



# Attitude Manche

RAPPORT  
D'ACTIVITÉ  
2021 Assemblée générale

19 / 05 / 2022 Pôle Agglo 21 • Saint-Lô

7 VIES INSPIRÉES  
PAR LA MER

# IMMERSION

Un film  
ATTITUDE MANCHE

Réalisé par  
CAPTAIN YVON

Avec  
LÉA BRASSY





## Les temps forts de l'agence

RÉUNIONS DE BUREAU

11 mars 2021  
17 mai 2021  
9 septembre 2021

RÉUNIONS DU CONSEIL D'ADMINISTRATION

11 mars 2021  
22 octobre 2021

ASSEMBLÉE GÉNÉRALE

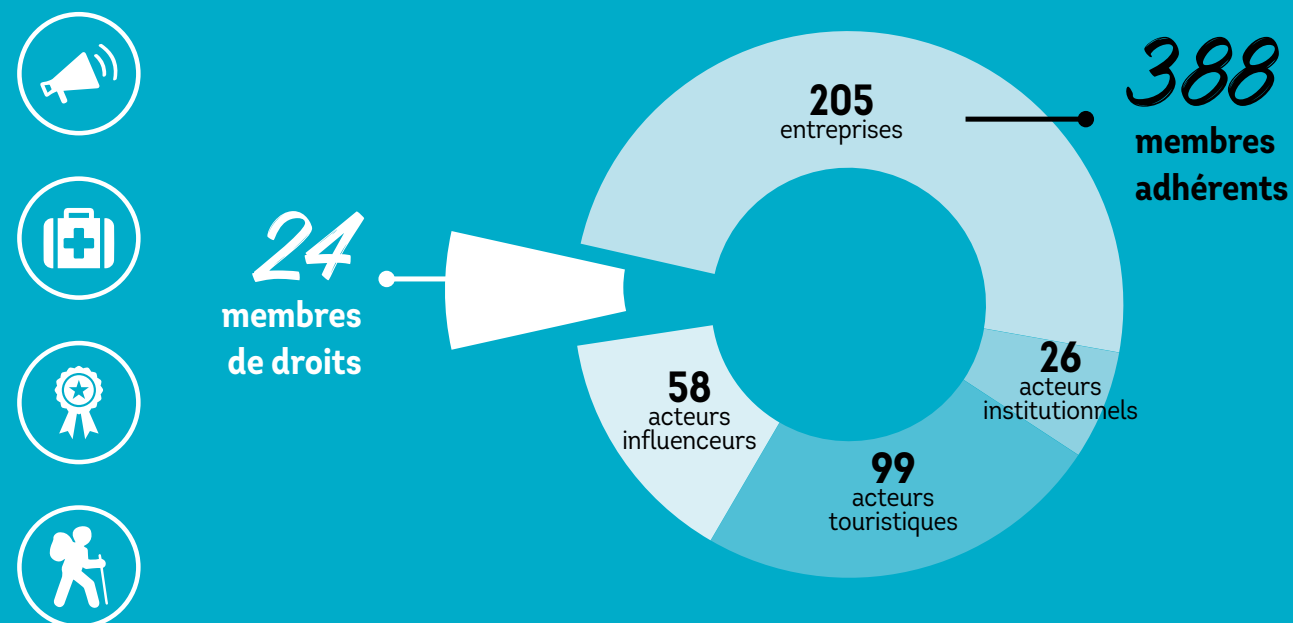
27 mai 2021  
à Lessay

2021  
À retenir

- Campagne Les Essentiels
- La refonte de l'écosystème web de l'agence
- La poursuite du dispositif « Chèques Évasion 50 »
- Le lancement et la diffusion du film IMMERSION dans les cinémas de la Manche
- La première campagne « Je m'installe en bord de mer », en collaboration avec Caen-la-Mer et Calvados Attractivité
- La finalisation du nouveau plan marketing tourisme

## Les adhérents de l'agence FIN 2021

L'association est composée de membres de droit, et de membres adhérents.  
Au 31/12/2021, l'agence comptait **412 adhérents** :



Catherine  
**BRUNAUD-RHYN**

Présidente d'Attitude Manche

ÉDITO

J'ai l'honneur de présider l'agence Attitude Manche depuis quelques mois maintenant et je tiens en premier lieu à remercier Jean-Marc Julienne à qui je succède à ce poste pour toute l'énergie, la passion et l'engagement dont il a fait preuve dans ses mandats d'élu. Je mesure au quotidien toute l'action déployée par l'ensemble des forces-vives au service du territoire!

Vous êtes désormais plus de 400 structures à adhérer à la démarche d'attractivité. Il me semble important de souligner à ce stade la belle représentativité des acteurs du territoire dans cette démarche avec plus de 50 % de représentants du monde de l'entreprise : 25 % d'acteurs touristiques, 15 % du monde associatif et 7 % de collectivités.

Nous avons la chance d'opérer sur un modèle de gouvernance quasiment unique : je tiens à ce titre, à remercier le Conseil départemental pour la place et les moyens qu'il donne à notre démarche d'attractivité, mais aussi à rappeler la confiance qui nous, qui vous, est accordée, puisque, vous êtes les décisionnaires des actions mises en œuvre par l'agence.

C'est bien ce modèle de gouvernance qui rend notre démarche singulière et remarquable : loin des grandes campagnes de communication, nous sommes dans une logique pragmatique qui vise à attirer, accompagner, ancrer nos prospects qu'ils soient touristiques ou professionnels.

Vous lirez, dans ce rapport d'activité, le bilan d'une année 2021 encore bien particulière, et j'ai une pensée pour vous acteurs culturels, restaurateurs et prestataires touristiques qui avez de nouveau subi les fermetures et restrictions d'activité. Notre campagne « Chez nous dans la Manche, tout le monde est essentiel » puis l'opération « Chèques Evasion 50 » auront contribué à relancer votre activité dès que cela a été rendu possible.

Dans le domaine de l'emploi, la dynamique manchoise s'est poursuivie en 2021, avec toujours plus de prospects accompagnés par le service Hospitalité de l'agence et une opération de recrutement menée avec nos homologues de Calvados Attractivité et Caen la Mer qui a connu un vif succès à Paris. Nous pouvons réaffirmer l'attractivité de nos territoires à taille humaine. En matière de santé, nos efforts se sont tournés vers les internes et vers la mise en réseau de tous les acteurs de ce secteur durement éprouvé depuis plus de deux ans maintenant.

Enfin, affirmer l'identité de notre département, en révéler les valeurs demeurent des axes forts de notre action. Ils se matérialisent par le déploiement de la marque Attitude Manche et la réalisation du film Immersion, véritable hymne à l'esprit manchois.

L'année 2022 qui s'amorce sera sous le signe de la jeunesse pour l'agence d'attractivité avec des actions ciblant les jeunes manchois partis pour leurs études, les internes en médecine et enfin les 18-30 ans amateurs de loisirs nature en matière de tourisme. Projets et défis ne manquent pas pour chacun d'entre vous et c'est avec confiance que vous pourrez compter sur l'écoute et le soutien d'Attitude Manche.

|                      |    |
|----------------------|----|
| FOCUS                | 4  |
| INFLUENCEURS         | 8  |
| NOUVEAUX TALENTS     | 18 |
| DÉMOGRAPHIE MÉDICALE | 25 |
| TOURISME             | 30 |



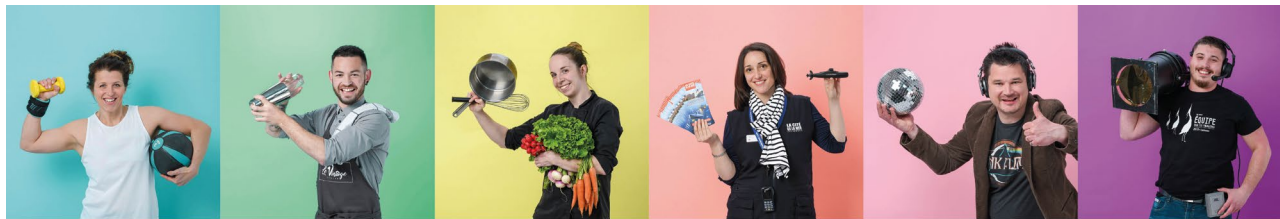
# Focus

## CAMPAGNE DE COMMUNICATION « DANS LA MANCHE, TOUT LE MONDE EST ESSENTIEL »

Du 6 avril au 5 mai, alors que nombre de professions en lien avec la culture, le tourisme, le divertissement, les savoir-faire, ou encore le sport, sont à l'arrêt en raison de la crise sanitaire, Attitude Manche lance une campagne d'affichage et de presse dans la Manche en marque de soutien à ces filières.

### OBJETIFS

- Montrer la solidarité d'un territoire envers tous ses acteurs.
- Donner envie de consommer des prestations dites « non-essentiels » dès que possible.
- Révéler l'Attitude Manche des habitants.



## CHEZ NOUS, DANS LA MANCHE, TOUT LE MONDE EST ESSENTIEL



### Le dispositif de communication

Un réseau d'affichage de  
**285 faces**  
sur tout le territoire  
du 6 avril au 5 mai

Une campagne sur  
les réseaux sociaux  
avec plus de  
**100 000**  
personnes touchées

Des insertions  
dans la presse locale:  
Ouest France, La Presse de  
la Manche, La Manche Libre,  
Côté Manche, La Gazette de la  
Manche...

## IMMERSION, 7 VIES INSPIRÉES PAR LA MER

IMMERSION est un film-documentaire qui révèle le territoire de la Manche, dans sa relation étroite et profonde avec la mer. Pendant 52 minutes, on suit Léa Brassy, surfeuse et apnéiste, qui part à la rencontre de 6 habitants qui, comme elle, ont un lien extrêmement fort avec la mer.

Une création dont l'ensemble des bénéfices est reversé à la Société Nationale de Sauvetage en Mer de la Manche (SNSM).

### OBJETIFS

- Faire émerger la Manche comme un territoire tourné vers la mer avec un littoral comme nulle part ailleurs.
- Montrer le cadre de vie exceptionnel de la Manche et susciter l'envie de changement de vie.
- Toucher de nouvelles communautés grâce à un film à forte valeur ajoutée diffusé auprès de nouvelles cibles.
- Rendre les habitants fiers de leur territoire et ancrer davantage la communication autour de Attitude Manche et des valeurs qui y sont rattachées.

### Dispositif de communication

- Un site Web dédié.
- Diffusion dans les cinémas de la Manche et des départements limitrophes.
- Diffusion sur une plateforme de VOD.
- Un dispositif de communication sur les réseaux sociaux.
- Une campagne d'affichage dans la Manche.
- Des collaborations avec des influenceurs.
- Diffusion aux collégiens de la Manche.

### Bilan

Site web  
[www.immersion-lefilm.fr](http://www.immersion-lefilm.fr)  
Lancé en juin 2021,  
il comptabilise  
**15777**  
visiteurs

**2,1 millions**  
personnes exposées  
à la campagne sur les réseaux  
sociaux: 28 300 clics et  
404 000 vues de vidéos.

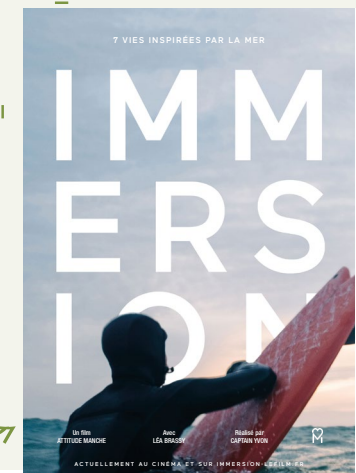
**50 dates**  
dans les cinémas  
et plus de  
**2000**  
spectateurs

**990 ventes**  
à 3 € sur la plateforme  
VIMEO pour  
**2183**  
lectures

**930 000**  
impressions  
sur les réseaux sociaux et plus  
de 33 800 interactions.

Le film a obtenu  
**le prix du public**  
aux trophées de la  
communication digitale.

Tournée des collèves:  
**11 projections**  
dans les cinémas  
pour 1256 élèves avec  
intervention  
de Léa Brassy.



Focus





## REFONTE ÉCOSYSTÈME DIGITAL

La refonte de l'écosystème digital a été initié en 2020 par le besoin de refonte du site mancheturisme.com, qui ne répond plus aux standards des sites e-tourisme actuels, l'agence décide de faire auditer son écosystème digital de manière plus globale.

En effet, la création de l'agence d'attractivité en 2017 et consécutivement l'émergence de nouvelles cibles et d'un nouveau positionnement marketing pour la destination, ont induit la création de nouveaux supports et les sites se sont multipliés au fil des années.



C'est l'agence conseil ThinkMyWeb qui est retenue pour mener cet audit. Les grandes conclusions qui en découlent ont mis en lumière des faiblesses obligeant à mener une réflexion sur l'avenir de cet écosystème, bien au-delà de la simple refonte du site tourisme.

Les recommandations de l'agence conseil nourries de nombreux ateliers de travail et de l'audit, ont permis de valider de nouvelles orientations stratégiques :

- **Recentrer les efforts et l'audience sur un dispositif central multicibles :** le portail de l'attractivité touristique et résidentielle. Dispositif qui a vocation à promouvoir la Manche comme lieu de vie ou de séjour.
- **Déporter sur sites satellites certains services spécifiques :** boutique en ligne, plateforme emploi, site corporate.
- **Renforcer les synergies avec les partenaires et notamment les OTSI.**

Le rôle de l'agence est celui de l'attractivité : donner envie de visiter la Manche, de s'installer dans la Manche... Nous allons nous concentrer sur l'offre et les contenus les plus inspirations et renvoyer vers les dispositifs de nos partenaires pour l'information plus détaillée et exhaustive.

Par ailleurs, Attitude Manche a prolongé son partenariat avec ThinkMyWeb pour l'assistance à maîtrise d'ouvrage dans la mise en œuvre opérationnelle du nouveau dispositif.

