

Attitude Manche

Retrospective

Bilans

Perspectives



RAPPORT
D'ACTIVITÉS 2024



CATHERINE BRUNAUD-RHYN

Présidente d'Attitude Manche

édito

Cher.e adhérent.e, cher.e partenaire,

Alors que l'année 2025 est déjà bien entamée, je vous invite, au travers de ce rapport d'activité, à revenir sur les actions de l'agence Attitude Manche au cours de l'année 2024.

Cette année 2024 aura été marquée tout d'abord par un important travail stratégique mené avec les élus de l'agence, vous-mêmes adhérents et l'équipe d'Attitude Manche pour lancer la « saison 2 » de la démarche d'attractivité en se

dotant d'une raison d'être et en challengeant les orientations stratégiques pour apporter des réponses à la hauteur des enjeux de demain et à vos besoins en tant qu'acteurs moteurs du territoire.

Parmi les actions structurantes, l'agence a mené un travail collaboratif avec les partenaires de la santé pour proposer une nouvelle feuille de route collective visant à attirer de nouveaux professionnels de santé et en priorisant les actions vers les internes en médecine accueillis sur le territoire.

Dans la continuité de celles de 2016 et 2020, une nouvelle étude d'image et de perception du territoire a été menée ; elle permet de mesurer l'évolution et le chemin parcouru dans la démarche d'attractivité sur différents items comme le cadre de vie, la dynamique économique, les services, l'activité touristique, etc.

Dans le domaine du tourisme, au delà du 80^e anniversaire qui a connu un afflux de touristes sans précédent, la démarche Equinoxe a fait l'objet d'un travail étroit avec les offices de tourisme et les acteurs du tourisme durable afin de structurer cette approche novatrice d'hospitalité et de préservation du territoire.

De nombreuses actions pour promouvoir la culture et le sport ont également été portées comme le « Pass Gold » qui au-delà de son succès sur les réseaux sociaux a permis de fédérer les organisateurs de festivals autour d'une action forte pour montrer la richesse et la diversité de l'offre musicale dans la Manche. La filière équine aura été brillamment mise en avant au travers du documentaire « D'herbe et d'embruns » dont la diffusion sur la plateforme M6+ est toujours en cours.

Enfin, le sujet de la dynamique économique et de la nécessaire attraction de talents a amené l'agence à travailler plus spécifiquement la cible des « expatriés » manchois, dont l'attachement au territoire est fortement revendiqué. Cela s'est traduit par une importante campagne de communication basée principalement sur des actions de relations presse et sur la mobilisation de l'écosystème digital d'Attitude Manche.

Positionner la Manche comme un territoire où il fait bon vivre et travailler est plus que jamais au cœur de la stratégie de l'agence et la récente enquête de perception démontre tout le potentiel encore à révéler à nos prospects. Le travail initié sur la marque employeur territoriale, le bien-vivre dans la Manche et la dynamique économique se poursuit en 2025 avec votre soutien.

Je souhaite exprimer ma gratitude au Département de la Manche et son président Jean Morin pour la confiance qu'ils portent en l'action de l'agence et pour leur précieux soutien financier.

Je tiens également à adresser des remerciements chaleureux aux membres du Bureau pour leur implication et leur exigence sans faille dans les décisions stratégiques de l'agence, aux membres du Conseil d'Administration pour leur disponibilité, à vous cher.e adhérent.e, cher.e partenaire, pour votre mobilisation dans la démarche et enfin à l'équipe d'Attitude Manche pour son dynamisme et son professionnalisme.

Je vous souhaite une bonne lecture de ce dense rapport d'activité 2024 à l'image de l'action de l'agence d'attractivité !

ÉTUDES, PROSPECTIVE ET VIE DE L'AGENCE.....	3
INFLUENCE.....	7
NOUVEAUX TALENTS.....	17
DÉMOGRAPHIE MÉDICALE.....	24
TOURISME.....	29
STRATÉGIE DE PRÉSENCE DIGITALE.....	42



ÉTUDES, PROSPECTIVE ET VIE DE L'AGENCE

FOCUS SUR... ATTITUDE MANCHE : raison d'être et orientations stratégiques

Après 7 ans d'existence, et pour faire face aux nouveaux enjeux démographiques, économiques et environnementaux que nous devons relever ces prochaines années, Attitude Manche fait évoluer son action en 2024.

Attitude Manche a été accompagnée par le cabinet ImmaTerra, spécialiste des démarches de transition stratégique et de coopération, dans la formalisation de sa raison d'être notamment via des ateliers de concertation avec l'ensemble des parties prenantes de l'agence.



RAISON D'ÊTRE

Porter une démarche d'attractivité et d'hospitalité singulière et ambitieuse, impliquant tous les acteurs du département autour de valeurs et d'actions communes, pour favoriser des équilibres démographiques et économiques durables, et un bien vivre dans la Manche



ORIENTATIONS STRATÉGIQUES

- Mobiliser le territoire pour préparer l'avenir
- Favoriser le bien vivre dans la Manche
- Créer les conditions d'une dynamique économique durable
- Préserver le cadre de vie face aux enjeux climatiques et sociaux

Ces orientations stratégiques suivent désormais les plans d'actions annuels concertés avec les adhérents de l'agence.



ENQUÊTE D'IMAGE ET DE PERCEPTION DE LA MANCHE



Tous les quatre ans, depuis sa création, Attitude Manche réalise une étude d'image pour mieux mesurer comment évolue la notoriété et la perception du territoire. Cette enquête s'adresse aussi bien aux habitants, aux touristes, aux personnes ayant un lien fort avec la Manche, ou encore à celles qui ont un projet de mobilité en province.

Elle permet d'évaluer la manière dont la Manche est perçue à travers plusieurs dimensions : sa dynamique économique, sa qualité de vie, son attractivité touristique, ainsi que ses perspectives d'avenir.

MÉTHODOLOGIE

7 publics différents ont été interrogés fin 2024 avec près de 6 000 répondants : habitants, anciens manchois, visiteurs, acteurs du monde de l'entreprise, associations et institutions, élus, nouveaux habitants du grand ouest, personnes en projet de mobilité.

Les résultats de l'enquête ont été publiés au printemps 2025.

ÉTUDE PROSPECTIVE DES IMPACTS ÉCONOMIQUES ET DES DYNAMIQUES DÉMOGRAPHIQUES DE LA MANCHE

Attitude Manche a réalisé en 2023 une étude sur les dynamiques démographiques du département de la Manche. Cette étude a permis de poser les bases de connaissance de la structuration de la population de la Manche, de son évolution et des projections ainsi que les principaux facteurs qui peuvent l'influencer. Il ressort de cette étude que la Manche fait face à un déclin démographique mais plus encore à un vieillissement accentué de sa population. Ce phénomène devrait s'amplifier selon les projections de population, avec une perte de la population jeune et active et un accroissement de la population senior.

Afin d'orienter et objectiver ses actions et d'engager ses partenaires, Attitude Manche a souhaité mesurer les impacts des dynamiques démographiques sur les années à venir sur l'économie et les entreprises de la Manche ainsi que l'envergure des actions à mener pour compenser cette déprise démographique.

L'étude prospective a été confiée à KPMG secteur public et les résultats ont été livrés en janvier 2025. Elle a ainsi permis d'estimer :

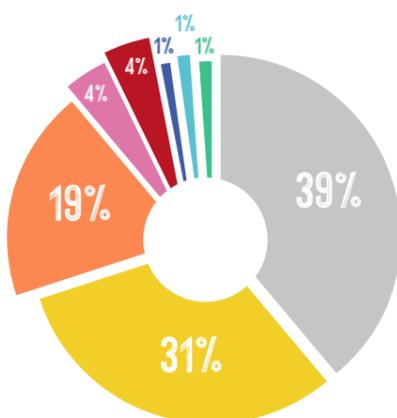
- Les besoins en salariés à l'horizon 2050 et au regard des projections démographiques de la population active, le déficit potentiel de main d'œuvre.
- Le manque à gagner pour le territoire au regard de ces déficits.
- L'impact sur les modèles de développement des territoires.

VIE DE L'AGENCE

BILAN CARBONE

En tant qu'acteur engagé et dans le cadre de sa stratégie RSE, Attitude Manche a réalisé un bilan de ses émissions de gaz à effet de serre via le Diag Décarbon'action proposé par Bpifrance, en partenariat avec l'ADEME et en collaboration avec l'ABC.

L'accompagnement a été réalisé par la société PFA Carbone.



Le profil des émissions de GES d'Attitude Manche est typique de celui d'une activité de services : les principaux enjeux résident dans :

DÉPLACEMENTS
 ACHATS DE SERVICES
 ACHATS DE BIENS ET MATIÈRES
 IMMOBILISATIONS
 FIN DE VIE DE LA DOCUMENTATION DISTRIBUÉE
 FRÊT
 ÉNERGIE
 DÉCHETS

La boutique M'Fabrik contribue à hauteur de 19% du bilan total, les événements à hauteur de 17%.

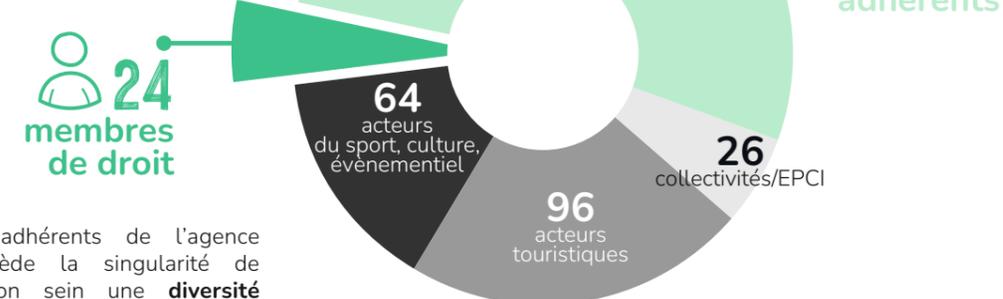
Le taux d'incertitude est de 16%. Attitude Manche s'inscrit dans une démarche d'amélioration continue.

Ce premier exercice de Bilan GES permet d'identifier les principaux leviers d'action.

LES ADHÉRENTS

L'association est composée de membres de droit et de membres adhérents.

Au 31 décembre 2024, l'agence comptait 430 adhérents :



Le réseau des adhérents de l'agence d'attractivité possède la singularité de rassembler en son sein une diversité d'acteurs du territoire.

L'agence crée des opportunités de rencontres et de synergies entre ses adhérents pour favoriser la dynamique du réseau.

LES OUTILS ET SERVICES DESTINÉS AUX 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 :

- Une médiathèque avec photos, vidéos, logos
- Tous les éléments de la marque Attitude Manche pour des déclinaisons sur les supports de communication produits par les adhérents
- Des affiches et cartes postales du territoire,
- 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 :

- 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, etc.)



LES NEWSLETTERS

Une newsletter trimestrielle est envoyée aux adhérents. Celle-ci permet de révéler par thématique les grandes actions portées par l'agence et les temps forts à venir. Des newsletters dédiées à certains événements spécifiques sont également envoyées au cours de l'année à l'ensemble des adhérents.

Comme par exemple l'invitation à la soirée de l'agence

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.



RENCONTRES ET TEMPS FORTS ENTRE ADHÉRENTS

LA SOIRÉE BIANNUELLE DE L'AGENCE

Une soirée 100% locale autour de la **dynamique culturelle manchoise**.

Plus de **200 personnes** étaient réunies jeudi 13 juin 2024 à la salle Le Normandy à Saint-Lô pour un moment de réflexion et de partage autour de cette thématique forte pour le territoire.

3 TABLES RONDES

« La culture au service de l'attractivité des territoires »

« La Manche sur grand écran »

« La Manche, source d'inspirations créatives »

et ont donné lieu à des échanges riches sur l'énergie créative et la dynamique culturelle dans la Manche.



Élus, producteurs, artistes et créateurs locaux ont évoqué leur expérience.

Pour compléter le tout, une **restauration locale** avec plusieurs food truck et cocktails gourmands et un concert de Lewis Evans ont clôturé ce moment convivial empreint de belles énergies.

Cette soirée a permis de rappeler l'importance de l'offre culturelle dans l'attractivité du territoire.

PETIT-DÉJEUNER D'ACCUEIL DES NOUVEAUX ADHÉRENTS

Attitude Manche renouvelait cette année l'**accueil des nouvelles structures adhérentes** autour d'un petit-déjeuner de bienvenue.

Le format proposé a évolué pour mettre l'accent sur les enjeux des adhérents et trouver des synergies communes au bénéfice du territoire.

2 matinées de convivialité et de rencontres entre nouveaux adhérents ont réuni une vingtaine de personnes.

