

Attitude Manche

Retrospective

Bilans

Perspectives



**RAPPORT
D'ACTIVITÉS 2025**



CATHERINE BRUNAUD-RHYN
Présidente d'Attitude Manche

Cher.e adhérent.e, cher.e partenaire,

L'année 2025 a été une année dense pour Attitude Manche, marquée par la concrétisation de plusieurs démarches structurantes dans l'ensemble des domaines de compétences de l'agence.

Sur le plan touristique, Équinoxe, initiative d'hospitalité touristique originale, conforte la Manche comme une destination accueillante et durable ; cette démarche se prolonge avec la création de la collection de produits souvenirs « Ateliers de la Manche » dont l'ambition est de proposer à nos visiteurs des objets fabriqués localement et porteurs de sens pour le territoire. Ce projet a fait l'objet d'un financement inédit des quatre Groupes d'Action Leader de la Manche traduisant une volonté partagée de soutenir la coopération et la valorisation des produits et savoir-faire locaux.

Dans le domaine de l'attraction des talents, le déploiement du Label « Employeur Engagé pour le Bien-vivre dans la Manche », valorise les entreprises locales qui donnent du sens à leurs actions et sont particulièrement engagées dans la qualité de vie au travail ; je félicite les premières entreprises labellisées pour leur politique en faveur du bien-être de leurs collaborateurs.

La création d'un service d'hospitalité territorialisé avec un contact privilégié dans chaque EPCI, permet désormais un accompagnement au plus près des attentes des candidats à l'installation. Il renforce notre ancrage et notre proximité avec les acteurs locaux.

Par ailleurs, deux études majeures ont été finalisées et présentées : l'étude d'image, qui a confirmé le renforcement de l'attractivité de la Manche tout en identifiant des marges de progression, et l'étude prospective sur les conséquences démographiques pour l'emploi à horizon 2050.

Ces travaux viennent apporter un éclairage important sur nos choix stratégiques et nous ont guidés dans la mise en œuvre de nos actions pour 2026, en s'appuyant sur les enseignements clés de ces études :

- Le territoire est de mieux en mieux identifié avec un très fort attachement des habitants et des expatriés.
- Un manque de perception persiste sur la dynamique économique et des opportunités de carrière dans la Manche.
- Un bien-vivre ensemble et des interactions sociales facilitées à révéler plus encore.
- Un bouleversement de la structure démographique à horizon 2050 (vieillesse marqué de la population et baisse des populations scolarisables et actives) alors que les besoins projetés en salariés augmenteraient de 43%.

La démarche d'attractivité portée par Attitude Manche porte ses fruits mais une amplification massive des dispositifs et une implication renforcée des acteurs publics et privés sont impératives pour apporter des réponses qui soient à la hauteur des enjeux économiques, démographiques et environnementaux.

Alors que nous nous apprêtons à élire un nouveau conseil d'administration pour notre agence d'attractivité, les membres du bureau et moi-même avons souhaité repenser la gouvernance de l'agence pour plus d'agilité et d'efficacité à l'aune de ces enjeux qui se jouent pour le territoire et pour l'agence.

Je tiens à adresser des remerciements chaleureux aux membres du Bureau et du Conseil d'Administration pour qui cette année 2025 clos trois années de mandat au service de l'attractivité de la Manche. Leur engagement et leur foi en l'action de l'agence a été un réel moteur pour déployer une feuille de route toujours plus exigeante.

Je vous souhaite, cher.e adhérent.e, cher.e partenaire, bonne lecture de ce rapport d'activité 2025 et me réjouis par avance de nos fructueuses collaborations au service de la Manche !



	VIE DE L'AGENCE & GOUVERNANCE, ÉTUDES ET PROSPECTIVE, PROJETS STRUCTURANTS . . .	3
	INFLUENCE	7
	NOUVEAUX TALENTS	18
	DÉMOGRAPHIE MÉDICALE	26
	TOURISME	31
	STRATÉGIE DE PRÉSENCE DIGITALE	43



VIE DE L'AGENCE & GOUVERNANCE ETUDES & PROSPECTIVE PROJETS STRUCTURANTS

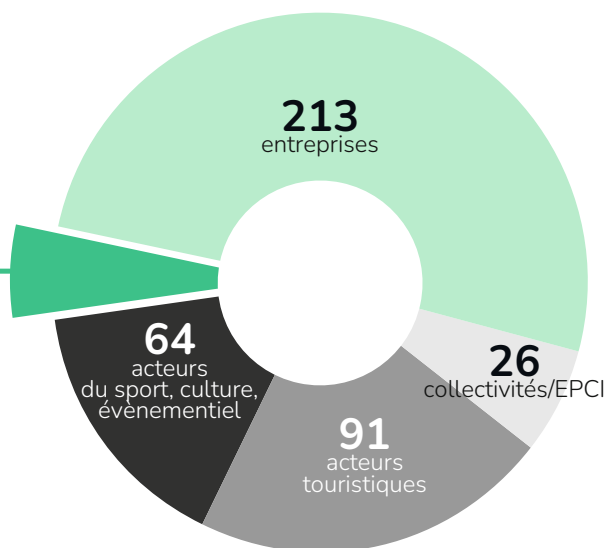
VIE DE L'AGENCE

LES ADHÉRENTS

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

Au 31 décembre 2025, l'agence comptait **417 adhérents** :

 **23**
membres
de droit



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

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

LA STRATÉGIE RSE

LE LABEL CAP'HANDÉO

Dans le cadre de sa démarche RSE, **Attitude Manche** a à cœur de mettre en place des actions sociales en direction de ses salarié-es pour favoriser le bien-être au travail, parce qu'un salarié aidant soutenu est un collaborateur plus serein au quotidien, l'agence a souhaité être labellisée « Entreprise Engagée Salariés Aidants ».

Le label Cap'Handéo est initié par **KLESIA** et **Handéo**, et déployé en partenariat avec **l'Agirc-Arrco**. Il accompagne les entreprises dans la reconnaissance et le soutien aux salariés aidants. En France, 1 salarié sur 5 se trouve aujourd'hui en situation d'aide d'un proche. Cette réalité touche toutes les structures et l'ensemble des secteurs.



MASTERCLASS RSE

Attitude Manche a souscrit au parcours inter-entreprises RSE proposé par la CCI Ouest Normandie.



OBJETIFS

- Intégrer la RSE à son entreprise et la piloter en conséquence.
- Découvrir l'ensemble des dimensions de la RSE à travers des cas concrets et retours d'expérience.
- Appréhender des outils et méthodes pour structurer la démarche au sein de son entreprise.

ÉTUDE D'OPPORTUNITÉ D'INTÉGRATION DE L'INTELLIGENCE ARTIFICIELLE

Face aux usages croissants de l'IA générative, Attitude Manche a souhaité s'entourer des services de l'agence ExMachinia afin d'identifier des cas d'usage potentiels pour améliorer la performance opérationnelle de certaines missions de l'agence dans le respect de pratiques éthiques et de souveraineté des données.

OBJETIFS

- Sensibiliser et engager les équipes sur l'IA, démystifier les enjeux.
- Auditer les réalités métier pour identifier des opportunités IA adaptées.

EXMACHINIA

Concrètement, cet accompagnement s'est matérialisé par :

Une masterclass d'acculturation (contexte, enjeux, risques et opportunités)

Des entretiens avec les différents services de l'agence et un « vis ma vie »

Une session de prise en main de l'outil d'IA générative Mistral

ÉTUDE ET OBSERVATOIRE

L'ÉTUDE D'IMAGE

Tous les quatre ans, depuis sa création, Attitude Manche réalise une étude d'image pour mieux comprendre la perception du territoire. Cette enquête s'adresse aussi bien aux habitants qu'aux personnes ayant un lien avec la Manche, ou encore à celles qui la connaissent de plus loin.

Elle propose une analyse approfondie de l'image de notre département, en suivant son évolution et en recueillant les perceptions de différents publics. Cette étude permet d'évaluer la manière dont la Manche est perçue à travers plusieurs dimensions : sa dynamique économique, sa qualité de vie, son attractivité touristique, ainsi que ses perspectives d'avenir. Les résultats de cette enquête viennent nourrir et conforter les orientations stratégiques de l'agence.



MÉTHODOLOGIE

7
PUBLICS
DIFFÉRENTS
INTERROGÉS
avec près de 6 000
répondants !



HABITANTS

Témoins du cadre de vie et de l'évolution du territoire.



ACTEURS

Entreprises, associations et institutions, ils participent activement au développement du territoire.



ÉLUS

Impliqués dans le développement et la promotion du territoire.



ANCIENS MANCHOIS

Ils ont quitté la Manche, mais gardent un lien fort avec le territoire.



VISITEURS

Touristes occasionnels ou fidèles amoureux de la Manche.



PERSONNES EN PROJET DE MOBILITÉ

Prêts à changer de vie, ils envisagent une nouvelle installation.



NOUVEAUX HABITANTS DU GRAND OUEST

Installés récemment dans le Grand Ouest, ils partagent leur expérience de changement de vie.



LES GRANDS ENSEIGNEMENTS

- » L'image de la Manche est désormais maîtrisée et son identité de plus en plus affirmée : la notoriété globale est en nette progression par rapport à 2020. Elle se distingue par des marqueurs identitaires forts, autour de son caractère maritime, rural et de la richesse de ses paysages. La perception de la Manche évolue positivement et est revendiquée par ses habitants : il existe un véritable « état d'esprit manchois » reconnu par les publics extérieurs au département.
- » La dynamique économique, pourtant bien réelle, n'est pas encore suffisamment reconnue à sa juste valeur, ni par les habitants, ni par les publics extérieurs.
- » Un territoire propice à l'équilibre vie professionnelle / vie personnelle : La Manche séduit par son cadre de vie authentique apprécié par tous les publics, et par son environnement préservé.
- » Le bien-vivre dans la Manche est revendiqué par les habitants. La diversité et la richesse culturelles et sportives doivent davantage être valorisées auprès des publics externes.
- » Des freins structurels demeurent dans les domaines de l'accès aux soins, le logement, la mobilité et l'enseignement. Des solutions collectives concrètes doivent être apportées pour accentuer l'attractivité et encourager l'installation durable.

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.

LES GRANDES ÉTUDES DE 2025

FINALISATION ET PRÉSENTATION DE L'ÉTUDE PROSPECTIVE SUR LES IMPACTS ÉCONOMIQUES DES DYNAMIQUES DÉMOGRAPHIQUES DE LA MANCHE

En 2024, Attitude Manche a missionné KPMG secteur public pour réaliser une étude prospective sur les impacts économiques des dynamiques démographiques de la Manche, plus particulièrement liées au vieillissement et à la baisse de la population active. Les résultats ont été livrés en janvier 2025 et présentés tout au long de l'année aux différents partenaires. Ils traduisent :

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

LANCEMENT D'UN OBSERVATOIRE DU NAUTISME (1^{ÈRE} ÉDITION POUR LES CHIFFRES-CLÉS 2024)

Le nautisme fait partie des 4 filières identitaires des activités de pleine nature de la Manche. Afin de mieux connaître les acteurs et le fonctionnement de cette filière et ainsi orienter les plans d'actions, un observatoire du nautisme a été lancé en 2025 sur les chiffres-clés 2024.



- Disposer d'un panorama des loisirs nautiques et connaître les évolutions des pratiques dans les différentes structures du territoire.

ENQUÊTE SUR LES CLIENTÈLES TOURISTIQUES 2025-2026

Afin de mieux comprendre les attentes et les comportements des visiteurs qui séjournent en Normandie, Attitude Manche et les offices de tourisme de la Manche se sont associés à Normandie Tourisme pour mener avec le cabinet BVA-IPSOS, **une grande enquête à partir du mois de mars 2025 auprès des différentes clientèles touristiques de Normandie**. Cet ambitieux projet, a pour objectif de recueillir des données précieuses sur les clientèles touristiques et excursionnistes : leurs habitudes de consommations, leurs dépenses, ainsi que leurs parcours touristiques dans la région. Une mine d'informations pour l'ensemble des professionnels du tourisme normand : l'ensemble des résultats permettra de proposer des offres adaptées et d'améliorer les services qui sont dédiés aux voyageurs. L'enquête terrain a été clôturée en mars 2026 pour des résultats en septembre.

PROJETS STRUCTURANTS TRANSVERSAUX

BIEN-VIVRE DANS LA MANCHE, RÉVÉLER LE QUOTIDIEN

Attitude Manche a inscrit le bien-vivre dans sa raison d'être et dans ses axes stratégiques comme levier d'attractivité pour ses publics cibles.

L'étude d'image et de perception démontre que la qualité du cadre de vie manchois est bien identifiée, mais des déficits d'image demeurent sur les sujets de la dynamique économique, de la culture, du sport et des savoir-faire.

Dans un processus de changement de vie, les notions d'authenticité, de lien social, la possibilité pour chacun (adultes et enfants) à trouver des activités dans lesquelles s'épanouir et rencontrer de nouvelles personnes sont autant d'éléments de réassurance qui peuvent orienter le choix d'un lieu de vie.

Attitude Manche a donc choisi d'illustrer le bien vivre dans la Manche par une campagne de communication. Le but est de valoriser le lien social, la dynamique culturelle, les pratiques sportives, la gastronomie et les produits locaux, la convivialité, le lien entre les manchois et le territoire au travers de 5 visuels qui feront l'objet d'un plan de communication en 2026.



- Renforcer notre attractivité résidentielle.
- Positionner la Manche comme le territoire où chacun peut trouver son équilibre et s'épanouir pleinement.
- Apporter de la réassurance sur le bien-vivre au quotidien dans la Manche.
- Répondre à des perceptions et freins sur le changement de vie.
- Donner à l'ordinaire une dimension extraordinaire.

Les 5 visuels de campagne ont été réalisés à l'automne 2025 pour une diffusion au printemps 2026.

LANCEMENT DE LA MISSION GRC

En 2025, Attitude Manche a souhaité densifier la mission « Gestion de la Relation Candidat » afin de développer une réelle stratégie de prospects.



- Structurer et qualifier les données des différentes cibles de l'agence.
- Concevoir, piloter et optimiser des campagnes de marketing direct efficaces, adaptées à chaque public.
- Engager les candidats dans un cycle relationnel dans un objectif d'installation ou de séjour sur le territoire.

Les dernières campagnes menées par l'agence (campagne expatriés manchois, alternants...) ont souligné l'importance d'aller toucher directement les cibles prioritaires et de les engager à plus long terme dans nos actions pour atteindre nos objectifs. Afin de renforcer l'efficacité de nos actions, il est apparu nécessaire de créer des communautés par cibles, afin de les mobiliser sur nos différentes campagnes.

A ce jour et après nettoyage RGPD, opéré sous l'outil d'emailing Brevo, nos bases sont structurées.

Afin de constituer des bases de données solides, plusieurs actions ont été mises en place sur le dernier semestre 2025 :

- Création de formulaires dédiés à la collecte de contacts en ligne ou via des opérations événementielles.
- Conformité RGPD sur tous les formulaires de contacts.
- Accompagnement par l'agence WeBird pour définir les enjeux de la GRC et les messages à pousser suite à l'ajout d'un contact dans la base.
- Réalisation d'un plan d'actions sur l'année 2026 pour créer des actions de collecte de données (jeux concours, partenariat média, pop-up...) et s'appuyer sur les projets de l'agence où celle-ci peut être densifiée.



RELATIONS PRESSE



31

communiqués
de presse envoyés



374

retombées
presse



9

accueils presse
individuels réalisés



INFLUENCE



FOCUS

COLLECTION ATELIERS DE LA MANCHE



ATELIERS DE LA MANCHE

En 2025, Attitude Manche lance le projet de développement d'une gamme de produits souvenirs éco-conçus, fabriqués localement et distribués dans les principaux sites touristiques de la Manche. Ce projet répond à une évolution des attentes touristiques marquée par une recherche accrue d'authenticité, de durabilité et une quête de sens dans l'acte d'achat.

