

Attitude Manche

Assemblée générale

13 juin 2024

Saint-Lô



RAPPORT
D'ACTIVITÉS 2023



CATHERINE BRUNAUD-RHYN

Présidente d'Attitude Manche



Cher.e adhérent.e, cher.e partenaire,

La rétrospective de l'activité de l'agence d'attractivité Attitude Manche que vous lirez au fil de ce document m'amène à souligner quelques éléments marquants et fondamentaux de la stratégie et de l'action déployée par cette dernière en 2023.

Tout d'abord, j'attire votre attention sur le parti-pris affirmé du ciblage d'une clientèle « jeune » (de 18 à 35 ans) comme fil rouge pour guider l'action de l'agence, et ce dans tous ses domaines de compétences. En effet, cette clientèle n'est pas naturellement tournée vers la Manche, or elle représente un potentiel de renouvellement démographique significatif pour notre territoire.

Dans le domaine de l'emploi, nous avons collectivement, avec les entreprises et les collectivités locales, identifié un enjeu sur la qualité de vie au travail et au-delà, sur la qualité de vie dans le territoire comme leviers d'un projet de mobilité pour un candidat. C'est pourquoi, Attitude Manche a proposé à cinq entreprises volontaires de se lancer dans l'expérimentation d'une marque employeur territoriale ; le projet se poursuit en 2024 avec la perspective de création d'un label employeur territorial spécifique à la Manche.

Rencontrer des étudiants sur leur campus, accueillir les internes à leur arrivée dans la Manche ou encore valoriser l'offre d'alternance et la dynamique économique font partie des actions récurrentes de l'agence en direction des publics dits « primos » (jeunes manchois expatriés ; actifs avec une 1^{ère} expérience ; couples avec projet de famille).

Prôner un tourisme équilibré et durable est aussi au cœur de la stratégie touristique. Cette année 2023 a vu la mise en œuvre d'une nouvelle démarche nommée Equinoxe. Basée sur la préservation des milieux, l'accueil et le respect mutuel ou encore la prévention, elle est en cours de déploiement auprès des acteurs touristiques avec les offices de tourisme et partenaires de l'agence.

Dans la ligne de cette démarche de développement touristique équilibré, l'agence a lancé en début d'année 2023, la campagne « L'Hiver à contre-courant » dans le but de promouvoir la micro-aventure décarbonnée et hors-saison. Cette campagne a été récompensée lors des Trophées de la communication digitale pour son côté novateur.

Innover, aller explorer des concepts différenciants, oser sont des valeurs qui animent l'agence d'attractivité qui en cette année 2024, réinterroge sa raison d'être et ses orientations stratégiques pour notamment faire face aux enjeux démographiques et environnementaux.

Les nouvelles actions en cours de développement portent sur la valorisation de la dynamique économique auprès des manchois de cœur pour les faire revenir, de la filière cheval à la veille des Jeux Olympiques et Paralympiques de Paris 2024, de la culture au travers du réseau structuré des festivals de musique ou encore des produits et savoir-faire avec la M'Fabrik qui clôture sa 3^e année d'existence.

Enfin, en cette année commémorative du 80^e anniversaire du Débarquement, l'agence accompagne les acteurs touristiques dans les préparatifs et l'accueil des clientèles afin que chacun vive au mieux ce moment de partage et de paix dans la Manche.

Être au plus près de vos enjeux, vous accompagner et créer des dynamiques collectives animent l'agence et ses équipes dans son action pour mieux révéler la singularité et les atouts de la Manche.

Je vous remercie, ainsi que les membres du Bureau et le Conseil d'Administration nouvellement élus en 2023 - qui par leur engagement et leur soutien sont garants de la feuille de route de l'agence - de la confiance que vous placez en notre travail et vous souhaite une bonne lecture de ce rapport d'activité 2023.



- FOCUS. 3
- INFLUENCEURS 7
- NOUVEAUX TALENTS..... 16
- DÉMOGRAPHIE MÉDICALE 22
- TOURISME..... 27



FOCUS STRATÉGIE

LE SITE WWW.ATTITUDE-MANCHE.FR - BILAN N+1

2023 a été la première année de mise en ligne du site attitude-manche.fr. Des partis pris stratégiques assumés et impactants ont guidé la conception de ce nouvel écosystème digital. Les plus notables sont :

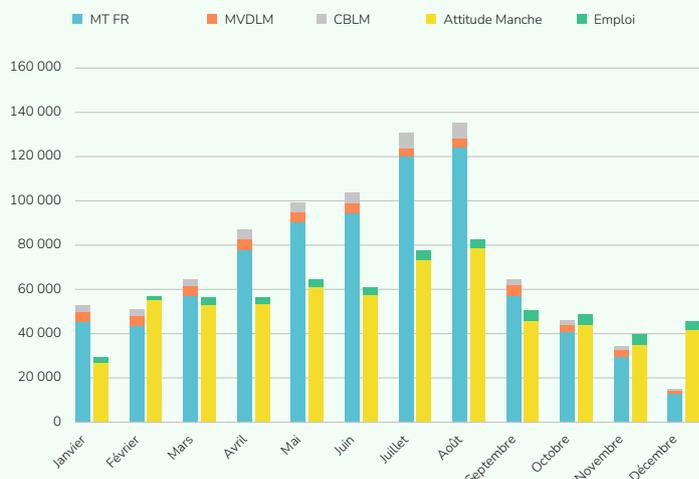
- Fusion de 3 sites (manchetourisme.com, maviedanslamanche.fr et cestbeaulamanche.fr) en un seul portail d'attractivité touristique et résidentiel
- Refonte complète du plan et des contenus
- Suppression partielle du SIT
- Changement de nom de domaine
- Offres réservables en ligne uniquement

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).



ÉVOLUTION DU TRAFIC



670 000 VISITES
en 2023

884 000 VISITES
en 2022 (sur les 3 sites cumulés), soit -24%

1 M
de pages vues

2 MIN
durée de visite

3,4 ACTIONS
par visite

» Le détail du trafic par cible est à retrouver dans les différentes parties de ce rapport d'activité.

BILAN N+1

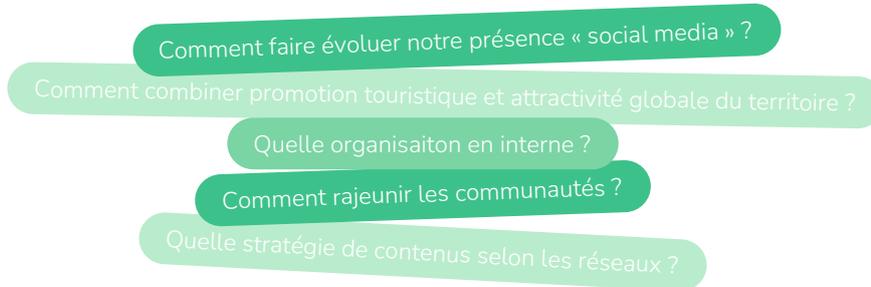


- Le trafic est qualitatif : durée des sessions proches de 2 min
- L'audience est plus équilibrée tout au long de l'année
- Site « mobile first » en termes de captation et de trafic
- La place du site dans l'écosystème est cohérente avec la stratégie territoriale (nombreux liens externes vers les EPCI)
- Une baisse d'audience mesurée compte tenu de certains partis pris
- Edito au cœur du dispositif

- Un domaine qui reste encore jeune et qui doit s'installer
- Une chute d'audience significative sur les cibles étrangères
- La part de trafic sur les contenus résidentiels qui doit augmenter
- Dépendance aux campagnes d'achats de mots clés sur certaines thématiques fortes
- La conversion qui doit être améliorée en simplifiant le parcours client et en facilitant l'accès à l'offre
- Menu par valeur mal compris

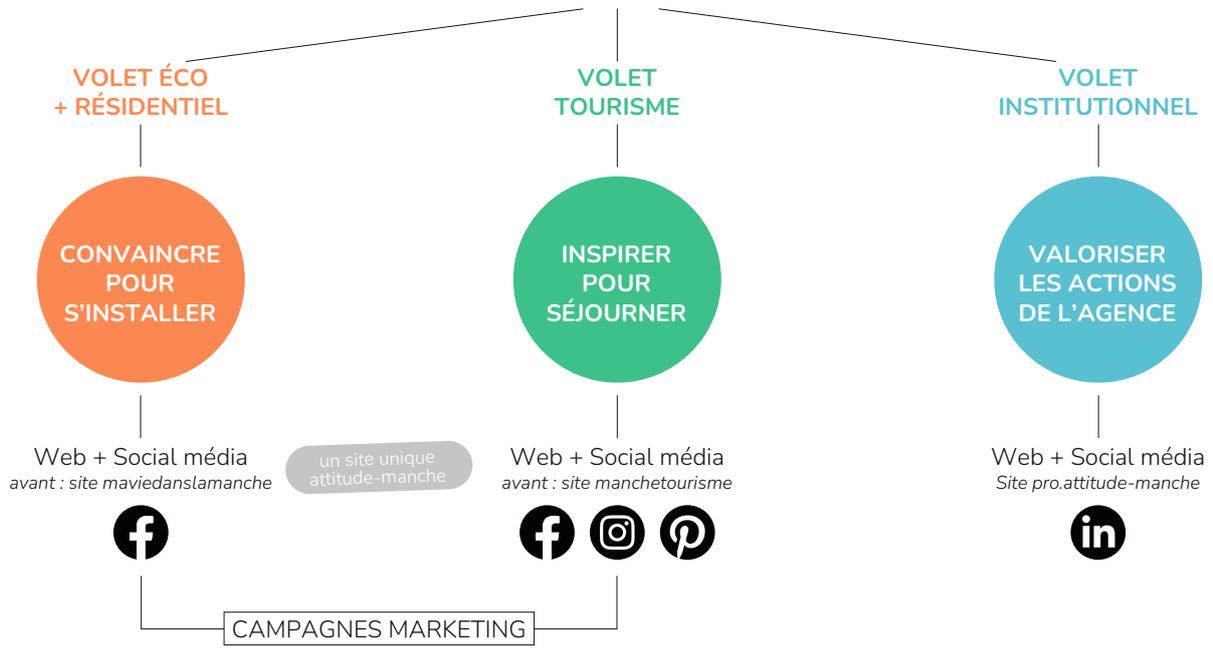
AUDIT ET POSITIONNEMENT SOCIAL MÉDIA

A la suite du lancement des nouveaux plans marketing Tourisme et Nouveaux Talents, et de la refonte de l'écosystème web, Attitude Manche a souhaité **repenser et challenger** sa présence sur les médias sociaux :



Pour répondre à ces problématiques, l'agence We Like Travel a réalisé un audit et proposé des orientations stratégiques qui ont conduit à un **nouveau positionnement** et une **ligne éditoriale repensée**.

RAPPEL PRÉSENCE SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX





LES CONSTATS

- Attitude Manche et Manche Tourisme forment des communautés nombreuses et engagées : la présence social média est très bonne depuis des années
- L'écosystème est bon et bien étendu. Les contenus publiés sont esthétiques et bien réalisés, et les textes sont bien écrits

MAIS

- Si les performances sont bonnes, Attitude Manche s'est « assagi » dans ses prises de paroles et ses contenus.
- La multiplication des comptes n'est plus en phase avec la stratégie digitale
- La ligne éditoriale n'est pas suffisamment claire d'un réseau à l'autre

LES OBJECTIFS

- Se réinventer et insuffler une nouvelle dynamique social média
- Permettre une meilleure adéquation entre les audiences et les cibles prioritaires de l'agence : se tourner vers les jeunes 18-30 ans
- Recentrer la marque autour de la fierté d'appartenance

NOUVEAU POSITIONNEMENT

Définition de la cible : les « PRIMOS » qualifie toutes les personnes qui sont au début d'un cycle, au commencement de quelque chose : jeunes manchois expatriés, actifs avec une première expérience professionnelle, jeunes couples avec projet de famille ou de séjour touristique...

UNE PRÉSENCE UNIFIÉE SOUS UNE MÊME BANNIÈRE :

ATTITUDE MANCHE, avec un angle éditorial spécifique et associé à chaque canal.

11

INSTAGRAM : LE RÉSEAU DE LA DÉCOUVERTE

- Valoriser **esthétiquement et authentiquement** la singularité du territoire.
- Inform**er et **donner des conseils** pour mieux séjourner dans la Manche, ou pour s'y installer.
- Engager la communauté** grâce aux outils du réseau (stickers, story)
- Créativité et information** sont au rendez-vous sur cette plateforme par le prisme de la vidéo et des stories majoritairement.

INSTAGRAM

13

FACEBOOK ATTITUDE MANCHE : LE GUIDE TOURISTIQUE

- Donner **envie**, partager des conseils touristiques.
- On raconte, on se souvient, on se projette** : c'est le partage des atouts de la Manche, d'expériences, d'aventures.
- Les contenus proposés doivent refléter le **plan marketing tourisme** (préservation de l'environnement, désaisonnalisation, meilleure répartition des flux...)