L'agence nous accompagne notamment sur le déploiement d'une stratégie éditoriale afin d'optimiser la qualité et la performance des contenus qui composeront le futur dispositif. Portée par une équipe de rédactrices Web, de nombreux ateliers de brainstorming ont permis de formaliser un large plan des contenus qui servira de socle à l'animation éditoriale du futur dispositif. Chaque sujet y est détaillé : format, thématique, enjeux, objectifs, cibles, maillage interne, requêtes associées, etc.

La rédaction de tous ces contenus (165 au total) a débuté en 2021 et se poursuivra au 1<sup>er</sup> semestre 2022.

La définition de l'arborescence et la rédaction du cahier des charges sont des étapes du projet qui ont aussi été menées sur 2021, nous permettant de lancer la consultation en fin d'année. L'agence Web lauréate aura en charge le développement du portail avec un objectif de mise en ligne fin 2022.

## LANCEMENT D'UNE DÉMARCHE RSE POUR ATTITUDE MANCHE

En 2021, Attitude Manche lance sa démarche RSE accompagnée par le cabinet Hery Conseil.

Ce dernier conseille l'agence sur 4 temps :

- Lancement pré-diagnostic.
- Diagnostic.
- Plan d'actions.
- Suivi du plan d'actions.

*Des entretiens et des ateliers de travail ont permis de définir :*

**Les parties prenantes de la démarche :**

- Les collaborateurs.
- Le département.
- Les adhérents et le conseil d'administration.

**3 grands enjeux pour l'agence :**

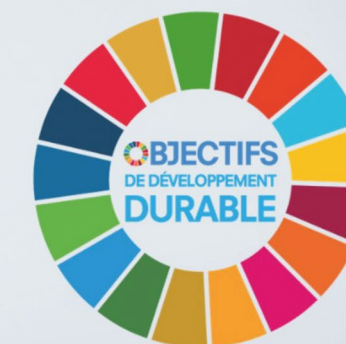
- L'enjeu environnemental (limitation des Gaz à Effet de Serre).
- L'enjeu social et Sociétal (amélioration des conditions de travail).
- L'enjeu économique, stratégique, managérial (promotion de la démarche RSE).

*Un plan d'actions*

Pour la mise en œuvre de sa stratégie, l'agence a confié une mission aux étudiants de l'École de Management de Normandie afin qu'ils proposent des actions concrètes.

**LE CONCOURS PROJET RESPONSABLE**

- Un concours qui demande aux étudiants de l'EM Normandie de travailler sur une analyse relative à la démarche d'intégration des Objectifs de Développement Durable (ODD\* : définis par l'ONU) au sein des entreprises participantes
- Il concerne les 900 étudiants de 3<sup>ème</sup> année du Programme Grande École de l'EM Normandie, sur les campus de Caen, Le Havre, Paris, Dublin et Oxford
- 18 entreprises ont soumis une problématique RSE à nos étudiants
- Pour chaque sujet proposé, plusieurs équipes (entre 10 et 15) de 4 étudiants travaillent sur la mission







# Les actions en faveur de l'influence et des médias

## OBJECTIFS

- Fédérer les entreprises et les associations, actrices majeures du rayonnement du territoire.
- Déployer la marque Attitude Manche, montrer la fierté des habitants.

### DÉPLOIEMENT DE LA MARQUE DE TERRITOIRE

#### CRÉATION D'UN LIVRE DE MARQUE



Créée en 2020 et officiellement lancée en 2021, la marque Attitude Manche a pour objectifs de permettre aux acteurs de la démarche d'attractivité comme à nos publics cibles, de revendiquer sa fierté, son lien affectif avec la Manche et ses atouts. Elle permet de valoriser des produits, des événements, des savoir-faire, un état d'esprit, des parcours remarquables, etc.

Partagée, elle rassemble les publics jeunes et moins jeunes autour de l'excellence manchoise et suscite l'envie auprès de nos publics exogènes d'embrasser un art de vivre assumé et d'adopter l'Attitude Manche !

En 2021, un travail de définition de l'ADN, des valeurs et de la promesse que véhicule la marque consigné dans un Livre de marque, véritable outil de référence de la marque, permet à l'ensemble des partenaires de la démarche d'attractivité de s'approprier cette marque et le « discours » qu'elle véhicule.

### CRÉATION DE SUPPORTS



En 2021, un effort particulier a été fourni pour enrichir la photothèque et la vidéothèque d'Attitude Manche afin de se doter de supports représentatifs du territoire et fidèles à la marque Attitude Manche.

Au total, plus de 3500 photos et une quarantaine de vidéos viennent compléter la plateforme de marque dans les domaines du sport, de la culture, de l'emploi, du tourisme, ou encore des portraits d'adhérents.

- Le top 3 des vidéos les plus vues sur les réseaux sociaux :
- La pêche au homard avec Guy Mauger.
  - Des phénomènes étranges sur le GR 223 pour le 1<sup>er</sup> avril.
  - L'hiver dans les marais du Cotentin et du Bessin.

### HABILLAGE DES LIEUX DE PASSAGE ET D'ACCUEIL

Les entreprises adhérentes et centres hospitaliers sont de plus en plus nombreux à mettre leurs halls d'accueil et salles de réunion aux couleurs de la Manche. Attitude Manche continue de diffuser la marque Manche afin de sensibiliser habitants et visiteurs aux atouts du territoire.



En 2021, l'agence a décidé de mettre à disposition de ses adhérents des fichiers de visuels pour que chacun puisse les imprimer suivant ses besoins. Ils sont directement disponibles sur l'espace adhérent de la photothèque.



Hôpital privé de la baie - Avranches



## LES RÉSEAUX SOCIAUX

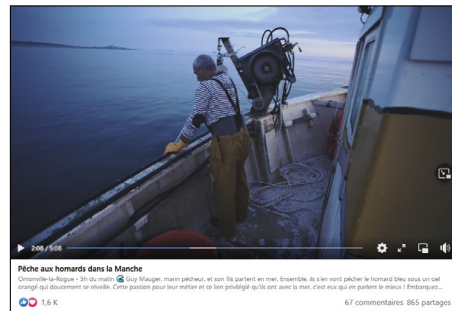
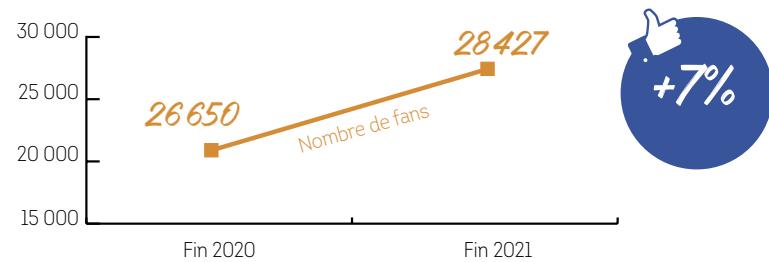
### FACEBOOK « ATTITUDE MANCHE »

28 427 fans

2021 a plus que jamais été l'année de l'affirmation de l'Attitude Manche.

#### OBJECTIFS

- Créer une identité forte et porter haut les valeurs qui se rattachent à la marque. Actualité, événements, portraits, coups de cœur... les habitants et initiatives locales sont ici à l'honneur.
- Rendre les habitants fiers de leur territoire et installer une véritable Attitude Manche qui rayonne au-delà du département et façonne l'identité de la Manche.

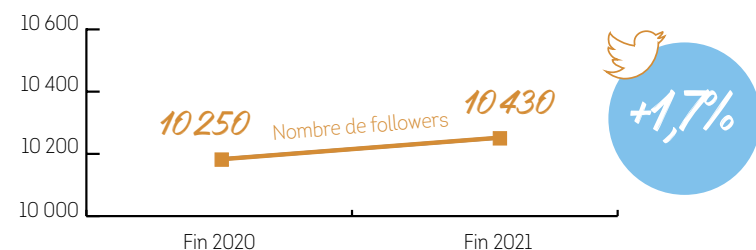


### TWITTER

#### OBJECTIF

- Valoriser la Manche comme territoire attractif et dynamique auprès des abonnés, influenceurs et des médias.

10 430 followers



### BLOG C'EST BEAU LA MANCHE

En 2021, 18 articles ont été rédigés et publiés sur le blog. Ils ont généré plus de 70 000 vues. Portraits des producteurs, valorisation de savoir-faire, recettes de chef... Ces contenus valorisent les habitants qui ont l'Attitude Manche. Parmi les articles les plus lus en 2021, les recettes de chefs, le film IMMERSION.

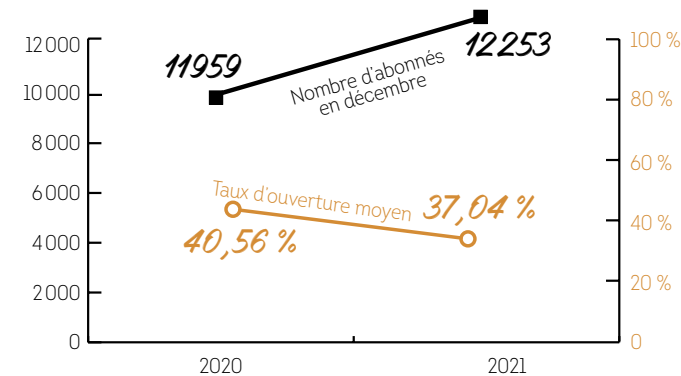


## NEWSLETTER @MBASSADEURS

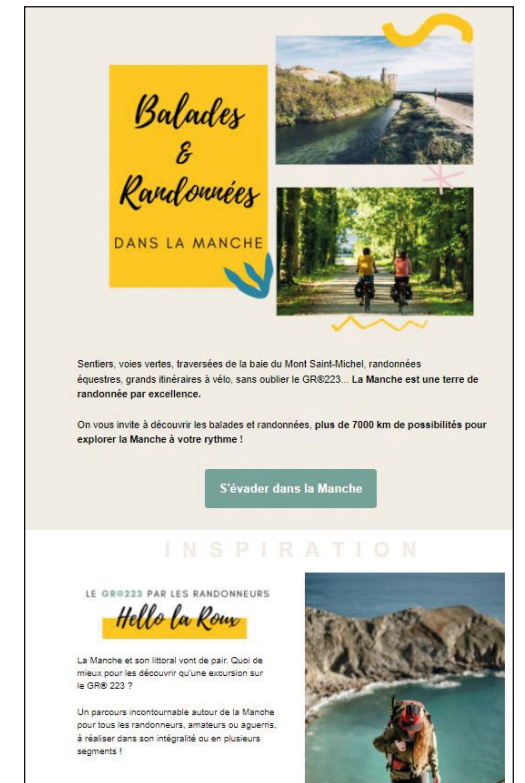
#### OBJECTIF

Cette newsletter cible à la fois les touristes et les habitants de la Manche.

- Valoriser le territoire de la Manche sur des thématiques identitaires qui véhiculent les valeurs de la marque Attitude Manche. Elle cherche à séduire de nouveaux contacts, fédérer et fidéliser la base existante.



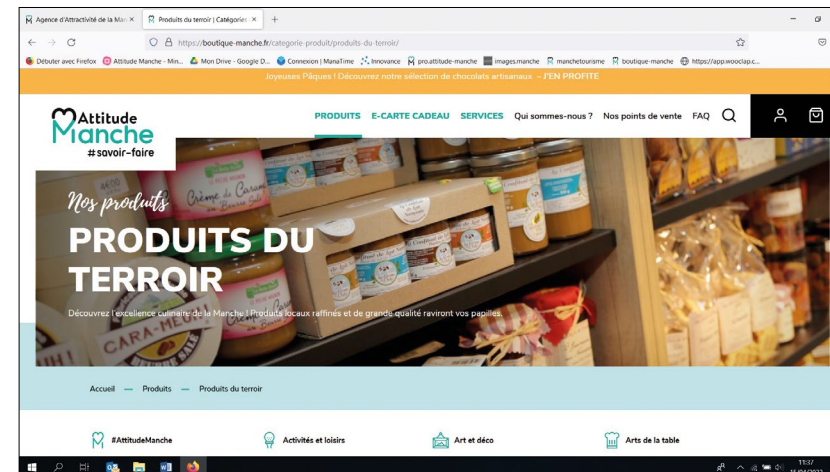
Malgré une légère baisse du taux d'ouverture, celui-ci reste important. Le taux de réactivité (nombre de cliqueurs / nombre d'ouvreurs\*100) est aussi un indicateur de performance intéressant, il nous indique l'intérêt des contacts pour le contenu de la newsletter.



## VALORISATION DES PRODUITS ET SAVOIR-FAIRE

### LA BOUTIQUE EN LIGNE

#### OBJECTIFS



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



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

En 2021, un nouveau service de livraison en colis réutilisable est proposé: Hipli. Les colis Hipli peuvent être réutilisés 100 fois et sont recyclés à 96 %, un moyen simple et efficace de lutter contre les déchets générés par le e-commerce.

**Comment ça-marche ?**

- L'internaute choisit l'expédition sous Hipli à l'étape de validation du panier, c'est GRATUIT!
- Il réceptionne son colis.
- Il renvoie gratuitement le colis en le déposant dans une boîte aux lettres.

Par ailleurs, des aménagements ont été apportés à la boutique en ligne durant les fêtes de fin d'année dans le cadre d'une opération Noël menée conjointement avec la M'Fabrik: habillage graphique du site aux couleurs de Noël et intégration d'une trentaine de produits en lien avec la thématique de Noël.

Des campagnes ont été mises en place sur le Facebook Attitude Manche du 30 novembre au 17 décembre. Au total 160 984 impressions et une couverture estimée à 40 485 personnes. Le chiffre d'affaire généré sur la période s'élève à 4 069 € pour 149 articles vendus et un panier moyen de 42,35 €.