VIE STATUTAIRE

ASSEMBLÉE GÉNÉRALE	Jeudi 13 juin 2024
CONSEIL D'ADMINISTRATION	Jeudi 14 mars 2024
	Jeudi 23 mai 2024
	Jeudi 3 octobre 2024
	Jeudi 12 décembre 2024
BUREAU	Mercredi 7 février 2024
	Jeudi 18 avril 2024
	Jeudi 12 septembre 2024
	Jeudi 5 décembre 2024



INFLUENCE

Q ACTION FOCUS D'HERBE ET D'EMBRUNS



La filière équine, est **une filière d'excellence** et une discipline identitaire des loisirs nature de la Manche. Pour améliorer la notoriété de la filière cheval, Attitude Manche a initié, en partenariat avec le Fond Eperon et les acteurs de la filière équine, la réalisation d'un documentaire visant à révéler son savoir-faire et son ancrage sur le territoire au travers des portraits de deux éleveurs et d'une équi-thérapeute passionnés.

La réalisation de ce documentaire a été confiée à Céline Gualde, journaliste, réalisatrice et éleveuse de chevaux et la production à la société 2P2L.

Lancé en Mai 2024, à la veille des Jeux Olympiques et Paralympiques, le documentaire de 47 minutes avait pour objectifs de :

- » Positionner la Manche comme l'un des territoires d'élevage équin d'excellence auprès des non-initiés
- » Faire venir des personnes dans la Manche pour cette filière : touristes équestres, professionnels de la filière, professionnels passionnés par le cheval qui viennent s'installer pour leur passion...
- » Fédérer les acteurs de la filière autour de ce projet
- » Toucher l'audience la plus large possible avec une stratégie de distribution adaptée, afin de faire rayonner la Manche en dehors de ses frontières
- » Valoriser la filière équine auprès des manchois et susciter de la fierté d'appartenance

UN PLAN D'ACTION MULTI-CANAL

UN PARTENARIAT EXCLUSIF DE DIFFUSION SUR M6

- » Diffusion exclusive sur la plateforme M6+ jusqu'en Juin 2025
- » Diffusion M6+ et Bande Annonce sur M6 lors du Grand prix de Diane (500 000 vues) le 16 juin 2024
- » Communication M6+ : et mise en avant sur la homepage, Newsletter abonnés, notifications sms -> top 10 de la catégorie Info & société sur la plateforme lors de sa sortie le 14 juin



INTERVIEW

- » Une conférence de presse à Paris le 21 mai avec présence de 10 médias généralistes et spécialisés
- » 12 retombées presse : presse locale (Ouest France, La Manche libre, la Presse de la Manche) et spécialisée (Cheval Magazine, Le Cheval, Jour de Galop), etc.

CINÉMA

- » Avant-première le 23 mai au cinéma de Saint-Lô avec 150 personnes
- » Diffusion cinéma à Saint-Lô et Avranches avec une cinquantaine de spectateurs
- » Normandie Horse Show : diffusion plein air le 2 août auprès de 200 personnes
- » Diffusion lors du jumping 4* de Saint-Lô
- » Diffusion et présentation dans 2 collèges : Pasteur Saint-Lô et le collège Pontorson



RÉSEAUX SOCIAUX

- » Communication sur les réseaux sociaux d'Attitude Manche



- » Relais sur les réseaux sociaux de certains acteurs de la filière
- » Partage auprès de nombreux influenceurs et cavaliers ayant une forte communauté sur Instagram



RECORD DE TRAVERSÉE GRANVILLE - CHAUSEY EN WINGFOIL 2 NOVEMBRE 2024

Orane Ceris (12 700 abonnés sur Instagram) et Alan Fedit (5 200 abonnés sur Instagram) ont effectué la traversée Granville-Chausey en moins de 30mn en wingfoil.

Réalisation d'une vidéo dédiée et action de relations presse



13 retombées dans la presse locale et spécialisée



72 000 vues tous réseaux confondus

KITE SURF 14 NOVEMBRE 2024

Accueil de **Charlotte Carpentier**, vice-championne du monde de Kite surf – 13 200 abonnés sur Instagram

Réalisation d'une vidéo destinée aux réseaux sociaux :



73 500 vues

LES ACTIONS EN FAVEUR DU SPORT

En 2024, plusieurs accueils d'influenceurs et sportifs ont été réalisés sur les disciplines identitaires. Ces accueils avaient pour objectif de bénéficier de l'audience des influenceurs sur les réseaux sociaux, afin de développer la notoriété de nos pratiques et de mettre en lumière les atouts du territoire pour ces différentes activités. Une valorisation audiovisuelle a été réalisée pour chaque accueil avec diffusion sur les réseaux sociaux de l'agence et ceux de l'influenceur-sportif.

CHAMPIONNAT DE FRANCE DE CYCLISME SUR ROUTE 20 AU 23 JUIN 2024

Accueil de deux influenceurs français, cyclistes compétiteurs :

Quentin Ruel

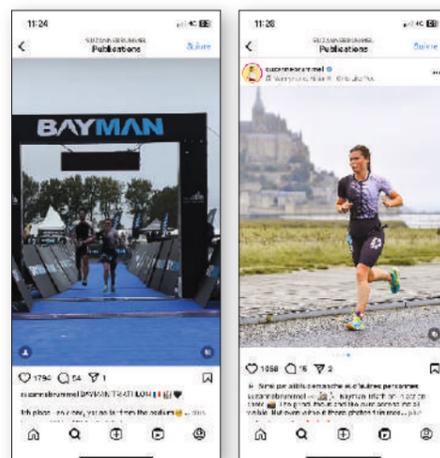
31 000 abonnés sur Instagram et 51 500 sur Youtube

Noémie Rochard

16 600 abonnés sur Instagram

Au total, les contenus produits par ces influenceurs (posts, vidéos, reels et stories) ont généré près de 500 000 vues.

Suzanne Brummel, triathlète néerlandaise
86 500 abonnés sur Instagram
2 posts (vidéo et photos) : près de 3000 like



VALORISATION DE L'ESPACE CYCLOSPORT

Mise en lumière la pratique sportive du vélo dans la Manche avec la publication de la vidéo dédiée aux espaces cycloports du territoire (60 000 vues sur les réseaux sociaux).

BAYMAN 5 ET 6 OCTOBRE 2024

Accueil de deux influenceuses avec pour objectif de toucher des amateurs de triathlon français et étrangers.

Julie Lemmolo, triathlète française professionnelle

35 000 abonnés sur Instagram
2 vidéos et 2 posts : plus de 3500 like



LES BLOGUEURS HELLO TRAVELERS DANS LA MANCHE À L'OCCASION DE LA MAD JACQUES TREK DANS LA HAGUE DU 4 AU 6 OCTOBRE 2024 !

Pour mettre en lumière l'itinérance hors saison sur les réseaux sociaux, Attitude Manche a accueilli Margot et Julien, du blog Hello Travelers. Ils ont testé un séjour à pied, de Barneville-Carteret à Omonville-la-Rogue. Au programme : quatre jours de randonnée, dont trois étapes avec la Mad Jacques.

Cette aventure, réalisée de gare à gare, valorise également les mobilités douces et donne aux lecteurs une belle idée de séjour dans la Manche.

Leur vidéo a été visionnée plus de 75 000 fois sur les réseaux sociaux, et les stories ont cumulé plus de 140 000 impressions. Un article complet, avec l'itinéraire, des idées d'hébergement, de bonnes adresses et de nombreux conseils, sont également disponibles sur leur blog.

LES ACTIONS EN FAVEUR DE LA CULTURE

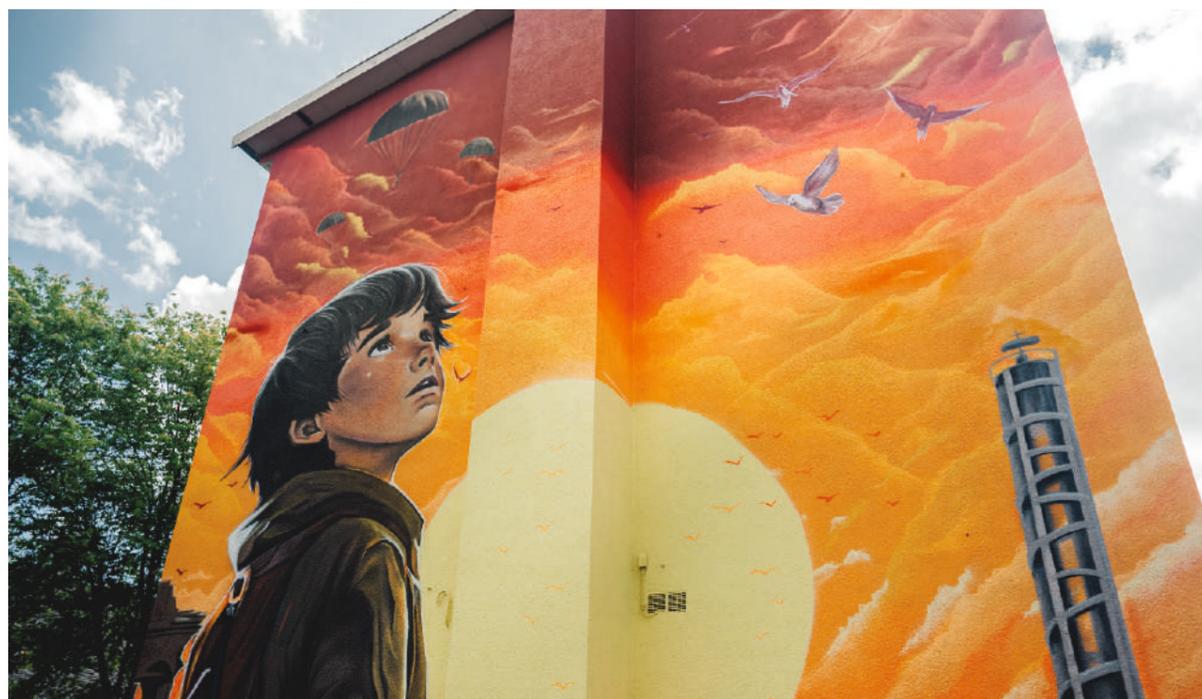
PASS GOLD 2024

Dans le cadre de la valorisation de la culture dans la Manche, l'agence, en partenariat avec les festivals du territoire, a réalisé un concours pour faire gagner un Pass Gold qui donne accès à plus de 20 festivals de musique sur tout le territoire pour deux personnes sur l'année 2024.

Le concours a été posté sur Instagram dans l'objectif de **toucher une cible jeune**. Dans la volonté de **créer de l'engouement** autour de ce concours, toute une phase de teasing a été réalisée en amont. En parallèle, une série de contenus dédiés aux festivals a été postée sur Instagram le temps du concours pour **valoriser les partenaires et la culture manchoise**.

Boosté sur une semaine, le post du concours a touché 45 000 comptes, cumulé 8200 interactions globales avec **4600 commentaires pour participer**. L'engouement a créé du trafic sur notre page Instagram avec 1500 visites de profil et près de 500 abonnés supplémentaires.





RÉALISATION D'UNE FRESQUE PAR L'ARTISTE BLESEA – 80^{ÈME} ANNIVERSAIRE DU DÉBARQUEMENT

À l'initiative d'Attitude Manche et en partenariat avec la ville de Saint-Lô, la réalisation d'une fresque sur le mur de l'école de musique de Saint-Lô avait pour objectifs de :

- » Symboliser le tourisme de mémoire à l'occasion du 80^{ème} anniversaire du débarquement dans une ville emblématique de la reconstruction.
- » Matérialiser la dynamique culturelle manchoise en s'associant avec Blesea, artiste reconnu dans le milieu du graff et avec une belle notoriété sur les réseaux.
- » Anticiper la transition mémorielle vers les plus jeunes publics au travers d'un projet attractif.

Visibilité de l'opération :  

- » Post FB par Blesea : 5 400 réactions, 600 commentaires, 890 partages.
- » Compte Instagram Blesea (39K followers) : 30 000 vues.
- » Un post vidéo sur le compte Attitude Manche a touché 36 600 personnes.
- » Sur Instagram, plusieurs publications ont touché 25 740 personnes.

Retombées médias



PRODUITS & SAVOIR-FAIRE

LA M'FABRIK

Le local du 47 Rue Havin à Saint-Lô, est un **espace plurifonctionnel** qui permet à Attitude Manche d'avoir un ancrage local pour accueillir du public, y valoriser et vendre des produits 100% manche.

Des espaces d'exposition ou de travail sont à disposition de ses adhérents ou partenaires pour des actions de valorisation du territoire.



En juin 2024, la M'Fabrik a fêté ses 3 ans d'existence.

RÉSULTATS 2024


18 908
articles vendus


18 908
tickets-factures


131 928 €
de chiffre d'affaires
↑ **SOIT +24 %**
VS 2023


22 458
produits achetés
aux producteurs

LES TEMPS FORTS

Mise en place d'un calendrier annuel d'animations avec système de réservation en ligne

Création d'offres packagées pour les CSE des entreprises adhérentes

Création d'une box de produits et une sélection spéciale 80^{ème}

3^e anniversaire de la boutique

COMMUNICATION

- » Développement de la communauté Facebook (de 800 à 950 abonnés).
- » Mise en place d'une page d'atterrissage pour valoriser les actualités de la boutique.
- » Un partenariat avec Coté Manche pour optimiser la communication.