Souvenirs pour la maison



PLANCHE À DÉCOUPER

Indispensable en cuisine, façonnée en bois de hêtre, noble et durable.

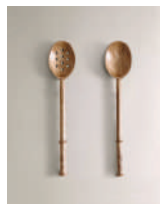
Fabriqué dans la Manche
11,95€ PRIX PRO HT
19,90€ PVC TTC



PLAT À DESSERT

Élégance artisanale pour sublimer les douceurs régionales.

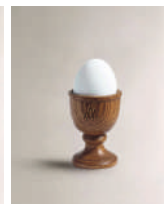
Fabriqué dans la Manche
24,32€ PRIX PRO HT
44,90€ PVC TTC



DUO DE CUILLÈRES

Sculptées dans une seule pièce, elles rappellent la cuisine simple et naturelle d'ici.

Fabriqué dans la Manche
22,00€ PRIX PRO HT
34,90€ PVC TTC



COQUETIER

Objet familial et solide, compagnon du petit déjeuner à la ferme.

Fabriqué en France
3,79€ PRIX PRO HT
6,50€ PVC TTC

OBJECTIFS

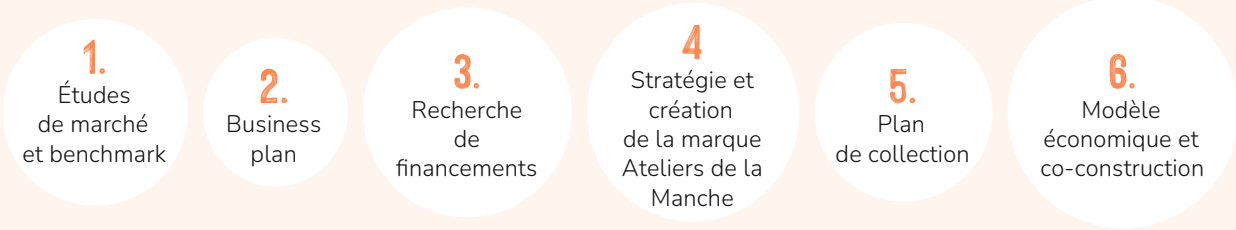
- Créer une collection exclusive, innovante et mobilisatrice autour d'une offre identitaire commune.
- Fédérer collectivités, acteurs touristiques et entreprises du territoire dans une logique de co-construction et de création de valeur partagée.
- Favoriser les retombées économiques locales.
- Améliorer l'expérience touristique grâce à des produits authentiques et durables.
- Renforcer l'image du territoire en lien avec la démarche Equinoxe.

MÉTHODOLOGIE

- » Positionnement réaliste sur les volumes et prix, en cohérence avec les pratiques des sites touristiques.
- » Travail de concertation avec les fournisseurs pour trouver les produits adéquats.
- » Collaboration avec un directeur artistique chargé de la définition de la gamme et de la stratégie marketing produit.



LES ÉTAPES 2025



LES ÉTAPES 2026



BUDGET PRÉVISIONNEL ET FINANCEMENTS

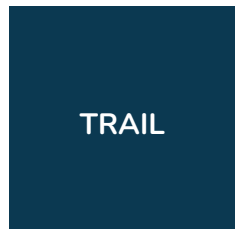
MONTANT TOTAL DU PROJET	186 000 €
FONDS LEADER SOLLICITÉS	135 000 €
FONDS PROPRES ATTITUDE MANCHE	51 000 €



Construction budgétaire prudente fondée sur le cofinancement (fonds européens LEADER) et sur l'engagement des sites partenaires (Mont-Saint-Michel, Musée Airborne, Jardin de Vauville, La Cité de la Mer, Offices de tourisme, musées du département).

LES ACTIONS EN FAVEUR DU SPORT

En 2025, Attitude Manche a apporté un soutien logistique et / ou de valorisation à de nombreux événements sportifs :



Déploiement de la stratégie trail dans le cadre de l'attractivité touristique et résidentielle.

Accompagnement de quatre collectivités pour le déploiement de stations Trail labellisées Uni'Vert Trail ou On Piste.



- Développer une offre trail structurée et ambitieuse, accessible sur l'ensemble du territoire.
- Proposer une expérience sportive et dépaysante, aussi bien aux visiteurs qu'aux habitants actuels et futurs à la recherche d'un équilibre entre vie professionnelle et vie personnelle.
- Structurer une offre qui maille le territoire en proposant des parcours balisés, sécurisés et adaptés à tous les niveaux, du débutant au trailer confirmé.





INFLUENCE

Dès 2024, Attitude Manche avait sensibilisé les territoires à l'accélération de la pratique du trail, que ce soit de manière autonome ou bien par la montée en puissance des événementiels. Après plusieurs mois de travail (concertation, dessin des itinéraires, balisage...), quatre premiers territoires ont inauguré leurs circuits qui permettront aux amateurs de découvrir le territoire :

10 JUIN

BRIX POUR LA STATION TRAIL DU COTENTIN

(5 départs – 30 parcours)

18 JUIN

CONDÉ-SUR-VIRE POUR L'ESPACE TRAIL DE SAINT-LÔ AGGLO

(3 départs – 9 parcours)

23 JUIN

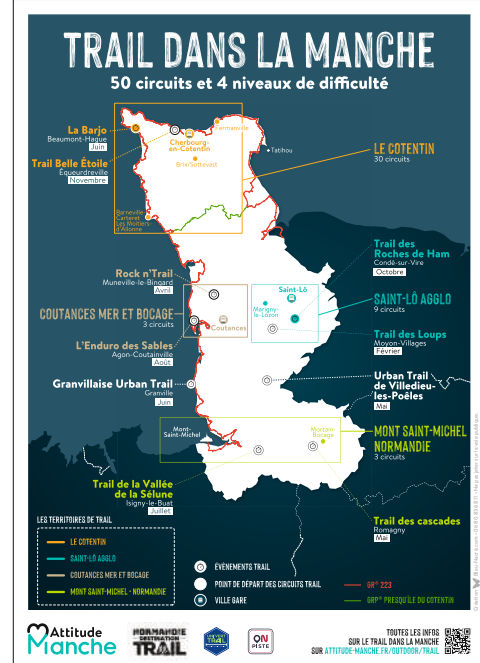
COUTANCES POUR L'ESPACE TRAIL DE COUTANCES MER ET BOCAGE

(1 départ – 3 parcours)

4 OCTOBRE

MORTAIN POUR L'ESPACE TRAIL DE MONT SAINT-MICHEL NORMANDIE

(1 départ – 3 parcours)



COMMUNICATION

Plusieurs **accueils d'influenceurs** et de sportifs ont donné naissance à des vidéos partagées en collaboration entre nos communautés. **Ces co-partages ont été un réel succès** puisque, comme l'an passé, nous avons touché en moyenne 50% de notre communauté et **50% de non abonnés**, rayonnant ainsi au-delà de notre réseau habituel.

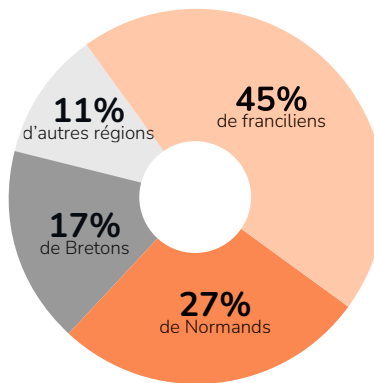
Dans le cadre de la valorisation des espaces trail, de nombreux contenus ont été lancés sur les réseaux sociaux pour mettre en lumière la discipline dans la Manche :



» Vidéo générique sur le trail dans la Manche
Travaillée en collaboration avec Normandie Tourisme et François Dourlen, cette vidéo générique reprend l'ensemble des espaces trail de la Manche et a été sponsorisée à destination de notre cœur de cible avec une appétence outdoor.

198 000 vues
77 000 comptes touchés

2000 visites sur la page des espaces trail, dont :



» Portrait de Yannick Noël à l'occasion de son top 10 à l'UTMB

Une publication teasing en septembre en amont de l'inauguration des espaces trail. Postée en collaboration directe avec Yannick Noël sur Instagram.

55 000 vues
11 000 comptes touchés dont 70% de non abonnés

50 000 vues
200 clics vers la page trail d'attitude-manche.fr



59 000 vues
11 000 comptes touchés
 dont 70% de non abonnés

» **Accueil de Sylvaine Cussot**

En collaboration avec Normandie Tourisme, Attitude Manche a accueilli la traileuse Sylvaine Cussot pour tester les espaces trail de Saint-Lô Agglo, Coutances Mer et Bocage et Mortain. Sylvaine a couvert son séjour avec de nombreuses stories live partagées par Attitude Manche et qui ont généré de nombreuses interactions (5000 vues en moyenne) et clics vers la page trail de notre site web.

RELATIONS PRESSE

Inaugurations des espaces trail :
 13 retombées dans la presse locale



Esprit Trail : partenariat média avec le magazine spécialisé, numéro décembre 2025/janvier 2026. Article double page « La Manche à l'appel du trail ». Audience : 61 517 lecteurs



40 000 vues
 tous réseaux sociaux confondus

Un post photo a généré
160 000 vues
 et touché
80 000 comptes
 (dont 50% de non abonnés).

» **Accueil de Magalie Jegou**

Magalie Jegou, jeune parisienne spécialisée dans les micro-aventures outdoor et notamment, le trek, trail et Gravel a pu tester l'espace trail de Saint-Lô Agglo à l'occasion du trail des Roches de Ham et le wingfoil à l'occasion du Wing Attitude Festival, le tout en se déplaçant à vélo !

Elle a publié de nombreuses stories tout au long de son séjour et a posté en collaboration avec Attitude Manche deux contenus majeurs : une vidéo de son expérience globale et un carrousel de photos dans la Manche.

DOCUMENTAIRES

Soutien au documentaire sur Valentin Orange sur le défi trail dans le Cotentin

Soutien au documentaire « A rude épreuve » de Martin Cauwell avec Guillaume Ruel



WING ATTITUDE FESTIVAL
 1^{ère} édition du 25 au 27 octobre à Saint-Martin-de-Bréhal.

- Co-organisation avec 8 Milles Nautic.
- Régates les samedi et dimanche et record Chausey-Granville le lundi.
- Format festival avec village à terre et compétition sur l'eau.



» Teaser vidéo crossposté avec GTM et 8 Milles Nautic : plus de **10 000** vues.

Une communication globale sur les réseaux sociaux : de nombreuses stories avant l'événement (moyenne de 2000 vues sur chacune d'entre elles) et le jour J (moyenne de 3000 vues). Communication tous réseaux sociaux confondus portée par plusieurs voix : GTM, 8 Milles Nautic, Attitude Manche mais aussi par l'intervention des directeurs des structures sur la partie stratégique d'un tel événement.

» **Championnat de France Kite Big Air** en décembre dans la Hague - Soutien au Pôle Nautique de la Hague.

» **Partenariat The Spot 2 Be**
 Valorisation des conditions météo en temps réel pour la pratique des sports nautiques sur les spots de la Manche sur le site www.attitude-manche.fr.

RELATIONS PRESSE

» 16 retombées dans la presse locale :





CYCLISME

- » Co-financement de la Mad Jacques Véloscénie (mai 2025).
- » Partenariat de la cyclo les Virées Normandes en lien avec l'étape du Tour de France dans le Sud Manche.
- » Partenariat sur la 3^{ème} édition de la Coupe du Monde de Cyclocross à Flamanville.
- » Préfiguration de la cyclo sportive Les Échappées Maritimes : négociation avec les territoires, sélection de l'agence organisationnelle.



Dans le cadre de la **Coupe du monde de Cyclocross** à Flamanville en novembre 2025, une vidéo pour annoncer l'événement a été réalisée en interne, crosspostée avec le Cotentin et Cyclocross Cotentin, **touchant plus de 35 000 comptes et cumulé près de 95 000 vues**. Ce contenu a permis de diriger les internautes vers la billetterie (+ de 900 clics sur le lien).

Attitude Manche a par ailleurs collaboré une nouvelle fois avec Steve Chainel pour valoriser l'événement. Une vidéo crosspostée avec le sportif a cumulé près de 75 000 vues sur Instagram, Facebook et LinkedIn.

Du contenu sponsorisé sur le site de Ouest France a également permis d'étendre la notoriété de l'événement.

ÉQUITATION



AUTRES SPORTS

- » Nouvel obstacle avec les tours Vauban visible au Pôle Hippique.
- » Achat de la Tour Vauban présente aux JO 2024 et installée au Pôle Hippique.
- » Diffusion du documentaire « D'Herbe et d'Embruns » sur Equidia.
- » Dotations vestimentaires NHS et Jumping 4*.
- » Partenariat avec la JS Cherbourg Hand sur le bus aux couleurs de l'agence.
- » Soutien auprès de Valentin Gondouin, athlète élite sur route (3^{ème} aux Europe de Semi Marathon)

CULTURE

PASS GOLD 2^{ÈME} ÉDITION

Dans le cadre de la valorisation de la culture dans la Manche, l'agence, en partenariat avec les festivals du territoire, a réalisé un concours pour faire gagner un Pass Gold pour la deuxième année consécutive. Ce Pass Gold donne accès à plus de 20 festivals de musique sur tout le territoire pour deux personnes sur l'année 2025. Le concours a été posté uniquement sur Instagram dans l'objectif de **toucher une cible jeune**. Dans la volonté de **créer de l'engouement** autour de ce concours, toute une phase de teasing a été réalisée en amont. En parallèle, une série de contenus dédiés aux festivals a été postée sur Instagram le temps du concours pour **valoriser les partenaires et la culture manchoise**.



300 000
vues

3 000
commentaires
pour participer

53%
d'interactions
avec des non abonnés

200
abonnés
supplémentaires

500
visites de notre
compte Instagram

Cette action a permis de toucher de nombreuses personnes et de créer beaucoup d'interactions sur notre compte et ceux des festivals, et ce, sur un temps très court.

COLLABORATIONS POUR VALORISER LES ÉVÉNEMENTS LOCAUX

En 2025, plusieurs vidéos ont été crosspostées avec des partenaires locaux pour valoriser des événements culturels. Une belle occasion de mutualiser les supports et intensifier la portée des messages.

- » **Les Egaluantes** : 17 000 vues.
- » **Les Traversées Tatihou** : 36 000 vues.
- » **Concours pour le Carnaval de Granville** : 16 000 vues, 9000 comptes touchés.

COLLABORATION NORMANDIE IMAGE, POLITIQUE DE TOURNAGES DANS LA MANCHE

A l'initiative d'Attitude Manche en collaboration avec Normandie Images et l'Office de tourisme du Cotentin, six scénaristes, cinéastes et auteurs ont été accueillis dans la Manche pour un voyage d'inspiration et d'écriture cinématographique du 23 au 26 septembre.

OBJETIFS

- Promouvoir le territoire en tant que destination cinématographique et renforcer son rayonnement.
- Développer l'économie locale et l'emploi
- Valoriser les compétences et ressources disponibles.
- Créer des liens avec les techniciens et productions implantés localement.

» 8 retombées dans la presse locale :



Un récit de voyage sera publié au printemps 2026 avec les témoignages et photos des participants.

PRODUITS & SAVOIR-FAIRE

LA M'FABRIK

Le local du 47 Rue Havin à Saint-Lô constitue un espace plurifonctionnel permettant à Attitude Manche de disposer d'un ancrage local pour accueillir du public, valoriser et commercialiser des produits 100 % Manche. Des espaces d'exposition et de travail y sont également mis à disposition des adhérents et partenaires pour leurs actions de promotion du territoire.

