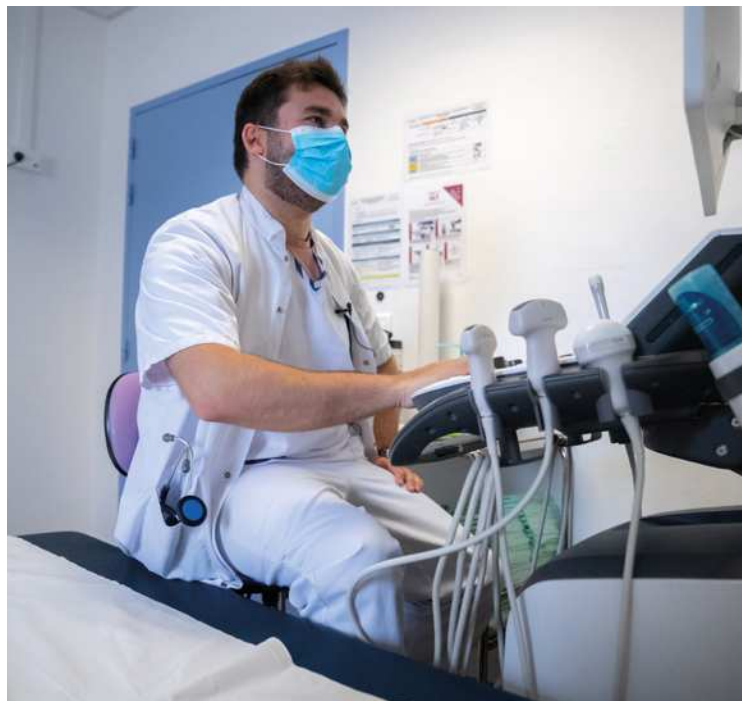




Attitude Manche

RAPPORT D'ACTIVITÉ 2022

Assemblée générale
25 mai 2023

St-Ebremond de Bonfossé - Canisy





Catherine
BRUNAUD-RHYN
Présidente d'Attitude Manche



2022 restera l'année synonyme de retour à la normale dans le secteur du tourisme grâce à la levée de nombreuses mesures liées à la crise sanitaire. Pour la Manche, elle aura été une année exceptionnelle de par l'affluence de visiteurs et de par les conditions météo. Ces deux facteurs nous mettent d'ailleurs face à des enjeux que nous avons peu - voire pas - eu à prendre en compte jusqu'alors en matière de gestion de flux et de ressources naturelles, humaines, etc.

Notre nouveau plan marketing 2022-2027 lancé en début d'année 2022 va nous guider pour appréhender ces évolutions de comportements touristiques en fixant des objectifs affirmés sur la question d'un tourisme durable, éthique et respectueux.

Au niveau de l'emploi, la dynamique manchoise se poursuit également avec un taux de chômage toujours plus faible à l'échelle départementale. La nécessité d'attirer de nouveaux talents hors de nos limites administratives devient de plus en plus pressante et l'agence intensifie ses actions dans ce domaine avec ses partenaires acteurs de l'emploi. Un focus s'opère sur les plus jeunes générations, plus mobiles et avec un projet professionnel à construire. Dans ce domaine également, l'agence, comme les entreprises, les établissements de santé et les collectivités, se doit d'appréhender codes et motivations de cette « génération Z » dans sa relation au travail. La marque employeur, sujet qu'Attitude Manche a choisi de travailler en allant chercher le label Great Place to Work est un exemple qui pourra inspirer d'autres entreprises locales.

Dans le domaine de la démographie médicale, l'agence continue de fédérer l'ensemble des acteurs de la santé dans la valorisation des aides et services dispensés aux candidats à l'installation ainsi que l'accueil et la découverte du territoire de ces derniers.

Fédérer, rassembler, renforcer la singularité et porter plus loin le rayonnement de la Manche est aussi le travail qui a été mené avec les acteurs de la culture et du sport qui envisagent de nouvelles actions collectives qui verront le jour en 2023.

Enfin, 2022 a également vu la gestation puis le lancement d'un projet hautement structurant pour Attitude Manche et vous tous, adhérents : la refonte de l'écosystème digital en un portail d'attractivité unique à destination de toutes les cibles de l'agence. Ce support de communication majeur incarne l'intégralité de la démarche d'attractivité : du tourisme à la démographie médicale en passant par les produits et savoir-faire, la culture ou encore l'art de vivre manchois ; toutes les clés pour découvrir, s'installer et s'épanouir dans la Manche sont à retrouver sur ce site.

Plus largement, en 2022, l'agence a audité sa stratégie de relations presse et sa stratégie sociale média afin de mieux servir ses ambitions et celles du collectif que nous formons pour qu'en 2023, nous puissions toucher plus efficacement nos cibles et toujours mieux répondre à vos attentes.

Je tiens à vous remercier de la confiance que vous placez en notre action et vous invite à une rétrospective complète d'une année 2022, riche en actions diverses.



FOCUS	3
INFLUENCEURS	6
NOUVEAUX TALENTS	17
DÉMOGRAPHIE MÉDICALE	24
TOURISME	29



Focus

REFONTE ÉCOSYSTÈME DIGITAL

Après plus de 2 ans de travaux, l'agence a lancé son nouveau site web au service de l'attractivité touristique et résidentielle le 19 décembre 2022.

Dans une démarche d'innovation et de réponse aux attentes de ses cibles, touristes et nouveaux talents, l'agence a fait le choix d'un portail unique multi-cibles pour faire rayonner la Manche, son cadre de vie, son tissu économique, ses filières d'excellence, ses attraits touristiques et culturels.

La mise en ligne de ce nouveau support signe un virage majeur dans l'écosystème digital de l'agence avec les fermetures conjointes de manchetourisme.com, maviedanslamanche.fr et le blog cestbeaulamanche.com. L'accumulation des supports a montré ses limites tant en termes de parcours clients que de mise en scène des contenus et in fine de performances.

Le choix d'un dispositif unique multi-cibles s'est donc naturellement imposé pour décloisonner les parcours clients et raconter la Manche à travers des contenus expérimentiels, inspirationnels et pratiques, que l'on veuille s'y installer pour un jour ou pour toujours.

De surcroît, l'agence fait le choix de renforcer les synergies avec ses partenaires en valorisant les territoires infra-départementaux et en multipliant les liens vers les dispositifs web des offices de tourisme, mieux placés pour présenter l'exhaustivité de l'offre touristique. Seule l'offre d'hébergements et d'activités réservables en ligne reste accessible sur attitude-manche.fr toujours dans une logique d'amélioration du parcours clients.

Les partis pris du projet

LA STRATÉGIE DE CONTENU AU CŒUR DU DISPOSITIF

Près de 200 pages de contenus ont été rédigées en interne par une équipe de rédactrices web. Chaque contenu a fait l'objet d'un travail soigné : storytelling, qualité des visuels, maillage interne, optimisation du parcours client, ...

« MOBILE FIRST »

Le mobile est aujourd'hui le premier support de consultation devant l'ordinateur de bureau. Le site a donc été pensé en priorité pour un usage mobile à travers certains principes ergonomiques et une navigation simple et intuitive.

ÉCOCONCEPTION

Dans la continuité de la démarche RSE, l'agence a été vigilante à l'impact environnemental de ce nouveau site : design épuré, hébergement vert, sobriété fonctionnelle, poids des médias, socle technique pérenne et évolutif pour une durée de vie prolongée, etc....

ACCESSIBILITÉ NUMÉRIQUE

Pour garantir l'accès à l'information aux personnes en situation de handicap, l'agence a relevé le défi d'un site 100 % accessible. Elle s'est engagée dans un processus de formation de ses équipes et d'accompagnement tout au long du projet pour tenter d'atteindre cet objectif. Quelques exemples concrets d'actions mises en œuvre : compatibilité du code source avec les technologies d'assistance (ex : lecteur d'écran), couleurs suffisamment contrastées, contenus vidéos sous-titrés et retranscrits, contenus éditoriaux structurés et intégrés selon les règles d'accessibilité, typographies modifiables, etc....

L'audit d'accessibilité est prévu courant 2023.



**RÉSERVATION EN LIGNE**

Le site assure la valorisation de l'offre d'hébergements et d'activités réservables en ligne via la Place de Marché Open System. Visibilité accrue de l'offre réservable, moteurs de recherche ergonomiques et performants pour répondre aux attentes de nos visiteurs et maximiser la conversion.

LIVE

Dans l'objectif de susciter l'envie de séjour en toutes saisons, lever les éventuels freins à l'installation de futurs habitants, valoriser l'Attitude Manche et le mode de vie des Manchois : prendre la parole de manière affirmée sur "la Manche en direct" est l'un des enjeux du nouveau site web. Une page dédiée avec présentation d'une vingtaine de webcams implantées sur le territoire, météo, horaires des marées et contenus adaptés à la saison matérialisent cet objectif.

LES BRIQUES SERVICIELLES

En complément du portail attitude-manche.fr des « briques servicielles » composent le nouvel écosystème digital pour des cibles et des usages spécifiques :

- » **emploi.attitude-manche.fr**, Pour valoriser les offres d'emploi disponibles et les entreprises qui recrutent dans un contexte de changement de vie.
- » **pro.attitude-manche.fr**, Pour valoriser la démarche d'attractivité, les services de l'agence, le réseau des adhérents, l'espace presse et l'observatoire touristique.
- » **boutique-manche.fr**, Pour valoriser et vendre des produits identitaires du territoire

LES PARTENAIRES DU PROJET

» ThinkMyWeb



Agence conseil en stratégie digitale

» Thuria



Agence de communication print et digital

» Access42



Access42

Organisme de certification à l'accessibilité numérique

Plus de détails : pro.attitude-manche.fr/actualites/nouveau-site-web/

NB : La mise en ligne de la version anglaise a eu lieu au printemps 2023 pour nos clientèles touristiques étrangères : manche-tourism.com

LANCEMENT D'UNE DÉMARCHE DE RESPONSABILITÉ SOCIALE ET ENVIRONNEMENTALE (RSE) POUR ATTITUDE MANCHE

L'étude de prédiagnostic conduite par le cabinet Herry Conseil pour le lancement de la démarche RSE d'Attitude Manche s'est terminée début 2022.

Un plan d'actions a été rédigé avec le soutien d'étudiants de l'EM Normandie, autour de 3 grands enjeux identifiés avec les parties prenantes de l'agence :

- Limiter les émissions de gaz à effet de serre, CO₂ compris ;
- Améliorer les conditions de travail ;
- Animer et promouvoir la démarche RSE.

En 2022, les premières actions ont été réalisées ou lancées pour celles qui doivent s'inscrire dans la durée.

ENJEU**ACTION RÉALISÉE EN 2022****ACTION ENCLANCHÉE EN 2022 À POURSUIVRE****ENVIRONNEMENTAL**
Limiter les impacts négatifs liés aux GES

- Réduction de la production de goodies.
- Limitation des consommations d'énergie : mise en place de multiprises avec interrupteur pour chaque poste de travail pour coupure des veilles inutiles.
- Révision et mise à jour du tri des déchets, mise en place d'un composteur, tri dans les réserves et don des surplus aux associations Saint-Loises pour réutilisation, recyclage ou actions humanitaires.
- Remplacement de 17 spots halogènes de la boutique par des spots à led (amortissement sur 2.5 ans).

- Intégration de critères éco responsables aux cahiers des charges d'impression.
- Enquête sur la mobilité domicile-travail et les trajets professionnels.
- Étude de solutions permettant de décarboner les trajets domicile-travail et les trajets professionnels.
- Remplacement progressif des véhicules thermiques par des véhicules électriques.
- Arrêt des déplacements professionnels en avion en France.
- Lancement d'une réflexion sur le bilan carbone de l'agence.

ENJEU**ACTION RÉALISÉE EN 2022****ACTION ENCLANCHÉE EN 2022 À POURSUIVRE****SOCIAL**
Améliorer les conditions de travail

- Mise en place des RDV du mardi.
- Journée de formation aux postures et agencement des postes de travail sur site et en télétravail.
- Mesures des températures réelles et gestion de la température des bureaux en lien avec le Phénix
- Obtention du label Great Place To work.
- Organisation d'une rencontre des familles avec les conjoints et enfants des salariés.

- Organisation de 2 séminaires annuels.
- Réflexion sur le temps de travail et la flexibilité des horaires.

GOVERNANCE
Sensibiliser, animer et promouvoir la démarche RSE

- Participation collective au challenge « Ma Petite Planète » en septembre
- Mesure des consommations électriques des postes de travail et matériels.
- Présentation en « RDV du mardi » des résultats de mesures de consommation.
- Abandon des signatures mails volumineuses et sensibilisation (1^{er} niveau) des collaborateurs aux consommations d'énergie liées au numérique. Mise en place des 1^{res} pages web RSE.

- Mise en place d'un poste dédié à la RSE à partir du 1^{er} juin 2022

Zoom sur le challenge Ma Petite Planète :

Sur 3 semaines et grâce aux 27 joueurs ayant réalisé 810 défis, les résultats obtenus collectivement parlent d'eux-mêmes :

**Ma Petite Planète**

Quelques chiffres sur les consommations d'énergie de l'agence :

- **2.9 T de CO₂** émises sur 1 an par le total des salariés de l'agence pour les usages numériques délocalisés (mails, serveurs, clouds, vidéos...).
- **Un tiers** du coût de notre consommation électrique annuelle (appareils branchés hors éclairage et chauffage) provient des appareils en veille.
- Sur **493** déplacements effectués par les véhicules de l'agence en 2022, 70 faisaient moins de 10 km (donc probablement réalisable par d'autres moyens de transport), 428 moins de 250 km (rayon d'action compatible avec un véhicule électrique actuel).

*Le label Great Place to Work*

Il récompense les entreprises où il fait bon travailler, où les collaborateurs ont confiance en leur management, se sentent fiers de ce qu'ils font et apprécient les collègues avec lesquels ils travaillent. Cette approche met en avant trois relations clés, avec le management, les collègues et le travail en lui-même. Si elle est reconnue pour la qualité de son expérience collaborateur, l'entreprise attractive, peut prétendre répondre à certaines problématiques de recrutement.

Un questionnaire proposé par Great Place to Work a donc été administré auprès des collaborateurs de l'agence et les réponses ont permis de décerner le label à Attitude Manche. À travers cette certification, Attitude Manche souhaite à la fois développer ses ambitions d'attractivité pour le territoire et impulser un élan auprès des autres acteurs et entreprises de la Manche.

A noter qu'Attitude Manche est la 1^{ère} entreprise de la Manche et la 1^{ère} agence d'attractivité en France à être labellisée Great Place to Work.



Les actions en faveur de l'influence et des médias

OBJECTIFS

- **Fédérer les entreprises et les associations, actrices majeures du rayonnement du territoire**
- **Créer un « esprit Manche », montrer la fierté des habitants**
- **Valoriser la notoriété de l'événementiel sportif et culturel comme levier d'attractivité**
- **Affirmer l'identité de la Manche au travers de ses produits et savoir-faire**

DÉPLOIEMENT DE LA MARQUE DE TERRITOIRE

CRÉATION DE SUPPORTS



L'agence poursuit la création de nombreux supports de communication en 2022 grâce à l'activité de son Journaliste Reporter d'Images :

- Formation au pilotage de drone afin d'augmenter qualitativement les photos et vidéos de l'agence et dans l'objectif d'une création de banque images drone photos et vidéos des plus beaux sites de la Manche.
- Une dizaine de vidéos drone réalisées.
- Plus de 4000 photos ajoutées dans la photothèque.
- Une quarantaine de vidéos, sport, culture, emploi réalisées pour l'animation de l'ensemble des réseaux sociaux.
- Développement de la photothèque et vidéothèque adhérents.