Mise en place d'une newsletter pour communiquer sur les nouveautés et instaurer un lien avec les clients. Elle est envoyée tous les trimestres dans le but d'informer des nouveautés, des ateliers, des actions de communication (calendrier de l'aveut).

 **304** abonnés en 2024
64,97% de taux d'ouverture
13,77% de taux de réactivité



LA BOUTIQUE EN LIGNE

OBJECTIFS

- Valoriser les savoir-faire et produits identitaires de la Manche.
- Compléter le parcours client de l'écosystème digital.

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-cadeau etc. Les produits sont livrés à domicile ou sont à retirer sur place dans les locaux de l'agence.

NOUVEAUTÉ 2024
La mise en place du **Franco de port** à partir de **40€ d'achat sur le site**

CHIFFRES 2024

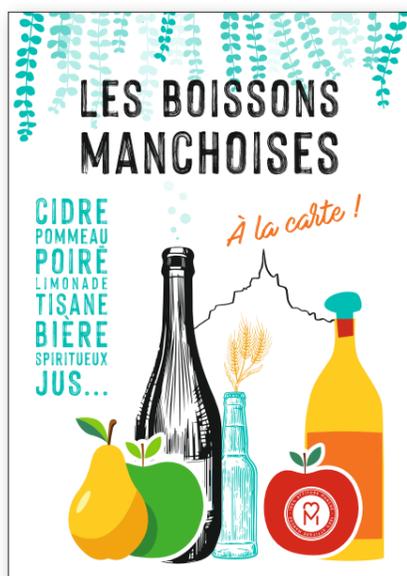
TOP 3
des produits les plus vendus


Coffret souvenir du Dday
Topoguide Tour du Cotentin – GR223
Sabot à huître

275 produits

147 commandes
(277 articles vendus)
pour un CA de **4 757€**
et un panier moyen de **32,36 €**

LES BOISSONS MANCHOISES



Le 28 octobre 2024, pour la 2^e année, Attitude Manche a organisé un événement de rencontre entre les professionnels de la restauration et les producteurs de boissons du territoire.

OBJECTIFS

- Inciter tous les acteurs de la restauration à proposer une boisson manchoise à leur carte.
- Renforcer l'identité et la fierté d'appartenance au territoire.
- Réunir, lors d'un moment convivial, les producteurs et les acteurs de la restauration.
- Découvrir l'étendue de l'offre de boissons de la Manche.

AU PROGRAMME

ATELIER ACCORD
METS ET BOISSONS

DÉMONSTRATION
DE MIXOLOGIE

CONCOURS
DE COCKTAIL

28 producteurs de boissons étaient présents à cet événement gratuit pour rencontrer bars, restaurants, épiceries fines, grossistes, campings, festivals, chambres d'hôtes, ...

Un centaine d'acteurs de la restauration ont fait le déplacement.

Dans une ambiance conviviale, ils ont pu se rencontrer, échanger, participer aux ateliers et déguster les nombreuses boissons manchoises présentes sur les tables.

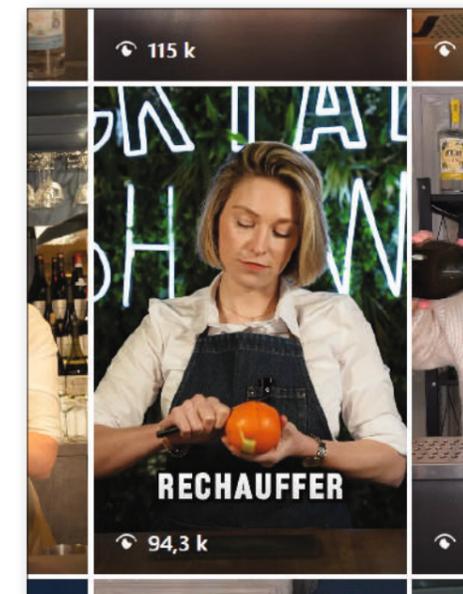


COLLABORATION ANNE-LISE BARTENDER

OBJECTIF

- Faire rayonner les produits locaux pour les fêtes de fin d'année à l'échelle nationale auprès d'un public jeune. Attitude Manche a réalisé une vidéo autour d'un cocktail manchois avec une influenceuse mixologue.

INSTAGRAM	ATTITUDE MANCHE	@ANNE-LISE BARTENDER	TOTAL
Vues	7941	90778	98719
Followers touchés	66,7%	48,11%	
Non Follower touchés	33,3%	51,9%	
Comptes touchés	5675	56463	62138
J'aime	133	1900	2033
Commentaires		33	
Vues Story complémentaire	4170	25023	29193



VALORISATION DES PRODUITS ET SAVOIR-FAIRE

LORS DES GRANDS ÉVÈNEMENTS

OBJECTIF

- Donner de la visibilité aux produits manchois lors de périodes de forte affluence sur le territoire.

ACTIONS RÉALISÉES

Réalisation d'un annuaire des producteurs proposant des offres dédiées au 80^{ème} et information de tous les restaurateurs et hébergements de la Manche (1200 contacts).

Déclinaison d'une charte graphique pour valoriser les produits et mettre aux couleurs la boutique en ligne.

Mise en place de package de produits locaux clé en main pour les cadeaux d'accueil sur le territoire.

Accompagnement de Manche Terroirs pour la mise en place d'un espace de valorisation à Sainte-Mère-Église.

Réalisation d'une vidéo mettant en lumière les entreprises de production situées sur le parcours de la flamme olympique.

ACTIONS PARTENARIALES

PARTICIPATION SALON PROALIM

Relais d'information et organisation d'une animation cocktail lors de cet événement de mise en relation des producteurs et des acteurs de la restauration portée par la CMA et la chambre d'agriculture.



INFLUENCES



SOUTIEN AOUTCIDER

Attitude Manche a participé à l'organisation du festival Aoutcider en partenariat avec l'AOP cidre cotentin. Un projet innovant apportant la culture dans les vergers et permettant de toucher un nouveau public et une nouvelle façon d'aborder le cidre.



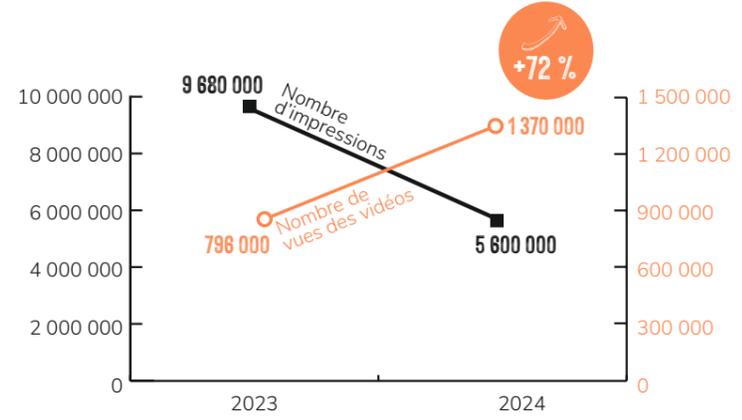
PARTENARIAT DCLIC

Organisation d'un cocktail événementiel pour mettre en avant les produits du territoire aux yeux des 200 professionnels présents à cet évènement organisé par Manche Numérique.

LES RÉSEAUX SOCIAUX : STATISTIQUES ET ÉVOLUTIONS

INSTAGRAM

La campagne *la Manche en hiver* avait en 2023 fait exploser les impressions atteignant 9 680 000. Cette année, le succès a été plus constant avec un temps fort de la campagne « expatriés » très efficace moins marqué permettant de toucher nos cibles de manière assez équivalente toute l'année.



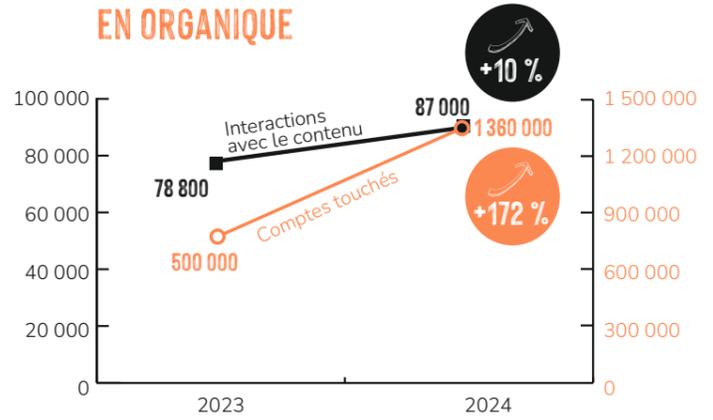
Des campagnes bien ciblées qui ont permis de toucher les cibles désirées sur la sponsorship.



Des contenus très variés en 2024 avec des rendez-vous internationaux forts (80^{ème} anniversaire du Débarquement, JO). Plus de publications liées à l'attractivité (campagne expatriés, story sur le service hospitalité et la marque employeur, etc) et l'accentuation des contenus immersifs au format Reels filmés au téléphone qui montre un bel engouement (20 000 vues de moyenne sur ce type de montages). Les carrousels au format top (top des spots pour le coucher du soleil, top des spots pour boire un verre, top des musées) et itinéraires (randonnée sur plusieurs jours à pied ou à vélo) continuent de performer et d'être largement enregistrés par les abonnés.

FACEBOOK

En organique, le réseau Facebook est difficile à animer, puisque META valorise les contenus payants et les campagnes de sponsorship. Par ailleurs, notre communauté sur ce réseau se situe plutôt autour des 40-65 ans (communauté d'origine du réseau datant d'il y a plus de 10 ans) ce qui explique le peu d'engagement sur des sujets que nous souhaitons pousser sur notre cible primo notamment l'emploi. En revanche, le réseau est un incontournable pour nos campagnes et montre à chacune d'elle sa puissance puisque nous arrivons à réaliser de belles performances avec des audiences bien travaillées.



De nouveau, c'est la saison hivernale qui montre un réel engouement ce qui confirme nos opportunités sur le hors-saison.

RELATIONS PRESSE

En 2024, Attitude Manche a fait le choix de s'entourer des services de l'agence de relations presse REVOLUTION'R avec

3 MISSIONS PRIORITAIRES

Révéler la dynamique économique manchoise au travers de filières et d'entreprises d'excellence

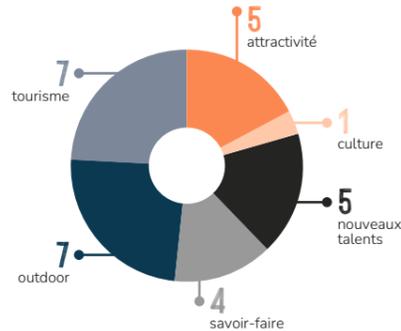
Construire la notoriété de la Manche en tant que destination outdoor

Faire rayonner la Manche et accroître sa notoriété en s'appuyant sur les événements sportifs et culturels

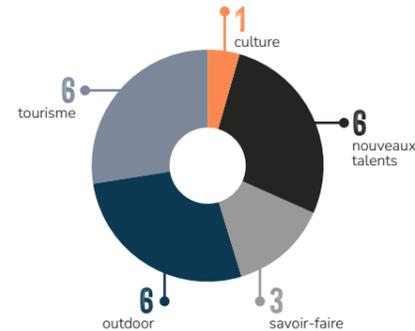
En parallèle, Attitude Manche a géré des communications auprès des médias locaux sur ses sujets régaliens.

51
communiqués de presse
envoyés aux médias
nationaux et locaux

29 COMMUNIQUÉS DE PRESSE ENVOYÉS
par ATTITUDE MANCHE



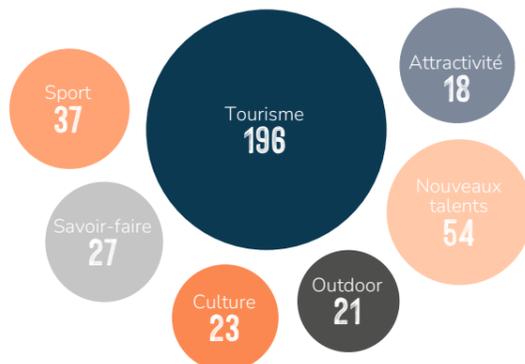
22 COMMUNIQUÉS DE PRESSE ENVOYÉS
par RÉVOLUTION'R



14
accueils
individuels de
journalistes

1
voyage
de presse

Au total, les communications presse ont généré
376 retombées ventilées comme suit :



COUVERTURE GÉOGRAPHIQUE

Départementale	84	Régionale	139
Nationale	136	Internationale	17

TOP retombées presse



NOUVEAUX TALENTS



ACTU FOCUS

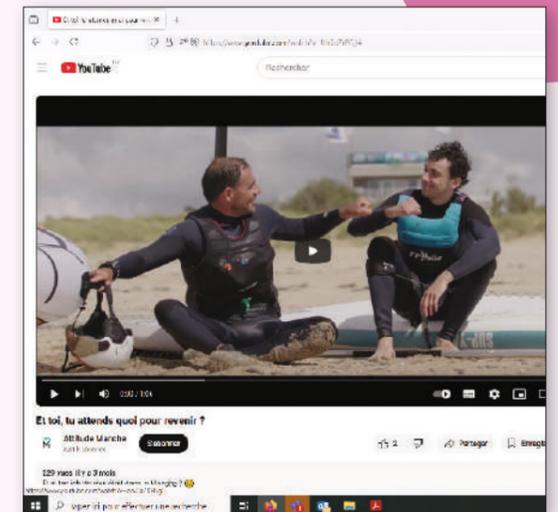
UNE CAMPAGNE DE COMMUNICATION À DESTINATION DES « EXPATRIÉS MANCHOIS »

ET TOI, TU
ATTENDS QUOI
POUR REVENIR ?