FACEBOOK

14

LINKEDIN : LE POINT DE REPÈRE POUR UN PROJET

- Actualités et innovations** : montrer le dynamisme économique, culturel, de loisirs...
- Promouvoir le cadre de vie** et l'Attitude Manche au travers des portraits et des vies à contre-courant.
- Valoriser les **services de l'agence** en faveur de notre cible PRIMO (aide à l'installation / emploi...)
- La **prise de parole sera partagée** entre Attitude Manche et les collaborateurs de l'agence.

LINKEDIN



LA LIGNE ÉDITORIALE

propre à chaque réseau repose sur les valeurs de la marque Manche et se veut engagée, sincère et proche. Les visuels mettent en scène plus d'humain et les vidéos se veulent plus immersives.

LES RELATIONS MÉDIA

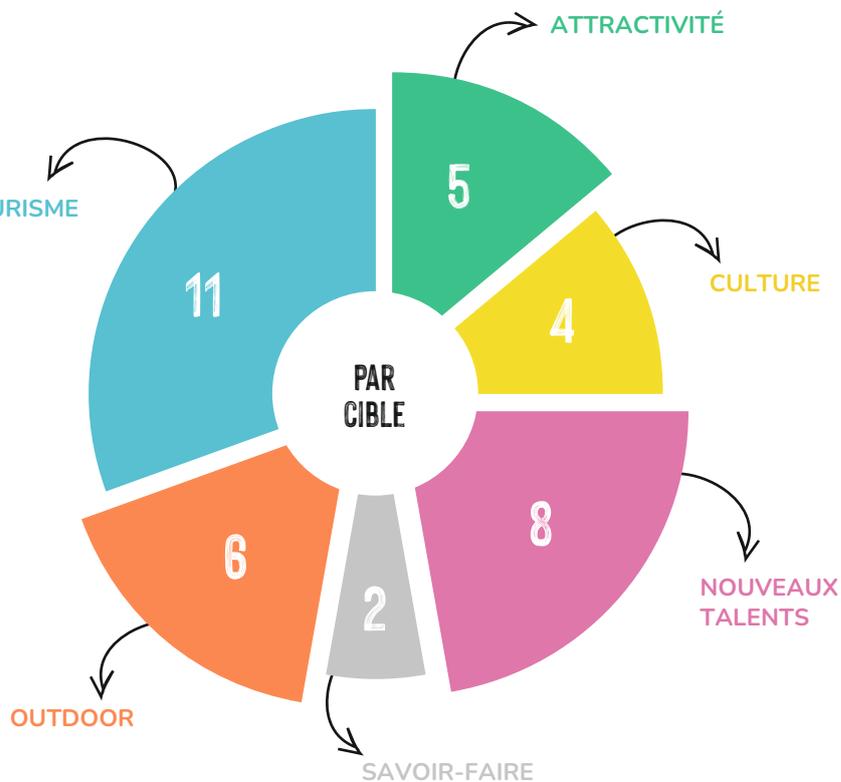
En 2023, Attitude Manche a fait appel à des agences de relations presse sur des sujets précis et a géré en direct la majeure partie de ses communications auprès des médias locaux et nationaux.

RÉPARTITION DES COMMUNIQUÉS DE PRESSE PAR CIBLE

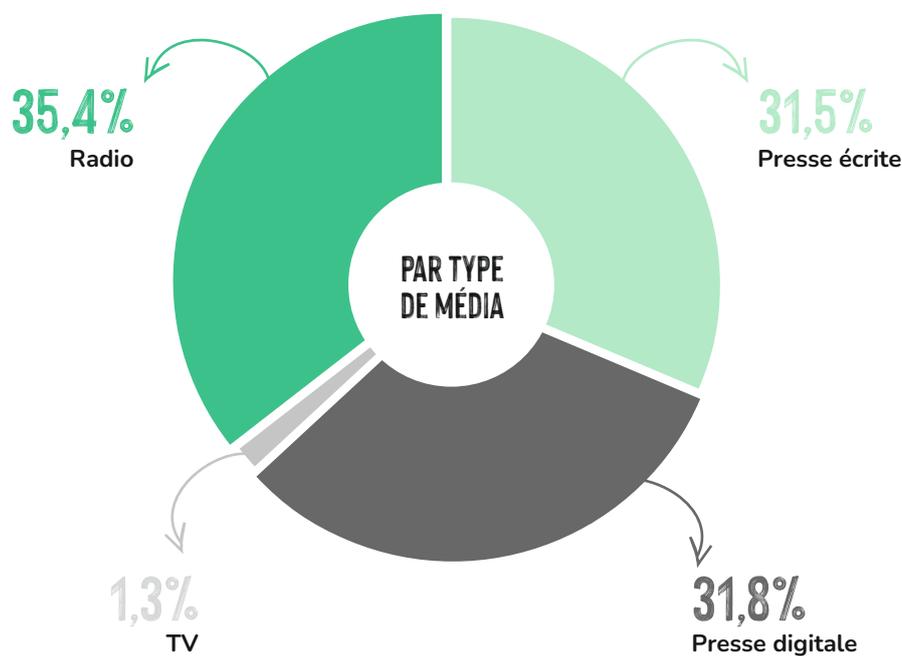
36 communiqués
de presse ont été diffusés

11 journalistes
ont été accueillis
individuellement

2 voyages de presse
ont été organisés
avec des agences



Au total **302** retombées presse ont été générées par les communications de l'agence. Elles se répartissent comme suit par type de média :





LES ACTIONS EN FAVEUR DE L'INFLUENCE

LES RÉSEAUX SOCIAUX

INSTAGRAM : DES ÉVOLUTIONS DE FORMATS POSITIVES

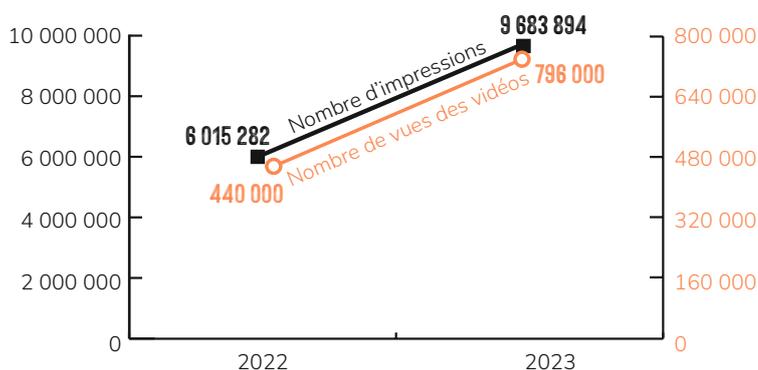


L'année 2023 a été marquée par une prise de position forte graphiquement sur Instagram ainsi qu'un changement de compte Manche Tourisme en Attitude Manche. Cette prise de position a été portée par les nouveaux formats résultant de l'audit. Les carrousels ont suscité beaucoup d'enregistrements ce qui confirme notre positionnement comme « guide du territoire ».

Fin 2022
33 865
ABONNÉS

Fin 2023
35 880
ABONNÉS

Moins de vidéos **Reels** publiées (45 contre 57) sur Instagram mais plus de vues, ce qui montre la qualité des contenus et des sujets qui tendent à toucher toujours plus notre cible et ses aspirations. Partage de bonnes adresses, de spots incontournables, coulisses des savoir-faire dans les ateliers/entreprises des artisans locaux, interviews de sportifs...



L'usage de la **story** sur Instagram a été totalement revu en 2023 avec une vraie prise de position sur ce format éphémère. Il est utilisé pour

- **pousser des contenus ponctuels** : événements, annonces, programmations mais aussi créer du lien vers le nouveau portail web
- **faire interagir** la communauté
- **créer du trafic** vers le site Internet
- **réaliser des lives** : sorties nature, événements, immersion entreprises en créant de l'échange avec la communauté sur ces coulisses

RÉSULTAT

Presque 900 stories partagées et une moyenne de 141 000 impressions en 2023 avec des stories particulièrement cliquées sur les bonnes adresses, les aventures et de nombreux retours enthousiastes de la communauté en direct.

FACEBOOK : MOINS MAIS MIEUX

OBJE
CTIF

En 2023, nous avons réaffirmé notre identité sur Facebook en mutualisant les deux comptes qui existaient jusqu'en 2022 : Attitude Manche et Manche Tourisme. Manche Tourisme est devenu Attitude Manche.

- **Affirmer le fait que la Manche est un tout, une attitude, une façon de vivre.**

Fin 2022
294 272
ABONNÉS

Fin 2023
293 300
ABONNÉS

La perte d'abonnés s'explique naturellement par l'absence de campagne de recrutement dédiée. Des actions de publicité ciblée ont eu pour but de faire du trafic vers le site Internet plutôt que de gagner des abonnements (qualitatif plutôt que quantitatif).



LES CONTENUS ONT PERMIS
DE TOUCHER PRÈS DE
2,5 MILLIONS
DE PERSONNES

TOP DES CONTENUS SUR FACEBOOK

La Manche en hiver par Alex Strohl

La Manche sous les tempêtes (photos)

Port Racine en hiver (photos)

Le top des spots pour pratiquer le kayak et le paddle

Les idées de randonnée en hors saison

L'espace cycloSPORT avec Steve Chainel

OBJE
CTIFS

LA M'FABRIK

- Valoriser les locaux du 47 Rue Havin à Saint-Lô, en créant un espace plurifonctionnel
- Permettre à l'agence d'avoir un ancrage local pour accueillir du public et de pouvoir mettre cet espace à disposition de ses adhérents ou partenaires pour des actions de valorisation du territoire
- Rendre les habitants fiers de leur territoire en valorisant produits et producteurs locaux
- Stabiliser le fonctionnement de l'atelier boutique et trouver un équilibre budgétaire

RÉSULTATS (BOUTIQUE EN LIGNE COMPRISE)

Chiffre d'affaires

94 274
en 2022
107 470
en 2023
SOIT
+14 %
VS 2022


+14%
de produits vendus
De 11 405 à 13 263


Panier moyen
26,82 €


+12%
tickets
De 2 666 à 3 031



DES LABÉLISATIONS, GAGES DE QUALITÉ

NORMANDIE QUALITÉ TOURISME



Ce label porté par les CCI est un dispositif reconnu par l'Etat. Il est valable 5 ans et permet une réelle reconnaissance officielle et objective. Le décernement du label fait suite à un audit mystère (150 critères) et avec un taux de conformité de plus de 94 sur 100 la M'Fabrik est au-dessus de la moyenne Nationale et Régionale.

LABÉLISATION MANCHE TERROIRS



Ce label développé par la Chambre des Métiers et la Chambre d'Agriculture permet de distinguer les produits mais aussi les points de vente qui proposent ces produits. Avec plus de 35 références labélisées et une volonté forte de faire partie de ce réseau dynamique la M'Fabrik s'est vu remettre le label.

ÉVÈNEMENTS ET COLLABORATIONS

100 ANS DU MARITÉ

Création d'une offre spéciale et délocalisation de la M'Fabrik pour les 100 ans du Marité.

CUISEZ LA NORMANDIE

Proposition d'atelier culinaire dans le cadre du dispositif régional « cuisinez la normandie ».

DISPONIBILITÉ POKE NOYE

La M'Fabrik est point de dépôt de boîtes repas Poke Noye, entreprise Saint-Loise, à emporter.

CRÉATION D'OFFRES PACKAGÉES

Box carnaval.

Coffret de produits locaux à destination des entreprises du territoire.

COMMUNICATION

ANIMATION DE LA PAGE FACEBOOK

- Création d'une plaquette de présentation de l'atelier boutique
- Création d'un flyer mensuel pour promouvoir les animations
- Spot radio, encart presse et jeux concours en fin d'année

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

270
produits

135

commandes

(277 articles vendus)

TOP
3
des produits
les plus vendus

Topoguide Tour du Cotentin - FR223

Farine de Pomme

Lot de 14 affiches « Auriac » de la Manche

OBJETIFS

VALORISATION DES BOISSONS MANCHOISES

- 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

UN ÉVÈNEMENT BTOB

Le 16 octobre 2023, Attitude Manche a organisé un événement de rencontre entre les professionnels de la restauration et les producteurs de boissons du territoire. Le but ? Inciter ces premiers à proposer des boissons locales à leurs cartes.

AU PROGRAMME

Atelier animé par Dominique Hutin, œnologue et chroniqueur sur France inter

Tendances de consommation des boissons et perspectives

Comment mieux valoriser sa carte des boissons ?

Dégustation et commentaire sur les accords mets et boissons

Témoignages : "les boissons manchoises entre localisme et pragmatisme"

22 producteurs de boissons étaient présents à cet événement gratuit pour rencontrer **77 acteurs** de la restauration bars, restaurants, épiceries fines, grossistes, campings, festivals, chambres d'hôtes...