RÉSULTATS 2025

+3,25 %
136 938 €
de chiffre
d'affaires

24 555
produits achetés
auprès des
fournisseurs

3 466
ventes réalisées
réparties entre
3231 tickets de caisse

125
commandes web
et 110 factures

29,19 €
de panier moyen
en caisse

COMMUNICATION

» Facebook

1,1 K
abonnés
en 2025
(vs 950 en 2024)

86
publications
77,6K de vues par posts
1,4K d'interactions

NEWSLETTER



312 abonnés
2 campagnes diffusées
62,90% de taux d'ouverture
10,81% de taux de réactivité





LA BOUTIQUE EN LIGNE

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.

OBJETIFS

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

CHIFFRES 2025

TOP 3

des catégories de produits les plus vendus



Les produits du terroir
La librairie
Les produits #Attitude Manche

235 produits

Un panier moyen de 42,48 €



LES BOISSONS MANCHOISES

Le lundi 3 novembre 2025, pour la 3^{ème} année Attitude Manche a organisé un événement de rencontre entre les professionnels de la restauration et les producteurs de boissons du territoire.

OBJETIFS

- Inciter tous les acteurs de la restauration à proposer des boissons manchoises 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.
- Faire découvrir l'étendue de l'offre de boissons de la Manche.

LE CONCEPT

Salon de producteurs /// Atelier accord mets et boissons
Atelier de mixologie /// Concours de cocktail
Dégustation à l'aveugle

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

Une centaine d'acteurs de la restauration a fait le déplacement.

Dans une ambiance conviviale, ils ont pu se rencontrer, échanger, participer aux ateliers et déguster les nombreuses boissons manchoises présentes sur les tables. Une manière de changer la perception des produits locaux et de créer de nouveaux débouchés.



RELATIONS PRESSE



13 retombées dans la presse locale :



TERRE FEUILLE FOURNEAU

Le 17 octobre 2025 (pendant la semaine du goût) a vu le lancement du festival Terre, Feuille, Fourneau. Un collectif de restaurateurs engagés autour des valeurs Equinoxe a proposé un menu au tarif de 30€, avec pour thème, le végétal au cœur de l'assiette.

OBJETIFS

- Révéler la richesse de la production manchoise et les liens qui unissent les chefs aux producteurs .
- Affirmer l'identité du territoire : partage, convivialité, créativité.
- Révéler la qualité de l'offre de restauration manchoise.



LE CONCEPT

Le 17 octobre midi et/ou soir /// Menu à 30€ /// Local, végétal et de saison /// 20 restaurants

Pour cette première édition, un important dispositif de communication a été déployé, notamment sur les réseaux sociaux :

VIDÉO TEASER DE L'ÉVÉNEMENT

tous RS confondus (sponsorisée sur Instagram) :



133 000
vues

65 000
comptes touchés

1 300
clics vers
la page de
l'évènement

VIDÉO SUR LE BIEN MANGER DANS LA MANCHE

tous RS confondus (sponsorisée sur Instagram) :



65 000
vues

32 000
comptes touchés
(Franciliens, Normandie,
Bretagne principalement)

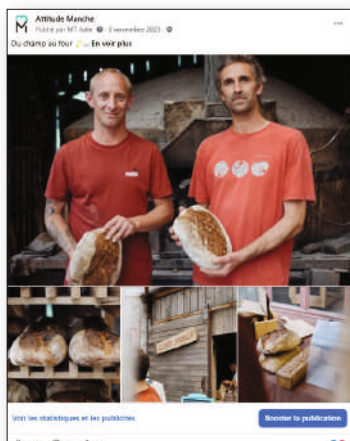
+ DE 800
visites sur
notre compte
Instagram

PLUSIEURS SÉRIES DE POSTS SUR LE BIEN-MANGER

Portraits (ferme du Bois Landelle, restaurant le Canon à Villedieu, engagement collectif) avec une moyenne de **35 000 VUES** sur ces posts.

INSTAMEET RESTAURANTS ET PRODUCTEURS

Deux journées ont été organisées avec des ambassadeurs locaux à la rencontre de chefs et de leurs producteurs. **6 AMBASSADEURS** ont été invités, cumulant ensemble près de 90 000 abonnés. Tous ont partagé de nombreux contenus sur l'évènement : stories, Reels, partage de l'affiche et de nombreux retours très positifs.

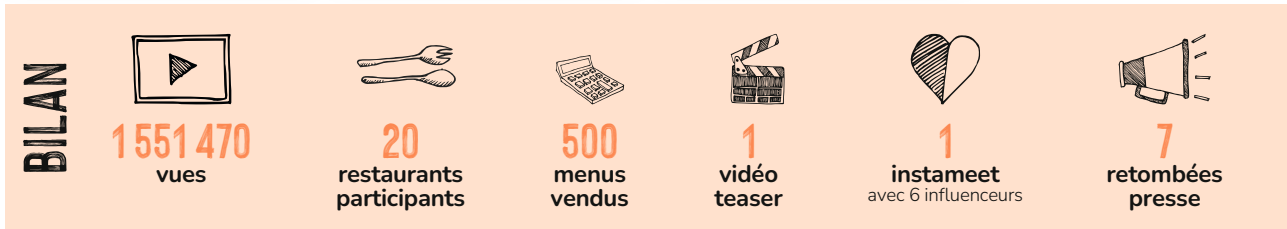




INFLUENCE

COLLABORATION AVEC LE MEDIA FOOD

Pour donner de la visibilité au collectif de restaurateurs et à leur engagement autour du bien manger, l'agence a noué un partenariat avec le Media Food. Deux vidéos ont été réalisées, une avec Théo, chef du restaurant Le Petit Nor'Cat et une avec Thierry, un maraîcher bio du Cotentin. Les deux vidéos ont cumulé plus de 1 million de vues sur les réseaux sociaux et généré 49 000 interactions. Les 25-45 ans représentent 65% de l'audience.



Deux sujets traités par le magazine Le Point

- » « 16 adresses coup de cœur dans la Manche et le Cotentin » - Audience : 784 931
- » « Restaurants, hôtels... Escapade savoureuse, et forcément iodée, de Granville à Barfleur en passant par Cherbourg-en-Cotentin. »

LES RÉSEAUX SOCIAUX : STATISTIQUES ET ÉVOLUTIONS

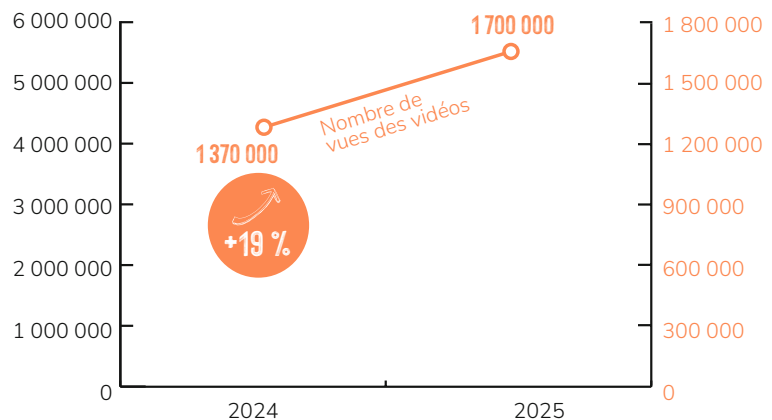
INSTAGRAM

45 réels postés (41 en 2024)

43 000 abonnés

4 550 000 vues des contenus

dont seulement 26% des contenus publicitaires



Des contenus très variés en 2025 avec beaucoup plus de contenus attractivité très appréciés et l'accentuation encore une fois des contenus immersifs au format Reels filmés au téléphone. Les carrousels au format top fonctionnent toujours aussi bien même si ce sont les itinéraires outdoor qui continuent d'être le plus plébiscités.

FACEBOOK

40 000
visites
de la page

2 534 000
comptes touchés
dont seulement
40% via des campagnes

780 000
vues de vidéos

289 000
abonnés

Un taux d'engagement de **0.20%**
largement supérieur à la moyenne
nationale de Facebook (0.05%).

Le réseau continue sa perte de vitesse en organique à l'échelle mondiale mais reste un bon support pour les campagnes de sponsoring. Les efforts sont beaucoup plus orientés sur la communication organique sur Instagram et LinkedIn là où Facebook se positionne plutôt comme un réseau de campagne ou de publications d'ambiance (paysages, inspirations).

LINKEDIN



D'une année sur l'autre, **les posts emploi prouvent encore leur succès**. Ce sont ceux qui sont le plus consultés chaque semaine sur notre page LinkedIn. **Les publications dédiées au cadre de vie et à la singularité du territoire sont les plus impactantes**. Malgré tout, de forts sujets d'attractivité sortent du lot cette année avec 3 top posts liés à la démographie médicale, au service hospitalité d'Attitude Manche et au portrait d'expatriés.

Une visibilité qui augmente légèrement
avec le même nombre de posts.

15 000
abonnés

2025

Une moyenne
de **49 000** impressions
pour **88** posts

VS

2024

de **47 000** impressions
pour **89** posts

14 230 ABONNÉS
+12,5 %
vs 2024

LES ADHÉRENTS

LES OUTILS ET SERVICES DESTINÉS AUX ADHÉRENTS

» Le 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, formulaire de dépôt d'offre d'emploi, de stage, d'alternance, etc.

NOUVEAUTÉ EN 2025

Un adhérent peut accéder à l'autodiagnostic pour le label « *Employeur engagé pour le bien vivre dans la Manche* ».

TRAFIC EN 2025

Nombre de sessions : 39,3 K (stabilité depuis l'année passée)

Nombre de pages vues par session : 1,9 (chiffre stable)

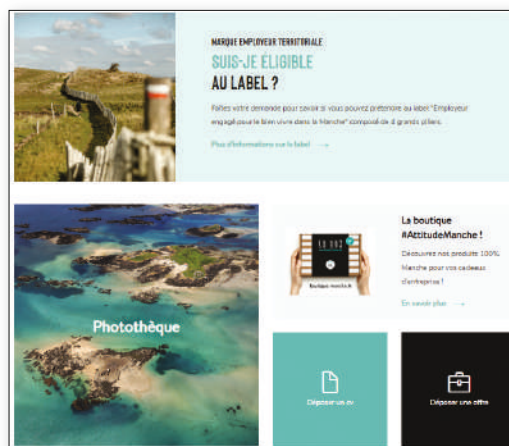
Nombre de pages vues : 75 K (stable aussi)

Temps passé sur le site : 1min13

FOCUS ESPACE ADHÉRENTS

648 **+13 %**
connexions
à l'espace adhérents

164 **+117 %**
CV
envoyés



LES PAGES LES PLUS CONSULTÉES DU SITE

<https://pro.attitude-manche.fr/les-adherents/annuaire-des-adherents/>

<https://pro.attitude-manche.fr/actualites/recompense-michelin/>

<https://pro.attitude-manche.fr/agence-attractivite/equipe/>



» Plateforme marketing

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

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

» Les newsletters

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

Comme par exemple l'invitation aux afterworks adhérents.

» Groupe LinkedIn dédié

Il s'agit d'un outil de communication complémentaire proposant aux adhérents un lieu d'échange et de partage sur des intérêts communs, de créer du lien, d'inviter à des événements, de relayer des invitations de partenaires, etc. Ce groupe se veut participatif.

RENCONTRES ET TEMPS FORTS ENTRE ADHÉRENTS

» Afterworks adhérents

2 afterworks ont été proposés aux adhérents pour leur présenter en primeur les résultats de l'étude d'image 2024 sur deux sites privilégiés du territoire :

- **Mardi 22 avril au Zoo de Champrépus**
- **Jeudi 24 avril à la brasserie de Sainte-Mère-Eglise**

2 autres dates étaient dédiées **aux acteurs touristiques manchois avec une présentation** de l'attractivité touristique départementale avec **la démarche Equinoxe et un focus Tourisme de l'étude d'image**.

- **Lundi 2 juin à la ferme des Cara-Meuh à Vains**
- **Lundi 16 juin au camping Le Cormoran à Ravenoville**

Après les présentations, les adhérents se retrouvaient pour un temps d'échanges autour de **produits locaux**, le tout dans un **cadre privilégié**.

Ce nouveau format a reçu un bel accueil et a permis d'accueillir plus de 150 participants.

L'objectif était de partager sur un temps court, des données clés, des éléments de langage, et de permettre de découvrir ou redécouvrir des sites du territoire.

» Petit-déjeuner d'accueil des nouveaux adhérents

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

L'objectif est de valoriser les enjeux des adhérents et trouver des synergies communes au bénéfice du territoire.

2 matinées de convivialité et de rencontre entre nouveaux adhérents ont réuni une quinzaine de personnes.





NOUVEAUX TALENTS

FOCUS

LE LABEL « EMPLOYEUR ENGAGÉ POUR LE BIEN-VIVRE DANS LA MANCHE »

Depuis 2024, Attitude Manche travaille avec plusieurs entreprises pilotes à la création d'un label reconnaissant les engagements de l'entreprise et du territoire dans une stratégie conjointe d'attraction des talents.

OBJECTIFS

- Structurer et lancer un label pour accompagner les entreprises dans leurs recrutements et la fidélisation de leurs salariés.
- Répondre aux aspirations des talents en quête de mobilité.



LES ACTIONS

- **Lancement du Label (6 mars 2025) :** Conférence de Didier Pitelet, « Du Big Bang du travail aux nouvelles relations humaines », (120 participants).
- Sensibilisation des entreprises du territoire à rejoindre la démarche. Une vidéo a été réalisée, donnant la parole à quatre dirigeants et représentants d'entreprises déjà engagées dans le label. Mise en avant de l'intérêt de la dynamique collective et des bénéfices concrets du label en termes d'attractivité pour les entreprises. Relais sur les réseaux sociaux d'Attitude Manche et ceux des entreprises labellisées, avec pour objectif de faire connaître le dispositif et d'encourager de nouvelles adhésions.
- **Participation aux 32^{èmes} Rencontres de l'Économie Territoriale (RNET) (2-4 octobre) :** présentation à 150 développeurs économiques.
- **Atelier :** « Attirer les talents, c'est plus que recruter », en collaboration avec SOFIAP et Recops.
- **Atelier stratégique Territoire, stratégie RH responsable et environnement » leviers d'attractivité et de fidélisation (Saint-Lô) | 5 décembre :** 15 participants réunis à l'EGC.



PREMIÈRES
ENTREPRISES
LABELLISÉES



Hôpital Privé de la Baie
Avranches





FOCUS PORTRAITS D'EXPATRIÉS

“Il a quitté la Manche pour/Il est revenu dans la Manche pour” : **ce nouveau format de publications dédiées à nos expatriés a été un véritable succès** tous réseaux sociaux confondus. Des portraits largement partagés par les personnes concernées et les manchois qui apprécient particulièrement ces valorisations. Ceci est un vrai point positif dans notre volonté de pousser des sujets liés à l’attractivité du territoire, pas toujours évidents à mettre en lumière.



Plusieurs vidéos immersives ont aussi permis de valoriser des expatriés comme Aline Montaigne et Benjamin Pontais avec un format interview. De nouveaux formats prometteurs (entre 9000 et 16 000 vues).

STRATÉGIE DIGITALE ET SUPPORTS DE COMMUNICATION

LE PORTAIL DIGITAL ATTITUDE-MANCHE.FR

La **valorisation du cadre de vie** et de la **dynamique économique du territoire** est l’un des enjeux majeurs du site attitude-manche.fr. A ce titre de nombreux contenus ont été mis en scène pour répondre à cet objectif à travers des formats éditoriaux variés (success stories, portraits...), ils représentent environ 20% de l’ensemble des contenus du site.