200 produits  
référéncés

547 commandes (743 articles vendus)  
pour un CA de

18 863 €  
et un panier moyen de 24,48 €

Top 3  
des produits  
les plus vendus

1. Box Attitude Manche
2. Tote bag
3. Kit-Huîtres

LES NEWSLETTERS

Mise en place en 2021 à l'occasion de la sortie des coffrets Attitude Manche, la newsletter boutique en ligne est une newsletter mensuelle qui indique aux abonnés l'arrivée de la nouvelle box. Elle valorise les produits identitaires mais également les producteurs du département. Les internautes peuvent s'abonner sur le site via le bouton « s'inscrire à la newsletter » et les acheteurs sont invités à le faire lors du règlement de leurs achats.

|                                   |                                |                                  |
|-----------------------------------|--------------------------------|----------------------------------|
| Nombre d'abonnés en décembre 2021 | Taux d'ouverture moyen en 2021 | Taux de réactivité moyen en 2021 |
| 125                               | 59,82 %                        | 38,94 %                          |

Les résultats de cette première année sont très encourageants. En 2022, afin de maintenir cet intérêt, le contenu de l' emailing s'étendra à l'ensemble des produits présents sur la boutique en ligne.

La Box du mois

#ATTITUDEMANCHE X CARA - MEUH



Découvrez la box d'avril

Cara-Meuh

Le producteur du mois !



À Vains dans la baie du Mont Saint-Michel, la famille Lefranc élève des vaches laitières depuis 4 générations. Garamet, beurre, crème, fromage au zinc et viande, la ferme des Cara-Meuh propose des produits entièrement issus de la production de leur exploitation.

LES RELATIONS PRESSE

Les communications presse sont impulsées vers la presse locale, dans le but de toucher les habitants de la Manche.

**Sujets:**

- Campagne de considération « Dans la Manche, tout le monde est essentiel ».
- Accueil d'un concert au Mont Saint-Michel pendant le confinement > positionner la Manche et le Mont-Saint-Michel sur l'influence culturelle.
- Lancement du documentaire Immersion.



28 communiqués de presse  
ont généré 151 retombées en presse  
locale et régionale

LA BOX #ATTITUDEMANCHE



OBJETIFS

- Donner une image moderne du territoire par la valorisation des produits et savoir-faire.
- Fédérer les acteurs du territoire autour d'une démarche de valorisation.
- Faire découvrir ou redécouvrir aux habitants la richesse des productions de la Manche et leur donner envie de les faire connaître en dehors du territoire.
- Créer du lien entre producteurs et consommateurs locaux, développer le nombre de visites sur sites.

14 partenariats

6 co-branding

64 abonnements

453 boxes vendues

2 ateliers organisés à la M'fabrik



## LA M'FABRIK

### OBJETIFS

Ouverte le 19 mai 2021 au 47 rue Havin à St Lô, la M'Fabrik est un atelier-boutique plurifonctionnel.

- Permettre à l'agence d'avoir un ancrage local pour accueillir du public et pouvoir mettre cet espace à disposition de ses adhérents ou partenaires pour des actions de valorisation du territoire.
- Rendre les habitants fiers de leur territoire et des produits qui y sont associés en mettant en valeur les adhérents de l'agence, et ancrer davantage la communication autour de l'Attitude Manche et des valeurs qui y sont rattachées.



Chiffre d'affaires  
**48 262,15 €**

Panier moyen  
**26,21 €**

**300** références



**65** fournisseurs



**1587** clients

### OBJETIFS

## ANIMATION M'FABRIK

### LA SURPRISE DU CHEF

- Mettre en avant les restaurateurs Manchois pendant leur fermeture en valorisant une recette proposée à emporter.
- Mettre l'accent sur les produits locaux.
- Séduire de nouvelles cibles.

### LE CONCEPT

- Diffusion chaque semaine d'une recette disponible à emporter.
- 8 vidéos réalisées.
- Diffusion sur > 3 000 à 6 000 vues sur chaque vidéo.

### ANIMATIONS À NOËL

- Favoriser la rencontre directe entre producteurs et consommateurs.

14 producteurs présents pour faire déguster leurs produits.



## VALORISATION DES PRODUITS À L'OCCASION D'ÉVÉNEMENTS

- Boutique pour la Fastnet.
- Semaine Fédérale du Cyclo tourisme.
- Accueil des internes en médecine.

## LES OUTILS ET SERVICES DESTINÉS AUX ADHÉRENTS

### PLATEFORME MARKETING

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

Elle contient :

- Tous les éléments de la marque Attitude Manche pour déclinaisons sur les supports de communication des adhérents.
- Une photothèque.
- Une vidéothèque.
- Des affiches et cartes postales.
- Des modèles d'offre d'emploi, etc.



### UN SITE WEB À DESTINATION DES ADHÉRENTS

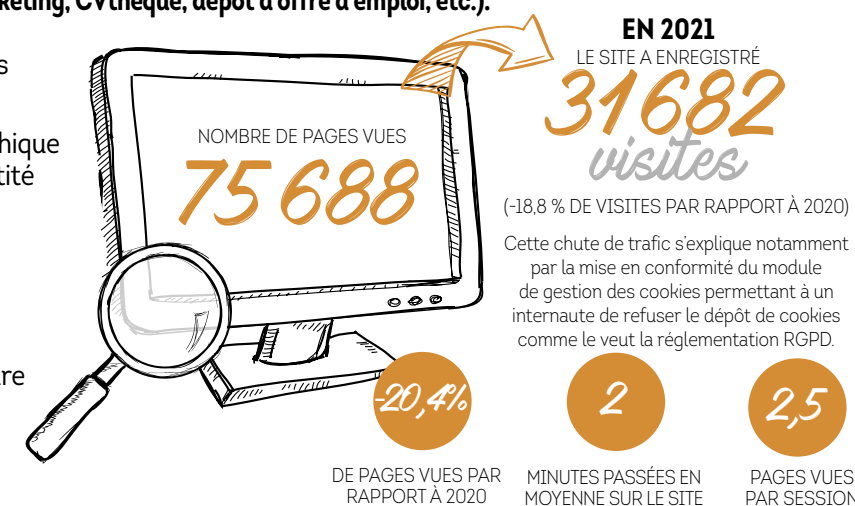
### OBJETIFS

Le site internet <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, CVthèque, dépôt d'offre d'emploi, etc.).

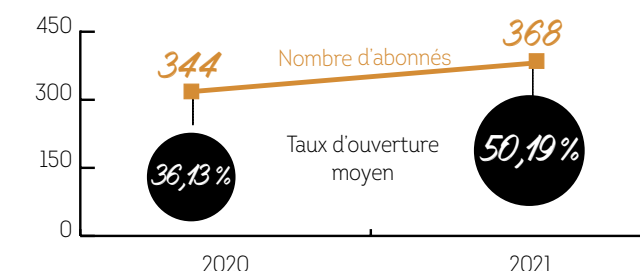
Quelques évolutions ont été apportées à ce support en 2021 :

- Renouvellement de la charte graphique en lien avec le changement d'identité de l'agence Attitude Manche et changement du nom de domaine (pro.attitude-manche.fr au lieu de latitude-manche.fr).
- Dématérialisation du formulaire d'adhésion à l'agence avec signature électronique.
- Optimisation et amélioration de l'annuaire des adhérents.



## LES NEWSLETTERS

Une newsletter trimestrielle est adressée aux adhérents afin d'informer sur les actions de l'agence, ses outils et services, les temps forts et rendez-vous de travail. Celle-ci est personnalisée en fonction des compétences attribuées à chaque adhérent, à savoir : Nouveaux talents, Démographie médicale, Tourisme, Sport & Culture. Cette segmentation permet de cibler l'information et de ne pas la disperser. Des newsletters dédiées à certains événements et sujets sont également envoyées à l'ensemble des adhérents.



On observe une nette amélioration de l'ouverture de la newsletter trimestrielle par les adhérents. Une progression certainement due à la segmentation de la base, l'information étant adaptée à chaque contact.



## RENCONTRES ADHÉRENTS



**Webinaire - Faciliter vos recrutements et optimiser votre marque employeur avec les services de l'agence - Le 3 septembre 2021.**

Attitude Manche a proposé un webinaire à destination des services Ressources Humaines des structures adhérentes.

### OBJETIF

• Présenter les services de l'agence en appui aux entreprises dans leurs démarches de recrutement.

• Au programme, l'attractivité du territoire - Comment l'intégrer dans une offre d'emploi?

• Le service Hospitalité - C'est qui? c'est quoi? Quels avantages pour vous, recruteurs? Faire du service Hospitalité un atout dans le process de recrutement, Zoom sur le séjour de découverte.

• Partage d'expérience de Monsieur GERVAISE - Directeur général à l'Hôpital privé de la Baie à Saint-Martin des Champs.

*Près de 50 adhérents ont participé à ce webinaire.*

## WEBINAIRE - LE CO-BRANDING LE 21 SEPTEMBRE 2021

**Attitude Manche a proposé un second webinaire à destination des structures adhérentes identifiées pour ses produits et savoir-faire.**

Nombreux sont ceux à vouloir innover, collaborer avec une autre entreprise et développer de nouveaux produits mais par où commencer? Avec qui travailler? Comment s'y prendre? Comment communiquer à deux sur un seul produit?

Au programme, intervention de Madame Hélène BARON - Cabinet Vitamines Conseil et partage d'expérience de Madame Marie LEVAVASSEUR - Fondatrice de la marque Cherwood.

*14 structures adhérentes ont participé à ce webinaire.*



## PORTRAITS D'ADHÉRENTS

5 portraits d'adhérents ont été réalisés pour illustrer la dynamique économique du territoire et la diversité des cibles de l'agence. Ainsi, *Grand Large Yachting, Mauviel 1830, le camping Château Lez Eaux, le CHPC et Techneau* ont été valorisés.

## GROUPE LINKEDIN DÉDIÉ

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



« Manchoise, mobile et maritime », la M'Cabine est une structure ambulante de promotion du territoire avec pour vocations principales de :

- Représenter et révéler la Manche : un territoire comme nulle part ailleurs.
- Sillonner la Manche dans le cadre d'événements culturels ou sur des sites en particulier, pour informer habitants et touristes, et valoriser notamment le savoir-faire et la gastronomie.

### Promouvoir le cadre de vie unique de la Manche.

La M'Cabine est mise à disposition des adhérents de l'agence. Elle a été présente en 2021 sur une grande variété de manifestations, à savoir :

- Le festival Les Pluies de juillet à Villedieu-les-Poêles du 9 au 11 juillet.
- Semaine des Créateurs et des producteurs à Agon-Coutainville du 22 juillet au 1<sup>er</sup> août.
- La Rolex Fastnet à Cherbourg-En-Cotentin du 7 au 15 août.
- Les championnats d'Europe de Kayak de mer à Collignon du 18 au 21 août.
- Le championnat de VTT « Les bosses de Brouains » les 4 et 5 septembre.
- Foire de Lessay du 10 au 12 septembre.
- 4<sup>e</sup> Cara Meuh Festival à Vains du 15 au 19 septembre.
- Green River Valley Festival à Vains du 24 au 26 septembre.
- Le Workshop au Camping le Cormoran à Ravenoville le 30 septembre.
- Job Dating et Portes ouvertes à l'Hôpital Privé de la Baie à Avranches en octobre et novembre.

## L'INFLUENCE SPORTIVE ET CULTURELLE

### OBJETIFS

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

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

## LA STRATÉGIE EN FAVEUR DU SPORT



### Partenariats événements sportifs :

- Partenariat pour la création du Rock & Trail, événement 24H dans un lieu atypique : une carrière.
- Partenariat sur les championnats de France de Windsurf vagues avec la participation d'Alex Grand-Guillot membre du collectif Attitude Manche.
- Partenariat avec le jumping CSI 4\* de Saint-Lô sur la valorisation des bénévoles et la mise en avant de la préparation de ces concours de haut-niveau avec Axelle Lagoubie, membre du collectif Attitude Manche.
- Partenariat VTT sur les championnats de Normandie en septembre lors des Bosses de Brouains, avec repérage des parcours par Ambroise Hébert et Léo Grisel, membres du collectif Attitude Manche.
- Mise en place de la M'Cabine lors de la 1<sup>re</sup> arrivée de la Rolex Fastnet à Cherbourg-En-Cotentin. Mise en avant de skippers manchois : Nicolas Jossier, Alexis Loison, Clara Fortin et Martin Louchart.
- Partenariat sur la valorisation des bénévoles lors des championnats d'Europe d'Océan racing (kayak de mer) à Collignon en août.
- Partenariat sur la Tatihougue pour la valorisation du SwimRun.

### Partenariat influenceurs sportifs

- Accompagnement partenarial d'Erik Clavery lors de sa tentative réussie du record du GR223. Impact important auprès d'une communauté de traileurs pour faire découvrir les sentiers de la Manche.
- Accompagnement logistique de Dorian Louvet (participant Koh Lanta) sur son défi GR223 pour récolter des fonds pour Bertrand Kamal. Impact important sur les réseaux sociaux (Instagram) pour la valorisation des sentiers de randonnée et de trail.

### Animation du collectif Attitude Manche :

Après 3 années d'existence, le collectif Attitude Manche est désormais composé de 23 membres représentant des disciplines diverses avec pour fil conducteur, l'attachement au territoire et la jeunesse.

### Les actions en lien avec le collectif en 2021 :

- Tournage d'un documentaire par Riding Zone avec Alex Grand-Guillot.
- Soutien financier et en communication auprès d'Eric Delaunay lors de sa participation aux Jeux Olympiques de Tokyo.
- 2 jours de cohésion pour les athlètes du collectif Attitude Manche au mois de décembre avec une formation à la gestion des réseaux sociaux, aux relations avec des sponsors/mécènes, à la communication orale et à la valorisation de la marque Attitude Manche. Temps ludique avec karting électrique et laser game.