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



LE DÎNER DE FÊTES MANCHOIS

OBJETIFS

- Valoriser les produits manchois à l'occasion des fêtes de fin d'année.
- Montrer la diversité et l'excellence des produits manchois.
- Faire rayonner les produits à l'échelle nationale.

Collaboration avec l'agence Marie-Sauce Conseil pour l'accueil de 5 journalistes culinaires. Ils ont été conviés pour vivre une expérience immersive révélant la singularité du territoire de la Manche et l'expertise des acteurs de la gastronomie.

Sur une journée, les journalistes ont découvert 3 savoir-faire manchois emblématiques (le cidre, la fumaison et la pêche au bulot). Ils ont pu échanger avec les producteurs et les ont retrouvés le soir au cours d'un dîner convivial pour partager les plats de 3 chefs qui ont su sublimer les produits. Une zytologue était aussi présente pour animer la soirée sur le thème des accords mets et boissons.





DES ACTIONS PARTENARIALES

PARTICIPATION SALON PROALIM

Relais d'information et organisation d'un atelier accord mets et boissons et d'un atelier cocktail végétal 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 qui soulignent « Une forte mobilisation cette année de la part des restaurateurs grâce notamment au partenariat avec Attitude Manche ».

5 ANS DE L'AOP CIDRE COTENTIN

Attitude Mance a participé à l'anniversaire de l'AOP Cidre Cotentin. L'occasion de rappeler la place de cette production emblématique sur le territoire entre enracinement, modernité et rayonnement.

RÉCEPTION DE L'ASSOCIATION PASTORALE

Nous avons reçu plusieurs acteurs de la filière moutons de pré-salé pour un rendez-vous d'acculturation afin de mieux saisir les problématiques et opportunités du secteur et les prendre en compte dans nos stratégies à venir.

PARTICIPATION CONCERTATION TOURISME RESPONSABLE AVEC ADN TOURISME

Engagement dans le groupe de travail gastronomie aux côtés de 5 autres territoires pour mener un benchmark et construire une méthodologie de projet commune pour la création d'événements écoresponsables sur le thème des produits et savoir-faire.

DÉLICES ET SAVOIR

Soutien à l'évènement Délices et Savoir, concours de cuisine amateur grand public, visant à impulser un évènement autour des savoir-faire de la cuisine dans le Saint-Lois et retransmis sur les réseaux sociaux.

VISITES DU JEUDI

Soutien et promotion des visites du jeudi organisées par les 3 chambres consulaires avec la réalisation de vidéos en live dans les entreprises tout au long de la saison.



INFLUENCE SPORT & CULTURE

ACTIONS PARTENARIALES EN FAVEUR DU SPORT

- » **Club Manche** : évolution du collectif Attitude Manche en un travail partenarial avec le Conseil départemental et le CDOS > Création du Club Manche. Regroupement d'athlètes du territoire pour valoriser la filière sportive, le territoire et la promotion des JOP 2024.
- » **Team Bricquebec de cyclisme** : marquage aux couleurs d'Attitude Manche du véhicule de la team Bricquebec. Valorisation de l'espace cyclospor par les cyclistes de l'équipe.
- » **Coupe de France de VTT – Bosses de Brouains** : partenariat pour de la visibilité sur cet évènement.
- » **Fairways de la Manche** : soutien sur la prise en charge de la logistique et de la dotation vestimentaire pour les bénévoles. 60% des participants sont extérieurs au département pour la découverte des golfs de la Manche.
- » **Spots de kayak** : réalisation d'une vidéo valorisant le top 10 des spots de kayak-paddle dans la Manche avec pour objectif de montrer la mixité des pratiques (rivière, mer, vagues, île, marais, havres) et le maillage sur le territoire.
- » **Enduro des sables** : soutien sur de la dotation vestimentaire pour les bénévoles.
- » **Normandy Horse Show** : soutien sur de la dotation vestimentaire pour les bénévoles.
- » **Jumping 4*** : collaboration sur l'organisation d'un temps convivial avec les acteurs de la filière pour présenter le projet de documentaire cheval dans la Manche.

ACTIONS PARTENARIALES EN FAVEUR DU SPORT (SUITE)

Bus JS Cherbourg Hand : covering complet du bus de la JS Cherbourg pour ses déplacements vers l'extérieur aux couleurs du club et de l'agence.



« **Coupe du Monde de cyclocross Flamanville :** collaboration avec Steve Chainel (ancien cycliste professionnel et commentateur Eurosport) sur la valorisation de l'évènement et de son parcours. Valorisation également du territoire à travers une vidéo de découverte des routes de la Manche et de son cadre pour la pratique du cyclisme. Invitation d'adhérents via des places VIP.



« **Valorisation de la pratique du trail :** accueil du photographe de renommée mondiale Alexis Berg pour faire un shooting sur 3 spots du département (Roches de Ham, Cascades de Mortain, Dunes d'Hatainville) et commencer à positionner la Manche comme un terrain de jeux pour cette pratique.

« **Rock & Trail :** soutien financier pour faire venir Alexis Berg sur cet évènement.



« **Valorisation des pratiques de voiles légères dans la Manche :** collaboration à l'année avec Alexandre Grand-Guillot. Déclinaison de la marque Attitude Manche sur tous les supports de communication et vêtements.



« **Valorisation de la pratique du running dans la Manche :** collaboration à l'année avec Guillaume Ruel. Déclinaison de la marque Attitude Manche sur tous les supports de communication et vêtements.



UN DOCUMENTAIRE SUR L'EXCELLENCE DE LA FILIÈRE CHEVAL

« Ils sont éleveurs de trotteurs ou de selle-français, elle est équithérapeute. Etienne, Jean-Luc et Marine ont pour point commun la passion pour l'élevage et le soin de grands champions. C'est ici dans la Manche, qu'ils trouvent le meilleur terroir pour faire grandir leurs futurs champions et prendre soin d'eux ». Soutenu par le fond Eperon, ce documentaire réalisé par Céline Gualde à la demande d'Attitude Manche a fait l'objet de tournages tout au long de l'été 2023 et sortira au printemps 2024.



Mad Jacques : accueil d'une 1^{ère} édition de la Mad Jacques trek dans le Val de Saire en partenariat avec le Cotentin et Normandie Tourisme. Communication très large vers une cible qualifiée. Retour et taux de satisfaction très bons. 620 participants.



» **Intégration du réseau des bases nautiques** : participation active à ce réseau piloté par le comité départemental de voile.

» **Wing Attitude Race** : création d'un évènement wingfoil avec pour but le record entre Chausey et le continent. Report de cette édition début 2024 suite à des conditions météo défavorables. 30 riders inscrits.

» **Refonte de la stratégie événementielle** :

- Attirer et accompagner les organisateurs de grands évènements
- Accompagner les initiatives locales plutôt sur le lancement de façon dégressive
- Faire rayonner les évènements en dehors du territoire via la communication (contenus, influenceurs, presse...)
- Visibilité de la marque sur des dotations vestimentaires auprès des bénévoles.



ACTIONS PARTENARIALES EN FAVEUR DE LA CULTURE



RÉSEAU DES FESTIVALS

Suite à sa création en 2022, le réseau a démarré la rédaction d'un manifeste exposant la démarche et les grands axes communs de partage de valeurs. Ce manifeste a fait l'objet d'un lancement lors du festival « Les Pluies de Juillet ». C'est une base de travail qui va se décliner en 2024 par un plan d'actions.

Réalisation de supports de communication, d'une vidéo et d'un communiqué de presse pour faire connaître le manifeste.

FESTIVAL LES EGALUANTES

Soutien au projet de court métrage du Court Egalué.



CARNAVAL DE GRANVILLE

Mise en place d'une vitrine thématique à la M'Fabrik. Etude flux vision lors de cet évènement avec des retombées et des données particulièrement positives.

JAZZ EXPORT DAYS

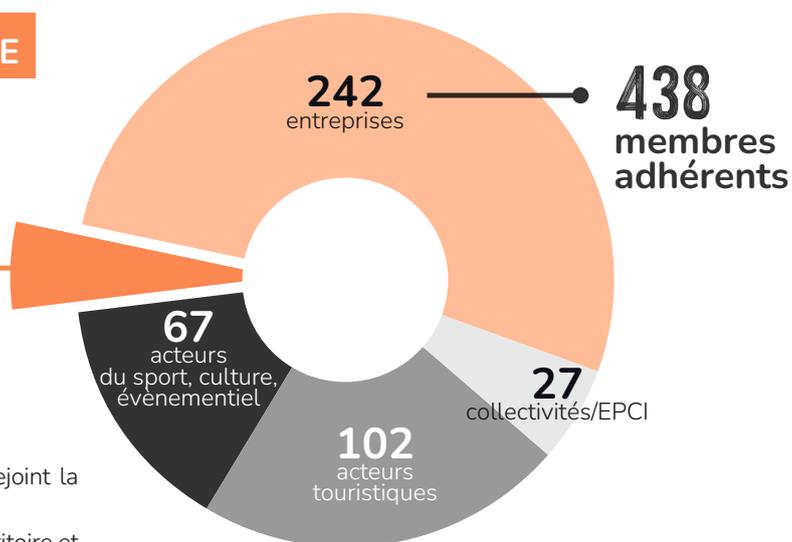
Organisation d'une soirée avec des programmateurs de festivals étrangers (35 programmateurs du monde entier) au Mont-Saint-Michel et organisation d'un déjeuner manchois en partenariat avec le restaurant The Presbytère.

LES ADHÉRENTS DE L'AGENCE

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

Au 31 décembre 2023, l'agence comptait **462 adhérents** :

24 membres de droit



Ce sont **47 nouvelles structures** qui ont rejoint la démarche d'attractivité départementale.

Un parc hétérogène révélateur de la richesse du territoire et représentatif des domaines d'action de l'agence :



/// ÉCONOMIE

/// PRODUITS & SAVOIR-FAIRE

/// SPORT & CULTURE

/// TOURISME

/// SANTÉ

LES OUTILS ET SERVICES DESTINÉS AUX ADHÉRENTS

LA 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 déclinaisons sur les supports de communication Adhérents,
- Des affiches et cartes postales du territoire,
- Des modèles d'offre d'emploi, etc.



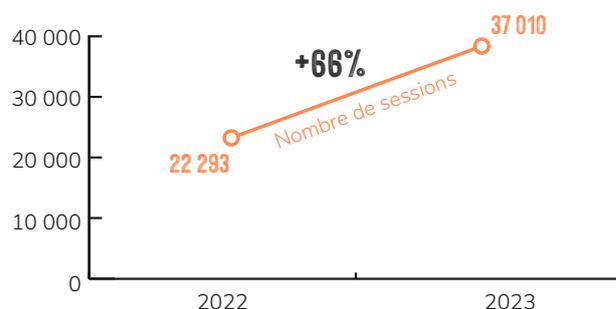
UN SITE WEB À DESTINATION DES ADHÉRENTS

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.).

En 2023, le site a subi une évolution graphique pour s'harmoniser avec le site grand public.

L'expérience marque employeur a fait l'objet d'un travail d'écriture sur le site pro au cours de l'année 2023. Contexte et déroulement de l'expérimentation, entreprises participantes, autodiagnostic, retour sur les 3 ateliers de travail et vidéos sur l'expérience... un contenu qui a suscité beaucoup d'intérêt de la part des internautes.

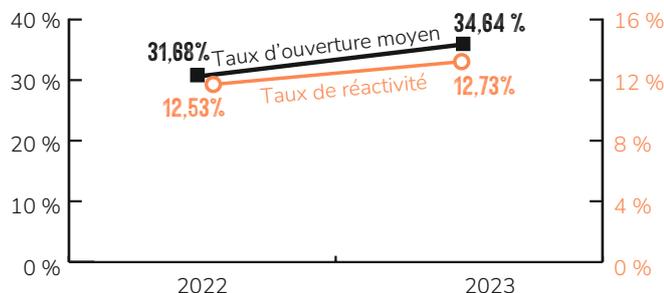




LES NEWSLETTERS

Une newsletter trimestrielle est envoyée aux adhérents. Celle-ci permet de développer des thématiques d'actualité et les grandes actions portées par l'agence.

Des newsletters dédiées à certains événements sont également envoyées au cours de l'année 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.

**180**

membres adhérents
ont rejoint le groupe
dédié sur LinkedIn

RENCONTRES ET TEMPS FORTS ENTRE ADHÉRENTS

L'EXPÉRIMENTATION MARQUE EMPLOYEUR TERRITORIALE

Voir page 20 (rubrique talents)

TROIS RENCONTRES SUR LE TERRITOIRE

Attitude Manche proposait en 2023, 3 moments de rencontres associés à des événements organisés sur le territoire.