Avec plus de 87 000 pages vues (versus 70 000 pages vues en 2024) la visibilité des contenus attractivité résidentielle est à la hausse. Avec 2 pages vues par visite, le trafic est qualitatif et les interactions avec les contenus sont nombreuses.

263 demandes d’accompagnement ont été formulées depuis le formulaire de contact dédié au service hospitalité de l’agence.

Les campagnes d’achat de mots clés sont la première source de trafic sur les contenus résidentiels (43%) notamment dû à la campagne « Performance Max » sur la thématique « Quitter Paris » et la campagne « Alternance » qui ont boosté le trafic. Les autres sources de trafic sont le référencement naturel (36,5%), des entrées directes (12%), des sites externes (4,5%) et des réseaux sociaux (4%).

87 000
pages vues
sur l’offre résidentielle
(70 000 en 2024)

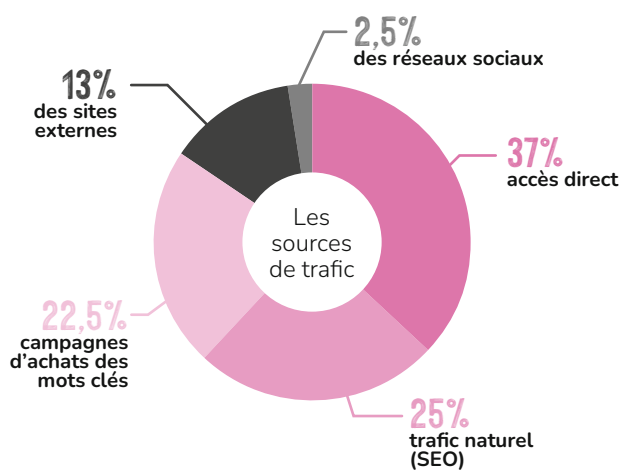


263
demandes
via le formulaire
de contact

LES PAGES LES PLUS CONSULTÉES

sur l'activité résidentielle

- [attitude-manche.fr/s-installer-dans-la-manche/alternance-stage/](https://emploi.attitude-manche.fr/s-installer-dans-la-manche/alternance-stage/) >> page d'atterrissage de la campagne Alternance (dispositif sur les réseaux sociaux)
- [attitude-manche.fr/quitte-paris](https://emploi.attitude-manche.fr/quitte-paris/) >> page d'atterrissage de la campagne Performance Max « Quitte Paris »
- [attitude-manche.fr/ou-manger-dormir-restaurant-evenement/](https://emploi.attitude-manche.fr/ou-manger-dormir-restaurant-evenement/) >> page d'atterrissage de l'événement « Terre Feuille Fourneau »
- [attitude-manche.fr/decouvrir/cotentin/](https://emploi.attitude-manche.fr/decouvrir/cotentin/)
- [attitude-manche.fr/s-installer-dans-la-manche/](https://emploi.attitude-manche.fr/s-installer-dans-la-manche/)



STRATÉGIE SEA

Les campagnes d'achats de mots sur la thématique « attractivité » sont déclinées en deux campagnes : « attractivité générique » et « attractivité emploi » qui ont pour objectif d'exposer la destination comme un territoire attractif économiquement et de valoriser les offres d'emploi.

La campagne « Attractivité générique » a évolué vers une campagne au format Performance Max qui a permis de générer 5100 sessions enregistrées contre 900 sessions enregistrées via l'achat de mots clés. Pour le même budget investi, la campagne a été vue 3,5 fois plus. 10 prises de contacts de personnes ayant un projet de mobilité ont été enregistrées.

La campagne « attractivité emploi » a généré 15 300 sessions sur le site emploi et 12 envois de candidatures. L'optimisation des coûts (Coût Par Clic) a permis une hausse de la visibilité de la campagne avec 155 000 impressions (+14% par rapport à N-1) et du trafic (+10% par rapport à N-1).

LA PLATEFORME WEB EMPLOI.ATTITUDE-MANCHE.FR

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

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

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.

Le site emploi enregistre une belle progression avec un **trafic en hausse de 32%** comparé à l'année précédente. Le ciblage reste très pertinent compte tenu des objectifs puisqu'une grande majorité des utilisateurs sont localisés hors Manche (principalement en Ile-de-France). Le nombre d'offres consultées est en hausse (+ 25%), et le niveau d'intérêt porté sur les offres premium excellent.

Sur **12 800 offres d'emploi Premium consultées**, nous avons enregistré **plus de 5600 clics** sur des boutons de contacts/partage soit un excellent taux de conversion de plus de 40%.

Les sources de trafic sont variées et équilibrées. Les accès directs sont la première source de trafic (37%). Le trafic naturel (SEO) progresse et représente désormais la deuxième source de trafic (25%), suivi des campagnes d'achats de mots clés (22,5%), des sites externes (13%) puis des réseaux sociaux (2,5%). La part de trafic desktop / mobile est plutôt équilibrée (56% mobile/44% desktop).

LES PAGES LES PLUS CONSULTÉES SONT :

- emploi.attitude-manche.fr/
- emploi.attitude-manche.fr/offres/
- emploi.attitude-manche.fr/sante/
- emploi.attitude-manche.fr/nous-contacter/

La plateforme emploi en quelques chiffres :





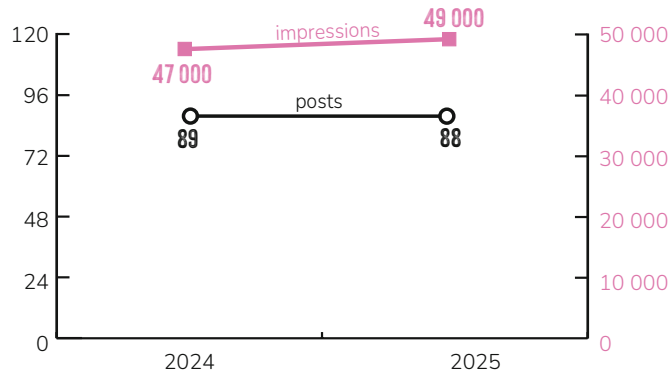
NOUVEAUX TALENTS

LINKEDIN

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

+12,5 %
14 230
abonnés

+25 %
81 300
vues de vidéos



Une moyenne de 49 000 impressions pour 88 posts contre 47 000 impressions pour 89 posts en 2024 = une visibilité qui augmente légèrement avec le même nombre de posts.

D'une année sur l'autre, **les posts emploi prouvent encore leur succès**. Ce sont ceux qui sont le plus consultés chaque semaine sur notre page LinkedIn. **Les publications dédiées au cadre de vie et à la singularité du territoire sont les plus impactantes**. Malgré tout, de forts sujets d'attractivité sortent du lot cette année avec 3 top posts liés à la démographie médicale, au service hospitalité d'Attitude Manche et au portrait d'expatrié.

LES RELATIONS PRESSE

SERVICE HOSPITALITÉ

Reportage TF1 JT de 13h diffusé le 9 avril 2025 : tournage chez l'entreprise CETIH à Roncey et à l'agence Attitude Manche. Audience du média : 4 470 000.

« Plus de 23 000 postes restent vacants dans la Manche, malgré des efforts pour attirer des candidats, comme des week-ends découverte. L'association Attitude Manche aide à l'installation des nouveaux arrivants, facilitant l'emploi et le logement. Le faible taux de chômage offre aux travailleurs le choix de leur entreprise. 50 week-ends ont été organisés pour séduire les candidats potentiels. »

LABEL "EMPLOYEUR ENGAGÉ POUR LE BIEN-VIVRE DANS LA MANCHE"

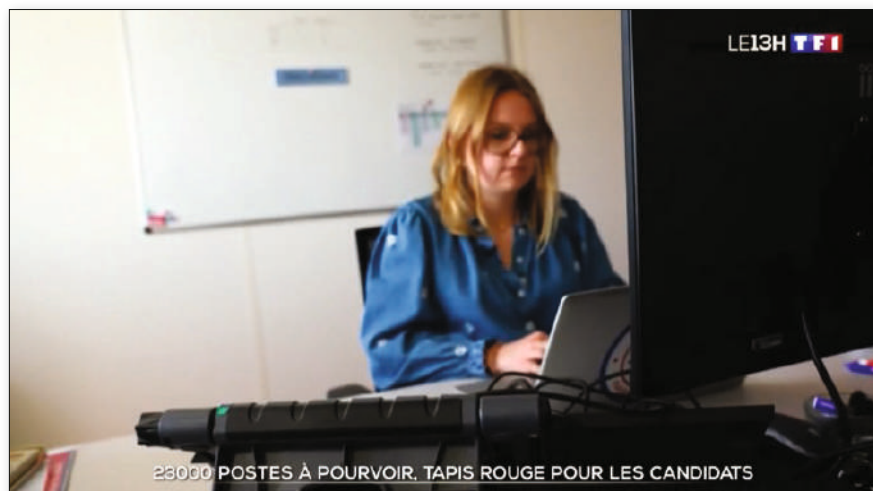
Emission « Dimanche en politique » sur France 3 Normandie, diffusée le 18 mai 2025.

« Catherine Brunaud-Rhyn, vice-présidente du conseil départemental de la Manche en charge de l'attractivité, soutient le bien-être au travail avec Attitude Manche, qui a lancé un label récompensant les entreprises engagées. Face aux attentes des jeunes, ce label valorise l'équilibre vie pro/perso et l'ancrage territorial, répondant à une quête de sens et qualité de vie. »

CAMPAGNE ALTERNANTS

Ici Cotentin : journal 7h / interview de 7h45 en direct / émission « Bienvenue chez-vous » diffusée le 19 février 2025.

« Attitude Manche lance des vidéos pour promouvoir l'alternance dans les entreprises locales, ciblant les jeunes au moment des choix Parcoursup. Ces vidéos seront diffusées sur TikTok et Instagram pour maximiser l'impact. L'objectif est d'attirer les jeunes vers un département en plein emploi, renforçant ainsi l'attractivité régionale et répondant aux besoins des entreprises manchoises. »



LES CAMPAGNES DE COMMUNICATION

LES "EXPATRIÉS MANCHOIS"

Du 12 juillet au 31 août 2025, un jeu concours a été déployé sur l'ensemble du territoire. Accessible via un QR code dans de nombreux bars de la Manche et en ligne via les réseaux sociaux, un quiz court et ludique permettait de tester les connaissances des participants sur la Manche, tout en valorisant les atouts du territoire : cadre de vie, dynamisme économique, offre sportive et culturelle.

OBJETIFS

- Faire connaître la dynamique économique et les opportunités d'emploi aux Manchois expatriés pendant leur séjour d'été dans la Manche.
- Alimenter une base de contacts qualifiés dans le cadre de la stratégie GRC.

Dispositif

- Trente bars partenaires
- Quiz via QR Code avec un séjour de 3 jours en voilier à gagner.
- Création de 3 films diffusés sur les réseaux sociaux mettant en scène des expatriés revenant dans la Manche.
- 1 conférence de presse et table ronde sur les parcours de vie d'expats et la présentation du label « Employeur engagé pour le bien Vivre dans la Manche »

LES CHIFFRES CLÉS



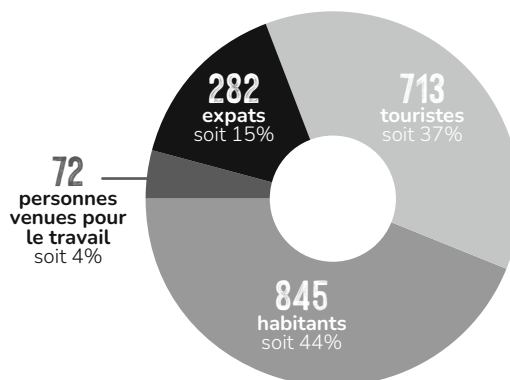
4 407
participants
sur la période



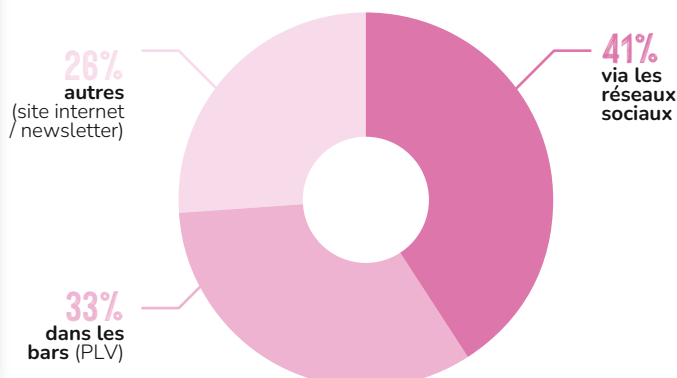
dont **1 912** inscrits
à la newsletter (43%)



Nouveaux contacts dans la base de données suite au jeu :



Détail des participations :





"TOI AUSSI, TROUVE TON ALTERNANCE DANS LA MANCHE"

En 2025, Attitude Manche a lancé pour la première fois une campagne de valorisation de l'alternance dans la Manche.

OBJETIFS

- Valoriser la Manche comme territoire d'accueil attractif pour les jeunes talents.
- Mettre en lumière les entreprises manchoises avec des opportunités d'alternance, auprès d'un public ciblé et en recherche active.



La campagne se matérialise par une série de **4 capsules vidéos** tournées au sein de 3 entreprises manchoises volontaires : EDF, Les Ateliers Grandis et Les Maîtres Laitiers du Cotentin ; et d'une capsule vidéo orientée Ecole - formation réalisée avec le FIM CCI Formation.

Tout en mettant en avant le cadre de vie du territoire, ces vidéos suivent l'évolution d'un alternant au sein de son entreprise et dans sa sphère personnelle. Des profils distincts pouvant mettre en avant la diversité des secteurs d'activité et des entreprises qui recrutent. Elles illustrent également qu'il est possible de s'épanouir en faisant son alternance dans une entreprise manchoise et sans renoncer à ses activités et loisirs après le travail.

Pour accompagner le dispositif vidéo, une page d'atterrissage de campagne a été créée sur **le site web** (« *Toi aussi, trouve ton alternance dans la Manche* »). Conçue spécialement pour les candidats à la recherche d'une alternance, elle met en avant des offres d'alternance, des entreprises qui recrutent, des témoignages, des endroits incontournables pour bouger et profiter, et des lieux de formation sur le territoire.

Sur les réseaux sociaux, la campagne a été lancée entre mars et avril 2025 et une relance en juin et juillet avec une série de vidéos réalisées en entreprise aux côtés de 6 alternants. La campagne a généré **plus de 1 050 000 vues toutes vidéos confondues** et a totalisé **près de 17 000 clics**. RS concernés : Instagram, Tiktok et LinkedIn.

ÉTUDIANTS EXPATRIÉS (18-22 ANS)

Un groupe de travail mené auprès de 12 étudiants (18-22 ans) originaires de la Manche et étudiant à Caen a révélé :

- **Points forts** : une image familiale très positive et un lien conservé avec la Manche.
- **Points d'amélioration** : un besoin d'évasion (« voir autre chose »), un manque cruel de visibilité sur l'économie locale et une absence de réseau professionnel une fois hors du département.



Agent de terrain

Pauline Letourneur



LES SALONS

VALORISATION DES FILIÈRES ET DU CADRE DE VIE

OBJE
CTIF

- Promouvoir les opportunités de carrière et la qualité de vie manchoise auprès des actifs et des étudiants.

MOBILITÉ ET RECONVERSION

23-24 JANVIER 2025

SALON DE LA MOBILITÉ (LA VILLETTE, PARIS)

Action commune avec les départements normands (Calvados, Seine-Maritime, Eure, Manche).