UNE CAMPAGNE VIDÉO POUR INCITER LES EXPATRIÉS MANCHOIS À REVENIR

En 2024, Attitude Manche a lancé une campagne pour s'adresser aux manchois ayant quitté le territoire et les inviter à envisager un retour aux sources. Avec le message « *Et toi, tu attends quoi pour revenir ?* », cette campagne met en avant les opportunités professionnelles et la qualité de vie qu'offre la Manche.

La campagne se matérialise par une série de **trois capsules vidéo** mettant en scène le retour de 3 personnages, ainsi que d'une quatrième vidéo qui compile ces trois parcours. Tout en mettant en avant le cadre de vie du territoire, ces vidéos déconstruisent les idées reçues sur l'emploi et démontrent qu'il est possible d'y mener une carrière épanouissante sans renoncer à ses ambitions. Trois profils distincts sont mis en avant : un jeune célibataire, un couple sans enfant et une famille avec deux jeunes enfants, évoluant chacun dans des secteurs d'activité variés. Cela permet d'insister sur la diversité des opportunités professionnelles sur le territoire.



Pour accompagner le dispositif vidéo, une page d'atterrissage de campagne a été créée sur **le site web** (« *Revenir dans la Manche : et toi, tu attends quoi ?* »). Conçue spécialement pour les expatriés, elle s'adresse à eux en jouant sur la connivence, leur rappelant ce qu'ils aiment dans la Manche tout en valorisant les offres d'emploi. Pour aller plus loin, des portraits d'expatriés revenus ont été écrits, apportant un éclairage complémentaire sur les parcours et les opportunités offertes par le territoire.

Déployée dès septembre, cette campagne a été renforcée pendant les fêtes de fin d'année, un moment clé pour toucher les expatriés de passage et sensibiliser leur entourage.

DISPOSITIF DE COMMUNICATION SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX

Entre septembre et décembre 2024, une large campagne dédiée a été lancée sur les réseaux sociaux (META : facebook et Instagram + YouTube).

Elle repose sur **un dispositif de 4 vidéos** (3 capsules courtes thématiques et la vidéo longue reprenant l'ensemble). La campagne a été construite comme suit :



La campagne de sponsoring a cumulé au total **5 600 000 de vues sur les vidéos** et **touché 4 200 000 personnes** pour **9580 clics** vers la **page dédiée** uniquement sur une cible 18-35 ans.

En parallèle, les contenus diffusés également en organique ont eu une belle résonance au regard de la thématique de l'emploi, pas toujours facile à aborder sur nos réseaux sociaux.

LES RELATIONS PRESSE

7 communiqués de presse, et une conférence de presse ont été organisés sur la dynamique économique et l'intérêt de cibler les expatriés manchois.

Ils ont généré **52 retombées** à l'échelle locale et nationale parmi lesquelles :



LA PLATEFORME WEB EMPLOI.ATTITUDE-MANCHE.FR

Emploi.attitude-manche.fr est un site satellite du portail d'attractivité, il a pour objectif de :

- Valoriser les offres d'emploi disponibles dans la Manche pour faire face à la pénurie de main d'œuvre dans certains secteurs d'activité.
- Mettre en lumière les entreprises qui ont des besoins de recrutement.

Le site emploi enregistre une belle progression avec **un trafic en hausse de 28%** comparé à l'année précédente. Le ciblage reste très pertinent compte tenu des objectifs puisqu'une grande majorité des utilisateurs sont localisés principalement en Île-de-France.

LES OFFRES D'EMPLOI

Des offres premium sont présentées dans un contexte de projet de changement de vie plus global avec un bloc dédié au service hospitalité de l'agence et au cadre de vie qui redirige vers le portail d'attractivité. Un flux avec France Travail, mis à jour quotidiennement permet de compléter le listing d'offres disponibles.

Malgré une baisse du nombre d'offres premium publiées sur le site, le nombre d'offres consultées est en hausse (+ 9%), et le niveau d'intérêt porté sur les offres premium excellent.

Sur **11 000 offres d'emploi** premium consultées, nous avons enregistré **plus de 3 240 clics** sur des boutons de contacts/partage soit un excellent taux de conversion de près de 30%.

Les sources de trafic sont variées et équilibrées. Les accès directs sont la première source de trafic (41%) suivi par les campagnes d'achats de mots clés (22%). Le trafic naturel (SEO) progresse et représente désormais 21% du trafic (+ 6 points). La part de trafic desktop / mobile est équilibrée.



LES PAGES LES PLUS CONSULTÉES

après la page d'accueil

- emploi.attitude-manche.fr/offres/
- emploi.attitude-manche.fr/coworking-teletravail/
- emploi.attitude-manche.fr/offres/secteur-activites=sante

STRATÉGIE DIGITALE ET SUPPORTS DE COMMUNICATION

LE PORTAIL DIGITAL ATTITUDE-MANCHE.FR

La **valorisation du cadre de vie** et de la **dynamique économique du territoire** est l'un des enjeux majeurs du site attitude-manche.fr. A ce titre de nombreux contenus ont été mis en scène à travers des formats éditoriaux variés, ils représentent environ 23% de l'ensemble des contenus du site.

Le **référéncement naturel** est la principale source de trafic (51%) suivi des campagnes d'achat de mots clés (28%) et des entrées directs (13%).

70 000 pages vues résidentiel (50 000 en 2023)

165 demandes via le formulaire de contact

AMÉLIORATION DU PARCOURS UTILISATEUR !

Afin d'accompagner plus efficacement les nouveaux talents dans leur projet d'installation, Attitude Manche a repensé leur parcours de navigation sur son site web. **Une nouvelle page « Vivre dans la Manche »**, pensée comme la porte d'entrée de l'attractivité résidentielle, capte les visiteurs dès le début de leur réflexion en leur proposant un contenu inspirant et une cartographie interactive du territoire. Elle les oriente ensuite vers des pages plus ciblées selon l'avancement de leur projet.



NEWSLETTER

Les newsletters dédiées aux nouveaux talents ont concerné la 4^e édition du salon, job dating « Je m'installe en bord de mer » afin de rencontrer des entreprises.



STRATÉGIE SEA

Les campagnes d'achat de mots clés ont pour objectif d'**augmenter la visibilité de la destination Manche** et de compenser un déficit de positionnement naturel sur certaines requêtes.

Deux campagnes d'achat de mots clés ont été menées tout au long de l'année 2024. Une première campagne d'attractivité générique. La seconde campagne est dédiée à l'emploi.

De manière générale, les campagnes ont connu une augmentation du coût par clic. Elles restent néanmoins performantes et ont permis de générer **17 377 clics** et **157 083 impressions**.

LINKEDIN

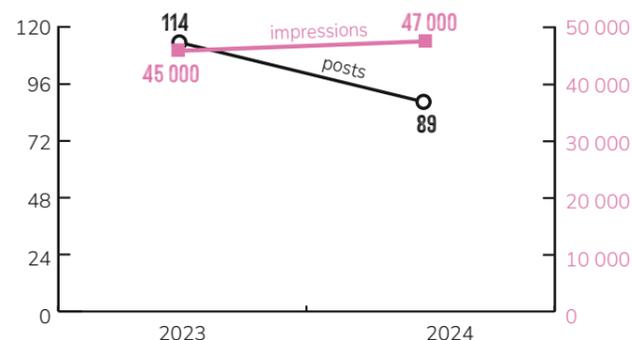
12 650
abonnés

+15%

81 300
vues
de vidéos

+25%

Les publications dédiées au cadre de vie et à la singularité du territoire sont les plus impactantes et ont réalisé de très bons résultats cette année, notamment sur 3 sujets : les grandes marées, les marais blancs et les lumières de la Manche. La variété des thématiques abordées en 2024 sur LinkedIn renforce toujours plus l'attractivité du territoire sur ce réseau avec des posts qui fonctionnent bien et qui tendent à aller davantage vers nos cibles de coeur.



LE MAGAZINE TALENTS



MA NOUVELLE VIE DANS LA MANCHE

Un magazine pour accompagner les nouveaux talents

En 2024, Attitude Manche a enrichi ses supports de promotion du territoire avec un nouveau magazine destiné aux jeunes actifs et aux familles en quête d'un nouveau lieu de vie. Intitulé Ma nouvelle vie dans la Manche, cet outil a été conçu pour informer, séduire et accompagner les futurs habitants.

Découpé en trois volets (s'installer, travailler, s'épanouir), le magazine met en lumière les atouts du territoire à travers des portraits inspirants de nouveaux arrivants et des focus sur les filières économiques, le cadre de vie ou encore les démarches liées à l'installation. Imprimé en mars, il est mis à disposition sur le site internet et est distribué gratuitement aux entreprises du territoire pour faciliter leur recrutement.

Il est également utilisé lors des événements dédiés à l'emploi et à l'attractivité, ainsi que par le service hospitalité pour accompagner les candidats et de les aider à mieux se projeter.

LES SALONS

JANVIER

SALON DU TRAVAIL ET DE LA MOBILITÉ À PARIS

Première édition de ce salon sous le format village Normand avec les cinq départements de Normandie.

110 exposants **19 792** visiteurs **200** contacts

SEPTEMBRE

LES 24H00 DE L'EMPLOI À CAEN

En partenariat avec Orano : « Binôme entreprise et territoire ».

60 exposants **1500** visiteurs **70** contacts

DU 9 AU 11 OCTOBRE

LE SALON VIRTUEL (PLATFORME SEEKUBE PLATFORME HELLOWORK)

1174 inscrits **62** entreprises **460** offres **340** RDV

BILAN

Sourcing France Travail/ APEC / Hellowrok

40 000 candidats touchés en direct.

Campagne média



Le Parisien

Campagne réseaux



1 170 727 impressions

Communauté de **6 906** membres

9161 clics

OCTOBRE

JE M'INSTALLE EN BORD DE MER : UNE SEMAINE POUR CHANGER DE VIE EN BORD DE MER



4^e édition du **Job dating** organisé par Caen La Mer, Calvados Attractivité, Attitude manche et Seine Maritime Attractivité. Cette année les organisateurs proposaient une formule hybride avec un job daiting virtuel dans la continuité de l'évènement présentiel.

Organisation d'une soirée networking avec conférence de Welcome to the Jungle « FUTUR »

2 demi-journées de salon **50** entreprises proposant une centaine d'offres d'emploi **300** profils qualifiés **10** arrivées post événement sur la Manche

SALON DE LA NOUVELLE VIE PROFESSIONNELLE

Première édition de ce salon sous le format village Normand avec les cinq départements de Normandie.

50 candidats qualifiés **70** exposants **3500** visiteurs



ÉVÈNEMENTS PARTENARIAUX

- » Normandie Campus Tour
- » Marque employeur territoriale présentation CNFPT
- » Club RH

NOVEMBRE

JOB DATING CAUX SEINE NORMANDIE

(fermeture d'usine sur ce territoire) Orano était présent avec ses offres d'emploi et Attitude Manche valorisait le cadre de vie et les services d'accompagnement à l'installation. 30 profils très qualifiés.



L'HOSPITALITÉ TERRITORIALISÉE

UNE GESTION PARTAGÉE DE LA RELATION PROSPECT

En 2024, le service hospitalité d'Attitude Manche évolue et a l'ambition d'une **démarche collective d'accueil** et d'accompagnement des nouveaux talents sur le territoire avec les 8 EPCI manchois et leur office de tourisme.

Depuis fin 2024, des **référents hospitalité** sont en place sur l'ensemble du territoire pour conseiller et accompagner les nouveaux habitants et faciliter leur intégration.

DÉPLOIEMENT DE L'OUTIL DE GRC « CATI »

Pour déployer le service avec le meilleur accueil et accompagnement possible sur l'ensemble du département, Attitude Manche s'est doté d'un **outil partagé de gestion et de suivi des contacts**, mis à disposition des EPCI. Il a pour vocation de collecter et gérer les informations détaillées des candidats et prospects à l'installation pour fidéliser et optimiser le suivi personnalisé de chacun.