DÉVELOPPER LE SENTIMENT DE FIERTÉ ET D'APPARTENANCE AUPRÈS DES HABITANTS

Immersion, la tournée plein air

En 2022, le film **IMMERSION** a été projeté lors de séances de cinéma en plein air grâce au soutien des communes suivantes :

- Genêts : le jeudi 28 juillet
- Siouville-Hague : le vendredi 29 juillet
- Haras de Saint-Lô : le mercredi 3 août
- Sainte-Mère-Eglise : le mardi 16 août.



Ces 4 événements ont attiré près de **1000 spectateurs**.

Tempête

Attitude Manche a contribué au lancement du film **Tempête**, tourné en grande partie dans la Manche. Sorti en décembre 2022, le film valorise les paysages littoraux ainsi que la filière équine, contribuant ainsi à renforcer l'image de la Manche. L'agence a co-financé une campagne de visibilité avec Pathé Films dans les gares et aéroports de France via le réseau Relay au lancement du film, la dernière semaine de décembre. A l'issue de la campagne, le film enregistrerait environ 650 000 entrées.



LES RÉSEAUX SOCIAUX



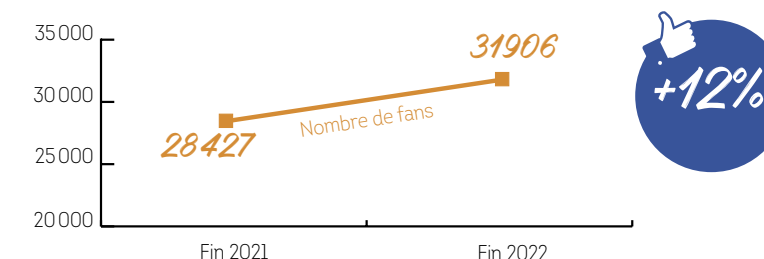
FACEBOOK « #ATTITUDE MANCHE »

En 2022, les publications sur la page Facebook Attitude Manche ont été moins nombreuses (- 41 % par rapport à 2021) mais plus qualifiées.

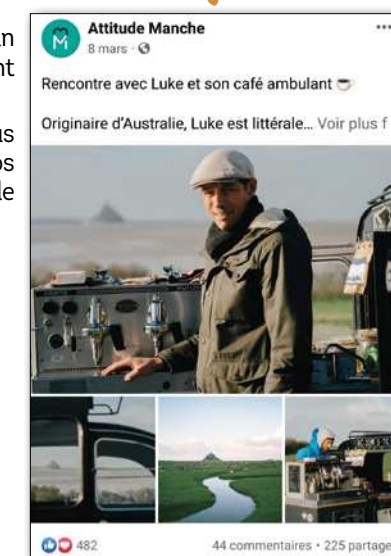
La mise en place d'une stratégie de diffusion en accord avec nos valeurs et notre plan marketing et moins de partage d'informations du type agenda ou événements ont permis de meilleurs résultats.

En complément de la campagne Instagram et TikTok « Trop pour toi », les contenus dynamiques au format vidéo ont été déclinés en publications thématiques photos (nautisme, culture, couchers de soleil, randonnée) sur la page et ont touché plus de 40 000 personnes.

Couverture de la page en 2022 : 1 365 161 personnes + 62 % par rapport à 2021



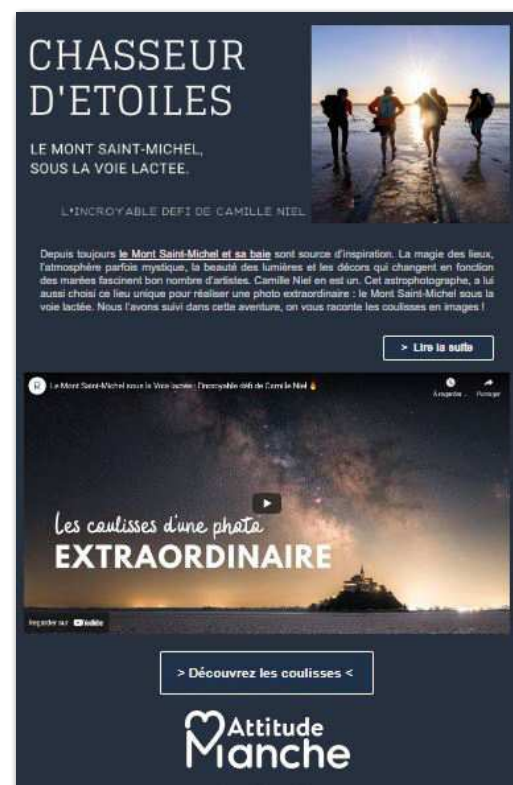
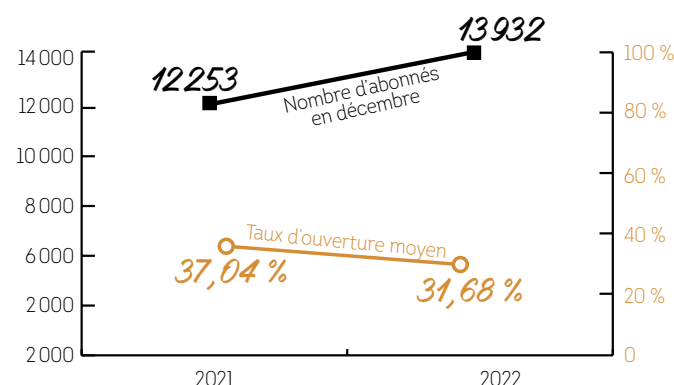
31906 fans



OBJETIF

NEWSLETTER #ATTITUDE MANCHE

- Faire découvrir et vivre des expériences aux abonnés sur un thème choisi en leur donnant l'ensemble des informations et bons plans.
- Valoriser les offres des prestataires touristiques : activités de loisirs, hébergements...
- Ces communications permettent également de véhiculer les valeurs de la marque Attitude Manche.



LES RELATIONS AVEC LES MÉDIAS ET LES INFLUENCEURS

C'EST MEILLEUR QUAND C'EST BON

En 2022, l'agence a accueilli le média culinaire « C'est meilleur quand c'est bon » et sa journaliste Emmanuelle Jary. Depuis 2019, elle sillonne la France avec son mari, le réalisateur Mathieu Pansard, pour partager ses bonnes adresses et coups de cœur gourmands. Le média est suivi par près de 1120 000 personnes sur Facebook, 135 000 personnes sur YouTube, 282 000 personnes sur Instagram.

Le partenariat avec « C'est meilleur quand c'est bon » a permis de valoriser les producteurs locaux et adresses typiques de la Manche (rôtisseurs, huîtres, marché de Saint-Lô, auberge Chez François à Genêts, Café de la baie, etc).



Deux vidéos ont été réalisées :

- Les bonnes adresses de la Manche (Marché de Saint-Lô, rôtisseurs, Père Gus) : 150 000 vues sur YouTube, 2,3 M de vues sur Facebook (+19 000 réactions et 1900 commentaires), 85 000 vues sur Instagram (+4 000 réactions et 99 commentaires).
- La cuisine au feu de bois dans la Manche : 181 000 vues sur YouTube, 1,4 M de vues sur Facebook (+17 000 réactions et 1800 commentaires), 109 000 vues sur Instagram (+4 760 réactions et 73 commentaires).



Les 2 vidéos ont cumulé
3,1 millions de vues
et touché
7,7 millions de personnes

CAMILLE NIEL : LE MONT SAINT MICHEL SOUS LA VOIE LACTÉE



Depuis toujours le Mont Saint-Michel et sa baie sont source d'inspiration. La magie des lieux, l'atmosphère parfois mystique, la beauté des lumières et les décors qui changent en fonction des marées fascinent bon nombre d'artistes. Camille Niel en est un. Cet astrophotographe a choisi ce lieu unique pour réaliser une photo inédite : le Mont Saint-Michel sous la voie lactée. Attitude Manche a accompagné Camille dans l'organisation de son périple, la communication auprès des médias et sur les réseaux sociaux et a réalisé une vidéo sur les coulisses de cette photo extraordinaire.

De nombreuses retombées presse : JT TF1, JT France 2, JT M6, La Voix le Bocage, La Manche libre, le Parisien, France bleu Cotentin, Aujourd'hui en France, Le Démotivateur, RTBF, BFM TV, Néo, Paris Normandie, Maxisciences, la Gazette de la Manche.

32711 vues sur la vidéo
16 retombées presse
9589 likes
660 commentaires
1152 partages
205 806 impressions sur la photo.

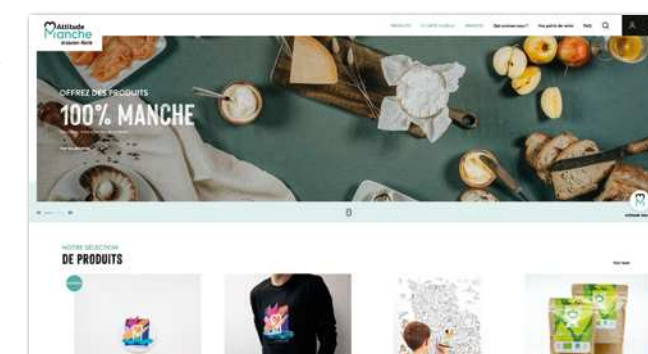
En 2022, 12 communiqués de presse en lien avec l'influence ont généré 50 retombées presse.

VALORISATION DES PRODUITS ET SAVOIR-FAIRE

OBJETIFS

LA BOUTIQUE EN LIGNE

- Valoriser les savoir-faire et produits identitaires de la Manche.
- Créer un « Esprit Manche » en proposant des produits logotés « Attitude Manche » permettant à des partenaires, influenceurs, habitants de s'approprier le nouveau code de marque et en devenir les ambassadeurs.



Accessible à l'adresse boutique-manche.fr, la boutique en ligne de l'agence, permet aux internautes de commander en ligne une large gamme de produits 100 % Manche sur une seule et même plateforme : prêt à-porter, produits du terroir, arts de la table, librairie, produits #AttitudeManche, cartes-cadeaux, etc. Les produits sont livrés à domicile ou sont à retirer sur place dans les locaux de l'agence ou à la M'Fabrik.

200 produits référencés

Un CA de
6932 €
et un panier moyen de 33,35 €

LA M'FABRIK

L'atelier boutique du 47 Rue Havin à St-Lô, est un espace plurifonctionnel composé d'une boutique de produits manchois, d'une cuisine permettant des animations et des ateliers immersifs et d'une salle de réunion. Ce lieu permet à Attitude Manche d'avoir un ancrage local pour accueillir du public. L'agence met cet espace à disposition de ses adhérents ou partenaires pour des actions de valorisation du territoire.

OBJETIFS

- Offrir un espace de vente et de promotion des produits manchois
- Rendre les habitants fiers de leur territoire et des produits qui y sont associés en mettant en valeur les adhérents de l'agence, et ancrer davantage la communication autour de « l'Attitude Manche » et des valeurs qui y sont rattachées.

Chiffre d'affaires
90 051 €
+102 %

Marge moyenne
38 %

Panier moyen
33,98 €
+77 %

400
références
+100%

2650
clients
+59 %

80
fournisseurs
+25 %

Création de supports de Communication dédiés



Une vitrine thématique à chaque saison



Nouveaux Flyers



Nouvelles bourriches produites par l'entreprise Blanchet à Avranches.

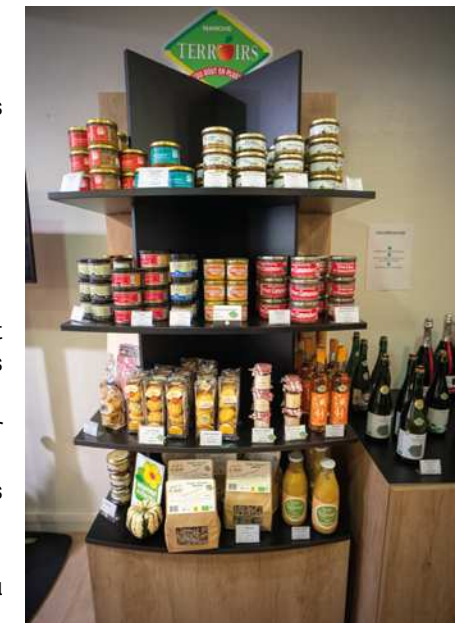


Création d'une Page Facebook

Cette page dédiée permet de faire des focus plus précis sur des produits, des animations et des temps forts de la M'Fabrik. Lancée en septembre 2022, elle compte au 31/12, 378 abonnés.

Animations en collaboration avec les partenaires de l'agence

- Point relais (Jules et Jean)
- Atelier de flocage (Cherwood)
- Corner Fête des mères (Orianis - Anica - Laine à l'ouest - Les radis roses création)
- Corner Fête des pères (Maroquinerie du Cotentin)
- Corner chocolat (Maison Yver et Chevaliers d'Argouges)
- Corner et animation (Jazz sous les pommiers - Réo et Cidre Lemasson)
- Corner été (Makabine, les pochons)
- Animation Apéro Normand (AREA)
- Animations spécifiques pendant la période de Noël avec des producteurs, dont des dégustations avec la Chambre d'Agriculture et la Chambre des Métiers pendant la parade de Noël de Saint-Lô.
- Un programme d'animation co-construit avec les chambres consulaires pour mettre en avant les labels Manche Terroirs et Bienvenue à la Ferme
- Une inauguration qui a permis de faire se rencontrer les élus et d'avoir un relais dans la presse.
- Une quinzaine de dates pour des dégustations
- 2 temps forts: animation citrouille pour les enfants et l'animation retour du marché.



Les influenceurs

OPÉRATIONS DE PROMOTION DES PRODUITS MANCHOIS

« LE DÎNER DE FÊTES MANCHOIS »

OBJETIFS

- Promouvoir les produits manchois pendant les fêtes de fin d'année afin de renforcer l'identité du territoire et profiter du retour des expatriés pour renforcer leur sentiment d'appartenance et instiguer l'envie de revenir.
- Encourager la consommation des produits manchois

Cette opération de communication s'est traduite par la collaboration avec un restaurant incarnant les valeurs de la Manche: The Presbytère à Heugueville-sur-Sienne pour la réalisation d'un menu de fête avec les produits identitaires du territoire. Le chef Edward Delling-Williams a été accompagné d'une brigade de producteurs (Maison Hérout, le pêcheur de homards Cédric Delacour, la maraîchère Cécile Brionne).

Une soirée de dégustation des mets était organisée en présence du chef et des producteurs qui ont pu présenter leurs produits aux médias conviés avec le concours de l'animateur Dominique Hutin. 12 influenceurs spécialisés étaient présents représentant un cumul de 93 300 abonnés.

BOISSONS MANCHOISES À LA CARTE

OBJETIFS

- Affirmer l'identité manchoise au travers de ses produits
- Permettre aux restaurateurs de référencer des boissons manchoises à leur carte
- Contribuer à rendre l'expérience touristique plus qualitative
- Sensibiliser les habitants à l'offre de produits locaux

RÉSULTATS:

Envoi d'un flyer de sensibilisation à tous les campings, restaurants, chambre d'hôtes du territoire (environ 600 contacts).

Création et envoi à ces mêmes acteurs d'un annuaire reprenant une information qualifiée sur l'activité des 26 producteurs souhaitant rentrer dans la démarche.

Invitation des producteurs au Salon Pro-alim porté par la Chambre d'Agriculture et la Chambre des Métiers pour encourager les rencontres et les partenariats commerciaux.



APÉRO 100 % MANCHE

OBJETIFS

- Renforcer l'accessibilité et la visibilité des produits identitaires
- Faire de la manche un territoire accueillant et privilégié
- Moderniser l'image des savoir-faire : toucher des publics plus jeunes

RÉSULTATS :

Sélection et valorisation d'une sélection TOP 10 des bars où consommer des produits manchois.
Valorisation du cocktail POCITO en écho à une opération de l'IDAC et de l'Apéro Normand.
Création d'une carte recette et box.