Bilan : 8 000 visiteurs, 500 rencontres directes et 50 contacts qualifiés. Conférence et reportage associés.

13 NOVEMBRE 2025

SALON "MA NOUVELLE VIE PRO" (PARIS)

Opération collective normande.

Bilan : 5 000 visiteurs, 300 personnes rencontrées et 30 contacts qualifiés sur des projets de mobilité.



ALTERNANCE ET JEUNES TALENTS

Action s'inscrivant dans la valorisation de la campagne digitale Alternance

MARS 2025

FORUM ALTERNANCE (CHERBOURG)

1 500 visiteurs et 40 entreprises de la Manche mobilisées pour valoriser la campagne et le territoire.

23 MAI 2025

JOB DATING IAE (CAEN)

15 entreprises de la Manche présentes pour 80 étudiants en recherche d'alternance dont 20 profils "expats".

13 NOVEMBRE 2025

FORUM OSE (CAEN)

1 500 étudiants dont 25 profils "expats".

ACCUEIL DES ALTERNANTS ORANO (80 jeunes présents)



Identification de **45 PROFILS** "Expat Manchois" sur ces deux événements



ÉVÈNEMENTS PARTENARIAUX

OBJE
CTIFS

- Avoir une présence active au sein de l'écosystème normand.
- Renforcer le réseau territorial.

16 JUIN 2025

FESTIVAL UNIQUE

en collaboration avec **Les entreprises s'engagent** et le **RPE**.

23 OCTOBRE 2025

JOURNÉE DE L'ENSEIGNEMENT SUPÉRIEUR

organisée par **Normandie Attractivité**.

6 ET 7 NOVEMBRE 2025

PRÉSENCE À L'ODYSSÉE DES MÉTIERS

avec l'Agence de l'Orientation.

12 DÉCEMBRE 2025

AFTERWORK

organisé par le **GIP Tandem**.





L'HOSPITALITÉ TERRITORIALISÉE

UN ACCUEIL ET UN ACCOMPAGNEMENT PARTAGÉ

La Manche est le seul département à proposer un service d'accompagnement déployé à l'échelle intercommunale. Sur le terrain, une douzaine de référents couvre l'ensemble du territoire pour offrir un accompagnement et un accueil toujours plus qualitatif aux nouveaux salariés des entreprises manchoises.

Pour déployer le service sur l'ensemble du département, Attitude Manche et les EPCI ont un outil partagé de gestion et de suivi des contacts « CATI ». Il permet de collecter et gérer les informations détaillées des candidats à l'installation pour fidéliser et optimiser le suivi personnalisé de chacun.



258
candidats
accompagnés



107
installations



UNE MATINALE DÉDIÉE AUX RÉFÉRENTS HOSPITALITÉ

Le 17 octobre 2025, Attitude Manche réunissait les référents hospitalité afin de faire un premier bilan sur le partenariat avec un point sur la singularité du service à l'échelle nationale et sa valeur ajoutée sur le territoire ; un retour d'expérience et témoignages avec un partage des réussites ou défis rencontrés dans l'accompagnement des nouveaux arrivants.

LES SOIRÉES ANCRAGE : FAVORISER L'INTÉGRATION DES NOUVEAUX TALENTS

Attitude Manche a reconduit pour la quatrième année des "Soirées Ancrage" organisées en partenariat avec les référents hospitalité des EPCI/OT - certaines structures ayant choisi de les organiser de manière autonome.

OBJETIFS

- Faciliter l'accueil et l'intégration des nouveaux talents recrutés sur le territoire.
- Favoriser les échanges entre nouveaux arrivants et de créer des liens dès leur installation.
- Valoriser les atouts du territoire.

Le concept repose sur un accueil convivial dans un lieu emblématique, touristique ou culturel, suivi d'un moment d'échange autour d'une dégustation de produits locaux.

En 2025, les différentes soirées ancrage ont rassemblé environ 150 nouveaux talents sur les territoires suivants :

JANVIER 2025

SAINT-LÔ AGGLO

Visite hippodrome de Graignes avec le choix de participer à la soirée début de siècle au Normandy à Saint-Lô.

MAI 2025

COMMUNAUTÉ D'AGGLOMÉRATION MONT-SAINT-MICHEL NORMANDIE

Visite du Château de Ducey et découverte du « Ducey Code : un jeu d'enquête ».

JUIN 2025

COMMUNAUTÉ D'AGGLOMÉRATION LE COTENTIN

Visite et séance de planétarium Ludiver à La Hague.

OCTOBRE 2025

COMMUNAUTÉ DE COMMUNES CÔTE OUEST CENTRE MANCHE

Découverte de l'office de Tourisme à Lessay et présentation des offres de services de la Communauté de communes COCM.

DÉCEMBRE 2025

COMMUNAUTÉ D'AGGLOMÉRATION LE COTENTIN

Visite et séance de planétarium Ludiver à La Hague.





DÉMOGRAPHIE MÉDICALE

FOCUS SUR... LA TRIBUNE « FLEURIR LE DÉSERT »

MOBILISATION DES PROFESSIONNELS DE SANTÉ COMME RELAIS D'ATTRACTIVITÉ DU TERRITOIRE

Une dynamique collective a été engagée afin de structurer un réseau de médecins prescripteurs et ambassadeurs du territoire.

Dans ce cadre, une tribune intitulée « Fleurir le désert », rédigée par de jeunes professionnels de santé du territoire, a été signée par plus de 50 praticiens. Présentée lors d'une conférence de presse le 21 mai 2025, à Coutances, en présence de cinq médias locaux, cette prise de parole collective propose d'interpeler la presse et de porter un regard nouveau sur la notion de « désert médical ».

Elle met en avant une lecture plus nuancée et valorisante du territoire, en soulignant ses atouts : un environnement à taille humaine, une communauté professionnelle accessible et collaborative, une relation de proximité avec les patients, ainsi qu'un cadre de vie de qualité.

Au-delà de cette tribune, la démarche s'inscrit dans une volonté plus large de faire des professionnels de santé des acteurs et relais du territoire, en s'appuyant sur leur expérience et leur capacité à témoigner auprès de leurs pairs.

Retombées presse :

Retombées presse locale
Ici Cotentin (émission « Bienvenue chez vous »
/ journal 7h30 le 22 mai),
Tendance Ouest, Ouest-France,
La Presse de la Manche

Retombées presse spécialisée
et presse nationale
egora.fr, lequotidiendumedecin.fr,
BFM business émission « Check-Up Santé »





LES SUPPORTS ET OUTILS DE COMMUNICATION

LA STRATÉGIE DE PRÉSENCE DIGITALE

» Refonte des pages santé : une nouvelle expérience web au service des professionnels et étudiants en mobilité

Le site d'Attitude Manche (portail et site web) a fait l'objet d'une refonte de ses contenus dédiés à la santé, afin d'en améliorer la lisibilité et l'accessibilité pour les publics cibles.

Un point d'entrée principal a été créé pour faciliter l'accès aux informations relatives à la santé, notamment pour les personnes envisageant un projet de mobilité sur le territoire. Dans cette logique, deux parcours distincts ont été développés : « je suis étudiant en santé » et « je suis professionnel de santé », permettant de structurer l'information et de valoriser les atouts du territoire en matière d'attractivité médicale.

Le site propose également des portraits et témoignages actualisés, visant à mettre en avant des parcours d'installation, à illustrer la diversité des modes d'exercice (libéral, salarié, mixte) et à apporter des éléments concrets sur les conditions d'exercice dans le département.

Pensé comme une boîte à outils, il offre un accès simplifié à plusieurs ressources clés : cartographie des établissements de santé, identification de cabinets disponibles, solutions de logement pour les étudiants en santé, ou encore informations sur le service hospitalité et les dispositifs d'accompagnement personnalisés.

La rubrique santé en quelques chiffres :

6 561
PAGES VUES
(vs 7 200 en 2024)

5 794
ENTRÉES


1 561
CONTACTS
sur les offres de cabinets médicaux



» Les plaquettes partenariales repensées pour mieux accompagner les parcours d'installation

Attitude Manche, en lien avec l'ensemble des partenaires de la santé, a engagé une refonte des supports d'information à destination des professionnels, notamment en odontologie et en médecine générale, afin de mieux accompagner leur parcours d'installation sur le territoire.

Cette démarche s'appuie sur la construction de parcours d'installation sur mesure, restitués au sein d'une plaquette dédiée. Ce support propose une présentation claire des différentes étapes et dispositifs mobilisables.

Pensée comme un outil pratique et opérationnel, la plaquette intègre des liens cliquables permettant d'accéder directement aux informations en ligne ou aux interlocuteurs identifiés. Elle répond ainsi à des besoins concrets, par exemple l'accès à des informations sur les dispositifs de bourses ou d'indemnisation pour les étudiants en stage.

Ces supports sont notamment diffusés lors des rentrées universitaires des internes au sein des hôpitaux de la Manche, ainsi que lors de congrès professionnels, afin de toucher les publics au plus près de leurs temps clés de formation et de parcours.

<https://emploi.attitude-manche.fr/sante/aides-financieres/>

ACTIONS VERS LES INTERNES ET LES ÉTUDIANTS EN SANTÉ

ACCUEIL & DÉCOUVERTE DU TERRITOIRE

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

1^{er} AVRIL 2025

ACCUEIL DES INTERNES EN MÉDECINE AMBULATOIRE À SAINT-LÔ

L'agence d'attractivité a participé à une activité d'accueil organisée par le Centre Hospitalier Mémemorial avec Saint-Lô Agglo à destination des internes en médecine ambulatoire du territoire Saint-Lois et de leurs tuteurs de stage. Cet après-midi s'est tenu au golf de Saint-Lô.

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

5 MAI ET 3 NOVEMBRE 2025

ACCUEIL DES INTERNES DANS LES HÔPITAUX

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

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

2 OCTOBRE 2025

VALORISATION DES LIEUX DE STAGES DANS LA MANCHE À LA FACULTÉ DE CAEN

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

28 FÉVRIER ET 22 AOÛT 2025

ACCUEIL DES INTERNES DU SUD MANCHE

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

Le 28 février, les étudiants ont vécu le Carnaval de Granville au cœur de l'événement, en tenue de fête, dans une ambiance propice aux échanges et à la découverte du territoire autrement.

Le 22 août, un second temps fort a pris place au Mont-Saint-Michel, avec un après-midi de rencontres suivi d'un apéritif face au site, en présence des maîtres de stage, offrant un cadre privilégié pour échanger de manière informelle sur les conditions d'exercice et les perspectives d'installation dans la Manche.

27 NOVEMBRE 2025 (SOIRÉE)

ACCUEIL DES INTERNES DU COTENTIN

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

NOUVEAUTÉ

**« LE PROGRAMME DÉCOUVERTE »
POUR RÉVÉLER ET RENFORCER
L'ATTRACTIVITÉ DU TERRITOIRE**

Le programme de découverte du territoire a été déployé en remplacement du séjour de découverte, avec l'objectif de proposer une approche plus progressive et ancrée dans la durée pour les internes en stage dans le département.

Structuré autour de 2 à 3 activités mensuelles, il prend la forme d'un calendrier de sorties réparties sur l'ensemble du territoire, en cohérence avec les temps forts locaux. Cette programmation permet de valoriser la diversité des atouts du territoire, à travers des expériences variées : événements culturels (festival Papillons de Nuit, festival Dox'art...), activités de pleine nature (coasteering, canoë-kayak...), ou encore traversée nocturne de la baie du Mont-Saint-Michel.

Ce nouveau format se distingue de l'ancien dispositif (36 internes bénéficiaires) par une présence dans la durée et la régularité des temps proposés. Sur une période de six mois, il a ainsi généré 133 participations, témoignant de l'intérêt suscité.

Au-delà de la découverte, le programme vise à favoriser les échanges entre internes et avec les professionnels du territoire, notamment les Praticiens Agréés Maîtres de Stage Universitaire (PAMSU), mobilisés lors de certaines activités. Cette mise en relation contribue à mieux faire connaître les opportunités locales et à accompagner les réflexions d'installation.

Les retours des participants mettent en évidence des effets positifs en termes d'intégration, de qualité de stage, de création de liens entre étudiants et d'image du territoire.





AMÉLIORER LA VISIBILITÉ DE L'OFFRE DE LOGEMENTS SUR LE TERRITOIRE POUR LES ÉTUDIANTS EN SANTÉ

Dans une logique d'amélioration des conditions d'accueil des internes, un travail partenarial a été engagé afin de mieux structurer et rendre lisible l'offre de logements disponible sur le territoire.

En coopération avec les EPCI, le Département de la Manche, l'ARS et l'URML, Attitude Manche a ainsi développé un outil de cartographie dédié aux étudiants en santé en stage. Cet outil recense et valorise les solutions d'hébergement, qu'elles soient issues du parc public ou privé.

L'objectif est double : faciliter l'accès à l'information et fluidifier la mise en relation entre les étudiants et les bailleurs. En centralisant les offres disponibles, ce dispositif contribue à lever un frein identifié à l'accueil des internes.



532
VISITES SUR LA CARTO
(du 01/04/25 au 31/12/25)

ACTIONS EN FAVEUR DES ADHÉRENTS ET DES PROFESSIONNELS DE SANTÉ

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

VALORISATION DES OFFRES D'EMPLOI ET DES CABINETS DISPONIBLES

L'agence valorise sur son site web <https://emploi.attitude-manche.fr> les offres d'emploi du domaine de la santé et les offres de cabinets disponibles.



ACCOMPAGNEMENT DES ÉTABLISSEMENTS DE SANTÉ (ADHÉRENTS) DANS LEUR RECRUTEMENT

L'agence propose une offre de séjour découverte aux établissements de santé, centres hospitaliers notamment, dans le cadre de leurs recrutements. Il s'agit de séjours personnalisés de 2 jours/1 nuit d'une valeur maximum de 350€ permettant au professionnel de santé de découvrir le territoire et le cadre de vie. En 2025, 2 professionnels de santé (médecins spécialistes) ont bénéficié d'un séjour découverte.

LES ACTIONS PARTENARIALES

6 ET 7 FÉVRIER 2025

CONGRÈS ISNAR

Les 6 et 7 février 2025, la Manche a réaffirmé son attractivité lors du congrès de l'ISNAR-IMG au Grand Palais de Lille, un rendez-vous clé rassemblant plus de 900 internes en médecine générale. Sous la bannière de Normandie Attractivité, l'agence Attitude Manche a porté une démarche collective en s'associant aux agglomérations du Cotentin, du Mont-Saint-Michel Normandie et de Saint-Lô Agglo. Sur un stand de 18 m² au design soigné (transats, vidéos promotionnelles et cartographie précise du maillage sanitaire), la Manche a pu valoriser sa qualité de vie et ses opportunités professionnelles. La présence du Dr Cozzi (Responsable filière gériatrie, Hôpitaux du Sud Manche) a été un atout majeur, ses échanges concrets sur les plateaux techniques et la pratique locale ayant particulièrement rassuré et séduit les futurs praticiens.

Cette édition a été marquée par une belle affluence et des échanges de qualité, permettant d'établir 217 contacts qualifiés via un tirage au sort proposant des séjours de découverte sur le territoire.

Le retour des participants est extrêmement positif, avec un intérêt marqué pour les remplacements et les dispositifs d'aide à l'installation. Le succès de l'événement s'est également prolongé sur les réseaux sociaux, notamment sur LinkedIn où les publications ont généré un fort engagement (118 likes et 24 republications).

SEMAINE DU 19 AU 22 MAI 2025

PRINTEMPS DENTAIRE

En mai 2025, Attitude Manche s'est mobilisée aux côtés de ses partenaires pour l'opération « Printemps Dentaire », une action de prévention bucco-dentaire destinée aux enfants de 0 à 9 ans. Nous avons accompagné 6 étudiants de la faculté d'odontologie de Caen, encadrés par un chirurgien-dentiste local, lors de leurs interventions de dépistage.

