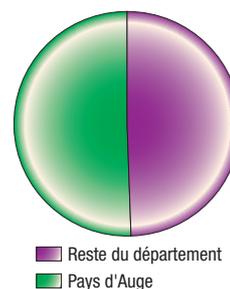
Répartition des hébergements par catégories



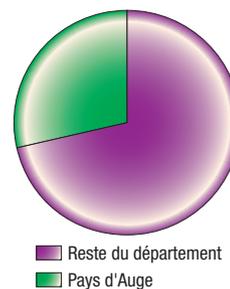
Le Pays d'Auge a la capacité d'accueil la plus importante de la région. Elle représente 67 % de l'offre départementale. 63 % de l'offre est située sur la Côte Fleurie dont les capacités de logement (réseau marchand, résidences secondaires) permettent un triplement de la population au cœur de l'été. Hormis pour la catégorie des meublés, le Pays d'Auge pèse pour plus de la moitié de l'offre, voire plus de 70 % pour les ré-

sidences secondaires et les centres de vacances. La Côte Fleurie représente, à elle seule, plus de 67 % pour ces deux catégories d'hébergement. La capacité d'hébergement sur le territoire du Sud Pays d'Auge est modeste, elle ne constitue que 6 % de l'offre en lits touristiques du territoire du Pays d'Auge et 4 % du département. De plus, on constate que l'offre est presque exclusivement localisée sur la commune de Lisieux.

Hébergements marchands



Hébergements non marchands



... AVEC UN TAUX D'OCCUPATION RELATIVEMENT ÉLEVÉ

Le Pays d'Auge concentre 53 % des nuitées hôtelières, dont 46 % pour la Côte Fleurie. De plus, l'hôtellerie du Nord Pays d'Auge est la plus haute en gamme sur l'ensemble du département, elle concentre l'hôtellerie de luxe (4 étoiles et 4 étoiles +) située sur la Côte Fleurie. Pour 2006, le taux d'occupation de l'hôtellerie est de 54 % pour le Pays d'Auge et de 59,8 % pour la Côte Fleurie. La moyenne départementale est de 58 %. Pour les établissements haut de gamme, le taux d'occupation monte jusqu'à 64 %.

La clientèle est principalement constituée par des Français et des Nord Européens. Ils représentent respectivement 66,6 et 25,3 % des arrivées. Ces résultats montrent la très forte dépendance de l'hôtellerie du Pays d'Auge vis à vis de ses marchés primaires que sont la France (région francilienne) et les grands pays européens émetteurs (GB, Allemagne, Italie, Benelux).

Les variations de la fréquentation hôtelière du Pays d'Auge confirment la forte saisonnalité pendant la saison estivale, de mai à septembre, avec des taux

d'occupation de l'hôtellerie de 80 % en août (90 % pour les établissements de la Côte Fleurie) et un creux de fréquentation évident sur l'hiver et l'automne, avec un taux d'occupation inférieur à 40 % de novembre à mars.

Selon l'enquête hôtelière INSEE, la durée moyenne de séjour dans l'hôtellerie du Calvados s'établissait à 1,7 jours en 2006, en baisse par rapport à 2005 (- 3,5 %). Cette durée est plus importante sur la Côte Fleurie où elle atteint 1,85 jours.

UN TAUX D'EMPLOI EN CORRÉLATION AVEC LES STRUCTURES TOURISTIQUES (1)