ACTIONS PARTENARIALES

3^E RENCONTRE DES SITES GRIMALDI DE MONACO

Le 4 et 5 juin les Monégasques et les touristes ont pu découvrir le territoire de la Manche représenté par une délégation de producteurs et d'ambassadeurs manchois.

Ainsi, les villes de Granville, Saint-Lô, Torigny, Percy, Hambye, Moyon ont pu montrer leur lien historique avec la Principauté. De nombreux artisans et producteurs ont également fait le voyage pour faire rayonner les savoir-faire de la Manche.

Le patrimoine et la culture manchoise étaient aussi représentés par le Musée du bocage normand de Saint Lo, l'Abbaye d'Hambye, le château de Torigny et les musiciens de Strand Hugg de Granville qui ont animé l'événement.

Attitude Manche a accompagné cet événement, ponctué de moments forts en présence de SAS le Prince Albert II, qui était l'occasion pour tous de porter fièrement les couleurs de la Manche et de mieux se connaître pour mener d'autres futurs projets collectifs.

PROMOTION DE L'AOP CIDRE COTENTIN EN BELGIQUE

Les 16 et 17 janvier, Attitude Manche a accompagné tous les producteurs de cidre AOP Cotentin pour leur voyage exploratoire à Bruxelles.

OBJETIFS

- Favoriser les démarches collectives et fédérer les acteurs.
- Moderniser l'image du cidre

Créer un pont culturel entre la Belgique et la Manche à travers la consommation de boissons pétillantes et faire le parallèle entre le cidre et la bière.

RÉSULTATS :

Une soirée en présence de la presse Belge spécialisée dans l'unique bar et caviste dédié aux cidres en Belgique.

Un concours et une master class dans un prestigieux restaurant de Bruxelles en présence de journalistes, cavistes, distributeurs.

RÉUNION DES FOIRES MILLÉNAIRES

La Manche compte de nombreuses foires millénaires.

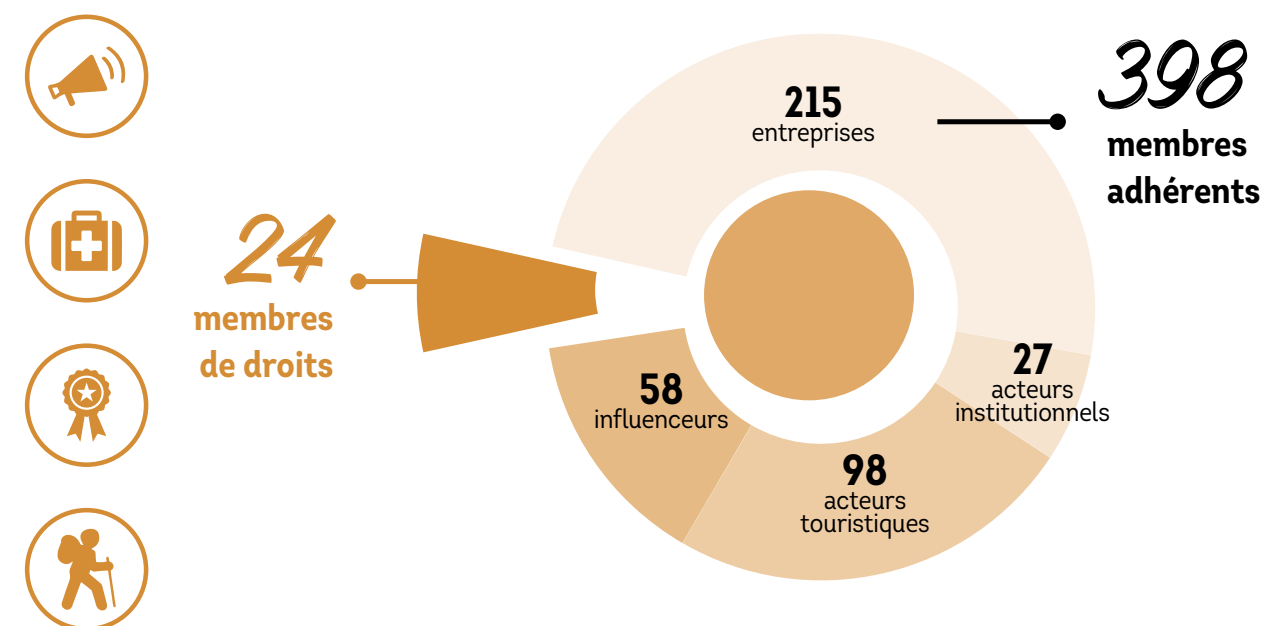
Singulières au territoire, enracinées dans la culture locale et attirant de nombreux visiteurs, il convient de voir comment il est possible de les valoriser collectivement.

L'agence a accueilli les représentants des foires de Lessay, Gavray-sur-Sienne, Saint-Hilaire-du-Harcouët, Brix, Saint-James le 19 mars afin de relancer l'association des foires millénaires de la Manche. Par la suite elle s'est reformée officiellement.

LES OUTILS ET SERVICES DESTINÉS AUX ADHÉRENTS

Les adhérents de l'agence

L'association est composée de membres de droit, et de membres adhérents.
Au 31 décembre 2022, l'agence comptait **422 adhérents** :



PLATEFORME MARKETING

Pour assurer le déploiement de la marque auprès des acteurs du territoire, la plateforme marketing propose de nombreux supports à destination des adhérents. Elle contient :

- Tous les éléments de la marque Attitude Manche pour déclinaisons sur les supports de communication Adhérents,
- Une médiathèque avec photos, vidéos, logos
- Des affiches et cartes postales
- Des modèles d'offre d'emploi, etc.

UN SITE WEB À DESTINATION DES ADHÉRENTS

Le site professionnel Attitude Manche <https://pro.attitude-manche.fr/> dédié aux adhérents de l'agence a un double objectif :

OBJETIFS

- Présenter la démarche d'attractivité, les adhérents, leurs actualités et celles de l'agence afin de créer du lien entre acteurs du territoire.
- Proposer « une boîte à outils » via un espace adhérent (plateforme marketing, dépôt d'offre d'emploi, CVthèque, etc).

Ce support a été harmonisé en lien avec le graphisme du nouveau site de promotion du territoire attitude-manche.fr/

LES NEWSLETTERS

Une newsletter trimestrielle est adressée aux adhérents. Celle-ci a évolué vers un nouveau format type « Édito » qui permet d'approfondir un thème d'actualité selon les domaines d'action de l'agence.

Des newsletters dédiées à certains événements et sujets sont également envoyées à l'ensemble des adhérents.

GROUPE LINKEDIN DÉDIÉ

Il s'agit d'un outil de communication complémentaire proposant aux adhérents un lieu de discussion, de partage et d'échange sur des intérêts communs, de créer du lien, d'inviter à des événements, webinaires thématiques, etc. Ce groupe se veut participatif. Près de 200 adhérents l'ont déjà rejoint.

RENCONTRES ET TEMPS FORTS ENTRE ADHÉRENTS

CONFÉRENCE À DESTINATION DES MAIRES DE LA MANCHE

« Le bonheur est-il dans le pré » était le thème d'une conférence destinée aux maires de la Manche pour aborder la question de l'attractivité des territoires ruraux. Animée par Valérie Jousseau, maîtresse de conférences au CNRS et à l'Université de Nantes et Christophe Alaux Directeur de la Chaire d'Attractivité et Nouveau Marketing Territorial, cette conférence co-organisée avec l'Association des Maires de la Manche a rassemblé plus de 150 édiles le 12 mai 2022.

CONFÉRENCE SUR LES DISPOSITIFS EN FAVEUR DE L'EMPLOI DANS LA MANCHE

Les entreprises de la Manche étaient conviées le 24 mai 2022 à une soirée thématique à l'initiative du Département de la Manche :

Et si la création de valeur passait par l'épanouissement durable des collaborateurs ?

Avec la conférence de Luc FERRY.

Cette soirée était un temps fort autour de l'emploi sur le territoire qui unit la Direction de l'Insertion et de l'Emploi, le GIP-Tandem et Attitude Manche.



LA MANCHE, NOUVEL ELDORADO POUR CHANGER DE VIE ?

Cette conférence, organisée en partenariat avec le média Déviations a réuni autour d'une table ronde plusieurs intervenants qui ont pu témoigner de leur changement de vie réussi dans la Manche. Destinée au grand public, cette conférence a réuni une soixantaine de personnes le 8 juin 2022.

LA MANCHE : NOUVEL ELDORADO POUR CHANGER DE VIE ?

CONFÉRENCE GRATUITE



LA SOIRÉE ANNUELLE DE L'AGENCE

Attitude Manche organisait le 30 juin 2022 sa soirée annuelle destinée aux adhérents et partenaires manchois. Cet événement s'est tenu au Pôle hippique de Saint-Lô et a réuni plus de 220 personnes.

Animée par Nathalie Schraen-Guirma, - animatrice TV et radio, la soirée était organisée autour de la thématique des savoir-faire qui font rayonner la Manche au-delà des frontières et à l'international avec 2 temps forts :

• Tables rondes :

- « Comment les acteurs économiques s'adaptent-ils aux enjeux du monde d'aujourd'hui ? » avec Luc Lesénécal, Marie-Agnes Héroult, Julien Montier et Paul-Vincent Marchand.
- « La marque employeur, levier d'attractivité des talents ? » avec Philippe Nantermoz, Victoria Vaguet-Aubert, Christophe Danton et Olivier Chartrain.

• Cocktail dînatoire de produits 100 % Manche et la présence d'un grilleur, savoir-faire identitaire du territoire.

LA MATINALE QUALITÉ DE VIE AU TRAVAIL/TERRITOIRE



Attitude Manche proposait à l'ensemble des adhérents, le 27 septembre 2022 au Pôle Agglo 21 à Saint-Lô, une matinale consacrée à l'attractivité des talents.

Cette matinée était co-animée avec Great Place to Work-label certifiant les entreprises où il fait bon travailler.

Au programme :

Une conférence sur la Qualité de vie au travail : L'expérience collaborateur comme levier de performance économique

2 tables rondes :

- Témoignages d'entreprises sur leur engagement dans l'amélioration de la qualité de vie au travail.
- Visions des partenaires sur les nouvelles tendances observées au sein des entreprises de leur réseau, comment les filières s'organisent face à ces nouvelles tendances et comment elles accompagnent les entrepreneurs dans cette mutation.

Cette matinale qui a réuni une centaine de personnes était une introduction aux actions d'accompagnement des entreprises sur les enjeux de l'attractivité, de la marque employeur qui seront proposées en 2023.



AFTERWORK AU PÔLE HIPPIQUE DE SAINT-LÔ

La Manche accueillait cette année la finale du Grand National au Pôle hippique de Saint-Lô le 2 décembre.

Un bel événement pour le territoire où la filière équine est un levier d'attractivité majeur.

Cette soirée a été l'opportunité de réunir les adhérents, partenaires, nouveaux salariés sur le territoire, internes en médecines, pour partager un moment convivial.

Une visite guidée des coulisses de l'événement et une rencontre des cavaliers étaient proposées.

Cet événement a réuni plus de 100 personnes.



NOUVEAU : PETIT-DÉJEUNER D'ACCUEIL DES NOUVEAUX ADHÉRENTS

Attitude Manche proposait cette année un temps fort trimestriel dédié à l'accueil des acteurs ayant rejoint la démarche d'attractivité départementale, autour d'un petit-déjeuner.

Un accueil à l'agence qui permet de revenir sur ses grandes missions pour le territoire, de présenter les locaux et l'équipe présente.

Il s'agit d'un moment de convivialité et de rencontres entre nouveaux adhérents.

Près de 40 personnes ont répondu présents.



M'CABINE

En 2022 la M'Cabine a été vendue à l'office de Tourisme d'Isigny-Omaha pour ses besoins d'accueil hors les murs.

Attitude Manche fait alors l'acquisition de tentes pour répondre aux besoins de ses adhérents en remplacement de la M'Cabine

OBJETIFS

L'INFLUENCE CULTURELLE ET SPORTIVE

Identifiés comme des marqueurs identitaires peu reconnus dans les enquêtes de perception de 2020, le sport et la culture sont des axes de valorisation majeurs dans la stratégie d'attractivité touristique et résidentielle de la Manche.

- **Fédérer les acteurs.**
- **Valoriser les dynamiques collectives.**
- **Montrer le maillage et la diversité de l'offre.**
- **Favoriser la tenue d'événements dans la Manche.**

LES ACTIONS EN FAVEUR DE LA CULTURE

Définition des grands axes et du plan d'actions influence pour l'agence

- Création et animation du réseau des festivals musicaux manchois, 28 festivals invités avec 22 présents. Travail sur une prise de parole commune pour valoriser la densité, la diversité et le maillage culturel manchois. Début de travail pour comprendre les valeurs qui nous réunissent et trouver le support nous permettant de l'exprimer. Orientation sur la réalisation d'un manifeste qui sera présenté en 2023.
- Création de cendriers portables aux couleurs d'Attitude Manche à destination des festivals afin de réduire les déchets : Nord Fiction, Chauffer dans la noirceur.

Événements :

- Accueil d'internes en médecine sur plusieurs festivals : Jazz sous les pommiers, Papillons de Nuit, Chauffer dans la noirceur.
- Jeux concours avec le festival Les Egaluantes en lien avec le domaine d'Utah Beach.
- Financement et co-organisation avec Jazz sous les pommiers d'une soirée presse et concert à Paris (mai 2022). Présentation de l'édition 2022, lancement du CD des résidents, accueil médias et relation avec les expatriés manchois. Organisation d'un buffet manchois proposé par les Iodés.

LES ACTIONS EN FAVEUR DU SPORT

Collectif d'athlètes:

Suite à l'arrêt en juillet 2022 du collectif d'athlètes Attitude Manche, une réflexion est engagée pour faire évoluer la façon dont est gérée la valorisation du territoire par les athlètes.

Deux axes sont retenus :

- Création d'un collectif en partenariat avec le Département de la Manche et le Comité Départemental Olympique et Sportif plutôt orienté Jeux Olympiques. Ce collectif voit le jour en janvier 2023
- Partenariat ponctuel avec des athlètes de nos 4 filières sportives identitaires
 - o En 2022, Attitude Manche est en partenariat avec Alex Grand-Guillot, windsurfer professionnel, pour la valorisation du nautisme sur le territoire.
 - o Guillaume Ruel, athlète marathon, 50 km et 100 km, est également en partenariat pour valoriser son double cursus de pharmacien et de coureur à pied très attaché à son territoire.
 - o Team Grand National: Soutien d'une équipe de 3 cavaliers pour le circuit FFE du Grand national. Attitude Manche plusieurs fois citée et mise en avant sur les supports fédéraux. Résultat très intéressant de Dylan Levallois sous les couleurs d'Attitude Manche.



Événements sportifs:

L'agence a soutenu plusieurs événements sportifs pour répondre à l'objectif de montrer le maillage et la diversité de l'offre tout au long de l'année.

- **Coupe du Monde de cyclocross à Flamanville, 16 janvier 2022**: partenariat communication pour une valorisation sur site et sur des supports. Tournage d'une vidéo du parcours par Julien Jamot cycliste du collectif. Mise en place de flux vision pour analyser l'impact de l'événement. Plus de 5000 spectateurs sur cette journée.
- **Tournoi de Hand JS Cherbourg**: tournoi accueillant 3 équipes de Starligue en janvier 2022. Partenariat communication pour une mise en avant sur leurs supports et des places offertes pour les adhérents / nouveaux arrivants.
- **Fairways de la Manche**: partenariat communication et logistique sur les produits et savoir-faire pour cette 1^{re} édition en avril 2022. 50 % des participants viennent d'autres départements que la Manche. Par la suite présentation d'AM et de sa démarche d'attractivité auprès de tous les golfs du territoire.
- **Rock & Trail**: partenariat communication sur cette 2^e édition.
- **Gymnasiades 2022 (championnat du monde du sport scolaire)**: prise en charge de la visite de la découverte du Mt St-Michel pour les délégations étrangères.
- **Championnat du monde de Horse-Ball à Saint-Lô, août 2022**: prise en charge de la journée off du 18 août



pour une découverte touristique du Mont St Michel auprès des délégations étrangères.