L'opportunité de réunir les adhérents qui soutiennent et contribuent à la démarche d'attractivité du territoire, à la réflexion et aux actions collectives de promotion du département. Ces temps forts permettent de créer et maintenir le lien, d'échanger sur les enjeux communs.

- **Mars** > Afterwork dans le cadre de la JS Cherbourg Handball.
- **Juillet** > Afterwork au Festival Green River Valley à Vains.
- **Septembre** > Matinée de navigation en baie de Granville avec le Marité.

Ce sont près de 80 personnes qui ont répondu présentes.



PETIT-DÉJEUNER D'ACCUEIL DES NOUVEAUX ADHÉRENTS

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

L'occasion de revenir sur les grandes actions portées par l'agence au bénéfice du territoire.

Il s'agissait avant tout d'un moment de convivialité et de rencontres entre nouveaux adhérents.

Plus de 20 personnes ont participé sur les 2 dates proposées.

WEBINAIRE : EMPLOI ET HOSPITALITÉ TERRITORIALE

> Quels outils et services aux entreprises ?

L'agence proposait le 19 septembre 2023 un webinaire sur l'emploi et les outils/services associés.

Il avait pour objectif de présenter des outils utiles, simples et gratuits mis à disposition par l'agence pour accompagner les besoins en recrutement des entreprises. 25 adhérents ont participé au webinaire.

SONDAGE : LES ALTERNANTS DANS LA MANCHE

À l'automne 2023, Attitude Manche sollicitait les dirigeants d'entreprises sur la politique d'accueil des alternants sur le territoire.

L'objectif était de mieux connaître les alternants présents dans la Manche. L'agence poursuivra la réflexion en 2024 sur la mise en place d'une démarche d'hospitalité à destination des alternants pour favoriser leur accueil sur le territoire, créer un lien avec eux pour établir un cycle relationnel durable.

Près de 30 répondants.



LES ACTIONS EN FAVEUR DES NOUVEAUX TALENTS

SUPPORTS DE COMMUNICATION

LA STRATÉGIE DE PRÉSENCE DIGITALE

The screenshot displays the Attitude Manche website interface. At the top, there is a navigation bar with categories: CHANGER DE VIE dans la Manche, OPPORTUNITÉS de carrière, COWORKING et télétravail, OFFRES D'EMPLOI et stages, and SANTÉ vivre et exercer. Below this is a large banner with the headline "IMAGINEZ VOTRE NOUVELLE VIE DANS LA MANCHE" and a sub-headline "UN CADRE DE VIE ET DE TRAVAIL UNIQUE". The banner includes a search bar with "RECHERCHÉ PAR MOTS CLÉS", "SECTEUR D'ACTIVITÉ", and "LOCALISATION" filters, and a "RECHERCHER" button. A prominent badge indicates "6962 OFFRES DISPONIBLES". Below the search bar, there is a link for "JE SUIS UN PROFESSIONNEL DE LA SANTÉ" and a button for "DÉCOUVRIR LES OFFRES SANTÉ". The background of the banner shows a couple standing on a grassy hill next to a small building with a yellow roof.

PORTAIL D'ATTRACTIVITÉ 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. À ce titre, de nombreux contenus ont été développés pour répondre à cet objectif à travers des formats éditoriaux variés (succes-stories, portraits...) ; ils représentent environ 20% de l'ensemble des contenus du site.

Avec plus de **50 000 pages** vues, le volume de trafic sur les contenus liés à l'attractivité résidentielle est limité à l'échelle de l'écosystème. En revanche avec 2,3 pages vues par visite, le trafic est qualitatif et les interactions avec les contenus sont nombreuses.

Le référencement naturel est la principale source de trafic (48%) suivi des campagnes d'achat de mots clés (22%) et des entrées directes (18%).

Le portail d'attractivité en quelques chiffres :



48 644
pages vues
pour le résidentiel



163
demandes via le formulaire
de contact dédié au service hospitalité



PLATEFORME EMPLOI.ATTITUDE-MANCHE.FR

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

OBJETIFS

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

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.

La première année de mise en ligne est encourageante avec un niveau d'audience en hausse constante. Le ciblage est pertinent compte tenu des objectifs puisqu'une grande majorité des utilisateurs sont localisés hors Manche (principalement en Ile de France). Le niveau d'intérêt sur

les offres Premium est particulièrement intéressant. Sur **12 500 offres d'emploi** Premium consultées, nous avons enregistré plus de **2 429 clics** sur des boutons de contacts soit un excellent taux de conversion de près de 20%.

Les sources de trafic sont variées et équilibrées. Les accès directs sont la première source de trafic (36,7%) suivi de près par les campagnes d'achats de mots clés (34,4%). En revanche, le trafic naturel (SEO) est limité (14,8%) par la moindre densité de contenu sur ce support. Les consultations sur mobile représentent 52% du trafic.

LES PAGES LES PLUS CONSULTÉES

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

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 de mars à décembre 2023, l'une sur l'attractivité générique et l'autre dédiée à l'emploi. Ces campagnes ont généré **216 000 impressions** et **18 365 visites**.



44 462
visites



27 000
offres consultées



2 429
mises en relation sur les offres premium (clic sur un bouton de contact)



144
candidatures envoyées



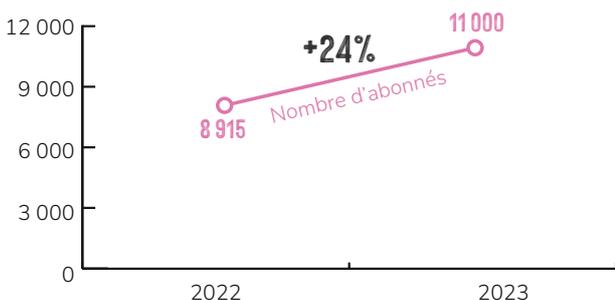
95
demandes via le formulaire de contact



LE COMPTE LINKEDIN ATTITUDE MANCHE

Le compte LinkedIn Attitude Manche a pour vocation de porter des contenus en lien avec :

- Les actualités et innovations du territoire : montrer le dynamisme économique, culturel, de loisirs...
- La promotion du cadre de vie et de « l'Attitude Manche » au travers des portraits et des vies à contre-courant
- La valorisation des services de l'agence en faveur de notre cible PRIMO (aide à l'installation / emploi...)



45 000
impressions

65 000
vues de vidéos

114
publications
(116 l'an passé > stable)

La communauté d'Attitude Manche sur LinkedIn continue de croître et les posts d'obtenir toujours plus de réactions. La page valorise la dynamique économique et touristique du territoire et propose de plus en plus de contenus liés au cadre de vie pour montrer la singularité de la Manche.

LES NEWSLETTERS

La base de contacts est enrichie par l'agence lors de ses participations à des salons de l'emploi ou en direct avec le service hospitalité. Les abonnés reçoivent des informations sur le cadre de vie de la Manche mais également sur sa dynamique économique et ses opportunités d'emploi.



IDENTIFIER ET ATTIRER DE NOUVEAUX TALENTS ET PORTEURS DE PROJETS

LES SALONS DE L'EMPLOI

OBJECTIFS

- Accompagner les entreprises dans leur recrutement en ayant une représentation hors territoire.
- Faire connaître les opportunités d'emploi et sourcer des candidats.

» **Paris emploi mobilité** : sous la bannière « Je m'installe en Bord de Mer » en partenariat avec Caen la Mer et Calvados Attractivité

120 exposants /// 12 460 visiteurs /// 150 contacts qualifiés



» **24h00 de l'emploi Caen** : en partenariat avec Les maîtres laitiers du Cotentin, Les Ateliers Grandis, Mont Saint-Michel Normandie.

75 exposants /// 1 000 visiteurs /// 20 contacts qualifiés



» **JOB dating EFREI**

CAMPAGNE DE NOTORIÉTÉ : LA TOURNÉE DES CAMPUS

OBJECTIFS

- Faire découvrir la Manche en tant que destination pour vivre et travailler auprès des étudiants.
- Créer un moment d'échange authentique et de proximité.
- Collecter de la data 100% qualifiée de profils mobiles en affinité avec le cadre vie et les besoins du territoire en focalisant sur les campus ingénieurs et écoles de commerce.

LE CONCEPT

Afin de valoriser le cadre de vie et les opportunités de carrière auprès des jeunes de 18-25 ans et les salariés de 30-45 ans, Attitude Manche et les entreprises partenaires sont allées à la rencontre d'étudiants sur les campus pour valoriser l'économie et les opportunités offertes par les entreprises de la Manche.

Sur un stand désigné « Ma nouvelle vie dans la Manche », au sein de 4 établissements de formation supérieure, des animations et des échanges ont été proposés aux étudiants : CV motivationnel, jeux concours sur la Manche, dégustation de produits locaux, présence d'entreprises de la Manche.



LES RETOMBÉES

Dates	Campus	Villes	Nombre de vues	Nombre de visiteurs	Nombre de CV motivationnels	Nombre de participations jeux concours
11 avril 2023	ESEIGELEC	Rouen	406	140	45	35
12 avril 2023	NEOMA	Rouen	700	242	77	58
13 avril 2023	ICAM	Lille	603	351	81	83
19 avril 2023	Léonard de Vinci	Paris	1 052	373	40	105
Total			2 761	1 106	243	281

LA NEWSLETTER

Créée à l'occasion de cette opération, la base de contacts « Jeunes talents » compte aujourd'hui 291 abonnés qui semblent très réceptifs aux informations sur les opportunités de carrière dans la Manche.



- Segmentation de la cible
- Echange qualitatif
- Action innovante et différenciante
- Logistique simple et efficace
- Suivi et accompagnement



- Pas d'entreprises présentes .
- Difficulté à évaluer la portée de l'évènement sur une seule édition.
- Mauvais timing ; préférer plutôt septembre/octobre.
- Mieux cibler les écoles et préparer en amont le contact avec l'administratif.
- Manque de propositions de l'agence et/ou de conseil sur les écoles et les animations.



LE JOB DATING « JE M'INSTALLE EN BORD DE MER »

Les agences d'attractivité de la Manche, du Calvados et de la communauté Urbaine de Caen La Mer mènent depuis 2021, une opération de communication sur l'attractivité résidentielle à destination des habitants d'Île-de-France. Cette opération est organisée sous la marque " Je m'installe en Bord de Mer" et capitalise sur des bassins de vie complémentaires pour séduire le maximum de candidats.

OBJETIFS

- **Valoriser le cadre de vie en bord de mer et les opportunités de carrières portées par les entreprises.**
- **Créer du réseau et partager des expériences.**

Lors de cette troisième édition, les partenaires ont associé Seine Maritime Attractivité.

LE CONCEPT

Organiser au cœur de Paris une rencontre entre entreprises normandes et candidats à la mobilité, dans une ambiance conviviale et un lieu attractif au cœur de Paris.

En parallèle de l'évènement, une soirée networking destinée aux entreprises présentes au Job dating a été organisée en présence de l'APEC et de Normandie Attractivité.

300
PARTICIPANTS

60
EXPOSANTS

Si les candidats étaient moins nombreux en 2023, leurs profils étaient plus qualitatifs et plus en phase avec les attentes des entreprises. **4** arrivées se sont concrétisées sur le territoire dans les semaines qui ont suivi l'évènement.



LE CYCLE RELATIONNEL

Suite à leur inscription à l'évènement, les candidats sont intégrés à un parcours client personnalisé. Un scénario en plusieurs étapes est mis en place afin d'optimiser l'engagement du candidat. Ainsi avant l'évènement, il a pu recevoir des informations pratiques liées à l'évènement ainsi que sur les territoires, les entreprises et les partenaires présents.



La base de contacts compte aujourd'hui **1 606 ABONNÉS**



UNE ACTION INNOVANTE !

ACCOMPAGNER ET ANCRER LES TALENTS

L'EXPÉRIMENTATION SUR LA MARQUE EMPLOYEUR TERRITORIALE

En décembre 2022, Attitude Manche avait proposé une matinée d'échanges sur Qualité de Vie au Travail/Territoire pour démontrer l'importance du travail partenarial territoire / entreprise pour l'attraction des talents.

Dans la continuité de cette action, Attitude Manche a mené en 2023 une expérimentation sur la marque employeur territoriale.

Cette expérimentation, conduite de mars à décembre 2023, avait pour objectif de démontrer l'importance d'aligner la promesse territoire avec celle de l'employeur.

« Comment la promotion d'un territoire attractif et accueillant peut-elle s'appuyer sur des entreprises elles-mêmes attractives ? »

» **5 entreprises se sont portées candidates** : Manche Habitat, La Fondation Bon Sauveur, STGS, Les Ateliers Grandis et la Direction départementale des Finances Publiques.