Au-delà de l'aspect médical, notre rôle a été de faire découvrir les atouts du territoire à ces futurs praticiens afin de leur donner envie de s'y installer durablement. Cette immersion s'est conclue par une soirée de clôture, un moment de convivialité privilégié pour remercier les étudiants de leur engagement et renforcer leur attachement à la Manche.

18 JUIN 2025

DOC'DATING À CAEN

Cet événement – 2^e édition en 2025 – a été organisé par l'ARS Normandie en partenariat avec l'Assurance Maladie, l'Ordre régional des médecins, l'Université de Caen, l'Union régionale des médecins libéraux (URML), l'association des médecins remplaçants de Normandie et le syndicat des internes bas-Normands (SIBN). L'événement s'est tenu le 18 juin à Caen à la Faculté de médecine de Caen.

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

11 OCTOBRE 2025

SPEEDMEETING

La Communauté de communes Mont-Saint-Michel-Normandie organise chaque année des « speed meetings » pour renforcer les liens entre les professionnels de santé du territoire. L'édition 2025, centrée sur la zone de Brécey, a permis de favoriser les partenariats locaux. Attitude Manche y a présenté son « service hospitalité », un outil clé pour aider les structures de santé à séduire et accompagner leurs futures recrues lors des recrutements dans la Manche.

17 OCTOBRE 2025

PARTICIPATION À L'EDUC'TOUR MSA À COUTANCES

Pour la 4^e année consécutive, la Mutualité Sociale Agricole (MSA) des Côtes Normandes a renouvelé en 2025 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 17 octobre 2025 au pôle de santé de Coutances. 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 Coutances, CPTS du Coutançais et Attitude Manche. Au total, une trentaine d'étudiants a participé à cet évènement.

6 NOVEMBRE 2025

DENTISTE DATING

Cet évènement – 1^{ère} édition en 2025 – a été organisé par l'URPS en partenariat avec l'Assurance Maladie, l'Ordre national des chirurgiens-dentistes, l'Université de Caen et l'ARS.

Réunissant l'intégralité de la nouvelle promotion, cette rencontre a permis aux étudiants en odontologie de découvrir leurs futurs lieux de stage et d'échanger directement avec les maîtres de stages universitaires.

HOSPITALITÉ

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

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

Le Conseil départemental, quant à lui, a accompagné :

- 2 étudiants en médecine générale par le versement d'indemnités de déplacement pour la réalisation de leur stage dans la Manche,
- 1 jeune médecin généraliste par le versement d'indemnités de déplacement pour la réalisation de remplacements dans la Manche,
- 4 jeunes médecins généralistes par le versement de la prime d'exercice forfaitaire pour la réalisation de remplacements ou de collaborations dans la Manche.

EN 2025

**27 MÉDECINS (GÉNÉRALISTES
OU SPÉCIALISTES) ET DENTISTES**

**ET 34 PROFESSIONNELS
PARAMÉDICAUX**

ont été accompagnés dans leur projet d'installation.



10 ÉTUDIANTS ET INTERNES

ont été accompagnés dans leur recherche de logement.



2 MÉDECINS SPÉCIALISTES

ont bénéficié d'un séjour découverte du territoire.



TOURISME

FOCUS

LE LANCEMENT DE LA DÉMARCHE EQUINOXE



Après une année 2024 consacrée au déploiement et à l'appropriation de la démarche par les prestataires du tourisme en lien avec les Offices de Tourisme, son lancement auprès du grand public a eu lieu le 20 mars 2025.

VIDÉO ET PLAN DE COMMUNICATION

La vidéo Equinoxe est au coeur du plan de communication d'envergure qui a été déployé pour faire connaître la démarche et les valeurs qu'elle porte à la fois auprès du grand public mais aussi sur le territoire pour fédérer l'ensemble des acteurs. Un film de 2 minutes qui ose bousculer les codes traditionnels de la communication des territoires et des destinations touristiques. Un film d'attractivité qui ne vend rien mais qui fait ressentir.

- » un lancement presse à l'équinoxe de printemps auprès des journalistes et partenaires.
- » un site internet dédié accessible et éco-conçu : <https://www.equinoxe-manche.fr/>.

- » des campagnes web.
- » une stratégie de contenus dédiée sur les réseaux sociaux d'Attitude Manche.
- » une campagne de 50 cleans tags dans des lieux touristiques, gares de la Manche et sur une période de forte affluence (week-end de l'ascension) pour inviter les visiteurs à laisser une empreinte positive.
- » des partenariats avec des influenceurs.
- » des eductours pour les professionnels du tourisme du territoire.
- » des flyers / affiches / vitrophanies et supports de communication print diffusés dans les offices de tourisme et chez les prestataires enrôlés dans la démarche.



+DE 3 MILLIONS
D'IMPRESSIONS

861 990
VUES

sur la vidéo et ses déclinaisons publicitaires

30 340
CLICS

vers le site web de présentation de la démarche



Retombées presse locale

ouest
france

LA MANCHE
LIBRE

LA PRESSE
DE LA MANCHE

La
Gazette



Retombées presse spécialisée

TOUR(S)
LE MÉDIA DE LA COMMUNICATION
AUVERGNE-RHÔNE-ALPES

STRATÉGIES

CNER
FÉDÉRATION DES ASSOCIÉS
D'ÉCONOMIE SOCIALE, DE DÉVELOPPEMENT
ET D'INNOVATION

TOURMAN
LE MARCHÉ DE LA COMMUNICATION
TOURISTIQUE

RÉGIONS
MAGAZINE

Accueillir Magazine
Une revue sur le territoire d'Alsace

MISE EN LIGNE D'UN SITE INTERNET DÉDIÉ À LA DÉMARCHE

Le site internet dédié à la démarche Equinoxe a été lancé en mars 2025. À destination des visiteurs, des habitants et des professionnels du tourisme, il propose des ressources pour mieux comprendre le territoire, met en avant des conseils et bonnes pratiques et valorise les initiatives engagées locales. Pensé comme une boîte à outils, il accompagne également les prestataires dans l'évolution de leurs pratiques et met à leur disposition des supports pour sensibiliser les visiteurs.

Le site s'inscrit dans une démarche d'éco-conception, visant à réduire son impact environnemental. Il est par ailleurs reconnu totalement conforme au RGAA, garantissant son accessibilité à tous les publics. Un support à la hauteur des valeurs portées par la démarche Equinoxe !

www.equinoxe-manche.fr

100%

conforme au Référentiel Général d'Amélioration de l'Accessibilité (RGAA)

95%

conforme au Référentiel Général d'Eco-conception de Services Numériques



32 630

visites



50 612

pages vues



653

téléchargements

L'ACCUEIL DES BEST JOBERS

En septembre, l'agence a collaboré avec les influenceurs Elisa et Max les « Best Jobers », photographes et créateurs de contenus pour tester un séjour « Equinoxe ». Pendant 5 jours, ils ont sillonné la Manche et rencontré celles et ceux qui œuvrent à sa préservation.

« Ici, les paysages changent presque aussi vite que la météo, les rencontres avec des passionnés et amoureux de leur territoire font chaud au cœur, et les expériences sont simples, vraies et authentiques. La Manche, c'est clairement l'un des départements les plus sous-cotés de France. Une nature à l'état brut et pour nous une évidence d'y revenir encore et encore. »



Sur Instagram

800 000 vues // **20 000** j'aime

12 000 enregistrements // **10 000** partages

1 MILLION d'impressions sur les stories



Sur Tiktok

4 vidéos enregistrant **+ DE 130 000** vues

2 324 visiteurs sur l'article web dédié au séjour avec mentions et liens des partenaires.





FOCUS

LE LANCEMENT DE LA DÉMARCHE EQUINOXE (SUITE)

ORGANISATION D'UN INSTAMEET



En avril 2025, un instameet a permis de réunir plusieurs ambassadeurs du territoire autour des thématiques Equinoxe. L'idée était de les inviter à vivre une expérience immersive sur le territoire et de les inciter à promouvoir des pratiques responsables, en accord avec la démarche. Les ambassadeurs ont pu profiter d'une sortie à vélo entre Le Vast et Saint-Vaast-la-Hougue, déjeuner chez un fromager passionné, rejoindre à pied Tatihou et bénéficier d'une visite guidée avec la jardinière de l'île.

8 ambassadeurs mobilisés



POURSUITE DE LA SENSIBILISATION DES ACTEURS

> ORGANISATION D'ÉDUCTEURS

Avant la pleine saison, 5 éducteurs ont été proposés aux hébergeurs du territoire, afin de poursuivre la sensibilisation aux enjeux Equinoxe. Encadrées par des acteurs locaux, ces sorties ont permis de faire découvrir concrètement les richesses naturelles du territoire tout en intégrant un temps d'échange autour des bonnes pratiques et des engagements liés à la démarche.

Au programme : traversée du havre de Regnéville, découverte de la baie du Mont-Saint-Michel, sortie dans les dunes de Biville ou encore visite de la réserve naturelle de Beauguillot.

5 sorties, 67 professionnels sensibilisés, 39 établissements représentés

UNE CAMPAGNE DE SENSIBILISATION DES USAGERS DE LA ROUTE

Dans le cadre du déploiement de la démarche Equinoxe, Attitude Manche a collaboré avec les services de la sécurité routière et a identifié un enjeu sur la cohabitation des pratiques, tout particulièrement, le partage des routes entre cyclistes et véhicules motorisés. Une campagne de sensibilisation a donc fait l'objet d'un partenariat entre Attitude Manche et les services de la Préfecture de la Manche.



- Matérialiser la démarche d'hospitalité territoriale « EQUINOXE » sur le volet « Bien vivre en harmonie dans la Manche ».
• Sensibiliser à la sécurité des cyclistes dans le cadre du plan vélo du département de la Manche.
• Porter un message fort auprès des usagers de la route en particulier en période de forte fréquentation touristique en rappelant les règles de sécurité.
• Promouvoir des comportements responsables essentiels pour garantir la sécurité de tous.

Trois visuels de campagne ont fait l'objet d'un plan média et d'une campagne d'affichage pendant la saison touristique et ont été distribués par tous les acteurs touristiques de la filière vélo (loueurs, campings, offices de tourisme, structures labellisées « accueil vélo », etc).



RELATIONS PRESSE

Un point presse a été organisé le 3 avril 2025 en présence de M. le Préfet, M. le Président du Conseil départemental, Mme la Présidente d'Attitude Manche et des élus locaux à Condé-sur-Vire afin de présenter la campagne aux médias locaux. Un communiqué de presse a été remis aux journalistes présents et envoyé aux autres rédactions.



9 retombées presse ont été comptabilisées



Journal 7h et 7h30, émission « Bienvenue chez vous » diffusée le 4 avril 2025

CAMPAGNES RADIO



Des campagnes de spot radio ont été diffusées sur les ondes de Ici Cotentin, Tendance Ouest et NRJ Cherbourg / Saint-Lô pendant la première quinzaine d'août.

PLAN MÉDIA

Dans l'objectif de toucher les touristes en séjour et les habitants, Attitude Manche a diffusé la campagne dans les guides été des médias locaux.



> juillet et août
Tirage 50 000 exemplaire (x2)



> Juillet et août
Tirage 40 000 exemplaires (x2)



> Juillet et août
Tirage 40 000 exemplaires (x2)



> Juillet
Tirage 30 000 exemplaires



> Juillet
Tirage 20 000 exemplaires



> Juillet
Tirage 20 000 exemplaires

FAIRE DE LA MANCHE UNE DESTINATION DE LOISIRS NATURE

En 2025, Attitude Manche a poursuivi son travail pour faire de l'itinérance un marqueur touristique fort.

Le partenariat avec la société HOALI a permis la mise en place d'un nouveau service utile aux randonneurs et aux cyclotouristes : GourdeFriendly. Il s'agit d'un réseau de points en eau potable pour y remplir sa gourde lors de son parcours. Y sont répertoriés aussi bien les points d'eau publics que des structures privées (bibliothèques, commerces, restaurants, musées...) qui partagent avec Attitude Manche l'envie de faciliter la pratique tout en préservant l'impact environnemental (réduction de l'utilisation de plastique à usage unique). GourdeFriendly s'insère ainsi parfaitement dans la démarche EQUINOXE.



Retombées presse locale



À VÉLO

Deux actualités ont constitué un véritable fil rouge sur l'année :

» **Création de l'association de la Véloscénie** : auparavant piloté par un ou deux territoire(s) à tour de rôle, l'itinéraire Paris – Le Mont-Saint-Michel s'est désormais doté d'une structure propre. Attitude Manche a bien évidemment participé aux travaux de création de cette nouvelle gouvernance (statuts, règlement...) et a souhaité rester fortement impliqué dans celle-ci en proposant de siéger au sein du Bureau, à travers Frédéric BLET, élu secrétaire de la Véloscénie.

» **Mutualisation des itinéraires** : à l'heure où les budgets des collectivités sont de plus en plus contraints, plusieurs itinéraires cyclotouristiques dont la Véloscénie et la Vélo maritime, ont entamé une démarche d'optimisation des moyens (financiers et humains). Au-delà de cette recherche de diminution des dépenses, cette réflexion constitue la première pierre vers la création d'une structure nationale dédiée au pilotage de l'ensemble de la filière cyclotouristique.





NAUTISME

"BALADES & RANDOS NAUTIQUES"

En février, 7 participants ont suivi la formation « Balades & Randos Nautiques ». Cette formation terrain permet au futur labellisé d'acquérir des outils de méthodologie pour partager le territoire, la faune et sa flore auprès du grand public.



5 nouvelles Balades & Randos Nautiques ont obtenu le label :

- » « La rade de Cherbourg en 3 coups de pagaie » (Club Kayak Mer et Nautisme en Cotentin).
- » « Toute voile vers la pointe d'Agon » (Trimaran).
- » « En roue libre vers la pointe d'Agon » (Char à voile - Base Nautique de Coutainville).
- » « Initiation au catamaran sur la côte des havres » (Association Nautique Hautaise).
- » « Sortie en pirogue au cœur des moulières » (8 Milles Nautic Bréhal).

Au total, 15 Balades & Randos ont été proposées en 2025 avec une diffusion des brochures auprès des offices de tourisme, des campings, hôtels et des hébergements « Labels Manche » à proximité.

TOURISME ÉQUESTRE

LANCEMENT DES "BALADES ET RANDOS ÉQUESTRES"

Dans le cadre du Plan Cheval 2023-2027 du Département de la Manche, Attitude Manche est missionné pour développer le tourisme à cheval et accompagner la mise en tourisme des clubs équestres.

En partenariat avec le Comité Départemental Equestre FFE de la Manche, Attitude Manche a lancé une collection de 12 balades équestres : chaque balade a pour objectif d'allier une activité équestre et la découverte des espaces naturels et du patrimoine. Pensées pour tous les niveaux (du débutant jusqu'au cavalier confirmé), 9 balades montées, 2 balades attelées et une balade poney en main ont été proposées.

Une grille de critères a été créée avec les prestataires candidats et chaque balade a été testée afin d'avoir une offre de qualité. Une série de reportages photos a été réalisée afin de promouvoir certaines de ces balades.

LANCEMENT D'UN COLLECTIF "ROUTE DES ABBAYES À CHEVAL"

Dans le cadre du Plan Cheval 2023-2027 du Département de la Manche, Attitude Manche est missionné dans l'axe 2 « Faire du cheval un véritable vecteur d'attractivité de notre département », pour engager une montée en gamme des itinéraires équestres.