- **Jumping 4* Saint-Lô, octobre 2022**: venue de 2 influenceurs cheval (Caval Blog, 23 000 abonnés sur Instagram) et Pegasedaily (15000 abonnés sur Instagram) pour une communication instantanée et des retours vidéos et interviews. L'objectif premier est de faire connaître Saint-Lô et le pôle hippique comme territoire de cheval.
- **Enduro des sables / Triathlon d'Agon-Coutainville / Endurodingo**: fourniture des tee-shirts bénévoles aux couleurs d'AM pour les 3 événements.

COLLABORATIONS AVEC DES INFLUENCEURS:

- soutien de communication à Sonia Poutrel dans le cadre de son record féminin du GR 223. Action en partenariat également avec l'hôpital du Cotentin pour récolter des fonds.
- accueil d'influenceurs sur le championnat de France swimrun la Tatihougue en juillet 2022. Les 2 athlètes seront les futurs champions de France. Article et interview dans des magazines spécialisés.

COLLABORATIONS INSTITUTIONNELLES:

- Travail conjoint avec le Département de la Manche sur les actions Jeux Olympiques et Paralympiques 2024, notamment sur la thématique JOP et tourisme.



Les actions en faveur des nouveaux talents

OBJECTIFS

- Faire de la Manche un territoire accueillant et attractif pour les nouveaux talents, salariés et porteurs de projet.
- Faciliter le recrutement puis l'installation de nouveaux professionnels ainsi que leurs familles sur le territoire.

ÉCRITURE DE LA STRATÉGIE D'ATTRACTIVITÉ DES TALENTS 2023-2026

Après cinq années d'actions à destination de la cible des talents, Attitude Manche a mené des travaux en 2022 en vue de dresser un plan marketing 2023-2026 vers cette cible pour conforter, orienter ses actions et celles de ses partenaires. Ces travaux visent à renforcer les coopérations territoriales, valoriser et promouvoir la Manche dans le but d'attirer des compétences extérieures et de les ancrer sur le territoire.

La méthodologie présentée ci-dessous a dans un premier temps établi la nécessité de partager les problématiques et les attentes des parties prenantes de l'agence. Ainsi, élus, adhérents, partenaires et prospects ont été associés aux travaux de l'agence.

Présentation et lancement en 2023





Les nouveaux talents

STRATÉGIE DE PRÉSENCE DIGITALE

MA VIE DANS LA MANCHE

Le site maviedanslamanche.fr a pour objectifs de faire connaître le département auprès des nouveaux talents et de valoriser le cadre de vie. L'enjeu est de donner aux personnes qui viennent vivre dans la Manche, toutes les clés pour faciliter leur installation, que ce soit au niveau de l'emploi, du logement, de l'accompagnement du conjoint, de l'école ou du mode de garde des enfants. Le site intègre également un volet d'informations à destination des entreprises et des porteurs de projet.

Il informe aussi les professionnels de santé des opportunités de carrière disponible sur l'ensemble du territoire (offres d'emploi et reprise de cabinets).

Il y a eu peu d'évolution sur ce site internet en 2022 du fait de la refonte de l'écosystème web. Ce support étant destiné à disparaître pour être remplacé par le portail d'attractivité touristique et résidentielle: attitude-manche.fr

Les offres d'emploi qui étaient disponibles sur Ma vie dans la Manche ont été déportées sur le nouveau site dédié: emploi.attitude-manche.fr



Trafic en 2022

Nombre de sessions	Environ 80 000 (estimation prenant en compte les internautes ayant refusé le dépôt de cookies et pour lesquels nous n'avons aucune donnée statistique).
Nombre de pages par visite	5,97
Taux de rebond	45,27 %
Nombre de pages vues	480 597
Durée moyenne d'une visite	3min35

SEA Référencement payant

Des campagnes d'achat de mots-clés étaient mises en place sur [Ma Vie dans la Manche](https://maviedanslamanche.fr) avec un double objectif: de notoriété (faire connaître) et de ciblage géographique, notamment à Paris et en Île de France. Les campagnes de mots-clés concernent les thèmes suivants: travailler dans la Manche, quitter Paris, vivre dans la Manche/vivre en province. La campagne « travailler dans la Manche » est celle qui performe le plus. Le référencement payant est la deuxième source de trafic sur [Ma vie dans la Manche](https://maviedanslamanche.fr), derrière le référencement naturel. Cette source représente 27 % du trafic sur le site. En vue de la refonte du nouvel écosystème web et de la mise en ligne de nouveau portail d'attractivité en décembre 2022, les campagnes SEA ont été coupées au 1^{er} octobre 2022.

SEO Référencement naturel

Le référencement naturel représente la première source de trafic sur [Ma vie dans la Manche](https://maviedanslamanche.fr) (44 % du trafic).

Les pages les plus consultées du site sont:

1. [Maviedanslamanche.fr/sinstaller/travailler-dans-la-manche](https://maviedanslamanche.fr/sinstaller/travailler-dans-la-manche)
2. [Maviedanslamanche.fr/sinstaller/travailler-dans-la-manche/offres-travail](https://maviedanslamanche.fr/sinstaller/travailler-dans-la-manche/offres-travail)
3. [Maviedanslamanche.fr](https://maviedanslamanche.fr) (page d'accueil)
4. [Maviedanslamanche.fr/sinstaller/travailler-dans-la-manche/offres-travail/page/2/](https://maviedanslamanche.fr/sinstaller/travailler-dans-la-manche/offres-travail/page/2/)
5. [Maviedanslamanche.fr/sinstaller/travailler-dans-la-manche/offres-emploi-saisonnier](https://maviedanslamanche.fr/sinstaller/travailler-dans-la-manche/offres-emploi-saisonnier)



LES RÉSEAUX SOCIAUX

in LINKEDIN LA MANCHE

- Améliorer l'image et la notoriété de la Manche auprès des nouveaux talents,
- Montrer la dynamique économique, les filières identitaires, les offres d'emploi, les « success stories »,
- Donner envie de s'installer dans la Manche en valorisant le cadre de vie

4940 abonnés
Fin 2020

6816 abonnés
Fin 2021

8915 abonnés
Fin 2022
soit +30 % VS 2021

En 2022, Linked'In a confirmé sa place de réseau social essentiel pour l'agence. 116 contenus ont été postés générant près de 70 000 interactions et vues de vidéos. La page permet de valoriser la dynamique économique et touristique du territoire ainsi que les actions de l'agence auprès des partenaires, influenceurs et talents en quête de mobilité.

NEWSLETTERS

Après un premier contact dans les salons et job dating ou en direct avec le service hospitalité, le contact entre dans un cycle relationnel qui lui suggère des contenus afin de susciter son intérêt sur le cadre de vie de la Manche mais également sur sa dynamique économique et ses opportunités d'emploi.

3 427 abonnés
en décembre 2022

37,25%
taux d'ouverture moyen
Fin 2022

Au fur et à mesure de leurs échanges avec de potentiels futurs habitants, le service hospitalité renseigne les fiches contacts et qualifie ainsi cette base de données afin de personnaliser au maximum les contenus des newsletters.

L'OPÉRATION « JE M'INSTALLE EN BORD DE MER » #2

En 2022, les collectivités de Caen la Mer et le département du Calvados ont rejoint Attitude Manche pour coorganiser l'opération de promotion territoriale « Je m'installe en bord de mer ». Forts du succès de la première édition les partenaires ont décidé de réitérer l'événement le 13 octobre 2022.

OBJETIFS

- Attirer de nouveaux talents en communiquant sur les opportunités de carrières et la dynamique économique.
- Fédérer les acteurs économiques Normands autour d'une opération de communication commune visant à la promotion territoriale.
- Dynamiser la démarche de marketing territorial en impulsant une dynamique de réseau autour de sujets liés à la transition des entreprises: marque employeur, QVT, RSE.



Le succès de l'opération repose sur l'implication des entreprises et les partenariats enclenchés avec Pôle emploi Île de France et l'APEC.

Cible

Jeunes diplômés, salariés, ouvriers qualifiés et cadres ayant un projet de mobilité.

71 entreprises exposantes
dont 25 entreprises manchoises

14 Collectivités
dont les Départements de l'Orne et de la Manche, le Service hospitalité Attitude Manche, Cherbourg-en-Cotentin, et Mont Saint-Michel - Normandie

500 visiteurs
qualifiés avec des projets de mobilité

Le dispositif de communication :

NOUVEAUTÉ 2022 : une soirée networking à destination des entreprises participantes a été organisée à Paris la veille de l'événement. 61 personnes y ont assisté et ont apprécié pouvoir se rencontrer de manière informelle.

Un plan média digital a été déployé pour faire connaître l'événement et attirer des candidats sur des sites web ciblés et à forte audience.

» HelloWork :

(Édite les sites emploi RegionsJob, ParisJob, NordJob, OuestJob, Cadreo et le Blog du Modérateur)

11116 lectures
en 2022 contre 12 970 en 2021

- *Et si vous quittiez Paris pour le bord de mer ?* - 6 359 lectures
- *Destination réussite pour Caen Normandie* - 1 714 lectures
- *Osez vivre pleinement la Manche !* - 683 lectures
- *Changer d'horizon pour le Calvados* - 1 119 lectures
- *Les bons plans des Normands pour se détendre après le travail* - 1 241 lectures

Publications :

- Réseaux sociaux Hellowork (Twitter, Facebook)
- Activation de l'Audience Hellowork
- Newsletter nationale Hellowork
- Newsletter dédiée Hellowork

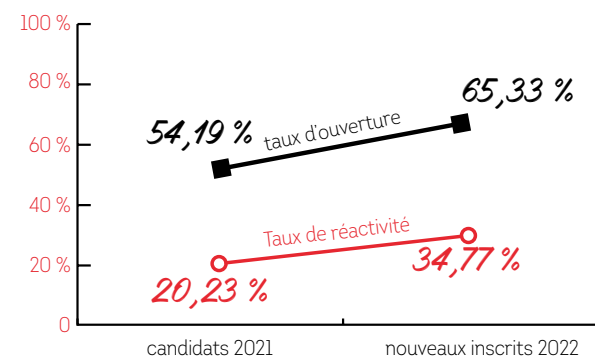
» **Ouest France :** un article sur le site ouest-france.fr avec une zone de couverture : Normandie et Île-de-France.

- Article : 20 107 pages vues
- Bannières : 12 092 impressions



CYCLE RELATIONNEL - Newsletters

Suite à leurs inscriptions à l'événement, les candidats de « Je m'installe en bord de mer » sont associés à un parcours client personnalisé. Un scénario en plusieurs étapes est mis en place afin d'optimiser l'engagement du candidat. Ainsi, avant l'événement, il a pu recevoir des informations pratiques liées à l'événement et également sur les territoires, les entreprises et les partenaires présents.



Dispositif social média



4762 clics
sur le lien de la campagne

(pointant 95 % du temps vers le site, rarement vers l'événement).

958 depuis les campagnes LinkedIn
3804 depuis les campagnes Facebook



33
posts publiés
sur LinkedIn

25
sur l'événement
Facebook

774 296
impressions cumulées
sur 5 semaines, soit environ
350 000 comptes uniques

15
publicités LinkedIn

114 324 impressions pour les campagnes

62 290 impressions pour les posts organiques

18 publicités Facebook = **597 682**
impressions pour les campagnes



LES JOB DATING, SALONS ET PARTENARIATS EMPLOI

**OBJE
CTIF**

SALONS DE L'EMPLOI « HORS MANCHE »

- Accompagner les entreprises dans leur recrutement en valorisant la qualité et le cadre de vie offerts par la Manche.

Carrefour pour l'emploi

» Rouen / Mars :

12 entreprises de la Manche présentes : Atelier Nogales, CAC, Cap Gemini, Novea, Aptar, Cap Inter, SAS Simon Frère, KPM, CH Cherbourg.

- Nombre de visiteurs : 4 000 visiteurs
- Nombre d'exposants : 90 entreprises
- Nombre de personnes rencontrées : 200

24h de l'emploi

» **Rouen / Septembre** - Participants : Attitude Manche - 75 exposants - 1 400 candidats

» **Rennes / Septembre** - Participants : Attitude Manche / Cherbourg-en-Cotentin - 73 exposants - 1 100 candidats

» **Le Havre / Septembre** - Participants : Attitude Manche / Cherbourg-en-Cotentin - 67 exposants - 1 300 candidats

OBJETIF

JOB DATING LOCAUX

- Accompagner les professionnels du tourisme sur leur problématique de recrutement de saisonniers suite au COVID (en co-organisation avec les EPCI)

Job dating métiers du Tourisme

- » Ducey / Mars - 30 exposants - 50 visiteurs
- » Lessay / Mars - 30 exposants - 30 visiteurs
- » Granville / Mars - 30 exposants - 90 visiteurs

L'HOSPITALITÉ : OUTILS ET SERVICES À DESTINATION DES ADHÉRENTS ET NOUVEAUX TALENTS

Le service hospitalité se tient à la disposition des futurs Manchois dans différents aspects de leur projet d'installation sur le territoire ; cet accompagnement se veut avant tout personnalisé et humain dans une démarche de réassurance des prospects, une étape clé de leur changement de vie :

- » *Emploi*
- » *Emploi du conjoint*
- » *Appui à la recherche d'un logement*
- » *Informations sur les écoles, les crèches, les activités et les loisirs*

Grâce à ses partenaires privilégiés, le service hospitalité facilite les démarches des candidats à la mobilité en les mettant en relation avec les bons interlocuteurs sur le territoire.

Les séjours découverte

Un service à disposition des adhérents dans le cadre de leurs recrutements, un outil de séduction pour le candidat.

Pour faciliter l'embauche de nouveaux talents, l'agence propose à ses adhérents des courts-séjours sur le territoire pour des candidats en dernière phase de recrutement. Cette offre est mobilisable à l'initiative des adhérents 1 à 3 fois par an selon le nombre de salariés dans la structure. Le candidat doit venir d'un autre département et le recruteur doit lui proposer un CDI.

Le candidat se voit donc offrir un séjour sur mesure organisé par le service hospitalité, adapté à ses souhaits et centres d'intérêt.

450 contacts qualifiés
250 accompagnements
173 installations concrétisées

Soirées ancrage

Afin de faciliter l'intégration des nouveaux habitants et leur connaissance du territoire, Attitude Manche propose des « soirées ancrage » à ces derniers en lien avec les EPCI référents sur les différents secteurs de la Manche. Ainsi, 2 soirées ont été organisées en 2022 : A Lessay, 28 personnes se sont retrouvées dans le cadre de l'Abbatiale pour découvrir le lieu mais aussi pour faire connaissance entre elles et avec les acteurs locaux autour d'un buffet de produits manchois. Un événement similaire a également eu lieu à Villedieu-les-Poêles-Rouffigny.



ACTIONS DE COMMUNICATION

En 2022, Attitude Manche a intensifié ses actions de communication auprès d'une cible plus jeune afin de positionner la Manche comme une destination de carrière auprès des étudiants et jeunes actifs.

OBJETIFS

- Développer la visibilité et la notoriété du territoire
Outils : Instagram & Facebook
- Inciter au clic et à la découverte de nos contenus
Outils : bannières display & native ads
- Générer du trafic sur une page dédiée aux 18-30 ans

» Campagne Native ads

du 26 mars au 26 avril 2022
Impressions : 587 412
Clics : 1844
Ciblage 18-34 ans sur la région grand ouest

» Campagne display

du 28 mars au 26 avril 2022
Impressions : 1 529 249
Clics : 1 637
Ciblage 18-34 ans sur la région grand ouest
Emplacements premium : Leboncoin, Le Monde, Huffingtonpost, Ouest France, Orange, BFM TV, journaldesfemmes.fr, etc.