### Dotations :

- Confection d'un obstacle d'équitation type « mur » pour une utilisation au pôle hippique et sur d'autres événements manchois.
- Confection locale d'un maillot de cyclisme Attitude Manche.



## LES ACTIONS EN FAVEUR DE LA CULTURE

- Concert d'Elke Kleijn au Mont St-Michel par Le Cercle, plus d'un million de vues sur les réseaux sociaux.
- Concert surprise Jazz sous les Pommiers hors les murs (plage d'Agon-Coutainville) du violoniste Théo Ceccaldi accompagné de la danseuse Marion Motin.
- Pour accompagner la relance de certains festivals, Attitude Manche a mis en avant les bénévoles au travers de vidéos pour montrer leur engagement et leur attachement à leur territoire.



# Les actions en faveur des nouveaux talents

## OBJECTIFS

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

## WEB

## MA VIE DANS LA MANCHE

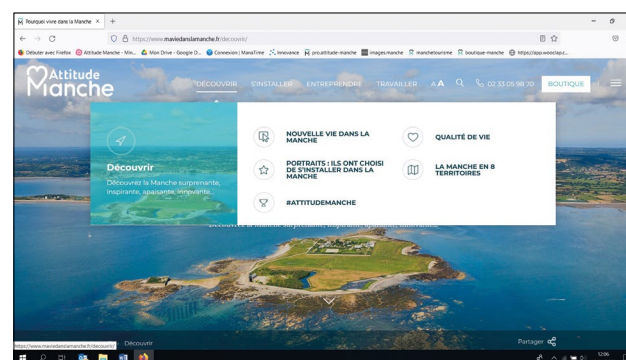
Le site [ma vie dans la manche.fr](http://ma vie dans la manche.fr) a pour objectifs de faire connaître le département auprès des nouveaux talents et de valoriser le cadre de vie au travers de portraits « nouvel habitant », et d'une présentation du territoire. L'enjeu est de donner, aux personnes qui viennent vivre dans la Manche, toutes les clés pour faciliter leur installation, que ce soit au niveau de l'emploi, du logement, de l'accompagnement du conjoint, de l'école ou du mode de garde des enfants. Le site intègre également un volet d'informations à destination des entreprises et des porteurs de projet, ou encore les professionnels de santé des opportunités de carrière disponible sur l'ensemble du territoire (offres d'emploi et reprise de cabinets).

Depuis septembre 2019, une rubrique « travailler » permet aux internautes de retrouver toutes les offres d'emploi, les informations sur les entreprises manchoises qui recrutent, la liste des agences d'emploi temporaire et des informations utiles concernant le covoiturage, la formation, les espaces de coworking...

Les pages concernant la thématique de l'emploi sont les pages les plus consultées du site. La page la plus consultée sur le site est d'ailleurs la page sommaire **Travailler dans la Manche** (36 793 vues en 2021). La seconde page la plus consultée est le **listing des offres d'emploi** (35 560 vues en 2021).

**Trafic** En 2021, le site enregistre une baisse de trafic liée à des choix stratégiques de créer un site dédié à l'opération de Job dating qui a détourné une partie du trafic acquis en 2020.

|                      | Fin 2020 | Fin 2021 |
|----------------------|----------|----------|
| Nombre de visites    | 198 405  | 130 522  |
| Nombre de pages vues | 954 216  | 642 690  |



## SEA Référencement payant

Des campagnes d'achat de mots-clés sont en cours sur [ma vie dans la manche.fr](http://ma vie dans la manche.fr) avec un double objectif : un objectif de notoriété (faire connaître) et un objectif de ciblage géographique, notamment à Paris et en Ile-de-France.

Les campagnes de mots-clés concernent les thèmes suivants : travailler dans la Manche, quitter Paris, vivre dans la Manche/vivre en province, entreprendre en Normandie. La campagne « travailler dans la Manche » est celle qui performe le plus. Le référencement payant est la troisième source de trafic sur Ma vie dans la Manche derrière le référencement naturel et les accès directs. Cette source comptabilise 20 075 utilisateurs soit 15 % du trafic sur le site.

## SEO Référencement naturel

Le référencement naturel représente la deuxième source de trafic sur [ma vie dans la manche.fr](http://ma vie dans la manche.fr). Cette source comptabilise 41 590 utilisateurs soit 31 % du trafic. La première source de trafic sur le site est les accès directs (59 484 utilisateurs soit 44 % du trafic).

Il s'avère d'ailleurs qu'avec la mise en place du bandeau de cookies, les sources de trafic sont plus difficiles à identifier.

Les nouveaux talents

## LES RÉSEAUX SOCIAUX

### LINKEDIN LA MANCHE



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

4 940 abonnés  
Fin 2020

6 816 abonnés  
Fin 2021  
soit +27%

En 2021, la Manche a continué sa progression sur la page carrière LinkedIn et a connu une belle croissance du nombre de ses abonnés. Avec 140 contenus postés et près de 70 000 interactions et vues des vidéos, la page est toujours plus suivie et reconnue par les entreprises de la Manche et les talents en quête de mobilité.

## LES RELATIONS PRESSE

Les communications à destination de la presse concernent majoritairement le Job dating à Paris en partenariat avec Calvados Attractivité et Caen La Mer « Je m'installe en Bord de mer » (agence Oxygen missionnée).

5 communiqués de presse sur le thème de l'emploi dont un sur les changements de vie dans la Manche (composé de trois témoignages de personnes accompagnées par l'agence) ont été adressés à la presse nationale.

61 retombées presse

dont 33 pour « Je m'installe en bord de mer »

Sur les 33 retombées :

- 20 en Presse Quotidienne et Régionale
- 13 en National





## CAMPAGNES DE COMMUNICATION

Un dispositif de communication destiné à la cible des jeunes manchois de 13 à 17 ans afin de leur faire découvrir la dynamique économique de la Manche, les perspectives d'emplois, les entreprises qui recrutent ainsi que les formations et leurs débouchés à été mis en place au printemps 2021.

### OBJETIFS

- Créer du lien entre les entreprises et les jeunes manchois de 13 à 17 ans.
- Transmettre une image moderne, positive et attractive des entreprises manchoises.
- Booster leur visibilité et marque employeur.

Une campagne en deux temps sur les réseaux sociaux



**Capter l'attention, se faire connaître auprès du plus grand nombre et susciter l'intérêt via un concours.**

Une démarche inédite et prescriptrice matérialisée par la création d'un challenge sur TikTok. Du 15 janvier au 15 mars 2021, les jeunes influenceurs garance.ytbb et noah.morel, respectivement suivis par 454 000 et plus d'un million d'abonnés, ont invité les jeunes Manchois à illustrer en vidéo le métier de leur rêve. Les 10 vidéos les plus « likées » ont fait l'objet d'un classement par le jury Attitude Manche.



**Engager et informer la communauté / Générer de l'interaction avec un mix de formats/supports de communication.**

Par la suite, une animation a été mise en place sur le compte Instragram Job in Manche afin d'informer les jeunes sur la diversité et la dynamique économique de leur département. Actualités, quizz, sondages et stories ont permis d'aborder et de les interroger de manière ludique sur leur avenir professionnel.

Afin d'aider les jeunes à se projeter dans le monde des entreprises, une série d'interviews vidéos a été imaginée. Des professionnels interviewés face caméra présentent leur métier, leur entreprise et les motivations qui les ont poussés vers cette carrière.

## Bilan

156 abonnés

sur le compte Instagram fin avril 2021

56,5% de femmes

contre 43,5 % d'hommes.

Ces abonnés sont à 95,4 % français, et résident pour la plupart dans la Manche, à 12,6 % à Cherbourg-Octeville, 4,6 % à Saint-Lô, puis 3,4 % à Saint-Hilaire-du-Harcouët et Granville, 10,3 % à Caen.

L'audience a entre 25 et 34 ans (pour 26,4 %) et entre 35 et 44 ans (pour 26,4 % également).

Il y a eu un décalage entre la cible visée et les personnes touchées. En effet, les internautes les plus touchés ont entre 25 et 44 ans. Cette information met en évidence la complexité d'atteindre la cible des - de 18 ans sur la thématique de l'emploi. Entre 13 et 17 ans, les préoccupations sont bien différentes. La réflexion sur son avenir commence à partir de la 3<sup>e</sup>, lorsque l'on se projette dans une seconde générale ou technologique puis en fin de seconde lorsque les élèves doivent choisir leurs spécialités et leurs options. De plus, les réseaux sociaux sont davantage utilisés comme un divertissement que comme une source d'informations.

C'est pourquoi l'agence a décidé de réorienter la cible sur les 18-24, au moment des études supérieures, des stages et des alternances, phase pendant laquelle se posent toutes les questions sur le choix d'orientation et de carrière.

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

En 2021, Attitude Manche est rejointe par Calvados Attractivité et Caen la Mer pour mener une opération de job dating à Paris. Faisant le constat d'un bassin de vie commun, de besoins en recrutement similaires et conséquents sur chaque territoire, l'opportunité d'une action commune et impactante a été saisie.

### OBJETIFS

#### ATTIRER LES NOUVEAUX TALENTS

- En valorisant les opportunités de carrière et le cadre de vie dans le Calvados et la Manche.
- En fédérant les acteurs économiques normands lors d'une opération commune de promotion et d'attractivité.



#### Cible

Étudiants, jeunes diplômés et candidats qualifiés ouverts à la mobilité. Le sourcing des candidats est réalisé en collaboration avec les partenaires de l'emploi APEC et Pôle Emploi pour répondre à la demande des entreprises en recherche d'une main-d'œuvre très diversifiée. En effet, les entreprises de la Manche recrutent dans tous secteurs d'activité et tous niveaux : de l'ouvrier au cadre.

#### Concept

- Un Job dating : créer la rencontre entre les candidats et les entreprises.
- Des rendez-vous avec les candidats cadres invités par l'APEC.
- Un afterwork destiné aux expatriés manchois pour échanger avec les entreprises et initier un futur retour.
- Un moment convivial autour d'un buffet 100 % normand.

#### Les entreprises participantes :



#### Les autres collectivités présentes :

Villedieu Intercom, la communauté d'agglomération du Cotentin et Normandie Attractivité.

## Le dispositif de communication :

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

### » HelloWork :

Édite les sites emploi RégionsJob, ParisJob, NordJob, OuestJob, Cadreo et le Blog du Modérateur.

### » Régionsjob :

1 article dans l'onglet « Actualité agenda » de RégionsJob pour annoncer l'événement du 12 octobre.

**3372 lectures** et une série d'articles conseils, témoignages, marché de l'emploi en Normandie : 1 article publié par semaine pendant quatre semaines :

- « Plage, verdure et tranquillité » : ils racontent leur nouvelle vie en Normandie - **1636 lectures**.
- Ces entreprises vont vous convaincre de venir travailler à Caen ! - **2733 lectures**.
- Bienvenue dans la Manche ! 5 étapes pour changer de vie - **3147 lectures**.
- De l'Île-de-France au Calvados : « Après notre journée de travail, on file à la plage » - **2082 lectures**.

### » Relais :

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

» **Ouest France** : un article sur le site ouest-France.fr avec une zone de couverture : Normandie et Île-de-France. > **Article 20 107 pages vues** > **Bannières 12092 impressions**.

Le site web dédié à l'opération a enregistré **11887 sessions** pour **20 083 pages vues**



## DISPOSITIF SOCIAL MEDIA



**4762 clics**  
sur le lien de la campagne  
(pointant 95 % du temps vers le site,  
rarement vers l'événement)

**958** depuis les campagnes  
Linkedin  
**3804** depuis les campagnes  
Facebook

**33**  
posts publiés  
sur LinkedIn

**25**  
sur l'événement  
Facebook

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

**15**  
publicités LinkedIn

**114 324** impressions pour les campagnes  
**62 290** impressions pour les posts organiques

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

**Chiffres bilan « Je m'installe en bord de mer » =**  
**53 entreprises normandes** présentes dont 28 entreprises manchoises.  
**700 candidats parisiens et franciliens** présents à ce jobdating.  
**France 3 Paris et Normandie, France Inter et TF1-LCI**  
en reportage lors de l'événement.

**700** candidats présents  
**53** entreprises

## LES JOB DATING, SALONS ET PARTENARIATS EMPLOI

Une année entre présentiel et numérique...

Comme en 2020, le secteur événementiel s'est vu chahuté par les différents protocoles sanitaires. De nombreux salons de l'emploi ont été reportés ou diffusés en ligne. Ces rendez-vous, qui avant COVID drainaient un flux important de candidats et d'entreprises, subissent une perte de vitesse avec une difficulté à mobiliser les entreprises mais surtout une baisse du nombre de visiteurs / candidats.

### Salons de l'emploi :

- » Métiers du tourisme Valognes - **Avril** : 2 événements prévus 1 annulé - 29 inscrits - 17 entreprises.
- » Info Métiers de la Conchyliculture à Gouville-Sur-Mer - **Mars** : 20 personnes en recherche d'emploi, 2 entreprises visitées.
- » Top Recrutement en ligne - **Mai** : Visio-conférence avec 78 participants et 12 rendez-vous individuels.
- » 24H00 pour l'emploi - **Septembre** : Caen / Rouen : 65 personnes rencontrées.
- » Salon de l'APEC à la défense - **Décembre** : 4031 inscrits, 55 personnes rencontrées (avec la participation des Ateliers grandis, Orano, MI GSO).

### Conférences / Webinaires :

L'Agence a dû s'adapter pour faire face au contexte sanitaire contraignant à réduire les rendez-vous événementiels.