En concertation avec les collectivités locales, il a été acté en 2025 de procéder à la remise en état de l'itinéraire équestre créé par le Département de la Manche en 2009 « La Route des Abbayes à Cheval » allant de l'Abbaye de Cerisy-La-Forêt jusqu'à l'Abbaye du Mont-St-Michel, en passant par le Bec d'Andaine. Le diagnostic, cofinancé par Attitude Manche et les ECPI, a été réalisé par le Comité Régional du Tourisme Equestre. Pour répondre aux besoins de montée en gamme, Attitude Manche et les collectivités locales mènent plusieurs actions pour identifier et développer les services (balisage, halte équestre, Accueil Cheval Normandie, etc.) pour conforter l'offre d'itinérance équestre d'ici 2027.

POURSUIVRE LE DÉVELOPPEMENT ET LA NOTORIÉTÉ DE LA MANCHE

SUPPORTS DE COMMUNICATION

PORTAIL D'ATTRACTIVITÉ ATTITUDE-MANCHE.FR

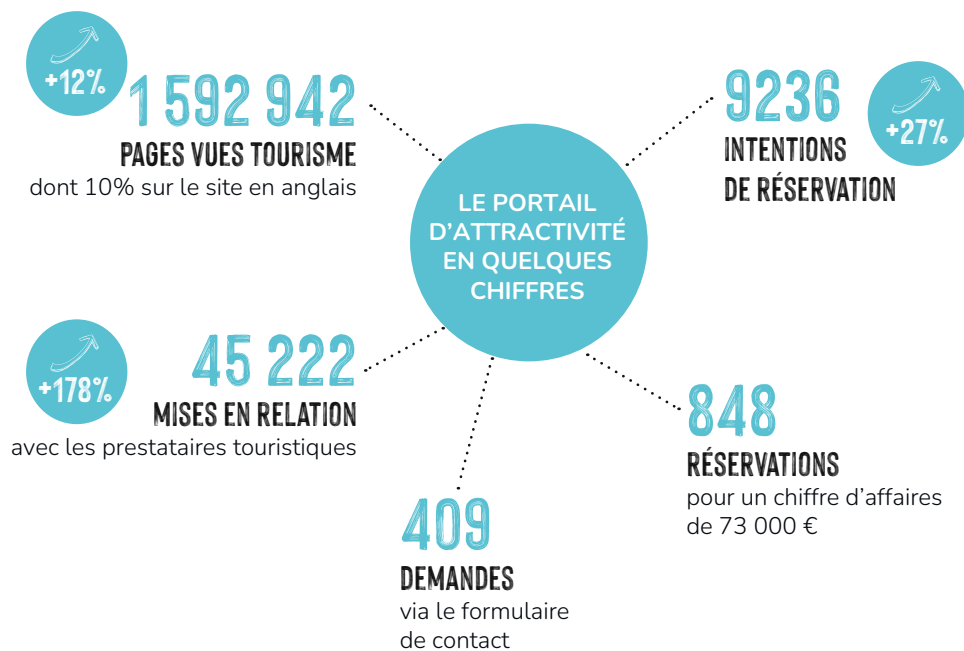
La promotion touristique reste l'un des enjeux majeurs du site attitude-manche.fr. A ce titre, de nombreux contenus sont mis en scène pour répondre à cet objectif à travers des formats éditoriaux variés (top, on a testé pour vous, portraits...), ils représentent environ 80% de l'ensemble des contenus du site.

Avec plus de **1,7 million de pages vues** le volume de trafic sur les contenus liés à l'attractivité touristique est prépondérant à l'échelle de l'écosystème.

Le référencement naturel est plus que jamais la principale source de trafic (73%) suivi des entrées directes (15%), des campagnes d'achat de mots clés (9%), des sites externes (1,5%) et des réseaux sociaux (1,5%).

LES PAGES LES PLUS CONSULTÉES SUR L'ATTRACTIVITÉ TOURISTIQUE SONT :

- attitude-manche.fr/grande-maree/
- attitude-manche.fr/grands-evenements-agenda/
- attitude-manche.fr/
- attitude-manche.fr/ile/chausey/venir-manger-dormir/
- attitude-manche.fr/randonner/GR223



À NOTER

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

STRATÉGIE SEA

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



Plusieurs campagnes tourisme ont été menées en 2025 :

» Des campagnes « Débarquement » et « Mont Saint-Michel » permettent d'être présents sur ces thématiques où les requêtes sont très concurrentielles. Conformément à la stratégie de l'agence, ces lieux sont valorisés exclusivement sur les ailes de saison. Par ailleurs, ces contenus ont été revus et mieux optimisés pour le référencement naturel. Ce travail a permis de gagner plusieurs positions sur Google, ce qui permettra à terme, d'arrêter les campagnes d'achats de mots clés.

LES CAMPAGNES DÉBARQUEMENT

27 755 sessions /// **2 220** clics

C'est la campagne qui a généré le plus de trafic, avec une qualité en hausse, passant de 6% à 8% de clics « d'intérêts partenaires » (contacts partenaires et liens sortants vers des sites partenaires).

LES CAMPAGNES MONT SAINT-MICHEL

18 562 sessions /// **10%** de clics « d'intérêts partenaires »

Cette campagne offre une très belle visibilité avec 63% d'impressions en 1^{ère} position absolue.

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

LES CAMPAGNES HÉBERGEMENT

115 650 sessions /// **9 150** clics /// **74%** des visiteurs cliquent sur un élément d'intérêt avéré pour l'hébergement (moteur de recherche par date, bouton « réserver », boutons de contact : site internet, numéro de téléphone ou email). 4% se sont transformés en prise de contact (487 clics).

VERSION UK

Les campagnes sur les thématiques touristiques sont traduites en version anglaise.

- » **Campagne Débarquement** : **6 096** sessions /// **522** clics sur les liens sortants vers les sites partenaires.
 - » **Campagne Mont Saint-Michel** : **3 744** sessions /// **+33%** d'impressions et **400** clics sur les liens sortants vers les sites partenaires.
 - » **Campagne « hébergement »** : **2 275** sessions /// **3%** de clics enregistrés.
- La hausse du coût par clic a fait diminuer les impressions de 18%.



FOCUS AVENTURES & BALADES

Une nouvelle rubrique a vu le jour en 2025 pour valoriser les Balades et Randonnées Nautiques et Équestres mais aussi les séjours en itinérance.

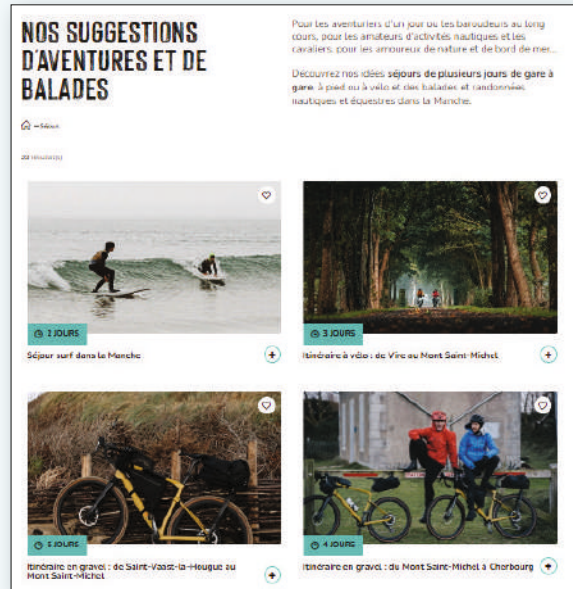
Plus d'une vingtaine de balades nautiques et équestres sont centralisées dans cette nouvelle entrée. Chaque sortie y est détaillée : descriptif, informations pratiques, organisateur et call-to-action pour effectuer la réservation.

Une refonte des espaces « à pied » et « à vélo » a également permis de basculer les quinze séjours de gare en gare vers ce nouveau module. Dans chaque contenu éditorial, on retrouve le détail par étape, une carte des hébergements, le tracé GPX et des infos pratiques pour venir sans voiture.

Pour faciliter le parcours client, des filtres permettent de faire une recherche par pratique, durée et niveau de difficulté.

13 793
pages vues
avec 3 pages vues
par session

Page sommaire
vue **2093** fois
avec 1min50 sur la page et
30% de taux de sortie



• attitude-manche.fr/sejour/

LES RELATIONS PRESSE



50 retombées dans la presse locale



Retombées presse autre ou presse nationale :
hospitality-on.com, my-angers.info, France Info



RÉSEAUX SOCIAUX

VIDÉOS INSPIRATIONNELLES ET IMMERSIONS

Afin de pousser certaines thématiques, nous avons cette année encore intensifié les vidéos immersives sur le terrain.

» **Immersion au Haras National de Saint-Lô** : une journée pour valoriser la filière équine, l'offre touristique du haras mais aussi le Normandie Horse Show : **36 000** vues Instagram et Facebook confondus.

» **Immersion dans les coulisses de la fabrication de la bière Jazz sous les Pommiers** : une belle opération pour mettre en avant la culture, les savoir-faire et la dynamique collective du territoire. **24 000** vues sur Instagram et Facebook confondus.

Ces vidéos peuvent être aussi expérientielles notamment en testant des disciplines : randonnée sur certaines portions du GR@223, sports nautiques.

- Expérience char à voile : **42 000** vues sur Facebook et Instagram.
- GR Gatteville > Fermanville : **50 000** vues rien que sur Facebook.

Des vidéos courtes de respiration, inspirationnelles et Les Reels au téléphone fonctionnent beaucoup mieux : plus immersifs, plus spontanés, notre communauté s'identifie beaucoup plus.

- **Mortain en automne** : 200 000 vues
- **L'été indien à Granville** : 190 000 vues
- **Balade à Tatihou** : 20 000 vues
- **Balade à Barfleur** : 138 000 vues
- **Balade à Barneville-Carteret** : 80 000 vues
- **Balade en paddle dans la Hague** : 23 000 vues
- **Festival de lumières au Mont Saint-Michel** : 212 000 vues

LES MICRO-AVENTURES

Valorisation des formats "Top" tout au long de l'année :

Comment bien organiser sa randonnée

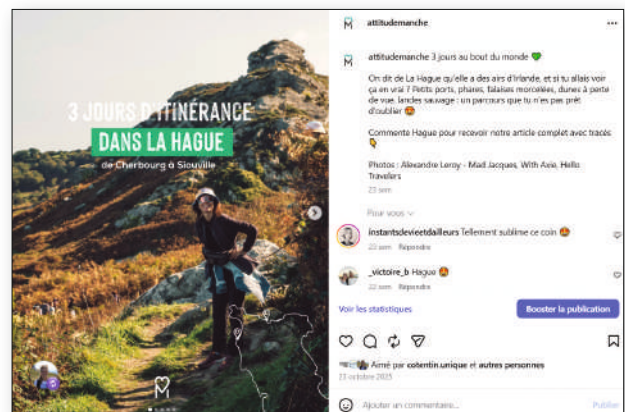
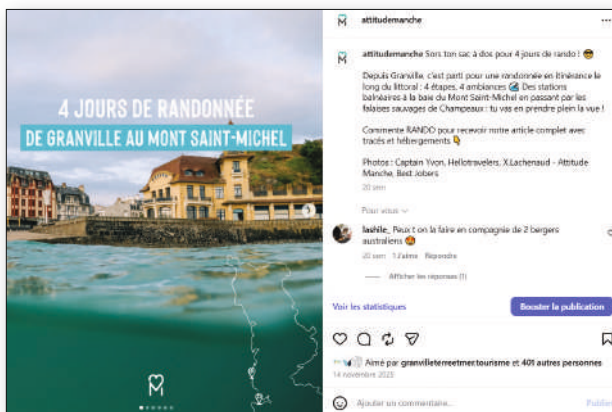
3 jours de randonnée de Coutances à Granville

Top des spots de kayak et paddle

4 jours de vélo de Saint-Lô au Mont Saint-Michel

Les sorties équestres à tester dans la Manche

Ces contenus sont aujourd'hui nos grands classiques et fonctionnent toujours bien : de nombreux enregistrements et commentaires pour recevoir les contenus complets sur le site internet.



LES SUPPORTS DE COMMUNICATION

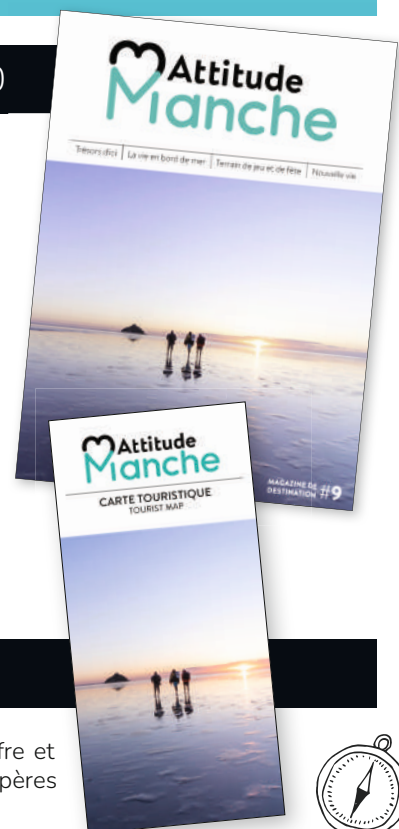
LE MAGAZINE DE DESTINATION #10

Le Magazine de destination continue d'accompagner la promotion du territoire auprès des visiteurs et nouveaux habitants comme des professionnels. Pour cette édition 2025, le choix a été fait de s'inscrire dans la continuité, en actualisant les contenus sans modifier en profondeur ni la ligne éditoriale ni la forme.

Cette mise à jour a permis d'intégrer pleinement la démarche Equinoxe, désormais présente de manière transversale dans le magazine. Elle vient renforcer le message porté par la destination autour d'un accueil plus responsable et attentif aux visiteurs comme aux habitants.

Le magazine conserve ainsi son équilibre entre valorisation des incontournables, mise en lumière des savoir-faire et ouverture sur les réalités économiques et la qualité de vie du territoire.

Il a été édité à 77000 exemplaires et reste proposé en six langues afin de s'adresser à une clientèle large : française, anglaise, allemande, néerlandaise, espagnole et italienne.



LA CARTE TOURISTIQUE

La carte touristique a également été mise à jour pour refléter les évolutions de l'offre et des informations utiles. Son format, compact et inchangé, permet de conserver des repères familiers pour les utilisateurs.

Elle reste un support pratique, diffusé à 60 000 exemplaires et est utilisée aussi bien par les visiteurs, les habitants et les professionnels pour accompagner la découverte du territoire.





AMÉNAGER LE TERRITOIRE POUR AMÉLIORER L'EXPÉRIENCE VISITEURS

LABEL VILLES ET VILLAGES FLEURIS

Attitude Manche coordonne, en lien avec le CAUE et Normandie Tourisme, le suivi des dossiers de labellisation des communes souhaitant s'inscrire dans la démarche. En 2025, 9 communes ont été visitées par le jury départemental et/ou régional. Trois ont obtenu une première fleur : **Barenton, Marigny-Le-Lozon et Torigny-les-Villes**. **Bricquebec-en-Cotentin** a accédé directement à la 2e fleur et **Gavray-sur-Sienne** a obtenu une fleur supplémentaire en passant à 2 fleurs. Romagny-Fontenay et Jullouville n'ont pas évolué. Enfin, Saint-Lô et Yquelon ont fait l'objet d'une visite de contrôle et ont maintenu leur classement (3 fleurs). 49 communes sont labellisées 1, 2, 3 ou 4 fleurs.



TOURISME INCLUSIF

Attitude Manche est « Relais Local » pour le label « Tourisme et Handicap » et à ce titre, coordonne la qualification de l'offre avec les prestataires touristiques, les évaluateurs du monde du tourisme (*offices de tourisme*), du monde du handicap, Atout France, ADN et l'Association Tourisme et Handicap.