» Facebook ads :

Du 29 mars au 8 mai 2022
Impressions : 2 617 828
Clics : 7 058

» Instagram :

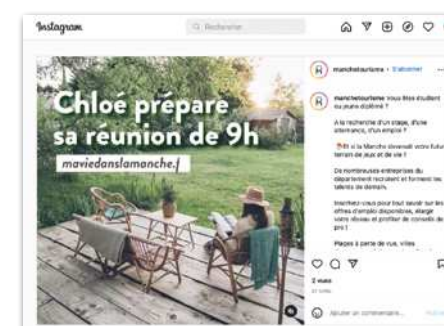
Du 29 mars au 8 mai 2022
Impressions : 2 849 033
Clics : 1 632

» Insertion presse - Ouest France Emploi

Ces entreprises qui donnent leur chance aux jeunes diplômés.
Focus sur deux entreprises de la Manche qui donnent une chance de débiter sans expérience !
Laboratoire unither et les Ateliers Grandis.

» Insertion presse - Le Drenche

2 doubles pages en publi-rédactionnel dans les numéros d'octobre et novembre.
100 000 exemplaires distribués sur près de 250 écoles et Universités en Île-de-France et dans le Nord.
Octobre - 7 bonnes raisons de choisir la Manche.
Novembre - Quel alternant/stagiaire es-tu ? (test de personnalité dont les résultats ramènent systématiquement au même constat : la Manche est une excellente option pour réaliser son alternance/stage).



Les nouveaux talents



Les actions en faveur de la démographie médicale

OBJETIF

- Maintenir, puis développer l'offre de soins sur le territoire en attirant de nouveaux professionnels de santé.

OBJETIFS

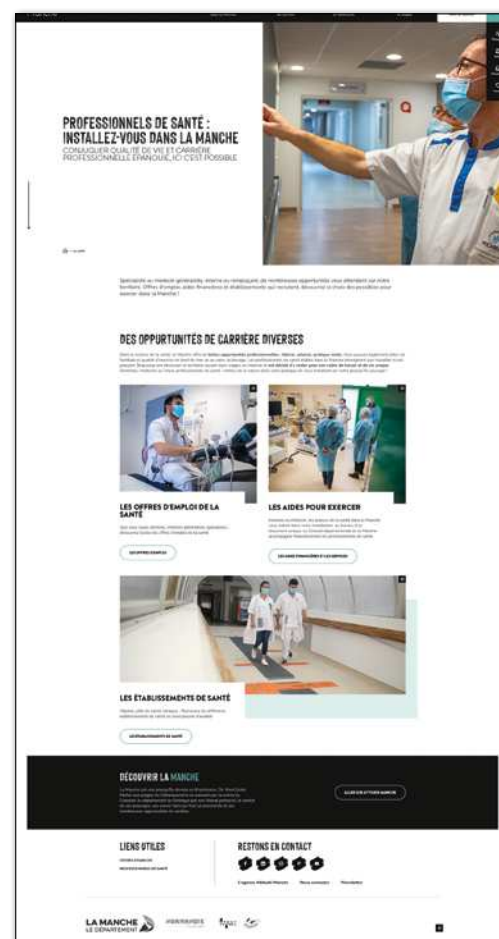
WEB

- Faire connaître le département auprès des professionnels de santé, faire connaître les offres d'emploi, cabinets disponibles...
- Valoriser le cadre de vie, informer sur les aides à l'installation des médecins.

Sur le site mauiedanslamanche.fr, une rubrique est consacrée aux professionnels de santé, celle-ci se trouve dans le menu « s'installer ». Les professionnels de santé peuvent ainsi prendre connaissance des offres d'emploi, des cabinets disponibles pour exercer une activité libérale, des aides financières accordées (pour une installation et pour les étudiants en médecine). L'enjeu est de faire connaître le département auprès des professionnels de santé et les offres d'emploi, valoriser le cadre de vie et les informer sur les aides à l'installation. Les données du site sont mises à jour régulièrement, en lien avec la « cheffe de projet ingénierie territoriale - mission ingénierie et appui aux territoires » du Département de la Manche et la personne « chargée de l'attractivité médicale » d'Attitude Manche.

Référencement payant:

Des campagnes d'achat de mots-clés sont également déployées sur le sujet de la démographie médicale. Il s'agit de campagnes géolocalisées (notamment Paris et Île-de-France) et de campagnes de notoriété pour faire connaître le département et attirer de nouveaux médecins.



ACTIONS ET ÉVÉNEMENTS

OBJETIF

ACTIONS EN FAVEUR DES INTERNES EN MÉDECINE : ACCUEIL SUR LE TERRITOIRE, DÉCOUVERTE DU TERRITOIRE

- En lien avec les acteurs de la santé, l'agence d'attractivité a mené des actions vers les internes en médecine pour valoriser le cadre de vie, les aides à l'installation déployées par le Département de la Manche et les partenaires (CPAM, MSA, Région, ARS...) mais aussi les conditions d'exercice et les structures de santé disponibles.

» SOIRÉE DES INTERNES DU CENTRE HOSPITALIER SAINT-LÔ-COUTANCES AU HARAS DE SAINT-LÔ 29 MARS 2022

Organisée conjointement par le Centre hospitalier et l'agence, cette soirée de convivialité s'est tenue au pôle hippique de Saint-Lô. 25 internes étaient présents pour s'initier à des activités équestres et visiter le Haras. Le cocktail dînatoire organisé par Jules et Jean autour des produits locaux a permis aux internes d'échanger et de rencontrer les acteurs locaux de la Santé : Conseil Départemental, CPAM, Communauté de Communes de Saint-Lô, agence Attitude Manche.

» WEEK-END DU SIMBAN À CHAUSEY 14 MAI 2022

Le SIMBAN, Syndicat des internes de médecine générale de Basse Normandie, a sollicité l'agence pour organiser une journée de cohésion dans la Manche à Chausey. Cette journée a accueilli 66 internes en médecine générale et spécialisée venant de toute la Normandie.

» ACCUEIL DES INTERNES DANS LES HÔPITAUX 2 MAI ET 2 NOVEMBRE 2022

En partenariat avec les centres hospitaliers du territoire, l'agence va à la rencontre des internes sur le lieu de stage pour les accueillir et leur présenter les dispositifs d'aides départementales et les accompagnements proposés par l'agence et les partenaires.

Lors de ces journées, l'agence remet un kit d'accueil à chaque interne. 400 kits au total ont été remis aux internes effectuant leur stage dans les hôpitaux de Saint-Lô-Coutances, Granville-Avranches, Cherbourg-en-Cotentin, Fondation Bon Sauveur, Hôpital Privé de la Baie à Avranches et Centre de rééducation du Normandy à Granville.

» RENDEZ-VOUS PERSONNALISÉS AVEC LES INTERNES EN STAGE CHEZ LES MÉDECINS LIBÉRAUX 2 MAI ET 2 NOVEMBRE 2022.

Depuis 2021, l'agence propose aux internes en

stage chez les médecins libéraux de les rencontrer personnellement sur leur lieu d'exercice afin de leur présenter les aides financières du Département de la Manche et les offres d'accompagnement de l'agence.

Un kit d'accueil est remis à chaque interne lors de ces rendez-vous. En 2022, 14 internes ont été rencontrés.

Depuis 2022, les intercommunalités proposent un accueil commun aux internes en stage sur leur territoire. Ainsi, un déjeuner d'accueil a été organisé par Villedieu Intercom le 11 janvier 2022 pour les internes en stage sur le territoire. Étaient également conviés à ce déjeuner les partenaires de la santé et les maîtres de stage. Ce moment a permis des échanges entre tous les acteurs et une meilleure intégration des internes sur le territoire.

» DIFFÉRENTS ACCUEILS PERSONNALISÉS ONT ÉTÉ RÉALISÉS

Les internes connaissent de mieux en mieux l'agence et font appel à elle lors d'organisation d'événements.

- Le 8 juin 2022, les internes spécialisés dans les urgences se sont réunis pour suivre ensemble un congrès en ligne dans un gîte à Grandparigny. L'agence a ainsi pu présenter les aides et les accompagnements proposés sur le territoire autour d'une dégustation de produits locaux. Une vingtaine d'internes étaient présents et la plupart d'entre eux ne connaissaient pas nos dispositifs.
- Le 27 octobre 2022, une ancienne interne devenue chef de service en gynécologie au CHU a proposé un accueil aux internes en gynécologie à l'occasion de la rentrée semestrielle. L'agence a été en appui à l'organisation de cette journée (visite de la Ferme Cara Meuh à Vains - Saint-Léonard et dégustation de produits locaux, traversée à pied de la Baie et visite de l'Abbaye du Mont Saint-Michel). 9 internes étaient présentes, plus de 50 % d'entre elles n'étaient jamais venues dans la Manche. Un temps d'échange a confirmé les problématiques rencontrées sur le terrain de stage notamment le logement et les indemnités kilométriques.



» DÎNER DE GALA DES INTERNES AU CHÂTEAU DE ROTS 17 SEPTEMBRE 2022

Chaque année, les 2 syndicats d'internes SIMBAN et ISNI organisent un dîner de gala. 350 internes se retrouvent lors de cet événement. Pour l'occasion, l'agence a participé en offrant 3 séjours découverte du territoire.

» SORTIE À CHAUSEY 20 SEPTEMBRE 2022

En partenariat avec les communautés de communes du Sud Manche (Granville Terre et Mer, Normandie Mont Saint-Michel, Villedieu Intercom) et le Centre Hospitalier Avranches-Granville (CHAG), l'agence a participé à l'organisation d'un après-midi convivial à Chausey. Les internes en stage au CHAG et ceux en pratique chez les libéraux (20 internes), ont pu se retrouver et découvrir les îles Chausey. Au programme : balade guidée, temps libre et apéro bulots, temps d'échanges avec présentation des dispositifs d'accompagnement.

» DÉCOUVERTE DES FESTIVALS JAZZ SOUS LES POMMIERS ET PAPILLONS DE NUIT

Pour la 1^{ère} année, l'agence a souhaité faire découvrir les festivals aux internes, l'idée était de montrer la Manche comme un territoire où il fait bon vivre et où l'on peut s'amuser.

2 festivals ont été sollicités par l'agence pour un partenariat :

Jazz sous les pommiers : 4 internes du CHPC ont profité d'un accueil VIP avec échanges et dégustation de produits locaux, découverte de l'histoire du festival et soirée concerts.

Papillons de Nuit : un partenariat avec le CHAG a permis de faire gagner des places au festival. 2 internes ont pu assister à une journée du festival.

» LES SÉJOURS DÉCOUVERTE DU TERRITOIRE

Afin de leur donner envie de s'installer dans la Manche, l'agence propose aux internes en stage sur le territoire de découvrir le département. Ainsi, 70 internes ont bénéficié d'un séjour personnalisé de 2 jours/1 nuit d'une valeur de 200 € permettant la découverte du territoire et du cadre de vie.

ACTION EN FAVEUR DE LA CIBLE « EXTERNES »

Quelques actions ont été réalisées en faveur de la cible « externes », étudiants en médecine de la 3^e à la 5^e année. Ces étudiants font des échanges internationaux et Interchu (entre facultés). Des actions de découverte du territoire et des produits locaux ont lieu au Mont Saint-Michel, à la Ferme Cara-Meuh à Vains, à La Cité de la Mer à Cherbourg, à l'occasion du festival Sorties de Bains à Granville. En tout, 40 étudiants sont venus découvrir le territoire.

ACTIONS EN FAVEUR DES ADHÉRENTS ET DES PROFESSIONNELS DE SANTÉ

» VALORISATION DES OFFRES D'EMPLOI ET DES CABINETS DISPONIBLES ACCOMPAGNEMENT DANS LES RECRUTEMENTS

» VALORISATION DES OFFRES D'EMPLOI ET DES CABINETS DISPONIBLES

L'agence valorise sur son site web maviedanslamanche.fr, les offres d'emploi du domaine de la santé et les offres de cabinets disponibles.

» ACCOMPAGNEMENT DES ÉTABLISSEMENTS DE SANTÉ (ADHÉRENTS) DANS LEURS RECRUTEMENTS

L'agence propose aux structures de santé, centres hospitaliers notamment, de rencontrer les professionnels de santé en cours de recrutement. Ces rendez-vous individualisés permettent de présenter le territoire, le cadre de vie et les services d'accompagnement à l'installation. En 2022, 2 professionnels de santé ont été rencontrés.

L'agence propose également un service de séjour découverte aux établissements de santé dans le cadre de leur recrutement. Comme pour les internes, il s'agit de séjours personnalisés de 2 jours/1 nuit d'une valeur maximum de 350 € permettant aux professionnels de santé de découvrir le territoire et le cadre de vie. En 2022, 10 médecins/spécialistes et 1 cadre de santé ont bénéficié d'un séjour découverte.

ACTIONS PARTENARIALES

» PARTICIPATION À L'ASSEMBLÉE GÉNÉRALE DE L'ISNI À LA FACULTÉ DE CAEN 12 MARS 2022

L'agence a été invitée à l'Assemblée Générale de l'Intersyndicale Nationale des Internes de France au PFRS (Pôle de Formation et de Recherche) de Caen le 12 mars.

Tous les bureaux régionaux étaient présents. Nous y avons présenté nos dispositifs d'accompagnement et d'aides financières. 70 internes étaient présents.



» RÉALISATION DE LA PLAQUETTE DE COMMUNICATION PARTENARIALE POUR PROMOUVOIR LES AIDES FINANCIÈRES ET LES ACCOMPAGNEMENTS

Attitude Manche, en lien avec le Département de la Manche a réalisé une plaquette de communication pour le compte de 9 partenaires (ARS Normandie, CPAM de la Manche, Conseil de l'Ordre des médecins, Conseil de l'Ordre des chirurgiens-dentistes, MSA Côtes normandes, la région Normandie, l'URML Normandie). Cette plaquette permet de promouvoir toutes les aides financières et les accompagnements personnalisés par cible : médecin généraliste, dentiste, autres professionnels de santé, selon leur situation dans leur parcours professionnel (étudiant, remplaçant, installation et exercice).

La plaquette a été publiée en avril 2022 pour une première diffusion auprès des internes à la rentrée semestrielle de mai 2022.

Ce document unique doit faciliter la connaissance de tous les dispositifs sur le territoire et orienter facilement les professionnels de santé.



» PARTICIPATION À LA SOIRÉE JAZZ POUR LES PAUMÉS À ANCTEVILLE 25 JUIN 2022



Le samedi 25 juin, le Groupe Pasteur Mutualité GPM 50 avec la société mutualiste des médecins GPM de la Manche invitait les médecins et les internes au Manoir de la Foulérie à Ancteville pour participer à une soirée d'échanges interprofessionnels. Le thème était l'installation de nouveaux professionnels dans la Manche.

70 professionnels de santé, internes, acteurs de la santé se sont retrouvés lors de cette soirée. L'agence était invitée pour présenter les dispositifs d'aides et d'accompagnement.

» PARTICIPATION À VOILES EN TÊTE, ÉVÉNEMENT SPONSORISÉ PAR LA FONDATION BON SAUVEUR AU PORT DE CHERBOURG 14 SEPTEMBRE 2022

L'édition 2022, organisée du 10 au 16 septembre par l'Association Sport en Tête et la Fondation Bon Sauveur de la Manche, a combiné randonnée nautique, régate, animations culturelles et actions médiatisées en direction du grand public. L'agence a soutenu cet événement par une présence avec un stand pour faire découvrir le territoire.

» PARTICIPATION AUX JOURNÉES DES INFIRMIÈRES À RENNES 20 ET 21 SEPTEMBRE 2022

Dans le cadre de sa campagne de recrutement à destination des infirmiers et aides-soignants, l'Hôpital privé de la Baie à Avranches a invité l'agence à participer à ses côtés à ce salon. Malgré une fréquentation globale insuffisante, l'Hôpital privé de la Baie et l'agence ont pu faire connaître l'établissement et le territoire à de jeunes étudiants bretons afin de les inciter à venir travailler dans la Manche.