Pour conserver les contacts avec les candidats à la mobilité et les adhérents, elle a multiplié sa présence :

L'Agence est également reconnue pour ses actions innovantes qui permettent de faire rayonner la Manche sur le territoire national et international :

- » **5 webinaires** en juin auprès des entreprises ayant pour objectif de leur présenter l'événement « Je m'installe en bord de mer » (42 entreprises présentes).
- » Un webinaire auprès de 35 candidats en collaboration avec les entreprises Cherreau, Elle et Vire et Actions logement ayant pour objectifs la valorisation du territoire et la présentation du service hospitalité.
- » **CAP COM 2021 : Forum de la communication publique et territoriale, Rennes - Décembre**  
1 000 participants, atelier, conférence, table ronde. Olivier Chartrain était invité au sein de l'Atelier : « Vers un marketing territorial durable et acceptable ». Mise en valeur de l'action d'Attitude Manche en faveur de l'attractivité des talents.
- » **Conférence du MEDEF de la Manche**  
En septembre, atelier « Comment faciliter les recrutements avec le marketing territorial ? ». Construire sa marque employeur. 8 entreprises présentes.





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

Le service hospitalité se tient à disposition des futurs Manchois dans différents aspects de leur projet :

- » *Emploi*
- » *Emploi du conjoint*
- » *Logement*
- » *Écoles et crèches*
- » *Activités, loisirs*

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

### Les séjours découverte

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

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

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

En 2021, 8 séjours découverte ont été réalisés.

### Adhérents

Le service hospitalité est aux côtés des adhérents de l'agence lors de leurs recrutements. En accompagnant le conjoint des candidats sélectionnés et en aidant à la recherche de logement, l'agence se positionne comme une boîte à outils permettant de consolider la marque employeur des entreprises et collectivités manchoises.

L'agence met également à disposition de ses adhérents une cvthèque, une plateforme marketing et un site promotionnel du territoire pour y valoriser les offres d'emploi.

**261 candidats**  
accompagnés dans l'installation en 2021

**70 candidats**  
installés dans la Manche en 2021

### Organisation d'une soirée d'ancrage territorial



70 personnes ont participé à cette soirée dont des nouveaux salariés d'EDF, ORANO, Naval Group, La Cité de la Mer, CHPC, Grand Large Yachting, CMN.

L'objectif de cet événement était d'ancrer les nouveaux arrivants dans le territoire. L'agence a ainsi proposé un moment convivial aux nouveaux salariés arrivés dans le Cotentin (- 6 mois) afin de leur faire découvrir le territoire et de créer du lien.

La soirée s'est organisée autour de la projection du film Immersion et d'un buffet 100 % produits du Cotentin. Des ambassadeurs du territoire étaient conviés pour présenter les sites touristiques, événements, activités de loisirs et transports publics. Ainsi, nous avons pu compter sur la communauté d'agglomération du Cotentin, l'Office de tourisme, Cherbourg toi, Cherbourg's (Cafés Français), English Meet Up, Cap Cotentin.



## Les actions en faveur de la démographie médicale

### OBJECTIF

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

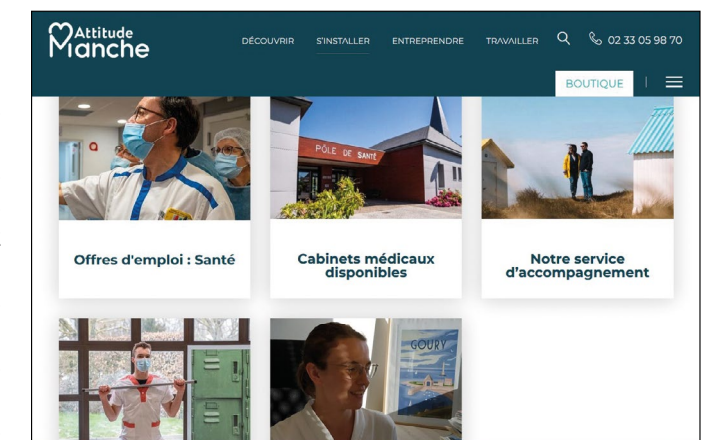
### WEB

### OBJECTIFS

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

Sur le site [maviedanslamanche.fr](http://maviedanslamanche.fr), une rubrique est consacrée aux professionnels de santé, celle-ci se trouve dans le menu « s'installer ». Les professionnels de santé peuvent ainsi prendre connaissance des offres d'emploi, des cabinets disponibles pour exercer une activité libérale, des aides financières accordées (pour une installation et pour les étudiants en médecine). L'enjeu est de faire connaître le département auprès des professionnels de santé et les offres d'emploi, valoriser le cadre de vie et les informer sur les aides à l'installation. Les données du site sont mises à jour régulièrement, par la mission ingénierie et appui aux territoires du Conseil Départemental et la personne chargée de l'attractivité médicale d'Attitude Manche. Actuellement, ce sont 563 offres qui sont proposées sur le site, offres d'emploi et offres de reprise de cabinet confondues.

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



Au total, les campagnes de liens sponsorisés ont apporté

**2073**  
*utilisateurs*  
sur [maviedanslamanche.fr](http://maviedanslamanche.fr) en 2021

## Trafic

L'arborescence des pages concernant la démographie médicale a été revue en novembre 2020. Voici les pages les plus consultées avec cette nouvelle arborescence :



Pour la partie médicale, les quatre pages les plus consultées sont :

- 1 /installer/medecin-manche/ → page sommaire avec les trois entrées : médecins et dentistes / étudiants / le service d'accompagnement
- 2 /installer/medecin-manche/ → page sommaire avec les trois entrées : médecins et dentistes / étudiants / le service d'accompagnement
- 3 /installer/medecin-manche/etablissement-medecin-liberal/ → page sommaire pour les médecins et dentistes
- 4 /installer/medecin-manche/accompagnement-attitude-manche/ → page présentant le service d'accompagnement d'Attitude Manche
- 5 /installer/medecin-manche/etablissement-medecin-liberal/portrait-medecin/ → témoignages

## PLAN DE COMMUNICATION PRESSE SPÉCIALISÉE

Une campagne de communication à destination des étudiants et jeunes médecins.

### OBJETIFS

- Promouvoir le cadre de vie et la dynamique économique du territoire.
- Présenter les services d'accompagnement et d'installation.
- Valoriser les métiers, les structures et les compétences du territoire.
- Promouvoir les opportunités d'installation dans la Manche.
- Installer de nouveaux professionnels de la santé et notamment des dentistes et médecins généralistes.

### Cibles

- Internes en médecine.
- Jeunes médecins généralistes et dentistes.

**Concept** témoignages et partage d'expériences de professionnels de santé de la Manche.

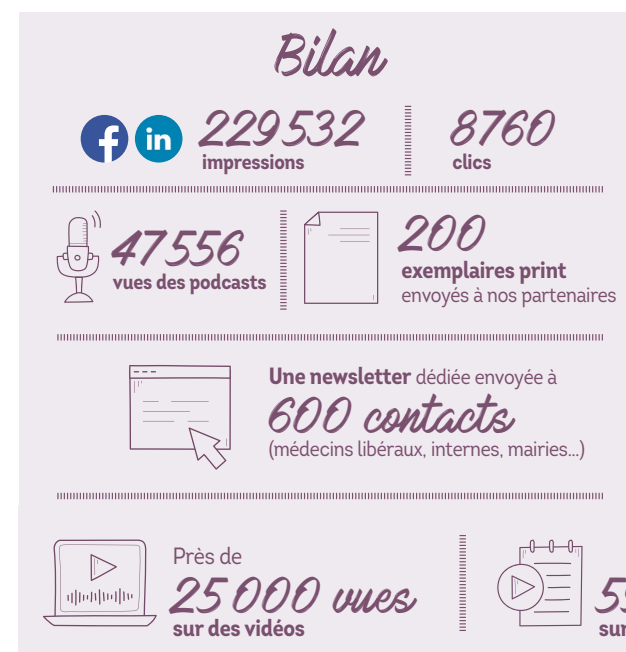


L'agence Planet Med a été retenue pour cette campagne car elle dispose d'un média à destination des jeunes médecins appelé What's up Doc (35 000 lecteurs pour le magazine print et 135 000 visiteurs uniques mensuels sur le site web).

## DISPOSITIF DE COMMUNICATION

- » **Un mini-site dédié** au territoire de la Manche sur le site What's Up Doc où l'on retrouve l'ensemble des supports créés ainsi qu'un formulaire pour entrer en contact avec le service hospitalité d'Attitude Manche.
- » **Deux insertions presse** dans les magazines #51 et #42 (décembre 2020 et mars 2021) avec des dossiers complets sur la Manche.
- » **8 articles en ligne sur le site [whatsupdoc-lemag.fr](https://whatsupdoc-lemag.fr) et [maviedanslamanche.fr](https://maviedanslamanche.fr)**
  - Devenir médecin ou dentiste dans la Manche.
  - La belle histoire manchoise de Capucine Champvalont, dentiste à Bréhal.
  - Dr Tiffany Vigier-Desquesnes : jeune médecin en zone rurale, si loin des clichés.
  - Et les conjoint.es dans tout ça ? Comment Chantal Bunel, femme de dentiste, a trouvé un job dans la Manche.

- » **Relais sur les réseaux sociaux** Facebook et LinkedIn par What's Up Doc, Attitude Manche et l'ensemble des adhérents démographie médicale.
- » **Une vidéo reportage** de 5 min avec la Youtubeuse the French Radiologist.
- » **Une vidéo « La Consult spin-off »**, avec le Dr Trenier médecin dans la Manche.



## ACTIONS ET ÉVÉNEMENTS

### OBJETIF

#### LES ACTIONS EN FAVEUR DES INTERNES EN MÉDECINE

- **En lien avec les structures de santé, l'agence d'attractivité a mené des actions vers les internes en médecine pour valoriser le cadre de vie, les aides à l'installation déployées par le Conseil départemental mais aussi les conditions d'exercice et les structures de santé disponibles. Elle se matérialise par des accueils, des visites terrain et la présentation des dispositifs d'accompagnement.**



#### » VISITE DE LA CLINIQUE WILLIAM HARVEY PAR LES INTERNES 11 FÉVRIER 2021

Destinée aux internes en médecine en stage dans les PSLA (Pôle de Santé Libéral et Ambulatoire) de La Haye et de Carentan-les-Marais, cette visite a permis aux internes de découvrir une structure spécialisée dans les soins de suite et de réadaptation cardio-vasculaire et d'échanger avec les professionnels de santé de la clinique sur leur exercice.

#### » ACCUEIL DES INTERNES DANS LES HÔPITAUX 3 MAI ET 2 NOVEMBRE 2021

L'agence et le Conseil Départemental rencontrent les internes à chaque rentrée semestrielle afin de leur présenter les dispositifs d'aides départementales ainsi que la mission d'accompagnement proposée par le service hospitalité de l'agence. Lors de ces journées, l'agence remet un kit d'accueil à chaque interne. Ainsi, 350 kits au total ont été remis aux internes effectuant leur stage dans les hôpitaux de Saint-Lô Coutances, Granville-Avranches, Cherbourg-En-Cotentin, Fondation Bon Sauveur, Hôpital Privé de la Baie à Avranches et Centre de rééducation du Normandy à Granville.





### » RENDEZ-VOUS PERSONNALISÉS AVEC LES INTERNES EN STAGE CHEZ LES MÉDECINS LIBÉRAUX

Depuis 2021, l'agence propose aux internes en stage chez les médecins libéraux de les rencontrer personnellement sur leur lieu d'exercice afin de leur présenter les aides financières du Conseil Départemental et les offres d'accompagnement de l'agence. Un kit d'accueil est remis à chaque interne lors de ces rendez-vous. De mai à décembre 2021, 32 internes ont été rencontrés.

### » SORTIE À CHAUSEY 26 SEPTEMBRE 2021

En partenariat avec les communautés de communes du Sud Manche (Granville Terre et Mer, Normandie Mont Saint-Michel, Villedieu Intercom) et le Centre Hospitalier Avranches-Granville (CHAG), l'agence a participé à l'organisation d'un après-midi convivial à Chausey. Les internes en stage au CHAG et ceux en pratique chez les libéraux (11 internes au total), ont pu se retrouver et découvrir les îles Chausey. Au programme: balade guidée, temps libre et apéro-bulots.



### » CONGRÈS DE L'ANEMF (ASSOCIATION NATIONAL DES ÉTUDIANTS EN MÉDECINE DE FRANCE) DU 4 AU 7 NOVEMBRE 2021

L'agence et le Conseil Départemental ont participé au congrès national qui s'est déroulé à la faculté de médecine de Caen. Cet événement a permis de rencontrer toutes les corporations d'étudiants de toutes les facultés de médecine en France. Une présentation du territoire, des aides financières et des dispositifs d'accompagnement a donc été faite aux 200 étudiants présents. Un kit d'accueil leur a également été remis.

### » WEEK-END D'INTÉGRATION DU SIMBAN DANS LA MANCHE

Le SIMBAN, Syndicat des internes de médecine générale de Basse Normandie, a sollicité l'agence pour organiser un week-end d'intégration dans la Manche. Ce week-end s'est tenu au Château de la Baudrière au Grippon. 22 internes de la Manche, du Calvados et de l'Orne y ont participé. Ils ont pu élire leur bureau, constituer leurs commissions et travailler sur des orientations et projets 2022. Ils ont aussi profité du lieu pour se ressourcer et faire de belles balades.



### LES ACTIONS EN FAVEUR DES ÉTABLISSEMENTS ET ORGANISMES DE SANTÉ

#### » VALORISATION DES OFFRES D'EMPLOI ET DES CABINETS DISPONIBLES

L'agence valorise sur son site web Ma Vie dans la Manche, 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 aux structures de santé, centres hospitaliers notamment, de rencontrer les professionnels de santé en cours de recrutement. Ces rendez-vous individualisés permettent de présenter le territoire, le cadre de vie et les services d'accompagnement à l'installation. En 2021, 10 professionnels de santé ont été rencontrés.