L'outil permettra d'avoir des **indicateurs de mesure de l'activité d'accueil** des nouveaux actifs sur le territoire.

Ce dispositif innovant porte des valeurs d'**hospitalité** et d'**intégration** fortes.

 **232** candidats ont bénéficié en 2024 de l'accompagnement du service hospitalité d'Attitude Manche (84 installations concrétisées)

LES SOIRÉES ANCRAGE

Dans le cadre de l'accueil et de l'intégration des nouveaux talents recrutés sur le territoire, Attitude Manche propose pour la troisième année consécutive des « Soirées Ancrage ».

Ces soirées, organisées en partenariat avec les EPCI dont certains ont choisi de les organiser de manière autonome cette année, visent à **créer du lien entre les nouveaux arrivants** sur le territoire.

Le concept repose sur un **accueil convivial** dans un lieu emblématique ou un site de visite, suivi d'un **moment d'échange** autour d'une dégustation de produits locaux. Ces soirées permettent ainsi de **valoriser les atouts du territoire** tout en facilitant l'ancrage des nouveaux talents dans leur nouvel environnement.

En 2024, les différentes soirées ancrage ont rassemblé une centaine de nouveaux talents.



LA MARQUE EMPLOYEUR TERRITORIALE



APRÈS L'EXPÉRIMENTATION DE 2023

Attitude Manche poursuit l'engagement des acteurs de la démarche d'attractivité dans la **co-construction d'une marque employeur territoriale** reposant sur un label dont les objectifs sont de promouvoir et préserver le cadre de vie manchois et la dynamique économique du territoire auprès des salariés et futurs salariés.



EN 2024

La **création d'un référentiel commun** permettant de valoriser objectivement les acteurs économiques du territoire engagés pour le bien vivre dans la Manche est créé. Cette démarche est menée en partenariat avec la CCI Ouest Normandie auditeur du label.



DÉBUT 2025

Le label « **Employeur engagé pour le bien-vivre dans la Manche** » est lancé auprès des entreprises pour les inviter à s'inscrire dans cette démarche.





LA DÉMOGRAPHIE MÉDICALE

FOCUS SUR...

LE PLAN MARKETING DÉMOGRAPHIE MÉDICALE, FEUILLE DE ROUTE POUR L'ATTRACTIVITÉ MÉDICALE

En 2023, l'agence et plusieurs partenaires qui œuvrent pour la démographie médicale (Communauté d'Agglomération Mont Saint-Michel-Normandie, Union Régionale des Médecins Libéraux de Normandie, Fondation Bon Sauveur de la Manche, EPCI, URML, ARS Normandie, Villedieu Intercom, Coutances Mer et Bocage, Centres hospitaliers de Saint-Lô et Coutances, Hôpital privé de la baie, Centre hospitalier public du Cotentin, CPTS sud Manche, Communauté agglomération du Cotentin, CPAM, Communauté de communes Granville Terre et Mer, CHP du Cotentin) ont élaboré et diffusé une enquête afin de comprendre au mieux les motivations, freins ou aspirations des professionnels de santé.

Les résultats de cette étude ont permis d'élaborer un plan marketing, présenté au deuxième trimestre 2024 aux différents partenaires. Trois grands axes stratégiques sont définis : **ancrer une image de la Manche**, **enrichir l'expérience vécue** (pendant l'installation et dans l'équilibre professionnel & personnel) et **faire des professionnels de santé les prescripteurs** de l'exercice dans la Manche.

Le plan d'action prévoit plusieurs mesures concrètes :

<p>Renforcer l'accompagnement proposé par Attitude Manche</p>	<p>Développer une approche territorialisée pour l'hébergement des professionnels de santé et internes</p>	<p>Mettre en place un programme de découverte du territoire dédié aux internes, aussi bien en milieu hospitalier qu'ambulatoire, afin de leur présenter le cadre de vie et la dynamique médicale</p>
---	---	--

Ces initiatives visent

à faciliter l'installation

et à fidéliser des professionnels de santé sur le territoire.

LES SUPPORTS ET OUTILS DE COMMUNICATION

LA STRATÉGIE DE PRÉSENCE DIGITALE

» www.attitude-manche.fr

La rubrique destinée aux professionnels de santé sur le site emploi.attitude-manche.fr continue de se développer. Toujours mise en avant dans le menu principal, elle s'enrichit régulièrement avec un nombre croissant d'offres d'emploi dans le domaine de la santé et une mise à jour fréquente des cabinets médicaux disponibles. Elle propose également des informations sur les établissements de santé dans la Manche, les aides financières et les services d'accompagnement à l'installation.

En complément, les nombreux contenus valorisant le cadre de vie ainsi que les témoignages de professionnels ayant choisi de s'installer dans la Manche, renforcent le dispositif.

La rubrique santé en quelques chiffres :

7200
PAGES VUES
(vs 3500 en 2023)

935
OFFRES
de cabinets médicaux
disponibles consultées

ACTIONS VERS LES INTERNES ET LES ÉTUDIANTS EN SANTÉ

En partenariat avec les acteurs de la santé, l'agence d'attractivité va à la rencontre des internes en médecine pour leur faire découvrir tout ce que la Manche a à offrir : un cadre de vie agréable, des aides à l'installation proposées par le Conseil départemental et ses partenaires (CPAM, MSA, Région, ARS...), mais aussi de belles opportunités professionnelles avec des conditions d'exercice attractives et des structures de santé disponibles.

2 MAI ET 2 NOVEMBRE 2024

ACCUEIL DES INTERNES DANS LES HÔPITAUX

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. Ainsi, près de 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.

18 JUIN 2024

ACCUEIL DES INTERNES EN MÉDECINE AMBULATOIRE À SAINT-LÔ

L'agence d'attractivité a participé à une soirée d'accueil organisée par Saint-Lô Agglo à destination des internes en médecine ambulatoire du territoire Saint Loïs et de leurs tuteurs de stage. Cette soirée s'est tenue le 18 juin 2024 au restaurant la Maison à Saint-Lô.

Ce temps d'accueil a permis de mettre en lumière le cadre de vie de Saint-Lô Agglo tout en informant les étudiants sur les dispositifs d'aides proposés par l'Agglomération, le Département et l'agence d'attractivité.

Cette soirée a réuni 3 internes, 2 maîtres de stage et la coordinatrice de la Maison de santé de l'Elle et de la Vire.



3 OCTOBRE 2024**VALORISATION DES LIEUX DE STAGES
DANS LA MANCHE À LA FACULTÉ DE CAEN**

Chaque année, l'agence d'attractivité participe, aux côtés du Département de la Manche, à la pré-rentree des internes à la faculté de médecine de Caen pour leur faire découvrir tous les atouts d'un internat dans la Manche. L'occasion idéale pour échanger avec eux, leur présenter les nombreuses opportunités professionnelles et les conditions d'exercice attractives du territoire, mais aussi mettre en avant la qualité de vie qu'offre la Manche.

**26 SEPTEMBRE (APRÈS-MIDI)
ET 28 NOVEMBRE (SOIRÉE) 2024****ACCUEIL DES INTERNES DU SUD MANCHE**

Organisés conjointement par les acteurs du Sud Manche et l'agence, deux événements d'accueils ont été prévus afin de favoriser les échanges entre les internes en médecine, leurs maîtres de stage et les professionnels de santé locaux.

Le 26 septembre, le temps d'accueil de fin du 2^e semestre, s'est déroulé au Freedom, salle d'escalade à Granville, dans un cadre informel propice aux rencontres et aux échanges.

Le 28 novembre, en soirée, le 59 Bar et Bistrot à Avranches a accueilli une session de tables rondes et de rencontres médicales, pour débiter le nouveau semestre d'octobre, permettant aux internes d'échanger avec les acteurs du territoire sur les conditions d'exercice et les opportunités d'installation dans la Manche.

Ces deux temps forts ont rassemblé une soixantaine d'internes, ainsi que des maîtres de stage et des professionnels de santé du territoire. Cette initiative contribue à renforcer l'attractivité du territoire en créant du lien et en valorisant les conditions d'accueil des jeunes praticiens.

28 NOVEMBRE (SOIRÉE) 2024**ACCUEIL DES INTERNES DU COTENTIN**

L'agence a pu participer à la soirée d'accueil des internes pour leur 1^e semestre dans le Cotentin. L'événement s'est articulé autour d'un repas convivial, suivi d'une soirée d'échanges, offrant aux internes l'opportunité de rencontrer les acteurs de la santé du territoire dans un cadre informel. Cette rencontre a permis de mettre en avant les conditions d'exercice, les perspectives professionnelles et la qualité de vie dans le Cotentin.

**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, 36 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.

Suite aux résultats du plan marketing « Démographie médicale », une réflexion a été menée au cours de l'année avec les partenaires de la santé et les EPCI afin de proposer dès 2025 une nouvelle offre de découverte du territoire en remplacement des séjours découverte.

**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 <https://emploi.attitude-manche.fr> les offres d'emploi du domaine de la santé et les offres de cabinets disponibles.

**ACCOMPAGNEMENT DES ÉTABLISSEMENTS DE SANTÉ
(ADHÉRENTS) DANS LEUR RECRUTEMENT**

L'agence propose une offre de séjour découverte aux établissements de santé, centres hospitaliers notamment, dans le cadre de leurs recrutements. Il s'agit de séjours personnalisés de 2 jours/1 nuit d'une valeur maximum de 350€ permettant au professionnel de santé de découvrir le territoire et le cadre de vie. En 2024, 6 professionnels de santé (médecins généralistes ou spécialistes) ont bénéficié d'un séjour découverte.

LES ACTIONS PARTENARIALES**29 FÉVRIER ET 1^{ER} MARS 2024****PARTICIPATION AU CONGRÈS DES INTERNES
DE MÉDECINE GÉNÉRALE À ROUEN**

Chaque année, l'ISNAR-IMG, l'Inter Syndicale Nationale Autonome et Représentative des Internes de Médecine Générale, organise un congrès à destination des internes en médecine générale.

Ce congrès accueille en moyenne sur les deux jours 800 internes provenant de toute la France. En 2024, le congrès s'est tenu en Normandie, au Parc des expositions de Rouen.

Suite aux recommandations émises lors du congrès 2023, Normandie Attractivité a piloté la mise en place d'un pavillon normand. Les 5 départements/agences d'attractivité de Normandie étaient présents sur ce pavillon de 70 m², décoré aux couleurs de la Normandie.

L'agence d'attractivité de la Manche y était présente sur un module de 18 m² avec à ses côtés le Département de la Manche, la Communauté d'Agglomération du Cotentin, Saint-Lô Agglo et la Communauté d'Agglomération Mont Saint-Michel Normandie.

En 2024, l'agence est également venue accompagnée de 3 médecins généralistes de la Manche qui ont pu échanger avec les étudiants sur les conditions d'exercice et la qualité de vie dans la Manche.

Avec l'aide de l'agence, ces 3 médecins ont organisé et animé une conférence mettant en avant leur choix d'exercer dans la Manche.

Une vidéo promotionnelle a été réalisée lors de l'événement pour mettre en lumière ces professionnels de santé qui ont choisi la Manche pour exercer. Dynamique territoriale, proximité avec les habitants, environnement authentique et préservé... ce choix d'exercer dans la Manche, ce sont nos médecins qui en parlent le mieux.



Au cours de ce congrès, la Manche a accueilli sur son stand 350 internes. Un jeu concours organisé avec les partenaires a permis de recueillir leurs coordonnées. Les échanges ont été nombreux et ont permis de mieux connaître les attentes de ces jeunes en terme d'installation notamment. Beaucoup souhaitent débiter leur carrière par des remplacements avant de s'installer de manière pérenne.

21 AU 23 MARS 2024**PARTICIPATION AU CONGRÈS
DE LA MÉDECINE GÉNÉRALE À PARIS**

Cet événement se tient tous les ans au Palais des Congrès de Paris.

En 2024, l'agence a été invitée par Normandie Attractivité à participer à ce congrès sur un stand Normandie. Aucun autre département n'était présent.

L'objectif était de « tester » l'événement.

Ce congrès réunit principalement des médecins généralistes en activité (environ 60% des participants) et des internes en médecine (environ 30% des participants). Le programme s'articule autour de conférences et d'ateliers pratiques.

Les médecins viennent à ce congrès principalement pour s'informer sur les sujets d'actualité et les avancées médicales. Pour la plupart, ils exercent déjà en libéral ou en hospitalier et n'envisagent pas une installation ailleurs.

Ils étaient néanmoins preneurs d'informations touristiques sur le territoire.

10 ET 11 JUIN 2024**PARTICIPATION AUX JOURNÉES
ODONTOLOGIQUES À PARIS CITÉ (JOPC)**

2^{ème} édition organisée par l'association des étudiants de 6^{ème} année de l'UFR d'Odontologie de Paris Cité, dans le cadre de leur formation.

L'événement se tient au sein de l'Université Paris Cité à Montrouge (Hauts-de-Seine).

Les JOPC viennent clôturer la formation initiale des étudiants de 6^{ème} année.