» PARTICIPATION À L'EDUCTOUR PILOTÉ PAR LA MSA OCTOBRE 2022



La Mutualité Sociale Agricole (MSA) Côtes Normandes œuvre en faveur de la présence et l'installation de professionnels de santé sur les territoires ruraux.

C'est dans ce contexte que la MSA Côtes Normandes a lancé un « EDUC'TOUR » : une action destinée aux étudiants en santé en partenariat avec les institutions de formation. Elle visait à faire découvrir l'exercice professionnel en milieu rural et à promouvoir la pratique coordonnée en santé. Cet événement s'est déroulé en 2 temps :

• **LES 6 ET 7 OCTOBRE 2022 À CAEN** : un séminaire inter-professionnel qui a réuni les étudiants en fin d'étude des instituts formateurs en santé (médecine, pharmacie, infirmière, sage-femme, masseur-kinésithérapeute, travailleur social).

- **LE 14 OCTOBRE 2022 AU PSLA (PÔLE DE SANTÉ LIBÉRAL AMBULATOIRE) DE CARENTAN-LES-MARAIS :** immersion des étudiants sur le territoire d'application pour rencontrer les acteurs de santé du territoire (visite du pôle de santé et présentation d'un projet de santé).

Cette action pilotée par la MSA Côtes Normandes implique plusieurs collectivités et acteurs de la santé (CPAM, Université de Caen Normandie, faculté de médecine et UFR des filières concernées, Département de la Manche, Attitude Manche Agence d'attractivité, Commune de Carentan-les-Maraais, hôpital de proximité de Carentan).

En tout, ce sont 27 étudiants provenant de 6 filières différentes qui ont participé à cette 1^{ère} édition : 7 infirmiers (ères), 1 infirmière IPA, 5 sages-femmes, 6 médecins, 5 masseurs-kinésithérapeutes et 2 assistantes sociales.

L'agence a participé à l'événement en tant que partenaire dans l'organisation, en étant présent lors de la journée terrain. L'agence a également soutenu le projet dans la réalisation de la vidéo de promotion de l'Eductour.



» PARTICIPATION AU CONGRÈS DE L'ASSOCIATION DES DENTISTES DE FRANCE AU PALAIS DES CONGRÈS DE PARIS 23 ET 24 NOVEMBRE 2022

Participation au Congrès ADF qui s'est tenu du 22 au 26 novembre 2022 au Palais des Congrès de Paris. Ce congrès qui accueille 25 000 professionnels (1 chirurgien-dentiste français sur 2 vient au congrès) est le salon incontournable de la profession.

Sur l'invitation de la fondatrice de Faisons une Blouse, l'agence a participé à cet événement et a pu rencontrer de nombreux dentistes. Ces nouveaux contacts vont permettre à l'agence de mieux approcher cette cible en 2023 et de flécher des actions dédiées.

HOSPITALITÉ

Le service Hospitalité de l'agence accompagne tout nouveau professionnel de santé à s'installer sur le territoire :

- accompagnement des étudiants et internes dans leur recherche de logement pendant leur stage sur le territoire,
- accompagnement du conjoint dans sa recherche d'emploi,
- accompagnement de la famille dans sa recherche de logement, d'écoles et de crèches pour les enfants,
- organisation de séjours découverte du territoire.

En 2022 :

- **36 médecins/spécialistes et 15 professionnels paramédicaux** ont été accompagnés dans leur projet d'installation.
- **8 étudiants et internes** ont été accompagnés dans leur recherche de logement.
- **14 internes en stage chez des médecins libéraux** ont été rencontrés individuellement.
- **10 médecins/spécialistes, 1 cadre de santé et 70 internes** ont bénéficié d'un séjour découverte du territoire.

.....

Le Département de la Manche a, quant à lui, accompagné 6 jeunes professionnels de santé (3 en médecine générale et 3 en odontologie) par le versement de la prime d'exercice forfaitaire pour la réalisation de remplacements ou de collaborations dans la Manche, 8 étudiants en médecine générale par le versement d'indemnités de déplacement pour la réalisation de leur stage dans la Manche, 3 étudiants en médecine générale en fin de cursus par le versement d'indemnités de déplacement pour des remplacements dans la Manche.



Les actions en faveur du tourisme

OBJECTIFS

- Déployer la stratégie touristique 2022 - 2027 pour attirer les touristes français et nord européens
- Affirmer le positionnement outdoor de la Manche
- Conquérir de nouvelles clientèles plus jeunes

DES PARTENARIATS AU SERVICE DE LA STRATÉGIE DE CROISSANCE TOURISTIQUE

Attitude Manche est engagée aux côtés du Comité Régional du Tourisme de Normandie dans le déploiement de la stratégie touristique régionale, en particulier sur les marchés étrangers et adhère au réseau Atout France pour ses actions à l'étranger. Un travail partenarial et concerté est mené avec les EPCI et en particulier les Offices du Tourisme dans la conduite des plans d'actions.

PLAN MARKETING

Co-construit avec les partenaires de l'agence, le plan marketing pour la période 2022 - 2027 a été officiellement lancé en janvier 2022 auprès des prestataires touristiques et les élus référents.

Cette démarche d'attractivité et de marketing territorial s'articule autour de **4 AXES MAJEURS** qui se déclinent en actions clés à mener sur les 5 prochaines années (horizon 2026) en faveur d'un modèle de développement touristique raisonné et responsable.

- **Faire de la Manche une destination durable et respectueuse**
- **Faire de la Manche une destination « Loisirs nature »**
- **Poursuivre le développement de la notoriété de la destination**
- **Renforcer la stratégie de mise en réseau des prestataires et partenaires touristiques**

FAIRE DE LA MANCHE UNE DESTINATION DURABLE ET RESPECTUEUSE

FAVORISER UN MODÈLE TOURISTIQUE ÉTHIQUE ET DURABLE

Pour mener à bien cette mutation du tourisme vers un modèle plus respectueux de l'environnement et de la qualité de vie des Manchois, Attitude Manche collabore avec le Comité Régional du Tourisme de Normandie mais aussi avec des labels et intervenants visant à sensibiliser les acteurs de la filière touristique manchoise.

LE LABEL « TOURISME ET HANDICAP »

Depuis début 2022, Attitude Manche est Relais Local à l'échelle départementale pour la marque d'état « Tourisme et Handicap ».

Attitude Manche accompagne les prestataires touristiques qui souhaitent être labélisés et les met en relation les évaluateurs de la Manche.

Attitude Manche assure également l'interface avec les différents autres intervenants autour de cette marque : la Commission Régionale pilotée par Calvados Attractivité, l'Association « Coordination Normandie Tourisme et Handicap » basée en Seine-Maritime, l'Association « Tourisme et Handicap », la Fédération Nationale des Organismes Institutionnels de Tourisme (ADN) et la Direction Générale des Entreprises (DGE).

En 2022 :

- 12 évaluations de prestataires touristiques ont été réalisées sur la Manche dont 11 ont été présentées en commissions régionales.
- le département de la Manche comptait une trentaine de prestataires touristiques labellisés.

CONFÉRENCE : « COMMENT IMPULSER UNE DÉMARCHE DE TOURISME DURABLE DANS LA MANCHE ? »

Le 15 novembre 2022, Attitude Manche a organisé une conférence dédiée à la thématique du tourisme durable. Cette conférence animée par Arnaud Guérin, géologue, photographe et grand voyageur avait pour objectifs de partager des initiatives mises en place à travers le monde afin de mieux cerner les enjeux d'un tourisme durable, éthique et responsable pour le territoire de la Manche. Cette conférence a réuni environ 80 professionnels du tourisme.

CONTRIBUER À MIEUX DIFFUSER LES FLUX DE VISITEURS SUR LE TERRITOIRE

L'objectif de cet axe stratégique est d'amener les flux de visiteurs du littoral vers l'intérieur des terres. Pour cela, un travail éditorial conséquent est mené sur les supports de communication de l'agence, mais aussi de création de séjours et d'offres autour de l'itinérance douce.

Les actions menées :

- création d'offres de séjour « hors des sentiers battus » sur le site internet de l'agence
- mise en tourisme des producteurs des filières cidricoles et brassicoles
- création de boucles et circuits privilégiant l'itinérance douce



LE LABEL « CLEF VERTE »

Le Label « Clef Verte » est le 1^{er} label de Tourisme Durable. Il prône :

- le respect du territoire, de la nature, des personnes par la maîtrise des consommations en eau et en énergie, par une gestion environnementale des déchets, par des loisirs qui ne nuisent pas à la nature et par une valorisation des acteurs et des atouts naturels du territoire.
- une sensibilisation des vacanciers en invitant ceux qui le souhaitent à s'investir à leur échelle pour des vacances plus écologiques et des voyages plus responsables.

Des valeurs que l'agence partage et qu'elle a mis en lumière auprès des prestataires touristiques déjà labélisés lors d'un éductour en partenariat avec l'Office de Tourisme de Granville Terre et Mer et Normandie Tourisme. Cet éductour a eu lieu le 27 septembre 2022 et a rassemblé une trentaine de participants normands : offices de tourisme, sites touristiques, hébergeurs, CCI...

LABEL VILLES ET VILLAGES FLEURIS



Attitude Manche anime et coordonne les candidatures des communes souhaitant obtenir ce label en lien avec le CAUE et le Comité Régional du Tourisme. Suite à la tournée d'un jury emmené par Attitude Manche et la validation du CRT Normandie, 4 communes manchoises ont obtenu le label ou ont évolué dans le palmarès : Derville, Pierreville, Créances et Romagny-Fontenay, portant à 45 le nombre total de communes labellisées 1, 2, 3 ou 4 fleurs.

ÉTALER LA FRÉQUENTATION TOURISTIQUE HORS SAISON ESTIVALE

Cet axe stratégique constitue un enjeu pour faire de la Manche, une destination durable. Néanmoins, le potentiel touristique de la Manche hors saison n'est pas encore connu et il convient de travailler à la fois, l'image de la Manche au printemps et en hiver, mais aussi de faire en sorte que les touristes puissent vivre une expérience de séjour qualitative avec les sites et prestations touristiques ouverts et opérationnels.



- » Travail avec les prestataires de loisirs sur l'allongement des périodes d'ouverture
- » Création de produits touristiques outdoor en hiver
- » Lancement d'une campagne de communication sur la Manche en hiver

FAIRE DE LA MANCHE UNE DESTINATION LOISIRS NATURE

ÉCRITURE DE LA STRATÉGIE 2023-2027

Le secteur de l'outdoor a connu ces dernières années un véritable engouement dû à plusieurs facteurs, amplifiés de surcroît par la crise du CoViD-19 : quête de reconnexion entre individus, consommation responsable, besoin de bien-être et de sécurité sanitaire...

Le secteur constitue alors un **véritable levier de transition économique et touristique pour satisfaire les besoins des clientèles et c'est logiquement que la thématique constitue l'un des quatre piliers de la stratégie de développement touristique 2022 - 2027** : faire de la Manche une destination outdoor.

Afin d'atteindre l'objectif fixé dans la stratégie globale, un plan d'actions porté sur le développement des activités outdoor a été défini, en fonction des forces et faiblesses de la destination mais aussi selon les attentes des clientèles.

Au-delà de l'optimisation recherchée dans la conception de cet objectif, le plan d'actions va permettre de construire un calendrier selon les priorités établies à travers notamment l'accompagnement de quatre filières identitaires : les activités pédestres, le cyclisme, les activités équestres et les loisirs nautiques.

DÉVELOPPER LA PRATIQUE DU VÉLO SUR LE TERRITOIRE



Accueil Vélo

Accueil Vélo est la marque de référence pour accompagner les cyclotouristes dans leur recherche de services de qualité (hébergements, sites de visite, restaurants...) pour leurs séjours itinérants.

Sur le territoire, Attitude Manche est à la fois évaluateur aux côtés des Offices de Tourisme et animateur de la marque. Dans ce cadre, Attitude Manche fournit aux nouveaux labellisés leur plaque d'appartenance à la marque. En parallèle, la sensibilisation au cyclotourisme se poursuit avec la création d'un glossaire français - anglais à destination des loueurs et réparateurs de vélo ou encore la proposition de formations thématiques pour les professionnels du tourisme.



Réseau d'hébergements légers à la nuitée



Pour favoriser les séjours itinérants le long de la Véloscénie, de la Vélo maritime ou de la Vélo WestNormandie, Attitude Manche a initié en 2021 un réseau d'hébergements à la nuitée. En plus des structures « classiques » labellisées Accueil Vélo, une douzaine de campings mettent désormais à disposition des cyclotouristes des structures légères pour les arrêts à la nuitée. Les tipis, lodges et autres cabanes ont été équipés aux couleurs d'Attitude Manche avec des transats prêts aux campings mais aussi aux couleurs des itinéraires avec des drapeaux. Un « kit de bienvenue » a été créé, composé de produits 100 % Manche.

DÉVELOPPER L'OFFRE ET L'IMAGE DE DESTINATION NAUTIQUE



Les balades et randonnées nautiques

Comme chaque année, les prestataires labellisés Balades et Randos Nautiques se sont vus remettre des fiches éditées et imprimées par Attitude Manche. Chaque prestataire peut distribuer ensuite son stock pour augmenter la visibilité de ses produits, accessibles au plus grand nombre.

En 2022, 11 BRN ont ainsi été valorisées pour mettre en valeur l'offre en loisirs nautiques dans la Manche (stand up paddle, canoë-kayak, voile, char à voile...)

Le salon Nautic - Paris

Attitude Manche était à nouveau présent au Salon Nautic de Paris en décembre avec ses partenaires de la filière Manche et Normandie sur le stand de Normandie Maritime.

Étude de potentiel

Une étude sur le potentiel de développement touristique de la Manche dans le domaine du nautisme a été lancée en 2022. Elle devra mettre en avant les besoins des professionnels de ce secteur et les attentes des clientèles, en adéquation avec les forces et faiblesses du territoire.

Les résultats sont attendus au printemps 2023 et permettront de guider Attitude Manche dans ses futures actions autour de la mise en tourisme des structures nautiques.

ATTIRER DE NOUVELLES CLIENTÈLES SUR LES ITINÉRAIRES PÉDESTRES

Continuité du cheminement littoral

Le GR 223® littoral de la Manche, long de 446 km, est un formidable outil de valorisation des patrimoines littoraux et un réel vecteur d'attractivité touristique. Dans le cadre de ses orientations stratégiques 2016-2021, le Département a mis en place un dispositif d'accompagnement technique et financier (prolongé jusqu'en décembre 2023) à destination des maîtres d'ouvrage afin d'améliorer la continuité du cheminement littoral.

Parallèlement aux travaux réalisés dans le cadre du volet « aménagement » (passerelles, marches, élagage, décalage de tronçon) le renforcement de la sécurité de cet itinéraire est apparu comme essentiel au regard de sa notoriété croissante. Garantir le plus long cheminement littoral sécurisé de France est une vraie plus-value pour l'itinéraire qui intéresse aussi bien le public familial que les randonneurs itinérants. Le cheminement littoral traverse en effet des sites plus ou moins escarpés, parfois isolés et loin de tout point de repère, ce qui rend difficile la localisation des randonneurs en difficulté. Cette mise en sécurité répond donc à une attente des services de secours (SDIS) mais également à une volonté du Département d'apporter aux usagers des services de qualité autour de cet itinéraire.

Dans le cadre du volet « sécurisation », un dispositif de sécurité a donc été mis en place à l'automne 2022, sur l'intégralité du cheminement littoral, après un repérage précis effectué sur le terrain durant l'été: il se matérialise par la pose de plus de 500 bornes en bois agrémentées de plaquettes numérotées permettant ainsi à l'usager en difficulté d'indiquer sa position lors de l'appel des secours, et facilitant sa localisation. Les services d'intervention ont intégré tous les emplacements (coordonnées GPS) de ces bornes dans leur système d'information géographique et cartographies afin de réduire les délais d'interventions tout en sachant au préalable les conditions d'accès possible jusqu'au site concerné.