#### » SÉJOURS DÉCOUVERTES

Ils sont mobilisables par les établissements de santé dans le cadre de leur recrutement. Comme pour les internes, il s'agit de séjours personnalisés de 2 jours/1 nuit d'une valeur maximum de 350 € permettant aux professionnels de santé de découvrir le territoire et le cadre de vie. En 2021, 13 médecins/spécialistes et 2 infirmières ont bénéficié d'un séjour découverte.

### LES ACTIONS PARTENARIALES

#### » PARTICIPATION AU GROUPE DE TRAVAIL MSA SUD MANCHE (MORTAIN - SOURDEVAL)

Un groupe de travail piloté par la MSA a été constitué dans le Sud Manche pour permettre aux habitants d'accéder aux soins - plusieurs axes de travail ont été définis. L'agence participe à la fiche d'actions concernant l'accueil des internes et des médecins et l'accompagnement au recrutement des professionnels de santé.



Dans le cadre de ce groupe de travail, un speed meeting du Mortainais a été organisé le 16 septembre 2021 à Romagny.

Cette soirée a été organisée dans le cadre du diagnostic territorial de santé réalisé sur le canton du Mortainais par la MSA Côtes Normandes, la Caisse Primaire d'Assurance Maladie, le Conseil Départemental, Attitude Manche et la MAIA. C'est à l'occasion d'un recueil de besoins que les différents acteurs de la santé et du social, membres du groupe de travail, ont exprimé la volonté d'améliorer la connaissance des professionnels entre eux.

### HOSPITALITÉ

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

En 2021 : .....

- 24 médecins/spécialistes et 13 professionnels paramédicaux ont été accompagnés dans leur projet d'installation.
- 8 étudiants et internes ont été accompagnés dans leur recherche de logement.
- 32 internes en stage chez des médecins libéraux ont été rencontrés individuellement.
- 75 professionnels de santé ont bénéficié d'un séjour découverte du territoire dont 13 médecins/spécialistes, 2 infirmières et 60 internes.

Le Conseil départemental, à quant à lui, accompagné 2 jeunes professionnels de santé par le versement de la prime d'exercice forfaitaire, 2 étudiants par le versement d'indemnités de déplacement pour la réalisation de leur stage dans la Manche, 6 étudiants en fin de cursus par le versement d'indemnités de déplacement pour des remplacements dans la Manche.

### OBJECTIFS

### RELATIONS PRESSE

- Communiquer sur les opportunités d'installation dans la Manche
- S'affirmer comme un territoire d'innovation en matière de santé

6 communiqués de presse ont été diffusés en 2021 dont 5 avec le concours de l'agence de relations presse Oxygen :

- Le département de la Manche lance une opération de communication d'envergure auprès des médecins et dentistes.
- L'Hôpital Privé de la Baie dans la Manche, 1er établissement en France à intégrer la réalité virtuelle pour prévenir les risques au bloc opératoire.
- l'installation d'une nouvelle pharmacienne à Saint-Martin-de-Landelles Son accompagnement par La Manche.
- Première en France : le Centre Hospitalier Avranches-Granville dans la Manche déploie une équipe mobile de lutte contre l'antibiorésistance.
- Les internes en médecine accueillis dans la Manche (presse locale).
- L'Hôpital Privé de la Baie dans la Manche, unique établissement privé en France à expérimenter le suivi à domicile des patients sous anticancéreux oraux.

1 accueil presse : Le Pèlerin pour un reportage sur l'installation de la pharmacienne.



Retombées presse : 29 retombées presse ont été enregistrées.





# Les actions en faveur du tourisme

## OBJETIF

- Déployer une stratégie de croissance touristique pour attirer les touristes français et nord européens.

Attitude Manche s'appuie sur la stratégie de marketing territorial dont le positionnement maritime affirmé ouvre de réelles opportunités de valorisation et de développement. Un travail important est engagé dans ce domaine, avec la participation des acteurs publics (intercommunalités), au service des prestataires touristiques du territoire.

### DES PARTENARIATS AU SERVICE DE LA STRATÉGIE DE CROISSANCE TOURISTIQUE

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

### L'OBSERVATION DE LA FRÉQUENTATION TOURISTIQUE

#### OBSERVATOIRE TOURISTIQUE

En appui à la stratégie touristique et aux porteurs de projet, Attitude Manche déploie plusieurs outils d'observation touristique sur l'offre et la fréquentation des différents secteurs d'activités (hébergements, sites et lieux de visite, itinérance, économie...) dont les enquêtes de l'INSEE, de conjoncture, le RIET des sites de visite, Flux Vision Tourisme, Liwango, les éco-compteurs...

Afin de compléter le bilan de la saison touristique, les socio-professionnels et têtes de réseau ont été réunis pour échanger sur les tendances et clientèles, et 2 nouvelles enquêtes ont été lancées :

- aux maires sur la perception du tourisme au niveau local,
- aux touristes sur leur satisfaction liée à leur séjour.

Tableaux de bord et bilans sont accessibles sur la rubrique observatoire du portail professionnel d'Attitude Manche : <https://pro.attitude-manche.fr/observatoire/>

#### ÉTUDE CAMPING-CARS

En 2021, une étude a été menée pour réaliser un état des lieux de l'accueil des camping-cars dans la Manche : tendances du marché, profils et attentes des camping-caristes, état des lieux de l'offre d'accueil, benchmark des bonnes pratiques et préconisations.



## PLAN MARKETING

Fin 2020, Attitude Manche a engagé une nouvelle réflexion sur sa stratégie touristique. L'objectif de la démarche est de co-construire, avec les partenaires de l'agence, un plan marketing pour la période 2022 - 2027 qui repose des axes stratégiques prioritaires. Articulé autour de 4 axes stratégiques, ce programme sera soumis au vote des élus départementaux en juin 2022 :

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

## LA MISE EN ŒUVRE DE LA STRATÉGIE DE CROISSANCE TOURISTIQUE

### ENRICHIR L'OFFRE TOURISTIQUE POUR FAIRE DE LA MANCHE UNE DESTINATION ATTRACTIVE

La stratégie touristique a pour ambition de faire du littoral de la Manche une véritable destination touristique. L'amélioration des infrastructures, de la qualité des services, l'expérience « client » attendue, sont au cœur des préoccupations de l'agence. Pour ce faire, des axes de travail ont été définis (aménagement, amélioration des services, promotion...), en partenariat avec les collectivités locales.

### LE DÉVELOPPEMENT DES STATIONS BALNÉAIRES



Depuis maintenant cinq ans, l'agence accompagne plusieurs stations balnéaires dans l'optique de favoriser un développement touristique et urbanistique et ainsi répondre aux attentes actuelles des touristes, des résidents et avant tout des habitants.

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

- Aménagement de la RD 44 entre Agon bourg et le Passous, avec un aspect beaucoup plus apaisant de cet axe (redonner de la place aux piétons et aux vélos).
- Travaux qui verront le jour en 2022 sur la promenade de Coutainville (revêtement et luminaires).
- Reconfiguration complète de la promenade de Barneville Plage et lancement de la réflexion sur de nouveaux aménagements au niveau de la promenade André Leboutellier à Carteret (de l'hôtel de la Marine à la gare maritime).

#### D'autres stations avancent également sur leurs futurs aménagements :

- St-Pair-sur-Mer avec la reconfiguration de la place de Gaulle, place centrale de St-Pair et la place Marland (à côté du casino). Là aussi, l'objectif étant de redonner une place plus importante aux piétons et vélos et d'offrir un cadre plus attractif à ce cœur de station.
- Pirou a de son côté lancé une étude lui permettant d'envisager le réaménagement complet de sa place principale. Paysagement, circulation apaisée, déambulation facilitée sont les éléments retenus.



## LE RÉSEAU D'INGÉNIERIE TERRITORIAL DE LA MANCHE IDM

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

- Participation régulière aux réunions sur le projet de gare multimodale à Pontorson. La ville ambitionne de faire de sa gare ferroviaire SNCF un lieu qui associe différents moyens de déplacement : piétons, cyclos, collectif par bus ou taxis. Enveloppe financière de près de deux millions d'euros. Projet envisagé à l'horizon 2024.

### Exemple d'aménagement envisagé :

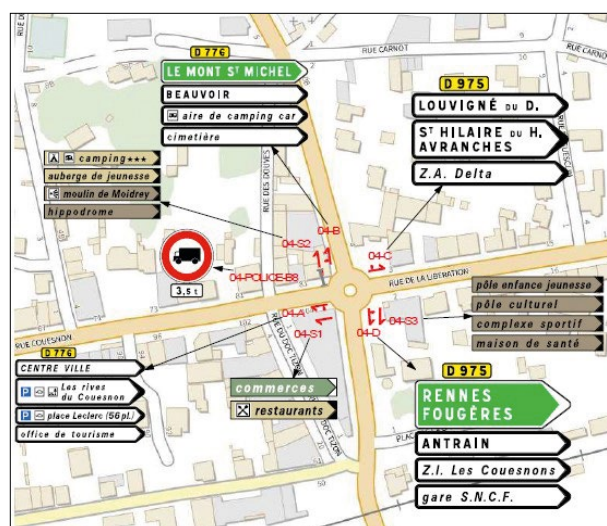
- Projet de réhabilitation d'un ensemble de 19 gîtes (plus de 100 lits touristiques) sur la commune de St-Laurent-de-Terregatte. Appui à la rédaction d'un cahier des charges, sélection du cabinet d'étude puis suivi de la phase opérationnelle. Objectif : 2024/2025.
- Appui à la réflexion de la commune de Fermanville pour un projet de mise en tourisme du secteur du Viaduc (avec maison d'accueil, sentier d'interprétation...). Première réalisation en 2023.



## MISE EN PLACE DE LA SIGNALISATION TOURISTIQUE ET APPUI AUX COLLECTIVITÉS CONCERNANT LA SIGNALÉTIQUE DIRECTIONNELLE

Initié en 2018 entre l'agence et le service des routes du département, le schéma départemental de signalisation touristique c'est aujourd'hui près de 60 sites et lieux de visite (Musée d'Utah Beach, Château de Regnéville-sur-Mer...) mais également des villes disposant d'un label national (St-Jean-le-Thomas, Barneville-Carteret...) qui bénéficient de panneaux routiers d'animation touristique.

En complément, et avec l'appui du CEREMA (Centre d'études et d'expertise sur les risques, l'environnement, la mobilité et l'aménagement), différentes missions concernant la signalisation directionnelle, d'information locale, piétonne et/ou cyclistes ont été menées dans le département (Donville-les-Bains, St-Pair-sur-Mer, Pontorson) et le seront pour d'autres collectivités qui souhaitent améliorer et faciliter la déambulation des différents usagers sur leur territoire (Beauvoir et Carentan ont fait des demandes en ce sens).



## AMÉLIORER LES SERVICES ET PRODUITS EN MATIÈRE D'ITINÉRANCE

### Renforcer les produits et les services spécifiques



#### Accueil Vélo

Accueil Vélo est une marque nationale qui garantit un accueil et des services de qualité auprès des cyclistes le long des itinéraires cyclables. Engagé depuis de nombreuses années dans la démarche, Attitude Manche a été rejoint en 2021 par les Offices de Tourisme qui deviennent « évaluateurs » pour labelliser eux aussi les professionnels du tourisme. Ce partenariat permettra d'accélérer la labellisation pour obtenir un réseau conséquent de professionnels aux services adaptés aux cyclotouristes (hébergements, sites de visite, restauration...).

Le soutien des Offices de Tourisme a également permis de réorienter ses efforts vers l'animation du réseau (formation des évaluateurs, participations aux échanges nationaux pour l'amélioration de la marque, suivi des labellisés...).

### Les itinéraires vélo



Attitude Manche est engagée dans la démarche partenariale d'aménagement et de valorisation des grands itinéraires cyclables aux côtés des autres collectivités traversées par ces itinéraires.

### Le cheminement littoral



Attitude Manche participe activement au renforcement de la continuité du cheminement littoral pour faire de cet itinéraire un joyau touristique du Département, illustrant les mille et une facettes de notre littoral. Les travaux, subventionnés par le Conseil départemental, sont réalisés par les collectivités (intercommunalités ou communes) en concertation avec tous les acteurs du territoire, tant pour la négociation avec des propriétaires privés, que la définition de prescriptions techniques, préparation des autorisations de travaux, suivi des travaux... Parmi eux, l'on peut citer par exemple : la mise en place de passerelles à Urville-Nacqueville, Le Rozel ou encore Surville pour faciliter la traversée de ruisseaux, la recherche d'un tracé pour approcher la Baie des Veys et son magnifique panorama sur le canal et la mer, l'aménagement de marches à Carolles, le débroussaillage de digues ou tronçons de sentiers à Ste-Marie-du-Mont ou la sécurisation de passages en bord de routes départementales à Granville ou aux Pieux. D'autres aménagements sont à l'étude ou programmés telles la réalisation d'une passerelle entre Lingreville et Bricqueville-sur-Mer, la sécurisation de la portion entre le Musée du Débarquement et la base conchylicole de Ste-Marie-du-Mont ou encore au havre de Lessay.



**Ce projet multi-partenarial, concrétisé en 2020 à l'issue d'une phase de diagnostic et de concertation engagée dès 2017, doit également engager en 2022 le volet « sécurisation » du tracé en complément de ce volet « aménagement ».**

Celui-ci consiste en l'implantation de bornes numérotées tout au long du cheminement littoral (tous les 500 ou 1000 m) afin de faciliter l'intervention des services de secours (là aussi partenaires) en cas de difficultés d'un usager sur le parcours.

Au-delà de l'ensemble de ces actions menées pour améliorer cet itinéraire de randonnée, l'étape suivante devra s'attacher à en valoriser tout le potentiel pour le faire découvrir tant aux locaux qu'aux touristes de tous horizons. Ce type de parcours est en effet prompt à mettre en lumière les sites et paysages remarquables de notre département pour variété de publics en quête de grands espaces et de nature : les sportifs pour des treks itinérants de 1 à 2 semaines, les randonneurs pour des weekends simples ou prolongés, les locaux pour des balades se greffant au tracé littoral...