Lors de ces 2 jours, 250 étudiants de 6^{ème} année sont réunis afin de présenter leurs travaux sous l'égide de leurs enseignants. Le congrès est rythmé par des moments de rencontres entre les étudiants, les enseignants et les exposants présents (banques, assurances, organismes de formation, URPS Ile de France, Fédération des Syndicats Dentaires Libéraux...). La Manche était le seul département présent avec, à ses côtés, le Département et la Communauté d'Agglomération du Cotentin.

Sur les 2 jours, nous avons rencontré 75 étudiants provenant majoritairement d'Ile de France.

A ce stade de fin d'études, les étudiants ne se projettent pas encore vers une installation en libéral. Beaucoup souhaitent faire des remplacements avant même d'envisager une collaboration.

Côté cadre de vie, les étudiants nous ont dit avoir beaucoup appris sur le territoire qu'ils ne connaissent pas ou peu. Certains aspirent à un meilleur cadre de vie et s'interrogent à quitter la région parisienne pour effectuer des remplacements. Pour beaucoup, il semble néanmoins plus rassurant d'effectuer des remplacements en région parisienne, là où ils ont déjà effectué leurs stages.

27 JUIN 2024

DOC'DATING À CAEN

Cet évènement – 1^{ère} édition en 2024 – a été organisé par l'ARS Normandie en partenariat avec l'Assurance Maladie, l'Ordre régional des médecins, l'Université de Caen, l'Union régionale des médecins libéraux (URML), l'association des médecins remplaçants de Normandie et le syndicat des internes bas-Normands (SIBN). L'évènement s'est tenu le 27 juin à Caen au stade Michel d'Ornano.

Un évènement similaire a été organisé à Rouen le 20 juin 2024.

L'évènement avait pour objectif de mettre en relation des médecins généralistes à la recherche d'un collaborateur, d'un remplaçant ou d'un successeur avec de jeunes médecins remplaçants ou internes en 3^{ème} année de médecine générale, pour leur permettre d'établir des contacts et de partager leur expérience.

Une trentaine de médecins de la Manche, du Calvados et de l'Orne étaient présents. Côté internes, 24 s'étaient inscrits mais une dizaine seulement sont venus. Les internes présents étaient réellement en recherche d'opportunités.

11 OCTOBRE 2024

PARTICIPATION À L'EDUC'TOUR MSA À VALOGNES

Pour la 3^e année consécutive, la Mutualité Sociale Agricole (MSA) des Côtes Normandes a renouvelé son évènement destiné aux étudiants en santé en fin d'étude. Cet évènement est organisé en partenariat avec les institutions de formation des filières médecine, pharmacie, infirmier, sage-femme, masseur-kinésithérapeute, travailleur social. Après 2 jours de séminaire théorique inter-professionnel à Caen, les étudiants ont participé à une journée terrain le 11 octobre 2024 au PSLA (Pôle de Santé Libéral et Ambulatoire) de Valognes. Cette journée visait à faire découvrir l'exercice professionnel en milieu rural et à promouvoir la pratique de l'exercice coordonné en santé. Cet évènement associe de nombreux partenaires : CPAM, Université de Caen Normandie, faculté de médecine et UFR des filières concernées, Conseil départemental de la Manche, Commune de Carentan-les-Marais, Hôpital de proximité de Carentan et Attitude Manche. Au total, une vingtaine d'étudiants a participé à cet évènement.

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 des médecins dans leur recherche de cabinet médical,
- 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.

Le Conseil départemental, quant à lui, a accompagné :

- 4 étudiants (4 en médecine générale et 0 en odontologie) par le versement d'indemnités de déplacement pour la réalisation de leur stage dans la Manche,
- 8 jeunes professionnels (7 médecins généralistes et 1 dentiste) par le versement de la prime d'exercice forfaitaire pour la réalisation de remplacements ou de collaborations dans la Manche.

EN 2024



31 MÉDECINS
(GÉNÉRALISTES OU SPÉCIALISTES)
ET DENTISTES

ET **24 PROFESSIONNELS**
PARAMÉDICAUX

ont été accompagnés dans leur projet d'installation.



12 ÉTUDIANTS ET INTERNES
ont été accompagnés dans leur recherche de logement.



6 MÉDECINS
(GÉNÉRALISTES OU SPÉCIALISTES)

ET **36 INTERNES**
ont bénéficié d'un séjour découverte du territoire.

TOURISME

FOCUS LE 80^e ANNIVERSAIRE DU DÉBARQUEMENT

Attitude Manche a œuvré à la valorisation de l'offre touristique en amont de l'évènement afin de le rendre visible auprès de ses publics touristiques pendant toute l'année 2024.

SUR LE WEB

Plusieurs nouvelles pages de contenus ont été rédigées pour valoriser la thématique et mieux se référencer sur les moteurs de recherche.

3 pages ont exclusivement été créées pour valoriser les évènements du 80^e :

- » Une page sommaire 80^e (page d'atterrissage du domaine dday-manche.fr)
- » Une page éditoriale avec une sélection d'évènements liés aux commémorations du Débarquement dans la Manche
- » Une page agenda des évènements du Débarquement dans la Manche avec une remontée des fiches tourinsoft

4 nouvelles pages ont également été créées pour densifier la thématique « Débarquement » :

- » Une page éditoriale sur l'architecture de la reconstruction dans la Manche (visite guidée de Saint-Lô reconstruite, urbanisme de Coutances et Saint-Hilaire-du-Harcouët)
- » Une page éditoriale expérientielle « de Sainte-Mère à Utah à bord d'une jeep » (visite guidée des chemins parcourus par les Alliés à bord d'une jeep d'époque)
- » Une page éditoriale expérientielle sur l'escape game Le Blockaus (retour sur la mission eureka lors d'une visite immersive)
- » Une page éditoriale « que faire à Sainte-Mère-Église ? » (idées visites et activités, bonnes adresses, où dormir, parachutages du 6 juin)



PAGES	51 148
VUES	46 179
VUES UNIQUES	43 237
	39 585

Données web du 1^{er} janvier au 31 mai 2024
Données web du 1^{er} juin au 9 juin 2024

SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX

Mise en valeur de nombreux contenus variés sur le sujet qui mêlent événementiel, tourisme et attractivité :



des **idées famille** pour vivre le Dday

des **idées de musées** à découvrir pour le Dday

des **informations pratiques et logistiques** pour les évènements

des **inspirations d'activités** par secteur géographique (Utah, Sainte-Mère-Église)

des **actualités** (Fresque de Blesea)

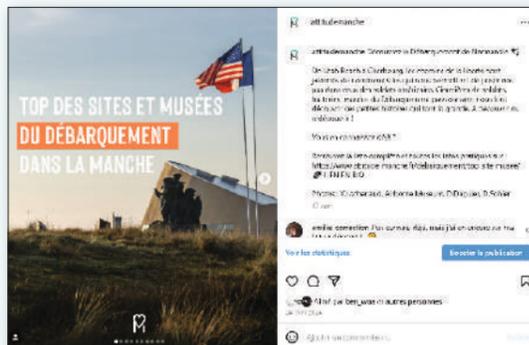
des **portraits** (gérants du musée de Quinéville)



Sur **INSTAGRAM**, les contenus sur la thématique cumulent **65 000 impressions** et **46 000 impressions** sur les story avec **400 clics** vers le site web. La vidéo sur la fresque de Blesea réalisée pour cet évènement comptabilise **24 500 vues**.



Sur **FACEBOOK**, le bilan est de **199 000 impressions** et **450 clics** sur le sujet.



RELATIONS PRESSE

548 retombées identifiées suite à :

- » L'envoi de communiqués de presse
- » L'organisation d'un voyage de presse avec le Département



UNE CONFÉRENCE À DESTINATION DES PROFESSIONNELS DU TOURISME

En partenariat avec le Département, Attitude Manche a réuni près de **200 prestataires touristiques** à La Haye sur le thème « se préparer à accueillir » autour des conférenciers Olivier WIEVIORKA, Professeur d'histoire à l'école normale supérieure de Paris-Saclay, Christophe PRIME, Historien spécialiste de la Seconde Guerre mondiale, Benoît RONDEAU, Professeur à l'Institution Jean-Paul II à Rouen.

EQUINOXE

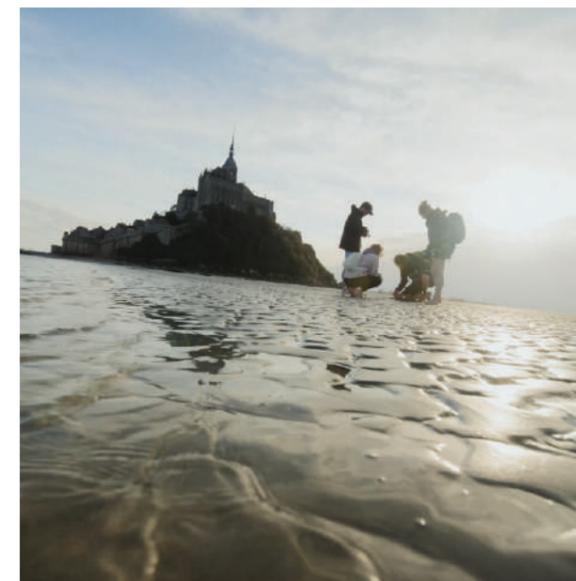
LANCEMENT DE LA DÉMARCHE AUPRÈS DES PROFESSIONNELS DU TOURISME



Laissons une empreinte positive



Début 2024, le **lancement d'Equinoxe** auprès des professionnels du tourisme a marqué une étape clé pour fédérer les acteurs du territoire autour de cette **démarche d'hospitalité touristique**. Des contenus ont été rédigés sur le site pro de l'agence afin de présenter les engagements d'Equinoxe, **valoriser les bénéfiques** pour les prestataires touristiques et les inciter à rejoindre la dynamique. Un **autodiagnostic** en ligne leur est proposé pour mesurer la manière dont ils répondent aux critères et valeurs de l'hospitalité à la manchoise.



2024 est l'année de l'**appropriation** par les professionnels et de la **création de supports** par Attitude Manche (tournage d'une vidéo, création du code de marque, etc.) pour un lancement auprès du grand public à l'équinoxe du printemps 2025.

FAIRE DE LA MANCHE UNE DESTINATION DE LOISIRS NATURE

LE VÉLO

ÉTUDE DE FRÉQUENTATION DES VÉLOROUTES DE LA MANCHE

En 2023, Normandie Tourisme et ses partenaires dont Attitude Manche ont commandé une étude de fréquentation et des retombées économiques des grands itinéraires vélos. Les objectifs étaient de connaître le volume et le détail des sorties vélo, les retombées économiques générées, la satisfaction et les profils de cyclistes. Les résultats ont été dévoilés à l'automne 2024.



LA RÉGALANTE, UN NOUVEL ITINÉRAIRE CYCLOTOURISTIQUE

Mars 2024 a marqué le lancement officiel de La Régalante, nouvel itinéraire cyclotouristique au départ du Mont-Saint-Michel vers Nantes.

L'itinéraire, de 275 km, a été inauguré durant deux week-ends rythmés d'animations festives et ponctuées par un passage de drapeau symbolisant le travail de coopération entre les territoires engagés sur le projet.



L'ITINÉRANCE À PIED

ÉTUDE DE FRÉQUENTATION ET DES CLIENTÈLES DU GR®223 TOUR DU COTENTIN

Attitude Manche et ses partenaires ont lancé une étude de fréquentation et des clientèles à pied du GR®223 sur l'année 2024, afin d'obtenir une évaluation de la fréquentation et d'avoir une connaissance des publics et de leurs pratiques. Attitude Manche et ses partenaires, conscients du potentiel touristique de ce chemin de randonnée littoral, ambitionnent ainsi de mieux répondre aux attentes des utilisateurs, résidents ou clientèles touristiques en séjour, en menant des actions significatives sur ce GR®223. Cette étude permettra notamment :

- » D'orienter les actions en termes d'aménagements et de services sur le GR®223 comme produit touristique, notamment de définir les services pour les itinérants,
- » D'identifier les points forts et les points de vigilance pour promouvoir et valoriser le GR®223 comme l'un des fleurons de la randonnée.



Cette étude a été menée avec le cabinet Traces TPI. Les résultats ont été livrés au printemps 2025.

NAUTISME

REFONTE GRAPHIQUE DES BALADES ET RANDOS NAUTIQUES

En 2024, 11 fiches « balades et randonnées nautiques » ont été diffusées auprès des offices de tourisme, des prestataires labellisés et de certains campings proches de ces activités pour renforcer la visibilité des balades auprès du grand public.

Un appel à candidature auprès des prestataires nautiques de la Manche a été lancé en Octobre 2024 afin de renforcer l'offre existante en 2025.

LANCMENT DU 1^{ER} EDUC'TOUR NAUTISME 26 SEPTEMBRE 2024

Attitude Manche et les prestataires nautiques du département ont invité le personnel des offices de tourisme pour une journée d'information et de sensibilisation à la promotion des activités nautiques auprès des visiteurs.