Cet itinéraire piéton aura permis de fédérer les multiples acteurs intervenants dans sa gestion (collectivités, État, Département, SyMel, Conservatoire du Littoral...), coordonnée par Attitude Manche, dans un seul et même objectif: le valoriser tout en le préservant.



Transport de bagages

Initié en 2017 le long des grands itinéraires pédestres et cyclables, le service de portage de bagages a le vent en poupe. En partenariat avec La Malle Postale et les transporteurs manchois, le service a permis de transporter plus de 2100 bagages, soit une hausse de 30 % par rapport à l'année précédente.

Le service a été plébiscité majoritairement le long du GR®223 pour permettre aux randonneurs à pied de profiter pleinement du spectacle offert par le sentier littoral.



DÉVELOPPER L'IMAGE DIFFÉRENCIANTE D'UN TERRITOIRE BERCEAU DU CHEVAL

Étude de potentiel

Une étude sur le potentiel de développement du tourisme équestre a été lancée en 2022. Elle devra mettre en avant les besoins des professionnels de ce secteur et les attentes des clientèles, en adéquation avec les forces et faiblesses du territoire.

Les résultats sont attendus au printemps 2023 et permettront de guider Attitude Manche dans ses futures actions.

POURUIVRE LE DÉVELOPPEMENT ET LA NOTORIÉTÉ DU TERRITOIRE

OBJETIFS

LE SITE WEB MANCHETOURISME.COM

- Présenter la destination « Manche » de manière inspirante aux touristes préparant leurs vacances
- Faciliter le séjour des touristes présents dans la Manche
- Valoriser l'offre exhaustive et réservable en ligne

Le site manchetourisme.com est décliné en 3 versions étrangères: anglais, allemand et néerlandais.

Il est important de souligner que 2022 a été une année de forte mobilisation pour la réécriture de contenus pour le nouveau portail web attitude-manche.fr et que les efforts d'animation du site manchetourisme.com ont été considérablement réduits.

Trafic:

Version française

	2021	2022
Nombre de sessions	958 417	816 728
Nombre de pages vues	2 265 149	1 865 333

Version anglaise

	2021	2022
Nombre de sessions	35 109	56 593
Nombre de pages vues	71 836	117 796

Version néerlandaise

	2021	2022
Nombre de sessions	39 657	39 883
Nombre de pages vues	95 295	88 290

Version allemande

	2021	2022
Nombre de sessions	40 751	55 973
Nombre de pages vues	100 243	126 840



SEA

Référencement payant

Des campagnes de mots-clés ont été déployées pour le site Manche Tourisme pour valoriser la destination. Elles ont concerné les thèmes suivants: les séjours, le Mont Saint-Michel, les plages du débarquement, l'hébergement (camping, hôtel, chambres d'hôtes). Des campagnes étaient également actives sur la thématique des grandes marées, notamment géolocalisées sur Paris.

En 2022, les campagnes sponsorisées ont généré 39 669 utilisateurs (soit 50 644 sessions) sur le site. C'est la troisième source de trafic du Manche Tourisme.

En vue de la refonte du nouvel écosystème web et de la mise en ligne de nouveau portail d'attractivité en décembre 2022; les campagnes SEA ont été coupées au 1^{er} octobre 2022. Le partenariat avec l'agence digitale Yumens qui s'occupait de la mise en place et de l'optimisation des campagnes SEA a également pris fin. Le choix a été fait de se faire accompagner par l'agence conseils Think My Web pour repenser la stratégie du nouveau site Attitude Manche. Promouvoir de nouvelles thématiques de campagne et soutenir la baisse de positionnement naturel est l'enjeu de cette collaboration.

SEO

Référencement naturel

Le référencement naturel est la première source de trafic sur Manche Tourisme en version française (73 % du trafic) en 2022. Il a généré 470 803 utilisateurs (soit 591 617 sessions). Les pages les plus consultées du site sont :

1. [MANCHETOURISME.COM/CHAUSEY](https://www.manchetourisme.com/chausey)
2. [MANCHETOURISME.COM \(PAGE D'ACCUEIL\)](https://www.manchetourisme.com/)
3. [MANCHETOURISME.COM/AGENDA](https://www.manchetourisme.com/agenda)
4. [MANCHETOURISME.COM/ORGANISER-VOTRE-SEJOUR](https://www.manchetourisme.com/organiser-votre-sejour)
5. [MANCHETOURISME.COM/GR223](https://www.manchetourisme.com/gr223)



INSTAGRAM

Sur Instagram, une vraie prise de position a été initiée à partir de septembre 2021 pour prendre le virage des codes de la plateforme. 2022 a été la véritable année de lancement des contenus Reels avec la réalisation de vidéos instantanées et immersives sur le terrain et des montages vidéos associés aux codes d'Instagram (musiques tendances, transitions travaillées, formats repensés, etc.) + campagne Immersion et Trop pour toi.

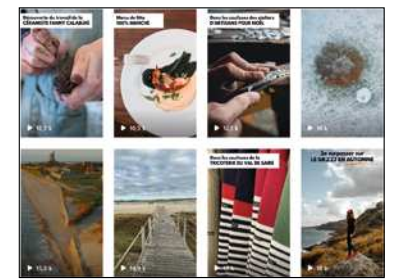
Une grande importance a également été donnée aux stories pour susciter l'engagement avec plus de déplacements sur le terrain.

La valorisation de format « Top » à succès en cette année 2022 :

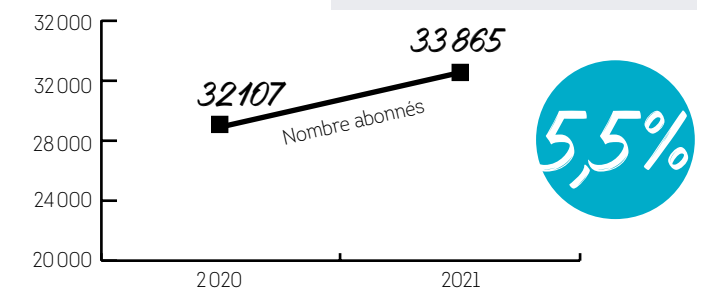
- Top des châteaux (15 065, 132 enregistrements)
- Top des havres (9 914 comptes touchés, 53 enregistrements)
- Top des spots côte est (26 823 comptes touchés, 117 enregistrements)
- Top des spots côte ouest (12 673 comptes touchés, 180 enregistrements)
- Top des levers et couchers de soleil au format Réels (21 632 vues, 19 659 comptes touchés, 58 enregistrements)

Parmi eux, le top des spots à découvrir sur la côte figure en top post de l'année sur le nombre de comptes touchés.

La mise en lumière des artisans et savoir-faire lancée fin 2022 montre aussi des résultats prometteurs et un vrai engouement de la communauté. Plusieurs reels immersifs réalisés dans les coulisses d'ateliers d'artisans et créateurs ont bien fonctionné.



Vues de vidéos fin 2022 :
440 000
contre 270 000 fin 2021
Réels postés fin 2022 :
57
contre 5 fin 2021
Impressions totales sur les contenus fin 2022 :
6 015 282
2 663 789 fin 2021



OBJETIFS

LES RÉSEAUX SOCIAUX

- Améliorer l'image et la notoriété de la Manche
- Attirer de nouvelles clientèles



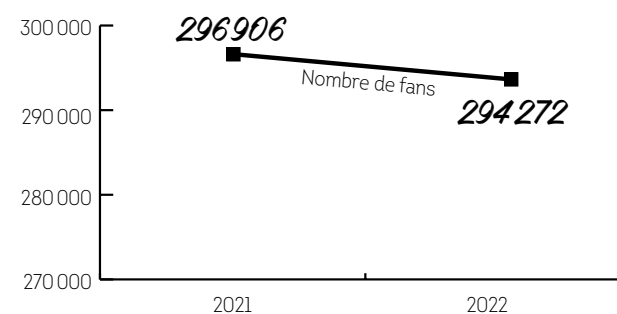
FACEBOOK

En 2022, le compte Facebook Manche Tourisme a touché une belle communauté malgré un changement d'algorithme de la plateforme favorisant les posts sponsorisés. En 2022, l'engagement a été 100 % naturel, sans couverture payée, ce qui démontre un réel intérêt pour les contenus de la part de la communauté.

Dans le top 5 des vidéos ayant le plus fonctionné, on retrouve 3 vidéos dédiées à l'hiver: les cascades de Mortain en hiver (115 000 comptes touchés), la traversée de la baie du Mont Saint-Michel en hiver (48 790 comptes touchés), la baie d'Écalgrain en hiver (34 790 comptes touchés). Ce top démontre une fois de plus l'intérêt pour la Manche en hiver et confirme notre volonté de valoriser cette saison.

Le top des contenus photos confirme cette tendance avec dans le top 5, également 3 contenus liés à l'hiver (les campagnes gelées, les grandes marées à Granville en hiver, les marais blancs) ayant touché près de 310 000 personnes.

Couverture annuelle :
2 155 639
personnes soit +1 % vs 2021

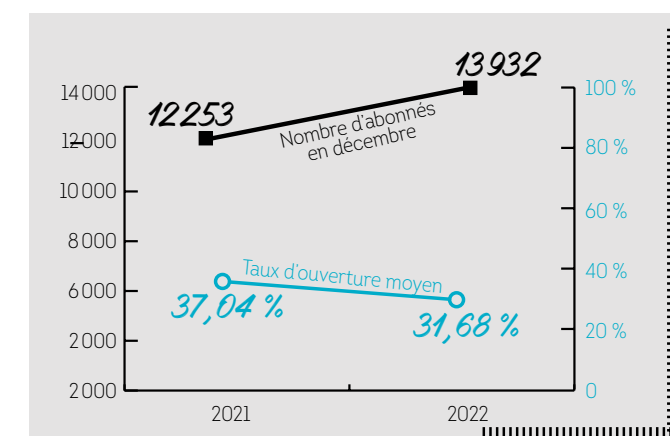


OBJETIFS

LES NEWSLETTERS

- Faire découvrir et vivre des expériences aux abonnés sur un thème choisi en leur donnant l'ensemble des informations et bons plans.
- Valoriser les offres des prestataires touristiques : activités de loisirs, hébergements...

Ces communications permettent également de véhiculer les valeurs de la marque Attitude Manche.



CAMPAGNE « TROP POUR TOI »

Attitude Manche a mené une campagne d'image en amont de la saison touristique afin d'affirmer les grandes ambitions de son plan marketing, reconquérir une position parmi les destinations touristiques françaises et bien évidemment booster sa fréquentation tout au long de l'année.

OBJECTIFS

- Affirmer La Manche, comme territoire des activités de pleine nature (randonnée, vélo, sports nautiques)
- Installer la marque Attitude Manche, ses valeurs et la promesse client qu'elle véhicule
- Montrer le volet « durable et respectueux », la nature à l'état brut, le littoral singulier de la Manche, le cadre et la qualité de vie de la Manche
- Séduire une clientèle plus jeune (cible 18-30 ans)

4 VISUELS DE CAMPAGNE ONT ÉTÉ CRÉÉS AVEC COMME MESSAGE :



Le dispositif de communication:

4 vidéos très courtes ont été diffusées de manière géo-localisée et ciblée sur les réseaux sociaux Instagram, Snapchat et TikTok. Des podcasts, des spots en web-radio, et des bannières web sur le site du Parisien pendant 4 semaines environ. Tout le dispositif redirigeait sur le site de Manche Tourisme avec des idées de séjour ou d'activités à tester.

SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX :

4,8M
Impressions

33966
vues à 100 % des vidéos

50863
Clics

SOCIAL DISPLAY SUR LEPARISIEN.FR :

Intégration des publications
Instagram de Manche Tourisme sur le
site leparisien.fr
du 30 mai 2023 au 8 juillet 2023

833333
Impressions

2244
Clics

STREAMING AUDIO

Diffusion d'un spot de 30 secondes sur les plateformes de streaming audio (Deezer, Spotify et Webradio)
du 13 juin 2022 au 27 juin 2022.
Géolocalisation Normandie et Île-de-France

237551
Impressions

223168
Écoutes à 100 %

Répartition des écoutes selon médias :

38 % Podcast
34 % Streaming
28 % Webradio

LES SUPPORTS DE COMMUNICATION

LE MAGAZINE DE DESTINATION # 6



Plus qu'une simple brochure touristique, le magazine est un outil au service de l'ensemble des acteurs de l'attractivité. Au-delà des incontournables attraits touristiques, on y trouve aussi 10 pages sur les savoir faire, les perspectives économiques, la qualité de vie du territoire et les informations nécessaires pour adopter l'attitude Manche « pour un jour ou pour toujours » !.

La sixième édition du magazine de destination a été imprimée à 81000 exemplaires, toutes versions confondues, soit un retour aux quantités d'avant la crise Covid. Il est toujours disponible en 6 langues : française, anglaise, allemande, néerlandaise, espagnole et italienne.

LA CARTE TOURISTIQUE

Outil indispensable aux touristes, aux professionnels et aux habitants du département la carte touristique est réalisée en collaboration avec les offices de tourisme de la Manche qui y font la promotion de leurs territoires respectifs. Elle a été imprimée à 65000 exemplaires en 2022, retrouvant là aussi un nombre d'exemplaires normal.



TRAVAIL SUR L'OFFRE TOURISTIQUE POUR AMÉLIORER L'EXPÉRIENCE VISITEUR

L'amélioration des infrastructures, des équipements, de la qualité des services, sont des éléments indispensables aux objectifs que nous nous sommes fixés en termes d'attractivité de notre territoire.

LE DÉVELOPPEMENT DES STATIONS BALNÉAIRES

L'agence accompagne depuis plusieurs années des stations balnéaires dans leur développement touristique et urbanistique. Les aménagements retenus permettent de répondre aux attentes actuelles des touristes, des résidents et avant tout des habitants en termes de mobilité et de partage des espaces.

Agon-Coutainville et Barneville-Carteret furent les premières à travailler ces sujets et nous voyons aujourd'hui des réalisations qui modifient l'image de ces stations :

- Aménagement de la RD 44 entre Agon bourg et le Passous, avec un aspect beaucoup plus apaisant de cet axe (redonner de la place aux piétons et aux vélos)
- Travaux sur la promenade maritime de Coutainville (revêtement et luminaires)
- Début des travaux de la place centrale de Coutainville, la place du général De Gaulle
- Nouveaux aménagements au niveau de la promenade André Lebouteiller à Carteret (de l'hôtel de la Marine à la gare maritime).



LE RÉSEAU D'INGÉNIERIE TERRITORIAL DE LA MANCHE IDM



Attitude Manche est l'un des membres du réseau d'ingénierie territoriale composé de 13 partenaires aux compétences diverses (Conseil d'architecture, d'urbanisme et de l'environnement CAUE, Labels Manche...) permettant ainsi d'apporter conseils et accompagnement aux collectivités sur différents projets :

- sollicitation de la commune d'Annoville pour une montée en gamme de son camping et un changement dans sa gestion,
- réflexion engagée avec le syndicat intercommunal d'aménagement du pays des marais sur la création d'un parc rural nature et santé sur l'espace de la base de loisirs centre Manche,
- participation régulière aux réunions sur le projet de gare multimodale à Pontorson,
- appui à la commune de Fermanville pour un projet de mise en tourisme du secteur du Viaduc (avec maison d'accueil, sentier d'interprétation...),
- réunions de préparation à la stratégie touristique et urbanistique, en lien avec le CAUE, de la commune de Saint-Vaast-la-Hougue.