» **3 ateliers de travail** ont été proposés aux 5 entreprises pour répondre à des problématiques et partager ensuite les grands enseignements à l'ensemble des acteurs du territoire et permettre, à leur tour, d'enclencher la démarche de marque employeur.

1. Culture, valeur, promesse... Marque employeur : Bien se connaître.
2. Entreprises et territoire, comment être complémentaires dans le parcours candidat ?
3. Quels éléments pour une page carrière réussie ?

Ces ateliers ont donné lieu à des outils concrets mis à disposition des entreprises.

L'expérimentation a été animée par Magaly Aube-Desaunay du cabinet Marque d'Intérêt.

Début décembre, Attitude Manche conviait les adhérents pour une matinale de clôture de l'expérimentation.

Au programme, une table ronde avec les entreprises participantes pour un retour d'expériences.

Près de 90 personnes étaient présentes et ont pu se voir remettre le document de restitution de l'expérimentation.

L'expérimentation sur la marque employeur territoriale se poursuit en 2024 avec la perspective de création d'un label employeur territorial spécifique à la Manche.

LE SERVICE HOSPITALITÉ

Le service hospitalité se tient à disposition des futurs manchois afin de les accompagner dans leurs démarches d'installation sur le territoire : **recherche d'emploi et emploi du conjoint, appui à la recherche d'un logement, informations sur les écoles, modes de garde, activités et loisirs...** Cet accompagnement se veut avant tout personnalisé et humain.

BÉNÉFICIAIRE CANDIDAT



Accueillir et rassurer, faciliter les démarches et mettre en relation avec les bons interlocuteurs sur le territoire.

BÉNÉFICIAIRE ADHÉRENT



Accompagner et rassurer le candidat dans ses démarches d'installation, proposer un séjour de découverte du territoire sur mesure, intégrer le candidat sur le territoire.



UN SERVICE À VALEUR AJOUTÉE POUR L'ENTREPRISE

En 2023, 230 candidats ont bénéficié de l'accompagnement du service hospitalité d'Attitude Manche (156 installations concrétisées). Cette année, l'agence a renforcé ses liens avec les partenaires locaux afin de toujours mieux accompagner les candidats dans leur projet d'installation.

LES SOIRÉES ANCRAGE

Pour faciliter l'intégration des nouveaux talents recrutés sur le territoire, Attitude Manche propose des « soirées ancrage ». Ces soirées sont co-organisées avec les EPCI sur différents secteurs de la Manche. Le concept, « accueillir et réunir les nouveaux talents sur un site ou lieu de visite du territoire puis échanger autour d'une dégustation de produits locaux ».

En 2023, une centaine de nouveaux talents a participé aux différentes soirées ancrage.



JANVIER

Visite de la médiathèque et du musée des beaux-arts à Saint-Lô avec soirée début de siècle au Normandy ou Nuit de la lecture à la médiathèque.



JUILLET

Participation au festival Green River Valley à Vains.



SEPTEMBRE

Visite théâtralisée du Château de Pirou.



DÉCEMBRE

Visite du planétarium Ludiver à La Hague (Tonneville).





LES ACTIONS EN FAVEUR DE LA DÉMOGRAPHIE MÉDICALE

SUPPORTS ET OUTILS DE COMMUNICATION

STRATÉGIE DE PRÉSENCE DIGITALE

» Le site www.attitude-manche.fr

Une rubrique dédiée à la cible des professionnels de santé a été créée sur le site emploi.attitude-manche.fr. Mise en avant dans le menu principal du site, on y trouve : les offres d'emploi dans le domaine de la santé, un listing spécifique des cabinets médicaux disponibles, des informations sur les établissements de santé dans la Manche, les aides financières et services à l'installation.

Les nombreux contenus ayant trait à la valorisation du cadre de vie et les témoignages de professionnels de santé ayant choisi La Manche mis en scène sur le portail d'attractivité attitude-manche.fr viennent compléter le dispositif.

La rubrique santé en quelques chiffres :

3 500
PAGES VUES

825
OFFRES
de cabinets médicaux
disponibles consultées

ÉDITION D'UN GUIDE PETIT FUTÉ

En 2023, l'agence a coordonné la création d'un guide Petit Futé « sur mesure » destiné aux étudiants en santé accueillis dans la Manche. Visites, activités, loisirs, produits locaux..., un condensé de bonnes adresses pour donner envie aux futurs médecins de s'installer dans la Manche.

La collaboration avec le Petit Futé a permis d'insérer des pages de valorisation d'établissements de santé et de territoires entre les contenus éditoriaux du guide.

Ce guide paru fin octobre 2023 a été diffusé gracieusement dès le 2 novembre à 200 internes arrivés en stage dans les établissements de santé de la Manche. Sa diffusion va se poursuivre en 2024.



PLAN MARKETING

En 2023, Attitude Manche a mené des travaux en vue de dresser un plan marketing vers la cible des « professionnels de santé » pour conforter et orienter les actions de l'agence et de ses partenaires. En juillet plusieurs partenaires d'Attitude Manche qui œuvrent pour la démographie médicale ont contribué au lancement de ces travaux (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) et validé collectivement les objectifs et la méthodologie envisagée.

Ainsi en collaboration avec les partenaires, Attitude Manche

a élaboré une enquête diffusée et relayée en septembre 2023 vers les professionnels de santé de la Manche. L'objectif de cette enquête est de mieux qualifier les motivations, freins et aspirations de nos cibles pour enrichir et valoriser l'expérience vécue dans la Manche. Plus de 200 professionnels de santé et 60 internes ont répondu en ligne. Des approfondissements des résultats ont ensuite été menés avec des entretiens individuels par téléphone avec une vingtaine de professionnels de santé.

De cette étude ressortent des thématiques clés qui feront l'objet de réunion de travail afin de dresser des recommandations d'actions par Attitude Manche et ses partenaires.

Une feuille de route en collaboration avec les partenaires qui œuvrent d'ores et déjà à l'attractivité pour la démographie médicale sera présentée au deuxième trimestre 2024.

ACTIONS VERS LES INTERNES EN MÉDECINE

ACCUEIL & DÉCOUVERTE DU TERRITOIRE

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

» Soirée avec les internes de psychiatrie À Caen - 8 février 2023

L'agence a été conviée par la Fondation Bon Sauveur le 8 février 2023 à Caen, à une soirée destinée aux internes de psychiatrie de la Faculté de Caen. A cette occasion des professionnels de santé de la Fondation ont présenté les possibilités de stage et d'exercice au sein de la Fondation. L'agence a présenté ses services d'accompagnement ainsi que les atouts du territoire. Une quinzaine d'internes étaient présents.

» Accueil des internes dans les hôpitaux 2 mai et 2 novembre 2023

En partenariat avec les centres hospitaliers, l'agence et le Conseil départemental rencontrent les internes à chaque rentrée semestrielle sur leur lieu de stage pour les accueillir et leur présenter les dispositifs d'aides départementales ainsi que la mission d'accompagnement du service hospitalité de l'agence.

À cette occasion, l'agence remet un kit d'accueil à chaque interne. Ainsi, près de 432 kits au total ont été remis aux internes ayant effectué un stage dans les centres hospitaliers de Saint-Lô-Coutances, Granville-Avranches, Cherbourg-en-Cotentin, ainsi qu'à la Fondation Bon Sauveur.

» Rendez-vous personnalisés avec les internes en stage chez les médecins libéraux

En partenariat avec les intercommunalités et les maîtres

de stage, 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 Conseil départemental et les offres d'accompagnement de l'agence.

Des rencontres ont eu lieu à La Haye le 24 janvier, Villedieu-les-Poêles le 22 février, Carentan le 22 juin et Valognes le 2 octobre. Ces moments ont permis des échanges entre tous les acteurs et une meilleure intégration des internes sur le territoire.



» **Accueils personnalisés**
3 juin 2023 et 4 novembre 2023

- Sur sollicitation du SIMBAN (Syndicat des Internes de Médecine générale Bas Normands), l'agence a organisé le 3 juin 2023 une journée découverte au Mont Saint-Michel. Une vingtaine d'internes y a participé. Lors de cette journée, l'agence a présenté les dispositifs d'accompagnement proposés sur le territoire.
- Une journée similaire au Mont Saint-Michel a été organisée par l'agence le 4 novembre 2023 à la demande des internes en pédiatrie de la Faculté de Caen. Un temps d'échange très fructueux avec les internes a permis d'évoquer les conditions d'exercice dans la Manche. 15 internes étaient présents.



» **Soirée des internes du centre hospitalier Saint-Lô-Coutances à Condé-sur-Vire – 12 septembre 2023**

Organisée conjointement par le Centre hospitalier Mémorial et l'agence, cette soirée de convivialité s'est tenue à la base de canoë. Ont été conviés à cette soirée les internes en stage dans les hôpitaux de Saint-Lô et Coutances ainsi que les internes en stage chez les médecins libéraux sur les territoires de Saint-Lô Agglo et Coutances Mer et Bocage. Après une descente de la Vire en canoë, les internes ont pu échanger, autour d'un cocktail dinatoire, avec les partenaires présents : médecins de l'hôpital, Département, agence. Une quinzaine d'internes étaient présents.

» **Dîner de gala des internes au Château de Rots**
16 septembre 2023

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 1 séjour découverte du territoire d'une valeur de 250€.

» **Les séjours découverte du territoire**

Depuis 2020, l'agence propose aux internes en stage dans le département de découvrir le territoire. 60 internes ont ainsi bénéficié d'un séjour personnalisé de 2 jours/1 nuit d'une valeur de 200€.

ACTIONS EN FAVEUR DES EXTERNES (étudiants en médecin de la 3^{ème} et 5^{ème} année)

L'agence a engagé en 2022 des échanges avec les externes de la Faculté de médecine de Caen.

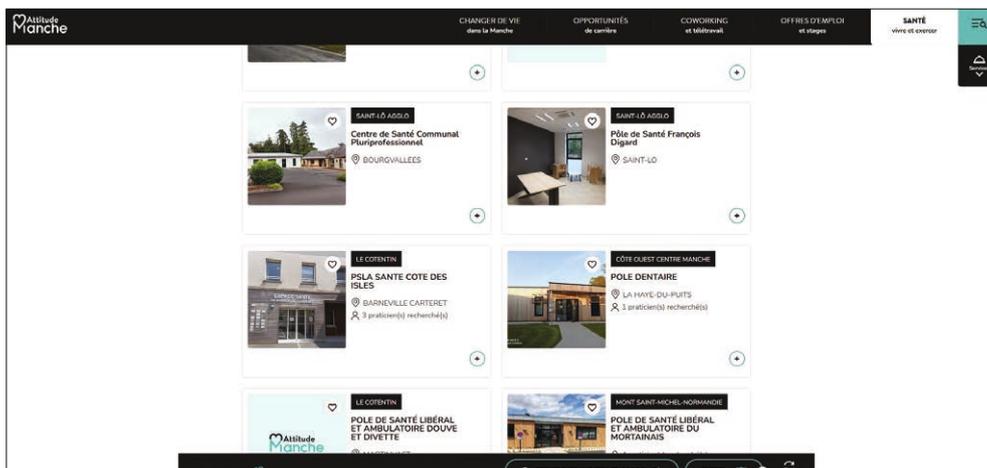
Dans le cadre d'échanges internationaux et inter CHU avec ces externes, l'agence a été sollicitée afin d'organiser 2 journées découverte du territoire, la première au Mont Saint-Michel le 22 juillet 2023, la seconde dans le Parc des marais et sur les Plages du débarquement le 13 août 2023.

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 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 de découvrir le territoire et le cadre de vie. En 2023, 9 professionnels de santé (médecins et paramédicaux) ont bénéficié d'un séjour découverte.

LES ACTIONS PARTENARIALES

» PARTICIPATION AU CONGRÈS DES INTERNES DE MÉDECINE GÉNÉRALE À LYON (23^e ÉDITION) – 9 ET 10 FÉVRIER 2023

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 700 à 800 internes sur les deux jours.

En 2023, le congrès s'est tenu à Lyon. L'agence y était présente sur un stand de 9 m² avec à ses côtés le Conseil départemental et l'Agglomération du Cotentin. L'Eure et le Calvados étaient présents également.

La Manche a accueilli sur son stand 200 visiteurs, internes pour la plupart, sur les 2 jours. Sur ces 200 visiteurs, 150 ont participé à un jeu-concours. 108 étudiants ont accepté de nous transmettre leurs données personnelles, ce qui nous a permis d'identifier leur région d'origine et leur année d'internat. Si les internes présents étaient pour la plupart de la région Auvergne Rhône-Alpes, les normands sont également venus nous rencontrer sur notre stand. Les internes étaient majoritairement en 1^e et 2^e année d'internat.

Les échanges avec les internes ont été très nombreux et nous ont permis de mieux connaître leurs attentes en terme d'installation notamment. Beaucoup souhaitent débiter leur carrière par des remplacements avant de s'installer de manière pérenne.