Afin d'optimiser l'accessibilité de la destination Manche, une réflexion s'est engagée sur un « Tourisme Inclusif ». La volonté est de prendre en considération les inégalités face aux départs en vacances et de proposer, avec des partenaires dédiés, des actions destinées à y pallier.

En mai 2025, une consultation des prestataires touristiques de la Manche a été réalisée afin d'identifier les pratiques déjà existantes vers ces publics et les volontés à les approfondir.

En parallèle, 2 autres consultations des publics cibles ont été réalisées en partenariat avec la Direction Insertion et Emploi du Conseil départemental de la Manche et la CAF de la Manche afin de clarifier les pratiques et souhaits de loisirs des publics ciblés.

Ces enquêtes ont révélé des cohérences entre l'offre touristique qu'Attitude Manche souhaite promouvoir (activités outdoor, histoire, préservation de l'environnement...) et les publics envisagés (jeunes de 16 à 25 ans, familles monoparentales, personnes en situation de handicap...).

Une mobilisation autour d'un dispositif d'aide (fond de dotations) a été initié, fin 2025.

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

LA JOURNÉE DÉPARTEMENTALE DES PROFESSIONNELS DU TOURISME

La 13^{ème} édition s'est tenue le mardi 25 mars 2025. Sa fréquentation a été en légère hausse par rapport à celle de 2024, avec un bon niveau de participation et une diversité d'acteurs présents. Le nombre d'exposants est resté stable, tout en laissant place à un certain renouvellement, signe du dynamisme du secteur.

La bourse aux brochures a favorisé les échanges entre professionnels, tandis que deux conférences sont venues enrichir la journée : l'une autour du lancement de la démarche d'hospitalité Equinoxe, l'autre consacrée aux clientèles outdoor, avec un retour sur les études menées sur le vélo et le GR@223.

Cette édition confirme le rôle central de cette journée pour entretenir les liens entre professionnels et préparer collectivement la saison touristique.

TOURINSOFT

Plusieurs modalités de mise à jour des données sont proposées aux professionnels de la Manche. Attitude Manche se charge tous les ans de la création des questionnaires web pour la mise à jour des fiches prestataires et procède à l'envoi du mailing pour 3 des 8 OT : Baie du Cotentin, Côte Ouest Centre Manche et Coutances Tourisme. L'agence gère également la relance des questionnaires web sur les non-répondants.

Attitude Manche assure la gestion annuelle du module V.I.T. (Votre Information Touristique) pour 5 OT : Cotentin, Granville Terre et Mer, Mont Saint-Michel - Normandie, Saint-Lô et Villedieu). Cet outil permet d'accéder à une interface personnalisée sur laquelle les prestataires touristiques retrouvent l'ensemble de leurs fiches d'offres contenues dans TourinSoft et peuvent directement modifier/mettre à jour leurs informations touristiques. 3 OT (Baie du Cotentin, Côte Ouest Centre et Coutances Tourisme) sont accompagnés via des questionnaires web simplifiés.

La validation des offres est effectuée par les 8 OT.

Les OT utilisent également le module de GRC à l'accueil qui leur permet de qualifier les demandes (guichet, téléphone, courrier, hors les murs) et de générer des statistiques.

Les évolutions majeures en 2025 :



REFONTE DE L'EXTRANET V.I.T

Interface modernisée et ergonomie améliorée pour une meilleure expérience utilisateur.



REFONTE DE LA MÉDIATHÈQUE

Chargement plus rapide, filtres de recherche enrichis, ergonomie optimisée.



CONNEXION TOURINSOFT-LAOU

Mise en place d'une passerelle entre l'outil LAOU et la GRC Tourinsoft pour capter les prospects qui ont un projet d'installation sur le territoire et qui se présentent en Office de tourisme. L'office de tourisme enregistre le prospect dans la GRC Tourinsoft, celui-ci est automatiquement envoyé dans l'interface Laou en vue d'un accompagnement à l'installation.

FAVORISER LA MISE EN MARCHÉ DE L'OFFRE TOURISTIQUE

En collaboration avec ses partenaires (offices de tourisme, prestataires touristiques, Normandie Tourisme...), Attitude Manche œuvre à la promotion touristique de la destination et favorise la programmation du territoire auprès des professionnels du tourisme.

Une fois par trimestre, un temps d'échange y est dédié, permettant réflexions et cohésions sur des produits touristiques de la Manche, plus méconnus, à valoriser auprès de nos différentes cibles BtoB français, étrangers, scolaires, affaires...

MARCHÉ BtoB FRANÇAIS

Ce groupe de travail, a permis la réalisation d'un éductour de 5 jours, sur le territoire, en octobre 2025.

Intitulée « **La Manche Autrement...** », cette semaine de découverte a réuni une dizaine de voyageurs, clients ou prospects, venant de Bretagne, Région Parisienne, Auvergne-Rhône Alpes, Luxembourg, Belgique et Italie.

Ce séjour a valorisé des prestations peu ou pas répertoriées dans les programmations des voyageurs, à travers de différentes thématiques :

- » L'histoire et le patrimoine de la Manche avec une visite de Villedieu-les-Poêles, de Coutances, de la Maison du Patrimoine Sourdin, de l'Abbaye de Lessay, de la « Ferme du Musée du Cotentin » et des sites emblématiques du Débarquement.
- » Le Littoral avec une sortie sur « la Bisquine La Granvillaise », une escapade à Tatihou.
- » La gastronomie avec une dégustation « Huîtres du Père Gus » et « Réo ».

Un **workshop** organisé pendant cet éductour a permis un aperçu supplémentaire sur des prestations touristiques de la Manche, non incluses dans ces 5 jours.

Il s'est déroulé sur le lieu d'hébergement, l'hôtel « Le Fruitier*** » à Villedieu-les-Poêles.

« La Cité de la Mer », « les Bateliers des Marais », « la Balade d'Anton », « la Fondation de la Lucerne et le Château de Pirou », « la Fonderie de Cloches », « Jolie France » et « le Domaine du Coquerel » ont répondu présents à cette action complémentaire.





LES MARCHÉS BtoB ÉTRANGERS

SALON "RENDEZ-VOUS EN FRANCE"

C'est un événement annuel piloté par Atout France et les Comités Régionaux du Tourisme pour développer, maintenir la programmation de la France chez les Tour-Opérateurs Internationaux.

Cette édition s'est tenue à Lyon, les 1^{er} et 2 avril 2025 avec 700 exposants (destinations françaises : institutionnels, réceptifs, centrales de réservations, hôtels, restaurants, sites touristiques, compagnies maritimes, autocaristes, loueurs de véhicules...) et 817 acheteurs (prescripteurs internationaux) de 62 pays.

25 rendez-vous ont été réalisés par Attitude Manche avec des voyageurs d'Europe de proximité : Belgique, Allemagne, Pays-Bas, Suisse, Luxembourg, Espagne, Italie...

Cette cible connaît essentiellement le Mont Saint-Michel et les Plages du Débarquement et a besoin d'un accompagnement pour appréhender d'autres prestations qui les interpellent sur l'ensemble du littoral, les producteurs, les festivals.

Ces voyageurs apprécient l'outil : <https://group.manche-tourism.com/>, que peu de départements proposent.

Du 27 au 31 mars 2025, en amont du salon « Rendez-Vous en France », l'éducteur « **Western Normandy, a different experience** », élaboré avec Normandie Tourisme et les offices de tourisme de la Manche, a offert une belle visibilité au territoire. 3 voyageurs européens (2 britanniques et 1 allemand) ont pu découvrir le Cotentin avec l'île Tatihou, la Cité de la Mer, Les Parapluies de Cherbourg, la Hague, Barneville-Carteret... mais aussi Granville et le Mont Saint-Michel.



OUTILS DE COMMUNICATION

LE SITE GROUPE

Pleinement intégré à l'écosystème du site portail Attitude Manche, le site groupe partage le même socle graphique et fonctionnel. Il est proposé en version française et anglaise avec quelques spécificités pour répondre aux besoins des cibles.

OBJE
CTIFS

- Aider à la programmation de séjour groupe BtoB dans la Manche.
- Mettre en relation avec les services réceptifs de la Manche.
- Valoriser des suggestions de séjours.

Il s'articule autour de 4 entrées principales :

- **La destination** <https://groupe.attitude-manche.fr/decouvrir/>
5 pages éditoriales valorisent différentes thématiques en lien avec la brochure « Découvrez la Manche en Normandie ».
- **Nos partenaires** <https://groupe.attitude-manche.fr/partenaires/>
Des pages de listing d'offres touristiques qui accueillent les groupes : offices de tourisme, hébergements, restaurants, sites de visite accessibles aux groupes ainsi que la liste des guides.
- **Les agences réceptives et les autocaristes** <https://groupe.attitude-manche.fr/agences-receptives/>
Une page éditoriale décrivant les agences réceptives du territoire avec un lien vers leur site web.
- **Nos idées séjours** <https://groupe.attitude-manche.fr/sejour/>
Sur cette page remontent l'ensemble des suggestions de circuits et séjours à destination des différentes clientèles groupes. Des filtres permettent de sélectionner le type de clientèle (loisirs, séminaires et scolaires), la durée de séjours, la localisation et le type de séjour (bord de mer, nature, patrimoine...). Dans chaque contenu « séjour », un programme plus détaillé du circuit est mis en avant ainsi qu'un descriptif du prestataire le proposant.



20 488
sessions



28 906
pages vues



3 054
prises de contacts
avec les partenaires et
les agences réceptives

Dans un second menu latéral, on retrouve des contenus par cible : scolaires et tourisme d'affaires ainsi que des actualités.

NEWSLETTERS

Chaque trimestre, une newsletter est envoyée à une cible française et étrangère.



MARCHÉ FRANÇAIS

Environ 180 contacts qualifiés

Valorisation des nouveautés (site touristique, exposition...), des actions (éductour, salon...)



MARCHÉS ÉTRANGERS

Environ 100 contacts qualifiés

Mise en lumière des sites touristiques, événements, outils...

Ces newsletters renvoient vers le portail : <https://group.manche-tourism.com/> en français et en anglais pour retrouver l'ensemble de l'offre.

LA PLACE DE MARCHÉ

La plateforme de réservation en ligne dédiée aux prestations touristiques, fédère près de **1 300 prestataires** (hébergements et activités de loisirs) accessibles via plusieurs canaux de distribution : les sites institutionnels (*attitude-manche.fr*, *normandie-tourisme.fr*, plateformes des offices de tourisme) ainsi que les sites personnels des prestataires, équipés de widgets de réservation.

En 2025, la répartition des ventes montre une forte prédominance des **réservations effectuées directement sur les sites des prestataires (70 %)**, tandis que les **30 % restants** proviennent des plateformes de destination (offices de tourisme, CRT Normandie, Attitude Manche).

Les **activités de loisirs**, déjà en forte progression en 2023, représentent désormais **90 % des ventes**, soulignant le rôle central des **organismes de gestion de destination (OGD)** dans leur commercialisation.

À NOTER

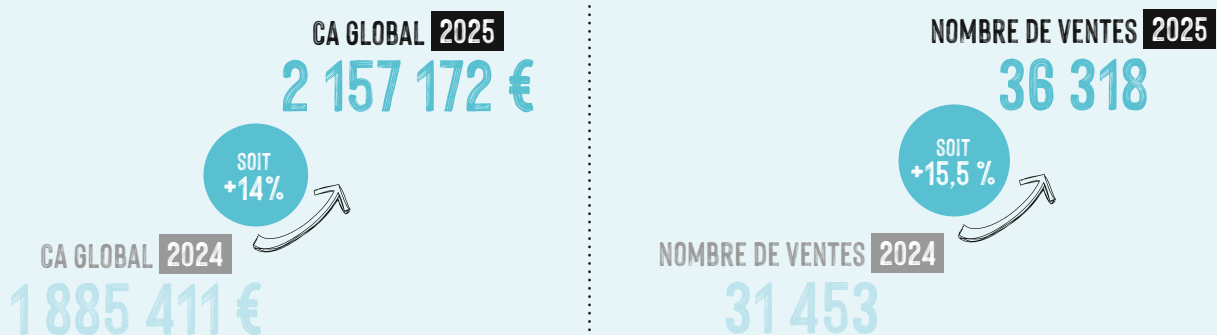
96 % des réservations sont fermes avec paiement en ligne, tandis que les pré-réservations sans engagement financier se raréfient.

Parmi les prestataires les plus performants, trois acteurs se distinguent depuis deux années consécutives grâce à l'intégration de widgets sur leurs sites :

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

Ces résultats reflètent une dynamique positive, portée par une **stratégie digitale efficace** et une **collaboration renforcée avec les acteurs locaux**, ouvrant des perspectives prometteuses pour les années à venir.

CHIFFRES CLÉS



Le panier moyen reste stable à 60 €, confirmant une demande soutenue.



STRATÉGIE DE PRÉSENCE DIGITALE

LE PORTAIL ATTITUDE-MANCHE.FR

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



La qualité du trafic est bonne.

La version EN représente environ 10% du trafic global. Il a enregistré 97 K sessions et 147,8 K pages vues. Une légère baisse a été constatée (-0,2% de sessions et -2,2% de pages vues).

Les principales sources de trafic sont le référencement naturel (74,5%), suivies des entrées directes (13,5%), des campagnes SEA (9%) puis des sites externes (1,5%) et des réseaux sociaux (1,5%). Le travail d'optimisation des contenus en référencement naturel, notamment sur la thématique du Mont Saint-Michel et du Débarquement a porté ses fruits (+15%). Le trafic en provenance des campagnes SEA est passé de 11% à 9%, ce qui est une bonne chose car, à terme, certains contenus n'auront sûrement plus besoin d'appui payant pour être visibles.

Sur la version EN, le référencement naturel représente 55% du trafic, suivi des entrées directes (30%), des campagnes SEA (14%) et des sites externes (1%). La dépendance aux campagnes payantes est plus marquée sur la version étrangère car certains contenus peinent encore à se positionner en référencement naturel.

Enfin la tendance quant à l'utilisation massive du mobile comme support de consultation constaté depuis la mise en ligne se confirme (77% du trafic en 2025 contre 73% en 2024 sur la version française). La tendance est moins marquée en version étrangère : 61% de trafic mobile en 2025 contre 64% en 2024.

Dans une logique d'amélioration continue, de nombreuses évolutions sont menées durant le cycle de vie du site internet. En 2025, quelques chantiers sont à souligner :

OPTIMISATION DES PERFORMANCES DU SITE


Afin d'améliorer l'expérience utilisateur et toujours mieux se positionner dans les moteurs de recherche, un important chantier a été mené sur les performances du site : pages de contenu allégées, réduction du nombre de polices à charger, chargement différé de certains scripts, suppression de certaines fonctionnalités inutilisées, chargement différé des images, etc. Autant d'actions qui ont permis d'afficher une belle progression en matière de performances.



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

Attitude
Manche
 #agence d'attractivité


LA MANCHE
 LE DÉPARTEMENT

Ce document est édité par: Attitude Manche, agence d'attractivité de la Manche en juin 2026, pour son Assemblée Générale du 16 juin 2026 à Saint-Ebremond-de-Bonfossé.
Conception: Création graphique  Bleu-Nacré - 06 80 83 68 11
Crédits photographiques: ©Xavier Lachenaud, ©Maxime Coquard pour les Best Jobers, ©Pixels Events, ©Lydie Lemaitre - Attitude Manche, ©David Daguier - CD50, ©Luc Pouyadoux et Corentin Laigneau. Tous droits réservés.

Retrouvez-nous sur :



pro.attitude-manche.fr

attitude-manche.fr