MISE EN PLACE DE LA SIGNALISATION D'ANIMATION TOURISTIQUE SUR LE RÉSEAU ROUTIER DÉPARTEMENTAL

Initié en 2018 entre l'agence et le service des routes du département, le schéma départemental de signalisation touristique c'est aujourd'hui plus de 65 sites et lieux de visite (La Cité de la Mer, Musée et jardins Christian Dior...) mais également des villes disposant d'un label national (Barfleur, Saint-Pair-sur-mer...) qui bénéficient de panneaux routiers d'animation touristique.

Ce dispositif perdurera en 2023 ; les dossiers étant étudiés au cas par cas en fonction des critères définis dans la charte de signalisation touristique départementale.



RENFORCER LA STRATÉGIE DE MISE EN RÉSEAU AVEC NOS PRESTATAIRES & PARTENAIRES

DES PARTENARIATS AU SERVICE DE LA STRATÉGIE DE CROISSANCE TOURISTIQUE

Attitude Manche est engagée aux côtés du Comité Régional du Tourisme de Normandie dans le déploiement de la stratégie touristique régionale, en particulier sur les marchés étrangers et adhère au réseau Atout France pour ses actions à l'étranger. Un travail partenarial et concerté est mené avec les EPCI et en particulier les Offices du Tourisme dans la conduite des plans d'actions.

LE « CLUB DES OFFICES DE TOURISME DE LA MANCHE »

Ce club, créé en 2022 réunit trimestriellement les conseillers en séjours en charge de la commercialisation / promotion autour de réflexions communes et de découvertes de sites touristiques.

Les rencontres se réalisent sur toute la Manche, organisées par chaque territoire accueillant et pilotées par Attitude Manche.

La 1^{ère} a eu lieu en avril 2022 au « Manoir du Tourp » à Omonville La Rogue, la 2^e en juin au « Musée d'Art et d'Histoire » de Saint Lô, et la 3^e en octobre aux « Ateliers Saint James ».

Les échanges sont riches, variés et appréciés autour des grandes actions de promotions du territoire comme les salons IFTM TOP RESA ou Rendez-Vous en France, l'accompagnement de la mise en marché de prestataires / prestations, la prospection / l'accueil de nouvelles clientèles...



ACTIONS VERS LE « BTS TOURISME DE LA MANCHE »

En mars 2022, l'agence a accompagné les BTS Tourisme de Saint Lô sur un « Road Show Normand » dans les différents établissements scolaires proposant cette formation. Les élèves ont pu valoriser la Manche via le magazine touristique et une dégustation de produits locaux.

Et comme chaque année en octobre, nous participons au « Job Dating » du BTS Tourisme de Coutances : temps d'échanges avec les élèves, professeurs et autres professionnels du tourisme sur les emplois dans ce secteur d'activité.



FOCUS SUR LA FORMATION « CONCEVOIR ET COMMERCIALISER UN PRODUIT ITINÉRANT PACKAGÉ »

Afin de mieux appréhender les besoins de ces clientèles itinérantes émergentes, et en partenariat avec le Tour-Opérateur Visit Ouest spécialisé sur l'Outdoor, nous avons proposé à nos offices de tourisme une journée de formation en décembre dernier.

L'ensemble des territoires a répondu présent et a pu s'informer / se perfectionner sur les organismes immatriculés, le recensement de l'offre, l'élaboration de packages et les stratégies de distribution.

L'OBSERVATION DE LA FRÉQUENTATION TOURISTIQUE

OBSERVATOIRE TOURISTIQUE

L'observatoire d'Attitude Manche est un outil au service des missions de l'agence d'attractivité, du territoire et de ses prestataires et partenaires. C'est un outil de connaissance de la fréquentation touristique et de ses clientèles, et également de la structuration du territoire sur différents prismes (emploi, logement, population...).

Il est aussi un outil d'aide à la décision pour les plans de développement et marketing en fournissant la matière en données et analyse, pour les institutionnels et les privés (professionnels, porteurs de projet...).

- Analyse des données de fréquentation touristique avec Flux Vision Tourisme
- Fiches par marché de clientèles
- Analyse des différents secteurs d'activités liés au tourisme : les sites et lieux de visite (RIET), hôtellerie et campings (INSEE), locations de vacances (centrale Labels, Liwango), offre d'hébergement
- Suivi de la fréquentation des activités outdoor via les éco-compteurs (randonnée, vélo) et évaluation de l'impact de la coupe de monde de Cyclocross
- Suivi des tendances avec les enquêtes de conjoncture
- Enquête clientèle : auprès des clients Labels Manche sur l'impact de la météo, auprès des passagers de Manche Iles Express
- Analyse des données des migrations résidentielles et liées au logement
- Suivi des indicateurs de l'emploi

Afin d'assurer une bonne diffusion de l'information, la vulgarisation, la mise à disposition et la communication des travaux de l'observatoire sont essentiels. Tableaux de bord et bilans sont accessibles sur la rubrique observatoire du portail professionnel d'Attitude Manche : <https://pro.attitude-manche.fr/observatoire/>

Un memento des chiffres-clés est également édité chaque année.



LA BASE DE DONNÉES TOURINSOFT

L'organisation mise en place avec les Offices de Tourisme en ce qui concerne la gestion de la base de données Tourinsoft n'a pas connu en 2022 de changements majeurs.

6 d'entre eux (Office de Tourisme du Cotentin, Côte Ouest Centre Manche, Coutances Tourisme, Saint-Lô Agglo, l'Office de Tourisme de Villedieu Intercom & l'Office de Tourisme Mont Saint-Michel - Normandie) sont souverains sur leur zone de compétence en ce qui concerne la mise à jour des offres, et ce toujours en synergie avec Attitude Manche qui assure techniquement la consultation annuelle.

Consécutivement à une montée en compétences des Offices de Tourisme en matière de RGPD (Règlement Général de Protection des Données), un soin plus particulier a été apporté en 2022 à la diffusion des offres sur les sites web des Offices de Tourisme. En effet, la consultation de mise à jour annuelle étant l'occasion de recueillir un consentement de la part des prestataires quant à l'acceptation de Conditions Générales d'Utilisation propres à chaque OT, ce consentement daté permet de réguler l'affichage d'offres touristiques sur les différents sites web.

Enfin, en fonction des possibilités internes et des besoins de chaque Office de Tourisme, des modules ou fonctionnalités de Tourinsoft ont été nouvellement utilisés, et ce parfois dans une démarche environnementale de diminution des éditions papier. Par exemple, 2 OT utilisent désormais la génération de e-brochures, exploitables dans la GRC pour répondre aux demandes d'informations touristiques (listes d'hébergements, calendriers de fêtes et manifestations). Aussi, pour alléger la charge de travail des OT, se généralise également l'exploitation de questionnaires web de saisie des manifestations par les organisateurs eux-mêmes, car ce sont plus de 9800 manifestations qui ont été saisies dans Tourinsoft en 2022 !

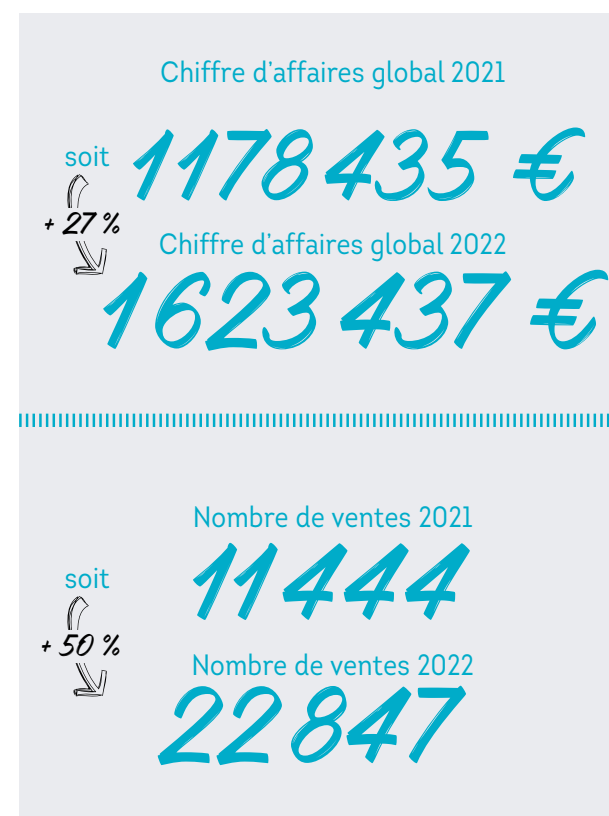
LA PLACE DE MARCHÉ

10 ans après sa création, la Place de Marché, plateforme de réservation en ligne de prestations touristiques, regroupe un nombre stable de près de 1200 prestataires touristiques (hébergements et prestations de loisirs) réservables en ligne sur plusieurs canaux de distribution : manchetourisme.com, normandie-tourisme.fr, les sites de certains offices de tourisme et le cas échéant les sites personnels des prestataires touristiques.

En ce qui concerne la répartition des ventes en 2022, près de 75 % des ventes sont réalisées sur les sites personnels des prestataires via l'intégration de widgets de réservation, 20 % sur les sites de nos partenaires (OT et CRT) et 5 % sur le site manchetourisme.com.

Sur l'année 2022, le chiffre d'affaires de la place de marché a atteint un nouveau record avec 1623437 €. Le niveau d'activité de réservation des hébergements diminue légèrement à 65 %, mais la progression de l'activité billetterie est, pour la 2^e année consécutive, très importante et explique l'augmentation du chiffre d'affaires global. La billetterie représente 35 % du chiffre d'affaires global mais 61 % du nombre global de ventes (14 028 ventes billetterie sur 22 847 ventes totales). Ceci implique donc mécaniquement une baisse du panier moyen de 103 € en 2021 à 72 € en 2022.

Enfin l'un des points marquants de 2022 est l'augmentation significative de la part des réservations fermes par rapport à la préréservation, et ce dans la mesure où les prestataires touristiques s'équipent de plus en plus de solutions de paiement par carte bancaire.



LA JOURNÉE DÉPARTEMENTALE DES PROFESSIONNELS DU TOURISME

Après 2 années de pause, cet événement incontournable du début de saison a pu voir sa dixième édition se tenir fin mars 2022. La bourse aux brochures départementales a tenu ses promesses en nombre d'exposants mais moins en nombre de visiteurs, la période étant sans doute encore à la prudence au niveau sanitaire. Les professionnels, heureux malgré tout d'enfin se retrouver, ont pu échanger et assister aux conférences sur l'actualité touristique : présentation de la formation " Titre Professionnel Chargé(e) d'accueil tourisme ", " Île Tatihou : 30 ans d'ouverture au public et un nouveau projet culturel et touristique ", " La Cité de la Mer : 20 ans d'émotion ", " État des lieux de l'accueil des camping-cars dans la Manche ".



OBJETIF

FAVORISER LA MISE EN MARCHÉ DE L'OFFRE TOURISTIQUE MANCHE

- Assurer la promotion et l'accompagnement de la programmation de la destination Manche auprès des professionnels du tourisme en assurant l'interface avec les prestataires touristiques.

PROMOTION SUR LES MARCHÉS BTOB

MARCHÉ FRANÇAIS

LA REFONTE DU SITE VOYAGISTE : VOYAGE-GROUPE-MANCHE.FR/



Sur ce site, on retrouve l'ensemble des destinations de la Manche avec les contacts des guides, des agences réceptives... les offres de loisirs, pour les groupes d'adultes, scolaires, pour le tourisme d'affaires... et toutes les brochures destinées aux professionnels.

WORKSHOP « RENDEZ-VOUS EN COTENTIN »



En collaboration avec l'Office de Tourisme du Cotentin, ce workshop a consisté à présenter des offres de séjour dans la Manche auprès d'une cible de professionnels du tourisme du Grand Ouest et Parisienne. Il a eu lieu en avril 2022 à Cherbourg.

EDUCTOURS

Un « Eductour Manche » en partenariat avec l'autocariste « Mont Voyages » basé à La Haye-Pesnel, a eu lieu en avril pour valoriser de nouvelles prestations touristiques (ex: Bateliers des Marais) auprès d'une clientèle Association et CE Manchois.

Un « Eductour Tourmag » dans le Sud Manche, en septembre en collaboration avec Normandie Tourisme, a permis d'accueillir des « grands patrons » de l'industrie touristique française qui ont pour habitude de se réunir annuellement et sur des régions de France différentes; (re) découvertes collectives de pépites locales et partage de commentaires et de positions sur les grands sujets du moment (ex: reprise postcovid).

SALON « IFTM TOP RESA » À PARIS

En septembre, l'agence a participé à ce salon professionnel en collaboration avec les offices de tourisme pour promouvoir et commercialiser des offres multicibles.



WORKSHOP RÉGIONAL MICE À BAGNOLES DE L'ORNE,

En novembre, l'agence a participé à ce salon spécialisé en tourisme d'affaires en collaboration avec Normandie Tourisme pour y présenter l'offre de tourisme d'affaires auprès d'une cible locale et parisienne.

MARCHÉS ÉTRANGERS

EDUCTOUR À DESTINATION DES AUTOCARISTES BELGES

En collaboration avec Normandie Tourisme, l'agence a accueilli La FBAA (Fédération Belge des Autocars et Autocaristes) dans le Cotentin et la Baie du Mont Saint-Michel en juin pour présenter valorisation du voyage en autocar comme mode de transport responsable sur une cible de jeunes adultes belges avec découvertes d'activités plus conviviales à réaliser en groupe; coastering, traversée de la baie...

LE SALON RENDEZ-VOUS EN FRANCE » EN MARS À NANTES

Organisé par « Atout France » pour maintenir la France et ses marques mondiales de destination dans la programmation des tour-opérateurs internationaux, il permet de rencontrer ces derniers lors de rendez-vous préprogrammés: Attitude Manche a rencontré une vingtaine de Tour-Opérateurs en provenance des Pays Bas / Suisse / Autriche / Grande-Bretagne / Brésil / Lettonie / France / Espagne / Allemagne et Belgique.

La Manche a également accueilli 3 délégations de Tours Opérateurs à cette occasion: un sur la thématique du DDay, un sur le thème « Gastronomie et Bien-être » et un dédié à la découverte globale de la Manche (sites de Cherbourg / Granville...): tous se clôturaient au Mont Saint Michel.

La vingtaine de Tour-Opérateurs participants provenait des USA / Canada / Suisse / Espagne / Norvège / Suède / Italie / Portugal / Grande Bretagne / Mexique / Danemark.



Ces actions ont été menées en partenariat avec Normandie Tourisme, l'Office de Tourisme du Cotentin et l'Office de Tourisme du Mont Saint-Michel - Normandie.

MULTI MARCHÉS : FRANÇAIS + ÉTRANGERS

Focus sur une nouveauté: édition en français et en anglais d'une brochure Outdoor à destination des professionnels Afin de sensibiliser les professionnels à nos activités outdoor, une brochure traduite en anglais, a été réalisée pour valoriser le GR 223, le service de portage de bagages, les grands itinéraires vélos... Ce support inclut les agences réceptives pouvant packager et commercialiser ces offres.





En baie du Mont Saint-Michel, la Voie Lactée depuis Tombelaine par Camille Niel

CENTRE D'AFFAIRES LE PHÉNIX
1283, avenue de Paris
50000 SAINT-LÔ
Tél. : 02 33 05 98 70
contact@attitude-manche.fr


#agence d'attractivité


LA MANCHE
LE DÉPARTEMENT

Ce document est édité par: Attitude Manche, agence d'attractivité de la Manche.
Conception: L'empreinte créa by HandiPRINT d'après une idée originale du Studio graphique Bleu-Nacré /
Pauline Baron Cochois pour Attitude Manche **Crédits photographiques:** Blue Planet Studio (AdobeStock),
Xavier Lachenaud (Attitude Manche), Pauline Baron Cochois (Attitude Manche), Camille Niel (Attitude
Manche) • Tous droits réservés. Mai 2022.

RETROUVEZ-NOUS SUR :



pro.attitude-manche.fr

attitude-manche.fr