Ce type d'évènement permet d'accroître la visibilité du département de la Manche. Néanmoins, il apparaît opportun pour 2024 d'envisager une participation sous une entité régionale Normandie.

» PARTICIPATION AU CONGRÈS ODENTH (ODONTOLOGIE ÉNERGÉTIQUE ET THÉRAPEUTIQUE) À RENNES – 11 ET 12 MAI 2023

ODENTH est une association réservée aux chirurgiens-dentistes et autres professions médicales ou paramédicales ayant un lien avec la santé bucco-dentaire. Elle a pour but de mettre en relation des praticiens en santé souhaitant partager leurs connaissances dans différents domaines : anatomie, biologie, chimie, physique...

Chaque année, l'association organise un congrès qui se déroule dans une ville d'Europe. En 2023, le congrès s'est tenu à Rennes. L'agence y a participé sur un stand de 6 m² avec le Conseil départemental et Mme Céline Leboutteiller de Faisons une Blouse, créatrice de blouses et de calots pour les professionnels de santé.

90 participants sont venus sur le stand Attitude Manche (pour la plupart de Suisse, de Belgique, du Luxembourg, de Bretagne, du Rhône-Alpes et du Sud-Ouest de la France).



» PARTICIPATION AU CONGRÈS INTERNATIONAL EN ÉPIDÉMIOLOGIE DES CANCERS GRELL AU MONT SAINT-MICHEL – 31 MAI, 1^{er} ET 2 JUIN 2023

Cette rencontre internationale a réuni une centaine de participants au Mont Saint-Michel.

» PARTICIPATION AUX JOURNÉES ODONTOLOGIQUES À PARIS CITÉ (JOPC) 15 ET 16 JUIN 2023

Cette première édition des journées odontologiques a été organisée par l'association des étudiants de Paris Cité.

L'agence y était présente avec le Conseil départemental et la Communauté d'Agglomération du Cotentin. 8 autres structures ont également participé (banques, URPS Île-de-France, mutuelles/assurances, organisme de formation, syndicat, Fédération des Syndicats Dentaires Libéraux). La Manche était le seul département présent.

Ces 2 journées ont été riches d'échanges avec les étudiants ce qui nous a permis de mieux connaître le fonctionnement de leurs stages et leurs attentes en terme d'installation.

La plupart des étudiants n'envisagent pas d'exercer seul en cabinet. Ils aspirent pour beaucoup à travailler en équipe. Certains ne souhaitent pas quitter la région parisienne tandis que d'autres souhaitent travailler en province pour une meilleure qualité de vie. Ils se disent prêts à sauter le pas pour une installation en Normandie et pourquoi pas dans la Manche !



» PARTICIPATION À L'EDUC'TOUR MSA À CARENTAN – 13 OCTOBRE 2023

Pour la 2^e année consécutive, la Mutualité Sociale Agricole (MSA) des Côtes Normandes a renouvelé en 2023 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 13 octobre 2023 au PSLA (Pôle de Santé Libéral et Ambulatoire) de Carentan. 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.

» PARTICIPATION AU CONGRÈS DE L'ARN MED'IN MANCHE À GRANVILLE 14 OCTOBRE 2023

L'ARN est une association à but non lucratif qui représente et favorise l'exercice des médecins remplaçants de Normandie ainsi que leur intégration professionnelle.

Elle organise des formations, des échanges entre médecins installés et remplaçants et des évènements de cohésion pour les professionnels de la santé.

En 2023, l'Association des Remplaçants de Normandie s'est mobilisée aux côtés de l'agence d'attractivité et du Département pour l'organisation d'un congrès régional de formation.

Ce congrès – 1^{ère} édition – s'est tenu le 14 octobre 2023 à la salle Archipel de Granville. Organisé autour de conférences et de tables rondes, il visait à mettre en lumière la médecine générale et à réunir des professionnels de la santé, des experts locaux et des praticiens de toute la Normandie.

Au total, 120 personnes, médecins et internes, venant principalement de la Manche et du Calvados ont participé à ce congrès. Une belle réussite pour une première édition !

Porté par l'ARN, ce congrès a été organisé avec le soutien de nombreux partenaires parmi lesquels le Conseil départemental de la Manche, l'agence d'attractivité Attitude Manche, la Communauté de Communes Granville Terre et Mer, la Région Normandie, l'ARS, l'URML Normandie, le Collège Bas-Normands des Généralistes Enseignants (CBNGE), la CPTS du Sud Manche, La Médicale et LLA Comptable.



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.

EN 2023

27 MÉDECINS/SPECIALISTES/

DENTISTES ET 31 PROFESSIONNELS PARAMÉDICAUX

ont été accompagnés dans leur projet d'installation

7 ÉTUDIANTS ET INTERNES

ont été accompagnés dans leur recherche de logement

7 MÉDECINS/SPECIALISTES,

2 PROFESSIONNELS PARAMÉDICAUX,

ET 60 INTERNES

ont bénéficié d'un séjour découverte du territoire.

Le Conseil départemental, quant à lui, a accompagné :

- 7 jeunes professionnels de santé (3 en médecine générale et 4 en odontologie) par le versement de la prime d'exercice forfaitaire pour la réalisation de remplacements ou de collaborations dans la Manche,
- 2 étudiants en odontologie 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

OBJE CTIFS

La stratégie touristique d'Attitude Manche s'appuie sur le plan marketing tourisme 2022-2027 et porte sur les objectifs suivants :

- Faire de la Manche une destination durable et respectueuse
- Faire de la Manche une destination de loisirs nature
- Poursuivre le développement et la notoriété de la Manche
- Renforcer la stratégie de mise en réseau avec les prestataires et partenaires

FAIRE DE LA MANCHE UNE DESTINATION DURABLE ET RESPECTUEUSE

LA DÉMARCHE ÉQUINOXE

Dans le cadre de la stratégie de développement durable, Attitude Manche a développé en partenariat avec les 8 offices de tourisme une réflexion afin d'être garant d'un modèle touristique vertueux.

POSTULAT

Conscient que le caractère préservé de la Manche constitue l'un de ses principaux atouts, Attitude Manche propose de mettre en avant un modèle d'hospitalité à la Manchoise qui va au-delà des pratiques habituelles pour veiller à ce que le magnétisme du territoire perdure et qu'il continue d'offrir des expériences inoubliables tout en faisant vivre durablement l'état d'esprit manchois, cette démarche a été baptisée « Equinoxe ».

LES ÉTAPES

Dans un premier temps, Attitude Manche s'est entourée de personnes expertes de la Manche (géologue, passionnés d'histoire, spécialiste en géographie et ruralité, offices de tourisme) afin de qualifier les marqueurs d'hospitalité du territoire.

A la lumière de ces échanges, il est ressorti que La Manche a la particularité d'être rythmée par la puissance des éléments (plus grand indice de marées d'Europe) et des écosystèmes en perpétuel mouvement. Ces derniers reposent sur un équilibre que visiteurs et habitants doivent veiller à préserver. La démarche s'articule donc autour de 3 axes de préservation déclinés en gestes très concrets de comportements vertueux attendus par les visiteurs de la Manche.

OBJE CTIFS

de la démarche

- Répondre à un enjeu de préservation du territoire
- Encourager des comportements vertueux
- Proposer un modèle d'hospitalité singulier qui prône l'équilibre des lieux et des engagements réciproques entre habitants et visiteurs



LES ÉTAPES

1. PRÉSERVER L'ÉQUILIBRE ET LA BIODIVERSITÉ

Faire prendre conscience de l'équilibre délicat des milieux en prenant soin de la nature, pour profiter de manière durable de toutes ses richesses.

2. APPRENDRE LES UNS DES AUTRES

Les habitants de la Manche sont profondément attachés à leur territoire et peuvent devenir des guides ou des hôtes précieux pour découvrir les pépites locales, comprendre le territoire, son histoire et ses coutumes.

3. ÊTRE ATTENTIF ET RESPONSABLE

Le territoire de la Manche est à la fois fascinant et exigeant. Entre les vents qui sculptent les côtes et les marées parmi les plus importantes d'Europe, il est important de s'informer pour être prêt à vivre pleinement l'expérience.

IDENTITÉ VISUELLE ET PROCHAINES ÉTAPES

Le déploiement de la démarche s'articulera en 2024 en plusieurs étapes avec le soutien des offices de tourisme qui œuvrent d'ores et déjà avec leurs acteurs touristiques pour un tourisme durable qui s'inscrit parfaitement dans la démarche équinoxe :

- » Sensibiliser les acteurs touristiques et acteurs clés > informer et adhérer à la démarche.
- » Outiller les acteurs touristiques afin qu'ils puissent être relai de la démarche.
- » Faire connaître la démarche Equinoxe au grand public à partir de fin 2024.

FAIRE DE LA MANCHE UNE DESTINATION DE LOISIRS NATURE

LE VÉLO



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 a participé aux réflexions nationales pour l'avenir de la marque : processus de labellisation et évolution du cahier des charges.



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 WestNormandy, Attitude Manche a initié en 2021 un réseau d'hébergements à la nuitée. En plus des structures « classiques » labellisées Accueil Vélo, plusieurs campings manchois ont investi dans des structures légères pour les arrêts à la nuitée, même en haute saison.



Pour garantir un accueil qualitatif 100% Manche, les 19 campings partenaires (contre 12 en 2022) ont reçu par Attitude Manche plusieurs boissons locales à remettre aux cyclotouristes (et randonneurs pédestres). Douze producteurs de cidre, jus de fruits ou bières ont ainsi été mobilisés pour faire connaître les savoir-faire locaux aux touristes itinérants.



LE NAUTISME



BALADES ET RANDONNÉES NAUTIQUES

Comme chaque année, les prestataires labellisés Balades et Randonnées Nautiques (BRN) 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 2023, 13 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...)

ETUDE SUR LES LOISIRS NAUTIQUES

Attitude Manche s'est fait accompagner par le bureau d'études Pro Tourisme pour mieux connaître le potentiel touristique des loisirs nautiques sur le territoire : tendances de l'offre, évolutions de la demande, benchmark territoriaux, forces et faiblesses de la destination...

Livrés au printemps 2023, les résultats vont permettre d'établir un plan d'actions thématique pluriannuel.

L'ITINÉRANCE À PIED

DÉVELOPPEMENT D'ESPACES DE TRAIL

La pratique du trail connaît un développement constant depuis plus d'une vingtaine d'années. La période post-covid a accentué ce phénomène avec un rapprochement aux valeurs portées par le sport et la santé qui a permis de voir arriver de nouveaux pratiquants.

Pour compenser ou corriger la situation, et encourager la pratique, Attitude Manche a initié un projet d'espaces de trail auprès des collectivités locales.



LES OBJECTIFS SONT MULTIPLES :

- **Poursuivre le positionnement de la Manche comme un territoire d'activités outdoor**
- **Attirer de nouvelles clientèles pédestres**
- **Proposer une nouvelle offre touristique reconnue pour ses qualités (sécurité, balisage, paysage...) tout en respectant l'environnement**
- **Répartir les flux de fréquentation sur le territoire (incitation au rétro-littoral) et dans le temps (offre idéale sur les ailes de saison)**

En 2023, Attitude Manche a accompagné financièrement et techniquement quatre territoires : le Cotentin, Coutances Mer et Bocage, Saint-Lô Agglomération et Mont-Saint-Michel – Normandie (sur la commune de Mortain-Bocage). L'inauguration et le lancement de ces espaces auront lieu au fur et à mesure, à partir du second semestre 2024. D'autres espaces verront le jour en 2025 pour compléter cette première offre.



DÉVELOPPER UNE OFFRE EN LOISIRS ÉQUESTRES

ÉTUDE DE POTENTIEL

À l'instar de l'étude réalisée sur les loisirs nautiques, Attitude Manche a également été accompagnée pour évaluer le potentiel touristique de la filière équine.

Les résultats, reçus à l'été 2023, ont permis de mettre à jour le plan d'actions sur la thématique où l'accent a été mis sur la facilité d'accès à la pratique pour les publics débutants (accès à l'information, réservation, programme adapté...).

POURSUIVRE LE DÉVELOPPEMENT ET LA NOTORIÉTÉ DE LA MANCHE

CAMPAGNE DE COMMUNICATION

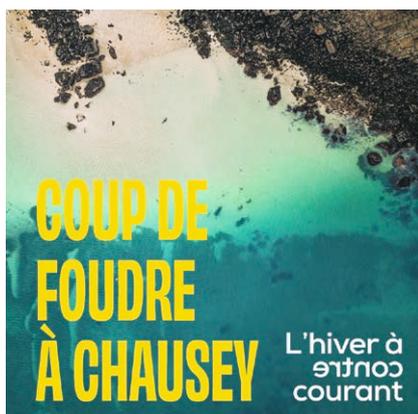
L'hiver à entre courant

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. Captain Yvon, agence audiovisuelle, a suivi Alex et a documenté cette aventure dans un film de quelques minutes qui a été l'élément central du dispositif de communication (réseaux sociaux, création d'aventures sur le site internet, newsletters, relations presse, affichage en gare).