## Portage de bagages

Initié en 2017 le long des grands itinéraires pédestres et cyclables, le partenariat avec La Malle Postale a fêté ses 5 ans de fonctionnement. La crise sanitaire a boosté la fréquentation itinérante et cela s'est traduit sur le portage de bagages: après une année 2020 stable (malgré les confinements), le nombre de bagages transportés a bondi de 41 %.

Le recours au service s'est réalisé principalement sur le GR@223 dans les plus de 320 hébergeurs partenaires.

les randonneurs reconnaissent facilement leur point d'arrêt partenaires avec ce visuel apposé sur les établissements partenaires



## LANCEMENT D'UN RÉSEAU D'HÉBERGEMENTS À LA NUITÉE



Avec de grands itinéraires cyclables comme la Véloscénie (de Paris au Mont Saint-Michel) ou la Vélomaritime (de Roscoff à Dunkerque), le cyclotourisme est au cœur de la stratégie de développement touristique du territoire. Afin de favoriser la pratique itinérante, Attitude Manche a initié en août la création d'un réseau de campings avec des offres d'hébergements à la nuitée, même en haute saison. Ces professionnels ont pu bénéficier d'un accompagnement technique mais aussi financier avec des subventions régionales pour l'investissement d'hébergements légers de loisirs. La douzaine de campings partenaires sera rejointe par les établissements labellisés Accueil Vélo. Premiers retours attendus en 2022...

## NAUTISME



### Les Balades et Randonnées Nautiques

13 balades et randos nautiques ont fait l'objet d'une édition de fiches imprimées par Attitude Manche et diffusées auprès des prestataires concernés et/ou des Offices de Tourisme.

## PROMOUVOIR LA DESTINATION ET LES PRESTATAIRES

### SUPPORTS ON ET OFFLINE

#### Le magazine de destination # 5

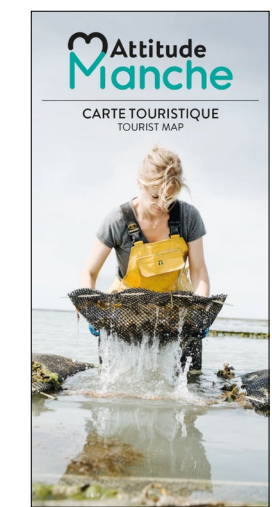
Plus qu'une simple brochure touristique, le magazine est un outil au service de l'ensemble des acteurs de l'attractivité. Au-delà des incontournables attraits touristiques, on y trouve aussi 10 pages sur les savoirs faire, les perspectives économiques, la qualité de vie du territoire et les informations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



La cinquième édition du magazine de destination a été imprimée à 76 000 exemplaires, toutes versions confondues. Soit une forte baisse par rapport aux éditions précédentes pour ajuster les quantités au contexte sanitaire. Il est toujours disponible en 6 langues: française, anglaise, allemande, néerlandaise espagnole et italienne.

#### La carte touristique

Outil indispensable aux touristes, aux professionnels et aux habitants du département la carte touristique est réalisée en collaboration avec les offices de tourisme de la Manche qui y font la promotion de leurs territoires respectifs. Elle a été imprimée à seulement 30 000 exemplaires en 2021 du fait des stocks non distribués pendant la pandémie en 2020.



#### La journée départementale des professionnels du tourisme (JDPT)

À nouveau annulée à quelques semaines de la date prévue, cette journée a été remplacée par une bourse aux brochures en plein air réservée aux partenaires institutionnels (Offices de Tourisme, filières, etc.) et par une série de conférences en ligne sur l'actualité touristique malgré tout assez riche en 2021:

- Arrivée de la Rolex Fastnet Race 2021 à Cherbourg-en-Cotentin - Marine Thomines, Directrice de projet pour l'Association Arrivée Fastnet.
- À pied ou à vélo : services et actus de l'itinérance douce - Fabrice Desbois, Chargé de mission développement de l'itinérance et activités outdoor chez Attitude Manche.
- La Semaine Federale et Internationale du Cyclotourisme à Valognes - Hubert Huet, Président de COSFIC 2021.
- Ça bouge en baie du cotentin! - Maryline Lemouton, Directrice de l'Office de Tourisme de la Baie du Cotentin.
- Actualité de la pêche à pied dans la manche en 2021 - Philippe Vigoureux, Président de l'Association pour une pêche à pied respectueuse de la ressource.
- Labels Manche, Gites de France, Clévacances classement de meubles de tourisme - Angéla Flambard, Directrice de Labels Manche.

#### Site Web [www.manchetourisme.com](http://www.manchetourisme.com)



Le site Manche Tourisme a pour objectif de présenter la destination « Manche » aux touristes préparant leurs vacances et aux touristes en séjour et de leur apporter toutes les informations utiles: réservation d'un hébergement, informations sur les activités (lieux de sorties, activités sportives...), listing des restaurants, des idées de sorties, les événements à venir... Manche Tourisme est essentiellement alimenté par la base de données Tourinsoft. Le site Manche Tourisme est également traduit en anglais, allemand et hollandais puisqu'il s'agit des principales cibles étrangères.

Le site a fait l'objet d'un audit en 2020. Les conclusions font état d'un site vieillissant, avec de nombreuses pages de listing très peu consultées et un potentiel de trafic mal exploité. On relève malgré tout un bon référencement naturel.



## Trafic:

### Version française

|                      | 2020      | 2021      |
|----------------------|-----------|-----------|
| Nombre de visites    | 841 220   | 716 681   |
| Nombre de pages vues | 2 496 655 | 2 265 149 |

Une baisse de trafic a été observée durant la période du premier confinement mais elle a été compensée avec une forte reprise du trafic à partir de mi-mai.

### Version anglaise

|                      | 2020    | 2021   |
|----------------------|---------|--------|
| Nombre de visites    | 104 811 | 30 320 |
| Nombre de pages vues | 166 476 | 71 836 |

### Version néerlandaise

|                      | 2020    | 2021   |
|----------------------|---------|--------|
| Nombre de visites    | 61 757  | 30 863 |
| Nombre de pages vues | 168 008 | 95 295 |

### Version allemande

|                      | 2020   | 2021    |
|----------------------|--------|---------|
| Nombre de visites    | 44 506 | 120 411 |
| Nombre de pages vues | 31 064 | 100 243 |

La forte chute du trafic sur l'ensemble des versions étrangères s'explique par le fait que les actions de référencement ont été suspendues en raison des restrictions de voyage et que les clientèles étrangères n'ont pas effectué de séjours à l'étranger.

## SEA Référencement payant

Les campagnes de mots-clés sont également déployées pour le site Manche Tourisme pour valoriser la destination. Elles concernent les thèmes suivant: les séjours, le Mont Saint-Michel, les plages du débarquement, l'hébergement (camping, hôtel, chambres d'hôtes). Des campagnes sont également actives sur la thématique des Grandes Marées, elles sont notamment géolocalisées sur Paris. Celles-ci ont été mises en pause au début de l'année 2021 en raison du contexte sanitaire et ont repris en mai.

En 2021, les campagnes sponsorisées ont généré 40 947 sessions sur le site. C'est la troisième source de trafic du site Manche Tourisme.

Habituellement, des campagnes de référencement payant sont également mises en place sur les versions étrangères de Manche Tourisme. Cependant, au vu du contexte sanitaire et des restrictions pour venir en France, elles ont été mises en pause pour l'année 2021.

Des campagnes Display sur YouTube ont également été mises en place sous forme de publicité vidéo valorisant la destination. Les campagnes ont été menées au 7 juillet jusqu'au 20 septembre. Les personnes ayant pour centre d'intérêts le voyage, les vacances étaient ciblées. 3 pages de destination différentes avaient été identifiées: la page d'accueil de Manche Tourisme, la page sommaire « où dormir » et la page sommaire « organiser votre séjour ». La campagne YouTube a généré 317 632 impressions pour 939 clics et 97 876 vues. C'est la page « où dormir » qui a enregistré le meilleur taux de vue. À savoir qu'une vue est comptabilisée si une personne regarde la vidéo pendant 30 secondes (ou en entier si elle dure moins longtemps) ou interagit avec celle-ci (clic par exemple).

## SEO Référencement naturel

Le référencement naturel est la première source de trafic sur Manche Tourisme (VF). Il a généré

**755 091 sessions**

Les pages les plus consultées du site sont: le GR223, les grandes marées, Chausey, l'agenda des manifestations, etc.

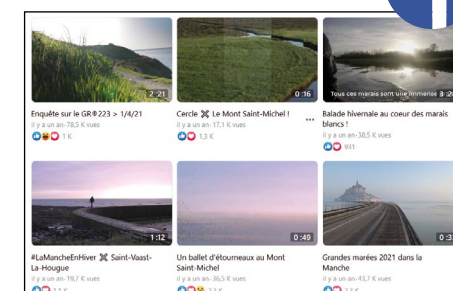
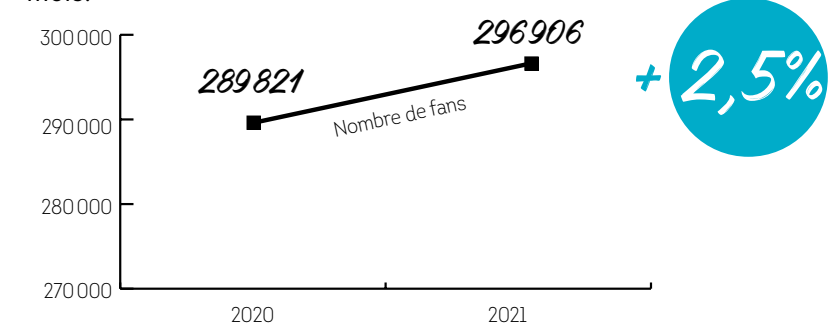
## OBJECTIFS

- Améliorer l'image et la notoriété du département.
- Donner envie de séjourner dans la Manche.



## FACEBOOK

La page Facebook Manche Tourisme se positionne depuis plusieurs années comme la communauté la plus importante de l'agence avec entre 1 et 3 millions de personnes uniques touchées chaque mois.

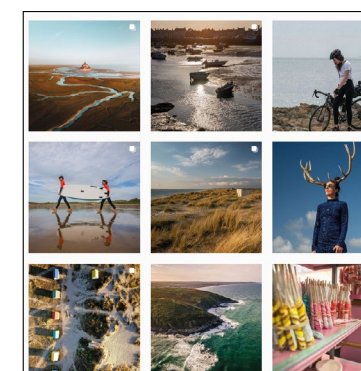
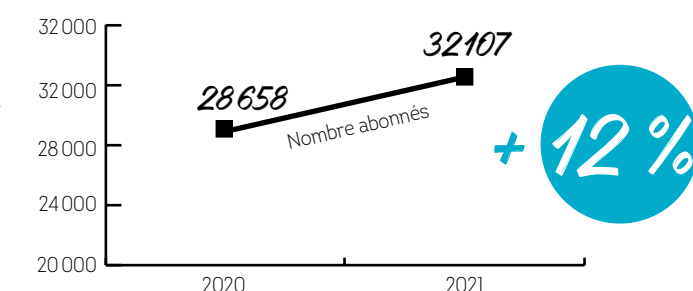


Plus de 250 000 réactions sur toute l'année et plus de 720 000 vues sur les vidéos postées sur ce réseau.



## INSTAGRAM

En 2021, la Manche a continué sa croissance sur Instagram, réseau d'images par excellence. La part belle a été donnée aux stories et à la création de contenus de qualité comme les réels et les carrousels. Ces formats permettent de proposer des contenus différenciants et d'affirmer le positionnement marketing et les valeurs de la marque Attitude Manche.

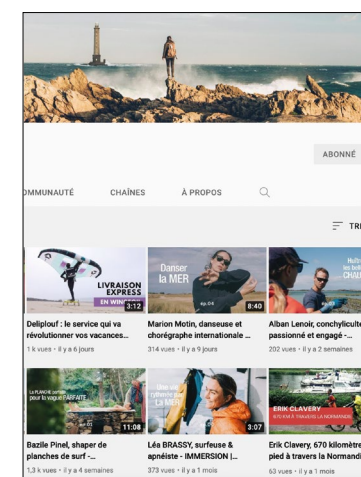
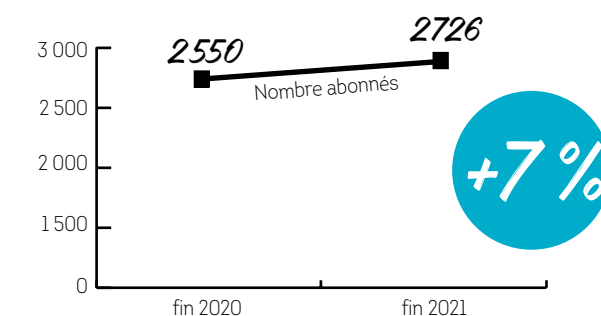


Nombre photos postées  
**+ de 15 000**  
avec #CestBeauLaManche



## YOUTUBE

23 vidéos ont été postées sur la chaîne Youtube en 2021 dont les recettes de chef de la Manche, les vidéos liées au film IMMERSION et des portraits d'habitants ayant l'AttitudeManche.





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

INSPIRATION

LE GR@223 PAR LES RANDONNEURS

**Hello la Roue**

La Manche et son littoral vont de pair. Quoi de mieux pour les découvrir qu'une excursion sur le GR@ 223 ?

Un parcours incontournable autour de la Manche pour tous les randonneurs, amateurs ou aguerris, à réaliser dans son intégralité ou en plusieurs segments !

446km en 14 jours à pied, c'est le défi que se sont lancés Amélie et Benjamin. Blogueurs sous le nom de **Hello la Roue**, mais surtout randonneurs, photographes et chasseurs de lieux naturels insolites.