Cette première édition s'est déroulée en partenariat avec 8 Milles Nautic avec la découverte du char à voile à Jullouville et la visite du centre nautique à Granville. La journée s'est continuée par des échanges avec le capitaine du Charles-Marie, puis un moment d'information en salle sur les différentes pratiques nautiques dans le département.



TOURISME ÉQUESTRE

DÉVELOPPEMENT DE L'OFFRE

Les premières réflexions ont été engagées à l'été 2024 avec nos partenaires :

ITINÉRAIRES ÉQUESTRES

Une réflexion s'est engagée avec les EPCI pour la réhabilitation de l'itinéraire équestre « La Route des Abbayes » allant de Cerisy-la-Forêt au Bec d'Andaine d'ici l'été 2026.

MISE EN TOURISME DES CLUBS ÉQUESTRES

Les échanges avec le Comité Départemental Equestre de la Manche lors de l'été 2024 ont mené à un appel à candidatures auprès des centres équestres FFE en octobre 2024 pour la création d'une « collection de balades équestres ».

POUR SUIVRE LE DÉVELOPPEMENT ET LA NOTORIÉTÉ DE LA MANCHE

SUPPORTS DE COMMUNICATION

PORTAIL D'ATTRACTIVITÉ ATTITUDE-MANCHE.FR

La promotion touristique reste l'un des enjeux majeurs du site **attitude-manche.fr**. À ce titre, de nombreux contenus sont mis en scène pour répondre à cet objectif à travers des formats éditoriaux variés (top, on a testé pour vous, portraits,...), ils représentent environ 77% de l'ensemble des contenus du site.

Avec plus de **1,2 millions de pages vues**, le volume de trafic sur les contenus liés à l'attractivité touristique est prépondérant à l'échelle de l'écosystème.

Le référencement naturel est plus que jamais la principale source de trafic (75%) suivi des entrées directes (13%) et des campagnes d'achat de mots clés (10%) dont la part de trafic diminue assez nettement malgré un budget investi équivalent.

À NOTER

Le site Attitude Manche est un des rares sites web de destination en France à avoir été audité **100% conforme au RGAA** (Référentiel Général d'Amélioration de l'Accessibilité).



STRATÉGIE SEA

Les campagnes d'achat de mots clés ont pour objectif d'augmenter la visibilité de la destination Manche, de compenser un déficit de positionnement naturel sur certaines requêtes et de booster les réservations d'hébergements hors saison estivale.

Plusieurs campagnes tourisme ont été menées en 2024 :

Des campagnes « Débarquement » et « Mont Saint-Michel » qui permettent d'être présents sur ces thématiques où le site peine à se positionner en référencement naturel. Ces campagnes sont également actives sur la version anglaise du site. Malgré une augmentation du coût par clic, ces campagnes ont généré une belle exposition sur Google et de bonnes performances. Ces lieux étant assez fréquentés l'été, les campagnes sont stoppées sur cette période pour les valoriser sur les ailes de saison.

LES CAMPAGNES DÉBARQUEMENT

310 006 impressions /// 29 275 clics

LES CAMPAGNES MONT SAINT-MICHEL

217 855 impressions /// 18 469 clics

Les campagnes « hébergement » ont pour objectif de booster la réservation en ligne des hébergements présents sur le site. Les campagnes sont génériques et concernent des requêtes de type « camping normandie bord de mer », « camping manche », « hotel bord de mer manche », « hotel vue mer ». Les campagnes sont stoppées sur la période estivale.

LES CAMPAGNES HÉBERGEMENT

115 650 impressions /// 13 637 clics /// 16% de taux de prise de contact partenaire



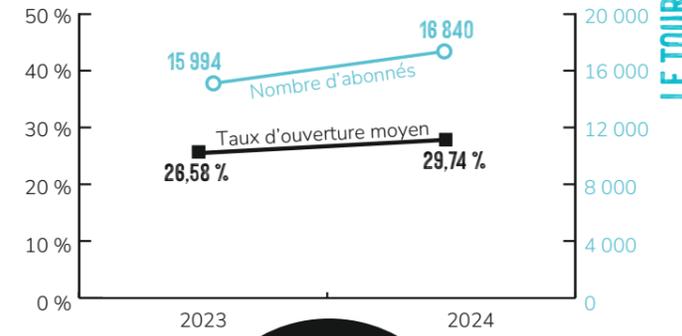
LE TOURISME

LES NEWSLETTERS

Une newsletter est destinée aux cibles touristiques de l'agence. Il s'agit de la plus importante base de données. Elle traite de divers sujets en lien avec les campagnes et les actions menées par l'agence.

PROPOSER DES OFFRES AUX CLIENTS DE LABELS MANCHE

En partenariat avec Labels Manche qui regroupe Gîtes de France Manche et Clé Vacances Manche, Attitude Manche, a mis en œuvre en 2023 un cycle relationnel. Les clients reçoivent un premier mail à J-7 de leur séjour et un autre le jour-J afin de leur souhaiter la bienvenue sur le territoire et leur proposer des idées de visites et activités. Les emails reçus par les clients sont personnalisés selon la destination choisie et la composition du foyer.



1624 abonnés.
TAUX D'OUVERTURE MOYEN
59%

TAUX DE CLIC MOYEN
33,25%

La newsletter J-7 a un meilleur taux d'ouverture, 67%, et de clics, 41,5%, que la celle à J-1, 52% d'ouvertures pour 25% de clics.

LES RELATIONS PRESSE

Les ACTUALITÉS TOURISTIQUES

(grandes marées, DDAY, etc.) ont fait l'objet de :

14 ACCUEILS DE JOURNALISTES

181 RETOMBÉES
parmi lesquelles

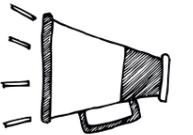


Les ACTUALITÉS OUTDOOR

ont fait l'objet de :

5 COMMUNIQUÉS DE PRESSE

20 RETOMBÉES
parmi lesquelles



OUTDOOR

TOP DES SUJETS

Cyclo & Rando

20 retombées sur cette thématique
53% issus d'une communication Attitude Manche

• **5** communiqués de presse

Le tourisme à vélo, un levier économique pour les territoires - Exemple avec la Normandie



WeeZ! 28/09

À la découverte de la Manche à vélo



LA PRESSE DE LA MANCHE 16/08



Le sentier des douaniers

Balades Mai / Juin



ST SPORT & TOURISME 13/05



LES RÉSEAUX SOCIAUX

LA MANCHE EN HIVER SAISON 2

En 2023, Attitude Manche a donné carte blanche à Alex Strohl, aventurier et photographe international, pour créer du contenu, inspirer et révéler la beauté des paysages, les activités de pleine nature et les ambiances hivernales dans la Manche. La mise en scène des aventures inspirées de ce qu'a pu vivre Alex a très bien fonctionné.

En 2024, pour capitaliser sur la campagne, de nouvelles aventures déjà écrites sur le site Internet ont été valorisées dans la même ligne graphique :

- » Au fil de l'est (2 jours de randonnée de Valognes à Saint-Vaast la Hougue reprenant la Mad Jacques 2023)
- » Belle d'hiver (l'excursion hivernale sur l'archipel)
- » Nouvelles pistes (4 idées de randonnées en hiver)
- » Hiver sur mer (1 journée à Granville en hiver)
- » Côte à côte (itinéraire Gravel Manche)



En organique, ces posts ont touché près de 55 000 comptes sur Instagram et cumulé 430 enregistrements.

L'aventure "Nouvelles pistes" compte à elle seule **215 ENREGISTREMENTS** ce qui montre l'intérêt très fort pour la randonnée pédestre dans la Manche. Sur Facebook, ces posts ont touché 65 000 comptes.

En sponsoring, ces posts ont touché 511 000 personnes pour 1 700 000 impressions et **7 300 CLICS** vers les aventures sur le site web. Ici aussi, ce sont les aventures pédestres qui se démarquent largement sur les chiffres.

LES SUPPORTS DE COMMUNICATION

LE MAGAZINE DE DESTINATION #8

Plus qu'une simple brochure touristique, le magazine est un outil au service de l'ensemble des acteurs de l'attractivité.

Il a été profondément remanié pour cette édition afin de faire face aux importantes hausses des coûts d'impression et pour répondre aux objectifs RSE de l'agence. Son format a été modifié et il a été allégé de 16 pages. Pour autant, il répond toujours à ses objectifs et au-delà des incontournables attraits touristiques, on y trouve 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 huitième édition du magazine de destination a été imprimée à 80 000 exemplaires, toutes versions confondues. Les quantités ont été légèrement augmentées afin de répondre aux demandes supplémentaires dues aux célébrations du 80^{ème} anniversaire du débarquement. 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 a elle aussi été adaptée au niveau du format et du contenu pour les mêmes raisons. Elle a été imprimée à 65 000 exemplaires en 2024.



AMÉNAGER LE TERRITOIRE POUR AMÉLIORER L'EXPÉRIENCE VISITEURS

VILLES ET VILLAGES FLEURIS

Attitude Manche coordonne, en lien avec le CAUE et Normandie Tourisme, le suivi des dossiers de labellisation des communes souhaitant s'inscrire dans la démarche. En 2024, **4** communes candidates ont été visitées par les jury départementaux et/ou régionaux, seulement **2** ont obtenu une fleur supplémentaire : **Pontorson** (2 fleurs) et **Saint-Hilaire-du-Harcouët** (3 fleurs). Par ailleurs, 8 communes ont été contrôlées par Normandie Tourisme et ont conservé leur classement. Dans le département, 45 communes sont labellisées 1, 2, 3 ou 4 fleurs.



L'OBSERVATOIRE TERRITORIAL

L'observatoire d'Attitude Manche est un outil au service des métiers de l'agence d'attractivité, du territoire et de ses prestataires et partenaires. Il 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

- » Suivi de la fréquentation des activités outdoor via les éco-compteurs (randonnée, vélo)
- » Suivi des tendances avec les enquêtes de conjoncture
- » 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 mémento des chiffres-clés est également édité chaque année.

RENFORCER LA STRATÉGIE DE MISE EN RÉSEAU AVEC LES PRESTATAIRES ET LES PARTENAIRES

LA JOURNÉE DÉPARTEMENTALE DES PROFESSIONNELLS DU TOURISME

Cet incontournable rendez-vous de début de saison a vu sa douzième édition se tenir le 25 mars 2024. La bourse aux brochures départementales a tenu ses promesses en nombre d'exposants et de visiteurs. Les professionnels, ont pu se rencontrer, échanger leurs documents et assister à deux conférences : « Equinoxe, la démarche d'hospitalité à la manchoise » et « le 80^{ème} anniversaire du débarquement dans la Manche »

L'association Labels Manche y a, à nouveau, tenu son assemblée générale le matin, favorisant ainsi la fréquentation de la bourse d'échange de documentations.

La journée a réuni près de 500 acteurs du tourisme manchois (exposants et visiteurs). 91 structures étaient exposantes.

TOURINSOFT

Plusieurs modalités de mise à jour des données sont proposées aux professionnels de la Manche et c'est Attitude Manche qui se charge tous les ans de la création des questionnaires web et procède à l'envoi du mailing pour 4 des 8 Offices de Tourisme. Attitude Manche s'occupe de la relance des questionnaires web sur les non-répondants.

Le module V.I.T. (Votre Information Touristique) dont 4 OT sont équipés (Cotentin, Granville Terre et Mer, Mont Saint-Michel - Normandie et Saint-Lô) permet à chaque prestataire d'accéder à une interface personnalisée sur laquelle ils retrouvent l'ensemble de leurs fiches d'offres contenues dans TourinSoft et peuvent directement modifier/mettre à jour leurs informations touristiques.

La validation des offres est effectuée par les 7 OT sur 8. C'est Attitude Manche qui prend le relais de validation pour le 8^{ème} OT et lorsque c'est nécessaire en cas d'absence du référent Tourinsoft.



FAVORISER LA MISE EN MARCHÉ DE L'OFFRE TOURISTIQUE

Attitude Manche œuvre à la promotion touristique de la destination, assure l'interface avec les prestataires touristiques et favorise la programmation du territoire auprès des professionnels du tourisme.

DÉCOUVREZ LA MANCHE

en Normandie !



LE MARCHÉ BtoB FRANÇAIS

BROCHURE : "DÉCOUVREZ LA MANCHE EN NORMANDIE"

Edité en mars 2024, en 300 exemplaires, ce support de 16 pages, cible les voyageurs francophones. Il est incontournable pour identifier et localiser la destination au milieu de la concurrence des autres territoires.

Cette brochure a été travaillée selon le plan marketing, en adéquation aux autres supports BtoB existants des partenaires et en tant que « manuel de ventes » permettant de packager prestations, restauration et hébergement.

2 pages sont consacrées aux propositions de prestations sur la thématique du « Développement Touristique Durable ».