La mise en scène des aventures inspirées de ce qu'a pu vivre Alex a très bien fonctionné et les chiffres de trafic le prouvent (40% du trafic global sur la période est lié aux contenus sur la campagne). Les contenus rando à pied et vélo ont particulièrement performé et arrivent en tête des aventures les plus consultées sur le site. L'appétence des communautés à la pratique du GRAVEL est prégnante. **La carte du parcours GRAVEL, hébergée sur google maps, enregistre plus de 18 000 vues.** On note également un bon ciblage des audiences sur les réseaux sociaux qui a permis de répondre aux objectifs prioritaires de la campagne à savoir : révéler la Manche comme destination outdoor et toucher une cible plus jeune.

CAMPAGNE DE COMMUNICATION :

- » Affichage digital en gares parisiennes
- » Relations presse
- » Campagne web sociale





SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX

La campagne s'est déroulée en deux temps sur Facebook et Instagram :

notoriété (posts vidéos) puis **trafic** (posts liens) à destination de **deux cibles** :

» jeunes 18-30

» jeunes familles 25-35

Durée : 2 mois.

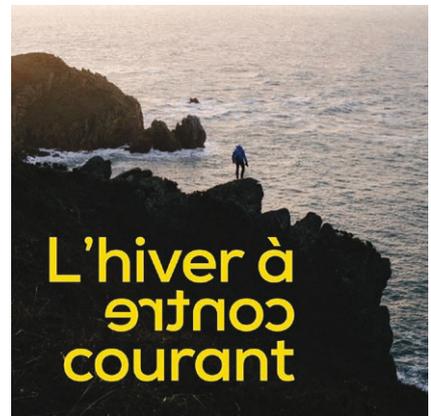


BILAN SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX FIN 2023



» Alex Strohl a publié une soixantaine de stories sur son compte, 3 carrousels photos et le film complet : 29 100 j'aime et plus de 200 commentaires sur ses publications Manche. Il a publié un vlog sur les coulisses de son aventure dans la Manche depuis qui a cumulé 430 000 vues sur YouTube.

» Au total, 220 photos ont été ajoutées en photothèque suite à ce reportage (photos d'Alex et de Captain Yvon).



STRATÉGIE DE PRÉSENCE DIGITALE

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 ont été mis en scène pour répondre à cet objectif à travers des **formats éditoriaux variés** (top, on a testé pour vous, portraits...), ils représentent environ 80% de l'ensemble des contenus du site.

Avec **862 000 pages vues**, le volume de trafic sur les contenus liés à l'attractivité touristique est prépondérant à l'échelle de l'écosystème.

Une **version anglaise** a été mise en ligne en mars 2023 pour s'adresser à nos cibles touristiques étrangères prioritaires : <https://www.manche-tourism.com/>

Le **référencement naturel** est la principale source de trafic (64%) suivi des campagnes d'achat de mots clés (19%) et des entrées directes (13,5%).



STRATÉGIE SEA

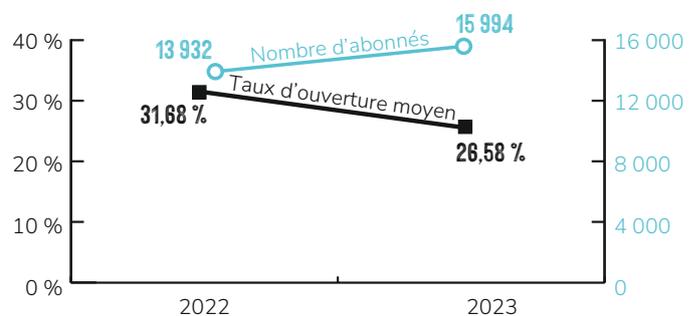
Les campagnes d'achat de mots clés ont pour objectif d'augmenter la visibilité de la destination Manche, de compenser un déficit de positionnement naturel sur certaines requêtes et de booster les réservations d'hébergements hors saison estivale.

Plusieurs campagnes « tourisme » ont été menées en 2024 :

- » Des campagnes « Débarquement » et « Mont Saint-Michel » en Français et en Anglais pour compenser la perte de positionnement post mise en ligne sur ces grandes thématiques. Ces campagnes ont généré une belle exposition et d'excellents taux de clics : 487 000 impressions et 49 900 visites.
- » Des campagnes « hébergements » en Français et en Anglais pour booster les réservations dans les hôtels et campings sur les ailes de saisons. Avec 217 000 impressions, 19 700 visites et 4030 intentions de réservation, cette campagne affiche d'excellents résultats sur un marché très concurrentiel.
- » Des campagnes « Activités » en Français pour exposer les idées d'activités dans la Manche à nos clientèles en séjour ont généré 124 000 impressions et 18 458 visites.

LES NEWSLETTERS

En lien avec les campagnes de communication de l'agence, la newsletter traite divers sujets inspirants lié à l'attractivité du territoire et à la saisonnalité.



CYCLE RELATIONNEL : LES CLIENTS DE LABELS MANCHE

En partenariat avec Labels Manche, l'agence a développé cette année un support de gestion de la relation clients. Lorsqu'une réservation est effectuée auprès du service réservation de Labels Manche, les clients entrent dans un « cycle relationnel » : ils 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. Les e-mails sont personnalisés en fonction de la destination choisie dans la Manche et de la composition du foyer.



Mise en place en juillet 2023, cette base compte **829** abonnés.

TAUX D'OUVERTURE MOYEN

53,59%

TAUX DE CLIC MOYEN

67,44%

LES RELATIONS PRESSE

COLLABORATION AGENCE NORTH COMMUNICATION



- Révéler la Manche comme une destination outdoor

4 communiqués de presse et 1 voyage de presse « slow tourisme » ont permis de générer 12 retombées dans des médias nationaux.

Par ailleurs, en collaboration avec Normandie Tourisme, 11 journalistes étrangers en provenance de nos marchés prioritaires ont été accueillis sur le territoire.



LES SUPPORTS DE COMMUNICATION

LE MAGAZINE DE DESTINATION # 7

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 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 septième édition du magazine de destination a été imprimée à 72 000 exemplaires, toutes versions confondues. 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 65 000 exemplaires en 2023.

LES FLYERS BALADES ET RANDONNÉES NAUTIQUES

Les 13 BRN font l'objet de flyers édités à 400 exemplaires chacune remis aux offices de tourisme et prestataires concernés.



AMÉNAGER LE TERRITOIRE POUR AMÉLIORER L'EXPÉRIENCE VISITEUR

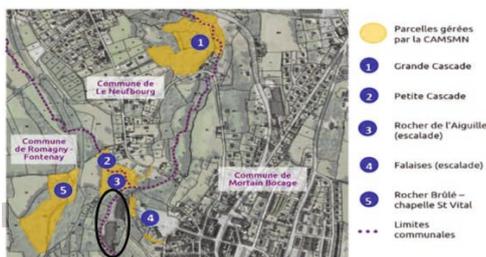
L'accompagnement de l'agence s'inscrit dans cette volonté continue d'améliorer l'expérience clients et de répondre ainsi aux attentes actuelles, non seulement des touristes, mais également des résidents et des habitants.

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

LE RÉSEAU D'INGÉNIERIE TERRITORIALE DE LA MANCHE (IDM)

Attitude Manche est l'un des membres du réseau d'ingénierie territorial 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 accompagnements aux collectivités sur différents projets :

» Appui à la commune de Mortain pour la création d'un camping de 70/80 emplacements (élaboration du cahier des charges, modèle de gestion...),



Le site du futur camping de Mortain à proximité de la petite cascade, du rocher de l'aiguille (site d'escalade) et du GR22.

Le site du futur camping de Mortain à proximité de la petite cascade, du rocher de l'aiguille (site d'escalade) et du GR22.

- » Sollicitations et conseils auprès des communes de la Hague et de Saint-James sur l'implantation et la réalisation d'aires de camping-cars sur leurs territoires,
- » Accompagnement de la commune de Picauville sur la transformation d'une aire naturelle en zone de bivouac et d'aires d'accueil de camping-cars,
- » Sollicitation de la commune de Hambye sur la transformation d'espaces urbains, et dans le même temps participation régulière à des réunions concernant les évolutions envisagées de l'Abbaye.

LE TRAVAIL MENÉ SUR LES STATIONS BALNÉAIRES

Depuis quelques années, les stations balnéaires réinterrogent leur développement touristique.

Dans ce cadre, l'Agence se positionne en tant que conseil auprès des collectivités, participant dans certains cas à la rédaction de cahier des charges, à des réunions où l'évolution de la station est débattue et des travaux envisagés.

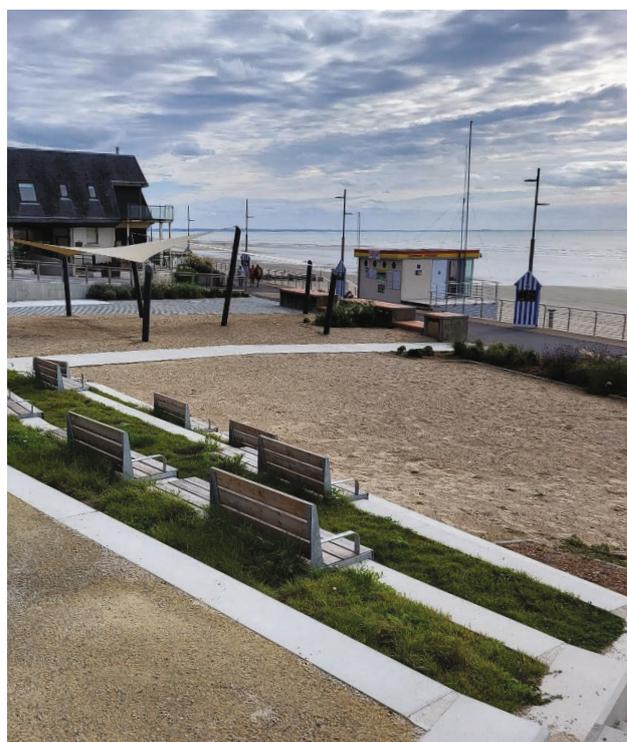
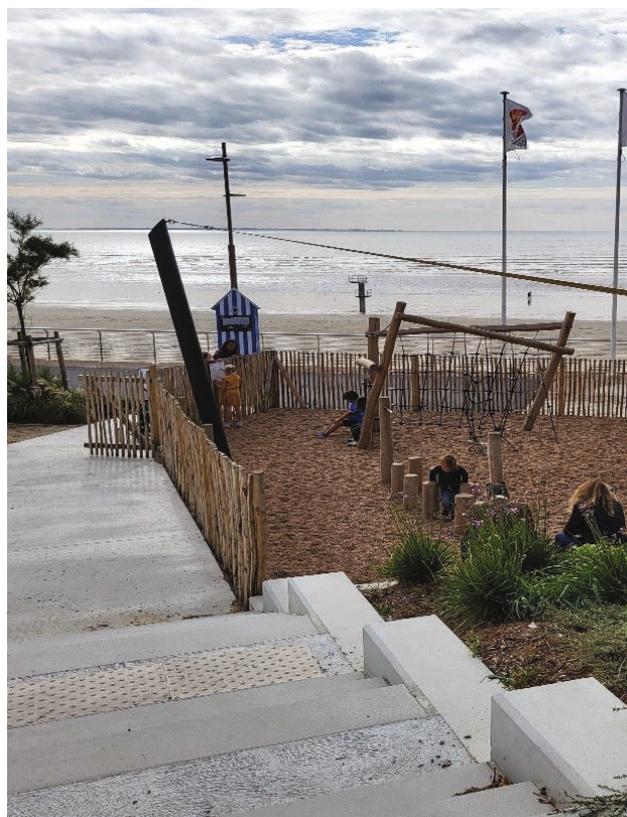
De très belles réalisations ont vu le jour ces dernières années notamment à Barneville-Carteret avec le réaménagement de son front de mer à Barneville Plage ou bien encore la promenade André Lebouteiller.

Plus récemment, nous avons vu la fin des travaux de la place du Général de Gaulle à Coutainville qui a su redonner toute sa place à une clientèle piétonne et cycliste (Cf. Photos ci-dessous).



Aménagement de la Place du Général de Gaulle à Coutainville. 

Saint-Pair-sur-Mer a su également métamorphoser la place Marland, lieu aujourd'hui apaisé où aiment à se retrouver touristes et habitants. La place du Général De Gaulle attenante fera également l'objet d'un programme de travaux.



Aménagement de la Place Marland à Saint-Pair-sur-Mer. 



