

« Rien que la Normandie » : une nouvelle campagne pour raconter la Normandie autrement

Ce 6 octobre 2026, Normandie Tourisme, le Comité Régional du Tourisme de Normandie, déploie une nouvelle campagne de communication conçue avec l'agence normande Bayside Story. Destinée en priorité aux clientèles franciliennes, elle prolonge le récit initié au printemps avec le film « *Une année normande* » et porte une même ambition : donner envie de découvrir la Normandie au fil des saisons. Avec un parti pris créatif fort, elle propose une nouvelle manière de montrer la destination : une Normandie sincère, faite de plaisirs simples, d'expériences et de rencontres, une Normandie à vivre toute l'année.

Une campagne au service d'une Normandie quatre saisons

« *Rien que la Normandie* » s'inscrit dans la stratégie « quatre saisons » de Normandie Tourisme, avec un objectif : **mieux répartir les flux touristiques dans le temps et dans l'espace et favoriser un tourisme plus équilibré et durable.**

Après le lancement au printemps 2026 du film « *Une année normande* », « *Rien que la Normandie* » en constitue le prolongement naturel avec une nouvelle écriture créative, pensée pour renouveler le regard porté sur la destination.

« SANS » : une manière de laisser parler la Normandie

Imaginée avec Stéven Briend, fondateur de l'agence granvillaise Bayside Story, la campagne part d'une conviction : **pour donner envie, la Normandie n'a pas besoin d'en rajouter. Elle a déjà l'essentiel : des expériences, des émotions, des rencontres et des plaisirs simples à vivre.** La campagne fait donc le choix de **moins de promesses et de superlatifs**, pour laisser davantage parler les instants vécus. Les paysages deviennent le décor d'histoires humaines, de rencontres et de découvertes. Un parti pris simple : **en dire moins pour en montrer davantage. C'est de cette idée qu'est né le « Sans », fil rouge créatif de la campagne.**

Chaque création repose sur un dialogue entre l'image et les mots : le visuel porte l'expérience, l'émotion ou la rencontre ; l'accroche construite autour du « Sans » joue avec l'image et lui apporte un second niveau de lecture ; une seconde ligne vient enfin ancrer la création dans un lieu et une saison.

Sans chichi. Sans se presser. Sans oublier. Sans détour. Sans voix. Sans modération. Sans prétention. Sans rancune. Sans un mot. Sans filtre.

Gastronomie, mémoire, patrimoine, impressionnisme, plaisirs simples, mobilités douces... les « Sans » racontent différentes facettes de la Normandie, avec parfois un peu de malice : « *Sans rancune* », face au Mont-Saint-Michel, adresse ainsi un clin d'œil complice à nos voisins bretons.

Une manière de faire passer les valeurs de la destination par ce que l'on montre plutôt que par ce que l'on affirme : les rencontres, les savoir-faire, l'art de vivre, le patrimoine, l'hospitalité et les expériences vécues.

L'Île-de-France au cœur du dispositif de lancement

Si la campagne a vocation à s'adresser largement aux clientèles françaises, **son dispositif de lancement cible particulièrement l'Île-de-France**.

Déployée principalement en digital, la campagne bénéficiera également d'un temps fort **dans le métro parisien du 12 au 25 octobre**, ainsi que de plusieurs insertions dans des titres de presse diffusés dans cette région. Un choix stratégique puisque **l'Île-de-France constitue la première clientèle touristique de la Normandie**, représentant à elle seule 36,6 % des nuitées touristiques dans la région en 2025 (source : [La fréquentation touristique en Normandie - bilan 2025](#)).

Plus d'informations sur la campagne

Retrouvez dans notre **dossier de presse** le concept de la campagne « *Rien que la Normandie* », son univers créatif, les visuels et son dispositif de promotion.

Pour ce lancement, la campagne fait la part belle aux créations d'automne et d'hiver. Les visuels printemps-été prendront le relais en 2027, au rythme des saisons.

À propos de Normandie Tourisme

Le Comité Régional du Tourisme de Normandie met en œuvre la stratégie touristique définie par la Région et œuvre au quotidien pour renforcer l'attractivité de la Normandie, en France comme à l'international. À travers des contenus inspirants diffusés sur ses différents canaux, Normandie Tourisme raconte la destination et en révèle toute la diversité pour nourrir l'envie de la découvrir, d'y revenir ou de l'explorer autrement. Des informations claires et pratiques facilitent la préparation du séjour.

Aux côtés des professionnels et des territoires, Normandie Tourisme observe et décrypte les évolutions du tourisme pour éclairer son action et accompagner les transformations du secteur. Il contribue au développement des filières et favorise l'émergence de nouveaux projets. Guidé par des valeurs de liberté, d'authenticité et de partage, Normandie Tourisme agit pour un tourisme innovant et responsable, plus durable et décarboné, mieux réparti dans le temps et sur les territoires. Un tourisme créateur de valeur pour la Normandie et ses habitants.

Contact Presse :

Clélia PECCABIN

c.peccabin@normandie-tourisme.fr

07.62.94.50.75

Retrouvez nos visuels sur la médiathèque en ligne :

media.normandie-tourisme.fr