La part de l'emploi lié au tourisme représente 17,6 % dans l'emploi salarié total sur la zone de Lisieux contre 8,5 % pour le département. Cela concerne 7 100 emplois en moyenne annuelle soit 10,2 % dans l'emploi lié au tourisme normand. C'est le plus fort taux du département. La présence de nombreux équipements touristiques structurants et ciblant une clientèle aisée nécessite une main-d'œuvre importante et qualifiée. Le nombre d'emplois salariés liés au tourisme augmente de 34 % entre la basse saison et la haute saison alors que l'écart n'est que de 28 % au niveau régional. Les emplois permanents ne

représentent que 24 % des emplois salariés liés au tourisme contre 48 % pour tous secteurs d'activités confondus et 14,9 % des emplois salariés liés au tourisme sont des emplois saisonniers d'été. Les emplois à temps partiel sont très nombreux (21 %) tant dans les emplois permanents que saisonniers. Un salarié sur deux est une femme et près de 73 % des salariés sont jeunes (moins de 35 ans). Les postes occupés sont des postes d'employés. Près de deux personnes sur trois perçoivent une rémunération inférieure à 1 000 € nets par mois du fait de la part importante d'emplois à temps partiel.

La saisonnalité, les conditions de travail et le niveau de rémunération engendrent une pénurie de main d'œuvre qualifiée et de nombreux postes ont ainsi des difficultés à être pourvus.

Aussi, pour améliorer leurs conditions de travail, une maison des saisonniers a été inaugurée dernièrement à Villers-sur-Mer et une autre est actuellement en projet à Deauville. Ces projets sont portés par l'ensemble des acteurs locaux (collectivités, professionnels, chambres consulaires et bailleurs sociaux). Ces maisons des saisonniers sont des expériences uniques sur le département.

(1) (Sources : Insee/Crt Normandie)

TOURISME ET TERRITOIRE, UNE SYNERGIE EN MARCHÉ

La Normandie occupe la 8^e place des régions touristiques françaises. Elle est mieux placée sur la destination des courts séjours puisqu'elle a gagné deux places depuis 2005 pour se hisser à la 4^e position. À l'instar du tourisme national et départemental, la destination touristique du Pays d'Auge doit se structurer et s'adapter aux attentes de la clientèle pour continuer d'être attractive et concurrencer les autres destinations touristiques nationales et internationales.

Cette adaptation suppose, notamment, une diversification et une qualification de l'offre touristique existante et à venir.

Pour le territoire du Pays d'Auge, il y a une réelle prise de conscience collective du poids de l'activité touristique sur l'économie locale et une réelle volonté de développer cette activité.

Cette prise de conscience se traduit dans les différents documents de planification que sont la Directive Territoriale d'Aménagement de l'Estuaire de la Seine et les Schémas de Cohérence Territoriale du Nord et Sud Pays d'Auge. Deux projets de territoire, labellisés Pôles d'Excellence Rurale (2), ont intégré une dimension touristique et auront pour effet d'enrichir l'offre touristique spécifique du Pays d'Auge en valorisant les spécialités et les savoir-faire locaux : produits AOC, artisanats et métiers d'Art.

Une structure associative « Tourisme en Pays d'Auge - Pôle d'excellence » a été créée, à l'initiative de certaines collectivités locales, pour fédérer l'ensemble des acteurs afin d'élaborer et de mettre en œuvre un projet de développement touristique à l'échelle du territoire. Son objectif est de mieux répartir les flux

touristiques, de la Côte Fleurie vers l'intérieur des terres, en structurant l'offre. Les retombées attendues sont l'allongement de la durée de séjour des touristes sur l'ensemble du territoire. Aussi, une réflexion globale en matière de déplacements touristiques devra être menée avec les instances compétentes afin de mieux répartir les flux, notamment en période estivale et de week-end prolongé. Cette réflexion devra intégrer les modes alternatifs à la route.

Tous ces outils ont vocation à conforter l'identité touristique du Pays d'Auge en protégeant et valorisant son potentiel extraordinaire. Toutefois, il faudra veiller à ne pas sanctuariser le paysage pour éviter le cliché « carte postale », et à élargir la clientèle actuelle très dépendante de la région parisienne.

(2) « Lait, viande, pomme, le Pays d'Auge par excellence » et « Métiers d'art et patrimoine, transmission des savoir-faire en Pays d'Auge »