SIGNALÉTIQUE

ÉVOLUTION DE LA SIGNALISATION D'ANIMATION CULTURELLE ET TOURISTIQUE SUR LE RÉSEAU ROUTIER NATIONAL (A84 ET RN13)

Implantée dès la fin des années 90 pour la RN13 (23 panneaux) et le début des années 2000 pour l'A84 (33 panneaux), cette signalisation est aujourd'hui obsolète (usure du temps, dommages).

Une réflexion a été lancée en 2023 entre l'Agence, le service des routes du département, les 8 intercommunalités, en y associant la DREAL (Direction régionale de l'environnement, de l'aménagement et du logement) et la DIRNO (Direction interdépartementale des routes Nord-Ouest).

Propositions de thématiques à mettre en avant, nouvelles ou pas, modifications des graphismes, implantations, participations financières, sont les points qui font actuellement l'objet d'une réflexion et d'échanges avec l'ensemble des parties prenantes. L'objectif étant d'avoir renouvelé l'ensemble de cette signalisation pour 2026.



L'ANIMATION DES LABELS TOURISTIQUES



TOURISME & HANDICAP

« Attitude Manche » assure l'interface entre les prestataires touristiques, les évaluateurs, les associations « Coordination Normandie Tourisme et Handicap » et « Tourisme et Handicap », la commission régionale (pilotee par « Calvados Attractivité »), ADN et la DGE.

Un support expliquant procédures et rôles des intervenants autour de cette marque a été créé et est en ligne sur le site attitude-manche.fr/wp-content/uploads/2023/09/support-explicatif-tourisme-handicap.pdf

La commission régionale invite tous les décisionnaires, chaque trimestre, à présenter les dossiers de renouvellement ou d'adhésion à la marque pour 5 ans. En moyenne 40 dossiers sont présentés par commission, dont une dizaine pour la Manche et 1/3 tiers reçoit un avis positif.



OBSERVATOIRE TERRITORIAL

L'observatoire d'Attitude Manche est un outil au service des compétences et 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 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)
- » Suivi des tendances avec les enquêtes de conjoncture
- » Analyse des données des migrations résidentielles et liées au logement
- » Suivi des indicateurs de l'emploi

Parmi les études menées en 2023 :

- Etude sur le portrait social et les dynamiques démographiques de la Manche
- Partenariat avec le CRT Normandie sur l'étude de fréquentation et des retombées des véloroutes de Normandie

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 partenaires

TOURINSOFT

La consultation annuelle commune des prestataires touristiques s'est renouvelée avec les 8 Offices de Tourisme de la Manche. La collecte des informations de mise à jour (de l'envoi initial à la dernière relance) a fait l'objet d'une planification en amont avec les OT. Attitude Manche a préparé et procédé à l'envoi des questionnaires web pour le compte de chaque OT et s'est chargée de la relance des questionnaires web sur les non-répondants.

Les prestataires touristiques ont été interrogés à l'automne via des questionnaires web (pour 6 OT) et via l'outil V.I.T. (Votre Information Touristique pour 2 OT : OT du Cotentin et OT Granville Terre et Mer). Cet outil permet 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. Ces modifications sont soumises à la validation du/des référent(s) SIT dans les Offices de Tourisme.

7 Offices de Tourisme sur 8 se chargent eux-mêmes de la validation de leurs offres. C'est Attitude Manche qui prend le relais de validation pour le 8^e OT et lorsque c'est nécessaire en cas d'absence du référent Tourinsoft à l'OT.

LA JOURNÉE DÉPARTEMENTALE DES PROFESSIONNELS DU TOURISME

Après une édition décevante en termes de visiteurs en 2022, cet incontournable de début de saison a pu voir sa onzième édition se tenir fin mars 2023. La bourse aux brochures départementales a tenu ses promesses en nombre d'exposants et retrouvé ses visiteurs d'avant Covid. Les professionnels, ont pu se rencontrer, échanger leurs documents et assister à une conférence de ADN Tourisme. La fédération nationale des organismes institutionnels du tourisme a présenté sa stratégie, son guide des Labels (clef verte...) et son challenge des territoires pour créer des offres touristiques permettant l'étalement des flux touristiques.

L'association Labels Manche y a aussi 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). **73 structures** étaient exposantes.



LES « JOURNÉES DU CLUB DES OT DE LA MANCHE »

« Attitude Manche » réunit tous les trimestres des conseillers en séjours en charge de la promotion touristique des territoires du département. Ces journées comprennent un temps d'échange sur les dossiers d'actualité des destinations et une découverte de sites touristiques.



12 JANVIER 2023

Le groupe s'est réuni sur le **territoire de Villedieu Intercom** pour aborder la dernière édition du salon « IFTM TOP RESA », la future édition du salon « RDV En France », les nouvelles prestations touristiques des territoires pour la saison à venir. Un éducteur a permis la découverte des « Ateliers Mauviel » et d'un hébergement du groupe « La Clé des Champs ».



30 MARS 2023

L'équipe s'est rassemblée sur le **territoire de Coutances, Mer et Bocage** sur les sujets de l'accueil des marchés scolaires français et la difficulté de recruter de saisonniers. Une visite guidée de la Cathédrale et du Musée Quesnel Morinière à Coutances ont clôturé cette journée.



19 SEPTEMBRE 2023

Les participants se sont retrouvés sur le **territoire de la Baie du Cotentin**, avec la participation de « Normandie Tourisme ». Ils ont abordé les sujets suivants : la stratégie et les actions régionales concernant le tourisme d'affaires, la réalisation d'un support concernant l'accueil de clientèle scolaires et d'un autre sur la marque « Tourisme et Handicap », le projet d'éducteur avec Atout France Scandinavie, les recrutements dans les territoires pour « un apport d'affaires » aux prestataires touristiques, etc. Une visite guidée de la Brasserie artisanale de Sainte-Mère-Église clôturait cette journée.



FAVORISER LA MISE EN MARCHÉ DE L'OFFRE TOURISTIQUE

Attitude Manche assure la promotion touristique de la destination Manche, l'interface avec les prestataires touristiques en leur apportant visibilité et outils et construit également la programmation de la destination auprès des professionnels du tourisme.

LE MARCHÉ SCOLAIRE FRANÇAIS

En 2023, l'accent a été mis sur l'accueil des publics scolaires français.

En collaboration avec Normandie Tourisme, une visio-conférence « Scolaires : proposer son offre d'hébergement aux scolaires la semaine ou en période creuse », Attitude Manche a présenté les programmes scolaires par niveaux, les liens thématiques pédagogiques / territoires, les procédures, les provenances, les modes de transports, la restauration, les tarifs...

Un des objectifs était de rappeler l'intérêt que présente cette clientèle en semaine et hors vacances scolaires mais aussi que ces jeunes sont des prescripteurs pour nos territoires. Par ailleurs, les enseignants ont besoin d'un accompagnement spécifique.

Une **nouvelle brochure** a été réalisée sur les thèmes de l'histoire, le patrimoine, les savoir-faire, les énergies...



LE MARCHÉ BtoB « FRANÇAIS »

WORKSHOP RÉGIONAL ANCV 28 SEPTEMBRE 2023 – DEAUVILLE

Une vingtaine de contacts : intérêts pour les manifestations autour de l'anniversaire du Débarquement en Normandie.

Rendez-vous annuel qui permet de fidéliser une clientèle normande et parisienne via leurs représentants du personnel.

Attitude Manche était présente aux côtés du Musée du Débarquement d'Utah Beach, les vedettes Jolie France, Prévithal, le Centre des Monuments Nationaux...



SALON IFTM TOP RESA DU 3 AU 5 OCTOBRE 2023 - PARIS

Attitude Manche et Normandie Tourisme étaient présents sur un stand commun afin de mieux valoriser la destination et de réduire les coûts.

28 exposants sur ce stand dont 9 de la Manche : les offices de Tourisme du Cotentin et du Mont Saint-Michel, Labels Manche, la Cité de la Mer, l'Airborne Museum, Manche Iles Express, le Groupe Mère Poulard et Réceptif Ouest.

Environ 70 contacts : comme tous les ans ; essentiellement des bloggeurs, influenceurs...

Attitude Manche a financé et organisé un éducteur pour des voyageurs présents sur ce salon en collaboration avec Calvados Attractivité et Réceptif Ouest : 11 Tours Opérateurs ont découvert Caen et ses environs sur une journée puis les Ateliers Saint James, la baie et le village du Mont Saint-Michel le temps d'une journée. Les participants sont « émerveillés » par la découverte de la Baie du Mont Saint Michel qui reste un incontournable des programmations.



LE MARCHÉ BtoB « ÉTRANGERS »

SALON RENDEZ-VOUS EN FRANCE DU 21 AU 22 MARS 2023 – À PARIS

Une trentaine de rendez-vous préprogrammés toutes les 20 minutes sur ce salon qui a permis à Attitude Manche d'échanger avec les Tour-Opérateurs des marchés historiques (France, Belgique, Allemagne, Grande-Bretagne, Pays-Bas) et sur les nouveautés.

Les voyageurs des marchés en développement depuis quelques éditions (Espagne, Italie, Irlande, Hongrie, Bulgarie, Pologne, Autriche, Suisse, Slovénie, Lettonie, République Tchèque...) s'intéressent essentiellement aux « sites phares » comme le Mont Saint Michel ; les réceptifs, les guides, les transports...

Deux rendez-vous avec des TO de Scandinavie ; un de Suède et un du Danemark ; ce sont des marchés sur lesquels l'agence est en veille ; ils ne connaissent pas la Manche (les échanges portent sur sa localisation, ses modes d'accès, ses possibilités d'hébergements...).

En amont de ce salon, 2 éducteurs passaient par la Manche sur le thème « Normandy Highlights » et « Introduction to D-Day and the Battle of Normandy ». Ces petits groupes, de 14 voyageurs au total et de toutes nationalités, ont découvert le secteur du Mont Saint Michel et le secteur des plages d'Utah Beach. Ce sont des territoires qu'ils souhaitaient découvrir et par lesquels ils ont été charmés.





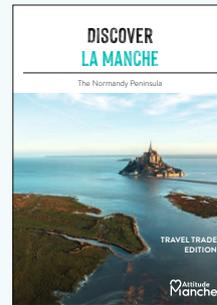
EDUCTOUR POUR 3 VOYAGISTES ALLEMANDS : "SLOW TRAVEL EN NORMANDIE" DU 30 SEPT. AU 2 OCTOBRE 2023

En collaboration avec Normandie Tourisme et l'Office de Tourisme de Granville Terre et Mer, des Tour-Opérateurs germaniques spécialisés dans la programmation d'expériences authentiques (gastronomie, faune, flore...) ont réalisé une visite guidée du port de pêche de Granville, une sortie commentée sur la faune et la flore en Baie du Mont Saint-Michel et quelques animations autour de la "Semaine du Climat". Les participants ont été séduits et des programmations de séjours / montages des circuits sont en cours.



UNE BROCHURE À DESTINATION DES CLIENTÈLES BTOB ÉTRANGÈRES

Support de base lors des échanges avec ces professionnels du tourisme étrangers ; cette brochure localise et présente notre territoire et ses pépites.



LA PLACE DE MARCHÉ

La Place de Marché, plateforme de réservation en ligne de prestations touristiques, regroupe près de 1 230 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 2023, 70 % des ventes sont réalisées sur les sites personnels des prestataires via l'intégration de widgets de réservation, 30 % sur les sites de destination (Offices de tourisme, CRT Normandie, Attitude Manche).

Grâce à la mobilisation des prestataires et des outils toujours plus performants, le chiffre d'affaires de la place de marché en 2023 a dépassé la barre symbolique des 2 millions d'euros et plus de 35 000 produits vendus.

La vente d'activités est toujours en nette hausse et représente désormais 44% des ventes globales soit une augmentation de 10 points comparé à 2022 qui était déjà une année référence en billetterie. La panier moyen reste stable à 71,5€.

A noter que 94% des réservations sont des réservations fermes avec paiement en ligne. Les pré-réservations sans paiement sont de plus en plus rares, confirmant les tendances des années précédentes.

Les prestataires réalisant les plus importants chiffres d'affaires sur la place de marché, et ce en ayant placé des widgets de réservation sur leur propre site web, sont les mêmes qu'en 2022 :

- Un hôtel, un musée et des sorties en mer en voilier traditionnel sur le territoire de Granville Terre et Mer
- Un hôtel dans le Cotentin





Atelier Marque employeur à Regnéville-sur-Mer

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.
Conception: Création graphique  Bleu-Nacré
Crédits photographiques: Captain Yvon (Attitude Manche), Alexis Berg (Attitude Manche)
Xavier Lachenaud (Attitude Manche), Alexandre Leroy, Pauline Baron Cochois (Attitude Manche)
Tous droits réservés. Juin 2024.

Retrouvez-nous sur:



pro.attitude-manche.fr

attitude-manche.fr