[Lire la suite](#)

BALADE AU BOUT DU MONDE

**Le Cap de la Hague**

Vous aimez les balades en bord de mer ? Avoir les cheveux dans le vent et découvrir des paysages à couper le souffle ? Mettez le cap sur la Hague !

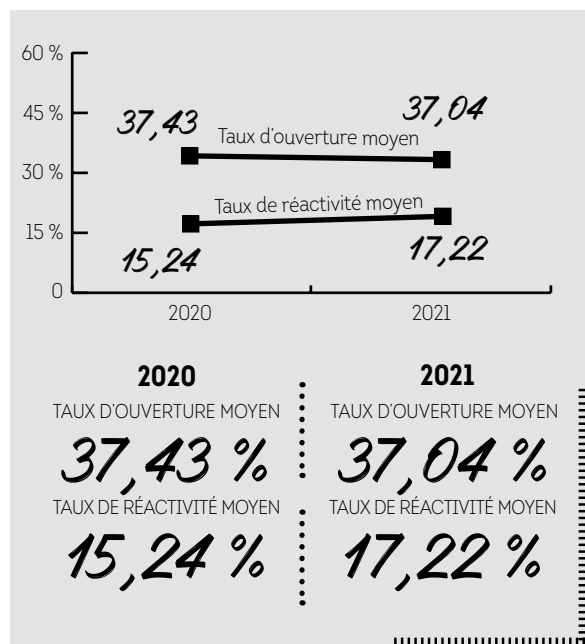
[Lire la suite](#)

LE MONT SAINT-MICHEL

**4 jours à vélo en famille**

Pour ses vacances d'été, la famille Maire a choisi de venir découvrir la Manche. C'est à vélo qu'ils ont sillonné le sud du département pour un séjour sportif et itinérant de 4 jours.

[Lire la suite](#)



Le Comité Départemental de Cyclisme et Attitude Manche ont souhaité inscrire le territoire dans le label « Espace CycloSPORT » proposé par la Fédération Française de Cyclisme. Véritable gage de qualité, ce label met en valeur les qualités de la Manche pour les amateurs de cyclisme et accompagne le développement de la pratique sur le territoire, alliant ainsi sport, loisir et découverte.

*Quatre circuits balisés ont été tracés : de 19 à 124 km, ces itinéraires permettent aux utilisateurs de découvrir le territoire à travers leur passion*

Pour les inaugurer, l'Agence a parié sur quatre actions durant tout le mois de septembre :

- La publication des circuits sur la plateforme de home trainer connecté Kinomap, réalisés par 400 utilisateurs.
- La Rando du D-Day organisée le samedi 18 septembre pour une cinquantaine d'enfants licenciés.
- Le Test Camp #AttitudeManche : une quinzaine de privilégiés tirés au sort ont pu tester du matériel haut de gamme avec des partenaires reconnus (Giant et Mavic).
- Le challenge #AttitudeManche : une trentaine de participants a parcouru les itinéraires pour avoir la chance de participer à un tirage au sort.

Prolongation de la campagne Chèques Evasion 50

IL EST TEMPS DE PRENDRE UN GRAND BOL D'AIR PUR...

Séjoutez dans la Manche, on vous offre vos activités ! En famille, en amoureux, en solo, profitez de vos vacances en bord de mer ou à la campagne. La Manche vous offre tout cela et plus encore !

**RÉSERVEZ UN SÉJOUR DANS LA MANCHE ET RECEVEZ JUSQU'À 100€ DE CHEQUES EVASION 50**

[Découvrez les chèques Evasion 50](#)

Avec les chèques Evasion 50, recevez jusqu'à 100 € pour visiter des lieux insolites, faire du char à voile, déguster des produits locaux, se faire un resto... Découvrez tous les partenaires de l'opération !

1. Je réserve mon séjour
2. Je déclare mon séjour en ligne
3. Je retire mes chèques Evasion 50 dans un office de tourisme de la Manche
4. Je consomme une ou plusieurs activités avec mes chèques Evasion 50 !

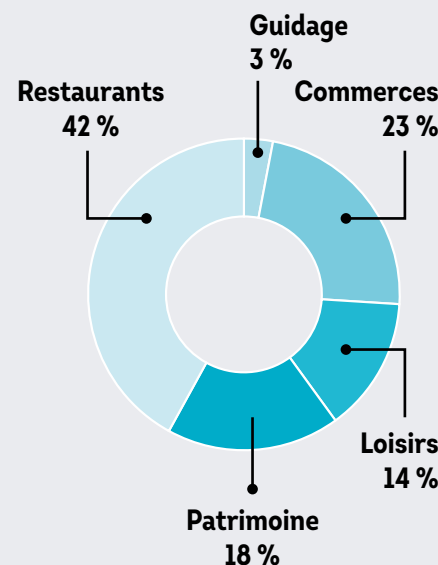
Initiée à la sortie du confinement en mai 2020, l'opération Chèques Evasion 50 s'est imposée comme un véritable levier de relance de l'activité touristique, et ce en partenariat avec les Offices de Tourisme de la Manche.

Mais la dégradation de la situation sanitaire au cours du dernier trimestre 2020 ayant mené à un

reconfinement, l'opération s'est brutalement interrompue, occasionnant un solde de 200 000 € de chèques non distribués. C'est pourquoi dès la mi-mai 2021 le dispositif a été réactivé avec une simplification des conditions d'attribution : 10 € par nuitée dans la limite de 100 € par séjour.

Les 20 000 chèques ont donc été attribués entre le 15 mai et le 7 juillet 2021 et leur consommation autorisée jusqu'au 31 décembre 2021, y compris pour les chèques distribués en 2020 mais non-consommés.

En 2021  
**3200 séjours**  
ont bénéficié des chèques selon la répartition de consommation suivante :



le mois du

**Cyclo sport**

**UN CHALLENGE**

100% **Attitude Manche**



## BASE DE DONNÉES DÉPARTEMENTALE TOURINSOFT

La consultation commune des prestataires s'est renouvelée avec les 8 Offices de Tourisme de la Manche. 6 d'entre eux (l'Office de Tourisme du Cotentin, Côte Ouest Centre Manche, Coutances Tourisme, Saint-Lô Agglo, l'Office de Tourisme de Villedieu Intercom & l'Office de Tourisme Mont Saint-Michel - Normandie) ont pris la main progressivement sur l'outil Tourinsoft.

Attitude Manche a préparé et procédé à l'envoi des questionnaires web pour le compte de chaque office de tourisme, puis a formé la ou les personne(s) en charge de la validation des questionnaires afin qu'elles soient autonomes sur cette fonctionnalité de Tourinsoft.

Attitude Manche s'est chargée de la relance des questionnaires web sur les non-répondants, dès demande d'un des offices de tourisme.

La collecte annuelle des informations de mise à jour (de l'envoi initial à la dernière relance) a fait l'objet d'une planification en amont, définie d'un commun accord entre Attitude Manche et les Offices de Tourisme.

L'Office de Tourisme devenant producteur des données de sa zone de compétence, il prend en charge la mise en conformité avec le RGPD.

À ce titre, les questionnaires web envoyés aux prestataires touristiques lors de la consultation annuelle comportent un double consentement de la part des prestataires, indiquant l'acceptation d'une part des Conditions Générales d'Utilisation, et d'autre part l'utilisation des données personnelles du prestataire par l'Office de Tourisme en tant que producteur et Attitude Manche en tant que sous-traitant, dans le cadre de leurs activités de promotion touristique.

Une procédure de consultation commune avec les OT est mise en place pour la prochaine consultation web 2022 (date, heure et lieu de rendez-vous avec l'OT, planning : préparation et conception des questionnaires web, date d'envoi, date des relances, bordereaux concernés avec cas particuliers pour les labels et les classements, difficultés rencontrées par l'OT, implication et disponibilité de Attitude Manche...).

## PLACE DE MARCHÉ

La Place de Marché, plateforme de réservation en ligne de prestations touristiques regroupe près de 1300 prestations touristiques (hébergements et prestations de loisirs) réservables en ligne sur plusieurs canaux de distribution: manchetourisme.com, normandie-tourisme.fr, sites de certains offices de tourisme et prestataires touristiques. 70 % des ventes sont réalisées sur les sites des prestataires via l'intégration de widgets de réservation, 20 % sur les sites de nos partenaires et 10 % sur le site manchetourisme.com. L'hébergement représente 67 % des ventes en volume d'affaire et la billetterie 33 %.

En 2021, le chiffre d'affaires annuel a dépassé la barre symbolique du million d'euros, objectif que nous nous étions assigné en 2012 au lancement de cet outil et ce malgré les difficultés du contexte actuel. Outre une activité particulièrement intense de réservation des hébergements qui peut partiellement expliquer ce record, la progression est surtout flagrante sur l'activité billetterie avec un chiffre d'affaire doublé par rapport à 2020 passant de 195 000 € à 382 350 €. Ceci s'explique par l'intensification du recrutement des prestataires de billetterie, mais aussi par l'utilisation d'Open Billet par la cellule commerciale de l'Office de Tourisme du Cotentin.

À titre d'exemple, les prestataires réalisant les plus gros chiffres d'affaire sur la place de marché sont :

- Un hôtel sur le territoire de Granville Terre et Mer.
- Un hôtel dans le Cotentin.
- Un prestataire de sortie en mer en voilier traditionnel.



## OPÉRATION PARTENARIALE « LABELS MANCHE » ET « PETIT FUTÉ »

Organisation d'un jeu-concours visant à faire connaître l'offre d'hébergement et d'activités hors-saison.

Le recrutement de nouveaux abonnés à nos newsletters constituait également un objectif de cette campagne :

» DATES : DU 1 AU 15 SEPTEMBRE

Dotation :

2 chèques cadeaux

d'une valeur de 400€ pour un séjour en meublé Gîte de France et Clévacances (2 gagnants)

14 358 participants et  
3 582 abonnés



E-mailing :

07/09 Taux d'ouverture 19% 2 612 clics  
14/07 Taux d'ouverture 26,6% 3 221 clics

## LES RELATIONS PRESSE



En 2021, les thèmes abordés avec la presse tourisme sont essentiellement les grands espaces, le GR223, la thématique du vélo... ces thématiques font échos aux aspirations des touristes depuis 2020 et ciblent des médias français en l'absence de tourisme international.





## FAVORISER LA MISE EN MARCHÉ DE L'OFFRE TOURISTIQUE

OBJETIF

L'ACTIVITÉ GROUPES ADULTES ET SCOLAIRES SUR LES MARCHÉS FRANÇAIS ET ÉTRANGERS

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

En 2021, l'ensemble des marchés a de nouveau été impacté par la crise sanitaire et les actions se sont prioritairement portées sur le marché français avec une part digitale plus importante que les années précédentes.



### Les actions menées sur le marché français



#### En distanciel

##### » AVRIL 2021

Intervention au « 1<sup>er</sup> Salon BtoB Digital du groupe Tourmag.com : « Je Vends la France » : en collaboration avec Normandie Tourisme; valorisation de l'ensemble de la destination touristique Manche.

##### » SEPTEMBRE 2021

Création de la série de webinaires « Les Rendez-Vous de la Manche » : en collaboration avec 22 prestataires touristiques de la Manche; réalisation de 4 visio-conférences dédiées à nos 8 territoires leur permettant de promouvoir leurs produits et nouveautés.



#### En présentiel



##### » SEPTEMBRE 2021 À GRANVILLE

Intervention au « Séminaire Agir pour un Tourisme Responsable » : en collaboration avec Normandie Tourisme et l'Office de Tourisme de Granville Terre et Mer; valorisation des produits locaux auprès des voyageurs adhérents à cette association.

##### » SEPTEMBRE 2021 À RAVENOVILLE

Participation au « Marché Tourisme et Loisirs en Cotentin » : en collaboration avec l'Office du Tourisme du Cotentin; valorisation de l'offre Cotentin et Baie du Cotentin auprès d'une cible CE locale.

##### » OCTOBRE 2021 À PARIS

Participation au salon « IFTM TOP RESA » : en collaboration avec les Offices de Tourisme du Cotentin, Granville Terre et Mer et Mont Saint-Michel Normandie: promotion et commercialisation des territoires multicibles.

##### » DÉCEMBRE 2021 À CAEN

Participation au « Workshop MICE Régional » : en collaboration avec Normandie Tourisme, valorisation de notre Offre Tourisme d'Affaires auprès d'une cible locale.



### Les actions menées sur les marchés étrangers



#### En présentiel

##### » JUILLET 2021 DANS LE COTENTIN ET LA BAIE DU COTENTIN

Accueil en éducteur du TO Natours: en collaboration avec Normandie Tourisme et l'Office de Tourisme du Cotentin; découverte pour ce voyageur allemand spécialisé dans les séjours actifs et responsables de nos loueurs de vélos et barques électriques, producteurs, restaurateurs, hébergeurs... afin qu'ils les vendent ensuite à leurs clients.







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

 **Attitude  
Manche**  
#agence d'attractivité

  
**LA MANCHE**  
LE DÉPARTEMENT

Ce document est édité par: Attitude Manche, agence d'attractivité de la Manche.  
Conception: L'empreinte créée by HandiPRINT d'après une idée originale du Studio graphique Bleu-Nacré /  
Pauline Baron Cochois pour Attitude Manche Crédits photographiques: Blue Planet Studio (AdobeStock),  
Xavier Lachenaud (Attitude Manche), Captain Yvon & Les Others, Un Monde à Vélo pour la Véloscène - X -  
Tous droits réservés. Mai 2022.

RETROUVEZ-NOUS SUR:



[www.maviedanslamanche.fr](http://www.maviedanslamanche.fr)

[pro.attitude-manche.fr](http://pro.attitude-manche.fr)

[www.manchetourisme.com](http://www.manchetourisme.com)