SALONS ET WORKSHOPS

En 2024, Attitude Manche a participé à 3 événements ciblant ce marché :

» IFTM TOP RESA

À Paris, du 17 au 19 Septembre, sur un stand commun aux prestataires touristiques normands : 27 exposants dont 11 de la Manche (Offices de Tourisme, réceptifs, hébergeurs, sites touristiques...). 32 000 visiteurs et une 60 aine d'échanges pour Attitude Manche avec des clients fidèles de la destination qui recherchent « des nouveautés », des hébergements, des guides, des activités. Des contacts également avec des prospects qui souhaitent en savoir plus sur la destination Manche dans son ensemble et avec de nombreux médias...



» Rendez-vous en Cotentin :

À la Pernelle, le 27 septembre, sur un stand commun avec Normandie Tourisme. La 2^{ème} édition de cet événement organisé par l'OT du Cotentin sur son territoire et avec ses partenaires a permis 32 échanges avec des voyageurs du Grand Ouest et de la région parisienne très intéressés par l'ensemble de la destination et sur toutes cibles (loisirs, scolaires, MICE..).

» Workshop ANCV :

À Paris, le 14 novembre. La 1^{ère} édition de cette rencontre avec des responsables de gros CSE parisiens (Fnac, Lidl, SNCF..) qui repensent leurs propositions de sorties sur du plus local a généré beaucoup de questions autour de l'accessibilité de la Manche (comment y venir, comment s'y déplacer, où se loger...). Cette action est pilotée par Normandie Tourisme : 40 prestataires présents dont 13 de la Manche (sites touristiques, hébergeurs, activités..)



LES MARCHÉS BtoB ÉTRANGERS

SITE WEB : "LA MANCHE : A DESTINATION FOR GROUPS"

Mis en ligne quelques semaines après la version française, ce site reprend toutes les données adaptées à la clientèle anglophone : brochures, actualités et prestations.

Il est très apprécié des voyageurs car peu de départements ont ce type d'outil.

De la même façon, il présente les grandes thématiques du territoire : le Mont Saint Michel et sa Baie, les Plages du Débarquement, le patrimoine...

Des newsletters en anglais, renvoyant vers ce site, sont envoyées tous les trimestres à une 100 aine de voyageurs anglophones qualifiés.

SALON "RENDEZ-VOUS EN FRANCE"

Cette édition s'est tenue à Toulouse, les 26 et 27 mars.

Une 20aine de rendez-vous réalisés avec des voyageurs des marchés historiques : Belgique, Allemagne, Grande-Bretagne, Pays-Bas et avec des voyageurs de marchés que l'on voit se développer depuis plusieurs années : Espagne, Italie, Suisse, Luxembourg.

Les voyageurs des marchés historiques sont en recherche de « nouveautés » (type nouvelles expos) et les marchés émergents souhaitent approfondir leurs connaissances sur les sites phares comme le Mont Saint-Michel, ou bien sur les réceptifs, les guides, les modalités de transports...



EDUCTOURS

En 2024, Attitude Manche a accompagné 3 eductours sur ces marchés.



EN MARS

Sur 2 jours, en amont du salon « Rendez-Vous en France », l'eductour « **Historic Normandy : the medieval era** » est passé par la Manche, sur le territoire du Mont Saint-Michel. 10 voyageurs européens et d'Amérique du Nord ont pu tester la visite de l'abbaye du Mont Saint-Michel avec sa tablette, la restauration et l'hébergement à La Caserne.



EN MAI

Sur 4 jours, 3 journalistes et 3 agents de voyages **scandinaves** ont sillonné la Manche à la découverte des prestations durables. Ces danois, suédois et norvégiens ont testé l'offre de glamping sur la côte des havres, l'hébergement sur l'île Tatihou, une balade en bateau dans les marais, l'observation de la faune et flore, la traversée de la Baie du Mont Saint-Michel... Cette action a été montée en collaboration avec le bureau d'Atout France Scandinavie : l'objectif étant d'inciter ces marchés à valoriser la Manche dans leur production de circuits à l'étranger.



EN NOVEMBRE

Sur 3 jours, une accompagnatrice de voyage du TO allemand « **WomenFairTravel** », est venue repérer, en vélo, un des circuits mis en vente chez ce voyageur. Elle a pu évaluer les temps de transports, lieux de stockages des vélos et autres détails dans le sud de la Manche ; à proximité des cascades de Mortain, du port de Granville et des hôtels et restaurants ; thalasso Prévithal, Ferme Saint Michel...



LA PLACE DE MARCHÉ

La Place de Marché, plateforme de réservation en ligne de prestations touristiques, regroupe près de **1 250 prestataires touristiques** (hébergements et prestations de loisirs) réservables en ligne sur plusieurs canaux de distribution : attitude-manche.fr, 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 2024, plus de 70 % des ventes sont réalisées sur les **sites Internet des prestataires** via l'intégration de widgets de

réservation, 30 % sur les **sites de destination** (Offices de tourisme, CRT Normandie, Attitude Manche).

Le **chiffre d'affaires global** est en légère baisse (-5,8%) tandis que les ventes augmentent de plus de 12%. Le panier moyen de 60€ est logiquement en baisse.

La **vente d'activités**, en nette hausse en 2023, se stabilise cette année (43% des ventes) et confirme la tendance selon laquelle les OGD (organismes de gestion de destination) ont un rôle majeur à jouer dans la commercialisation d'activités.

À NOTER

95% des réservations sont des **réservations fermes** avec paiement en ligne. Les pré-réservations sans paiement sont de plus en plus rares.

Les prestataires réalisant les **plus importants chiffres d'affaires** sur la place de marché, et ce en ayant des widgets de réservation sur leur propre site web sont :

- Un musée et un hôtel sur le territoire de Granville Terre et Mer
- Un hôtel dans le Cotentin

CHIFFRES CLÉS





STRATÉGIE DE PRÉSENCE DIGITALE



PORTAIL D'ATTRACTIVITÉ ATTITUDE-MANCHE.FR

Cette progression s'explique notamment par une meilleure présence en référencement naturel grâce au travail réalisé sur les contenus (70% du trafic en 2024 contre 61% en 2023) et des sujets porteurs tels que le 80^e anniversaire du Dday qui ont boosté les visites sur certaines périodes. Le site a d'ailleurs enregistré son plus gros pic de d'audience durant la semaine des festivités avec plus de 45 000 pages vues sur la seule thématique de l'anniversaire du Débarquement.

Les autres sources de trafic importantes sont les entrées directes (16%) et les campagnes d'achat de mots clés (11%).

Enfin la tendance quant à l'utilisation massive du mobile comme support de consultation constaté depuis la mise en ligne se confirme (73% du trafic contre 69% en 2023).

À NOTER

Le site Attitude Manche est un des rares sites web de destination en France à avoir été audité **100% conforme au RGAA** (Référentiel Général d'Amélioration de l'Accessibilité).

CHIFFRES CLÉS 2024

1 MILLION
DE VISITES

1,6 MILLIONS
DE PAGES VUES

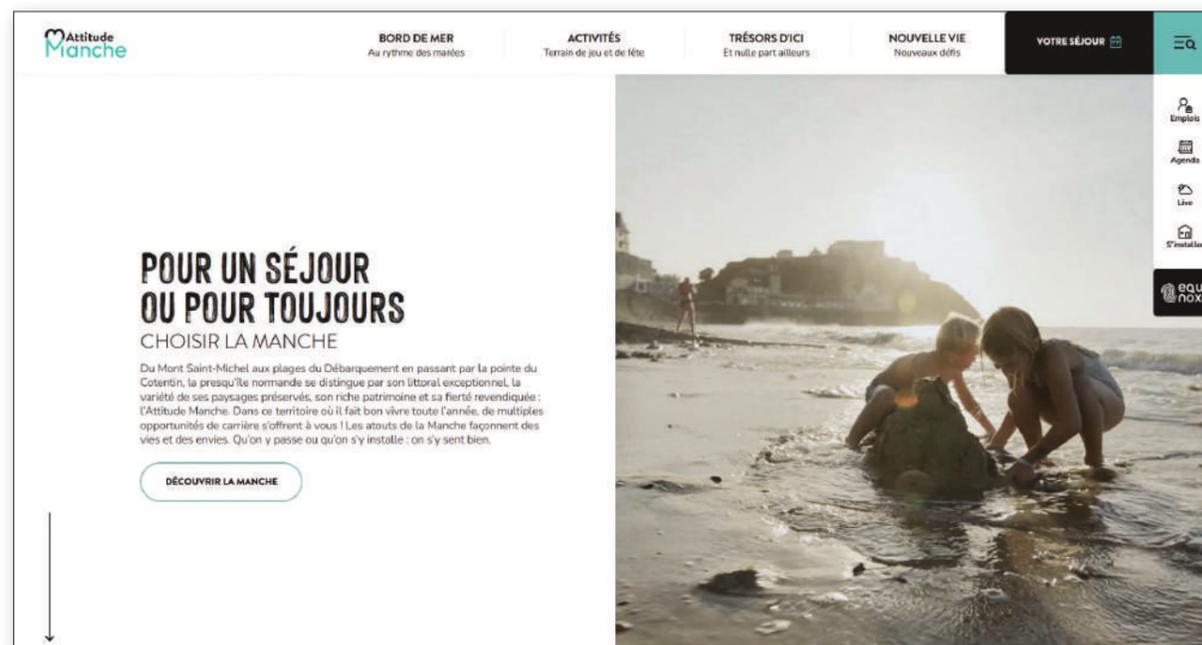
1,42 MIN
DE DURÉE DE VISITE

592
PRISES DE CONTACT
(tourisme et résidentiel)

16 235
PRISES DE CONTACT PARTENAIRES

3 723
BROCHURES CONSULTÉES

LE PORTAIL ATTITUDE-MANCHE.FR



QUELQUES CHIFFRES

Avec plus **d'1 millions de visites** et **1,6 millions de pages vues**, le trafic enregistre une forte hausse de 47% comparé à 2023.

La version Anglaise représente 10% du trafic global et suit la même courbe de progression que la version Française.

Mis en ligne en décembre 2022, suite à un important travail de refonte (fusion de 3 sites en un portail d'attractivité, changement de nom de domaine, nouveaux contenus, etc...), le site arrive à maturité et occupe de nouveau une place prépondérante dans l'écosystème régional des sites de destination.

+47%

ÉVOLUTIONS

Dans une logique d'amélioration continue, de nombreuses évolutions sont menées durant le cycle de vie du site Internet. En 2024, 3 chantiers majeurs sont à souligner :

L'AMÉLIORATION UX (EXPÉRIENCE UTILISATEUR) DU MENU PRINCIPAL

Afin de faciliter la navigation, les entrées du menu principal ont été retravaillées de façon à être mieux comprises par l'utilisateur. Une nouvelle entrée « Votre séjour » facilite l'accès aux listings d'offres touristiques. Des optimisations UX ont aussi été apportées au menu mobile.

L'OPTIMISATION DE LA RÉSERVATION EN LIGNE

Afin d'améliorer les taux de conversion sur le site (ventes fermes), le parcours client a été simplifié et l'accès aux listings d'offres touristiques réservables en ligne facilité. Des optimisations ont aussi été apportées en matière de performance.

INTÉGRATION DU MODULE THESPOT2BE

En partenariat avec la société ThespotToBe, Attitude Manche a intégré sur son site Internet un dispositif permettant de connaître en temps réel les conditions de pratiques des spots de glisse de la Manche selon le type (Kitesurf, surf, windsurf, wingfoil) et le niveau de pratique. En fonction des caractéristiques de chaque spot et des données météorologiques en temps réel le module indique les spots qui fonctionnent et ceux qui ne fonctionnent pas à l'instant T et dans les heures et jours à venir.

Les informations sont mises à jour par les associations locales et les écoles affiliées à la Fédération Française de Voile pour garantir une information la plus fiable possible.

Le module a été intégré sur un panel de pages et vient compléter les nombreux contenus autour des sports nautiques dans la Manche.



À NOTER

Attitude Manche est la **première destination à proposer ce service** sur son site Internet et a fortement contribué au développement du module, en étroite collaboration avec les équipes techniques de Thespot2be.



Equinoxe
586, rue de l'Exode
50000 SAINT-LÔ
Tél. : 02 33 05 98 70
contact@attitude-manche.fr

 **Attitude**
Manche
#agence d'attractivité


LA MANCHE
LE DÉPARTEMENT

Ce document est édité par: Attitude Manche, agence d'attractivité de la Manche en juin 2025, pour son Assemblée Générale du 12 juin 2025 à Saint-Ebremond-de-Bonfossé.
Conception: Création graphique  Bleu-Nacré - 06 80 83 68 11
Crédits photographiques: ©Night Session, ©Lydie Lemaître - Attitude Manche, ©Xavier Lachenaud, ©Luc Pouyadoux et Corentin Laigneau. Tous droits réservés.

Retrouvez-nous sur :



pro.attitude-manche.fr

attitude-manche.fr