

- Attractivité résidentielle
- Attractivité des entreprises
- Attractivité touristique



RAPPORT D'ACTIVITÉ

2019



Sommaire

L'année 2019 en bref	4
Ça s'est passé en 2019 !	4
La composition du CA	5
Les membres du conseil d'administration	5
Membres qualifiés	5
L'équipe et les moyens	6
Les moyens financiers	7
Mouvements RH	7
Stagiaires accueillis en 2019	7
La communication de l'agence	8
Le 1 ^{er} catalogue de l'offre de services de Seine-Maritime Attractivité	8
Le magazine Perspectives	8
Actions de communication digitale	8
Attractivité résidentielle	9
L'amélioration du cadre de vie & des services à la population	10
Attractivité des entreprises	13
Offres d'implantation Notes et études	14
L'appui aux entreprises	15
Notoriété de la Seine-Maritime en matière économique	17
Attractivité touristique	19
Observation et études	20
Développement de l'offre	21
Animation de filières et de réseaux	23
Notoriété de la Seine-Maritime : actions de promotion, marketing et de communication	26
Événements	28
Le web et le E-Marketing	29



Cette brochure est financée
par le Département
de la Seine-Maritime



L'année 2019 en bref

Forte d'une stratégie établie autour des axes d'attractivité résidentielle, des entreprises et touristique, l'agence a déployé son action de développement et de valorisation à travers ce triptyque dès le début d'année.

L'accompagnement des porteurs de projet a continué de se renforcer et représente une constante de l'action des 34 collaborateurs de Seine-Maritime Attractivité avec près de 200 nouvelles personnes physiques ou morales orientées ou accompagnées sur l'année.

En une année, l'équipe a réussi à gérer le lancement des premiers Trophées de l'Attractivité®, la tenue du stand de L'Armada, la deuxième édition du Tour Voile et a continué d'assumer tout ce qui fait sa force sur le terrain : disponibilité, réactivité et accompagnement sur mesure.

De nouvelles éditions papier ou outils digitaux ont également été engagés pour faire évoluer les vecteurs de communication utilisés.

2019 est aussi l'année d'une relation contractuelle renouvelée avec le principal financeur de l'agence au travers de la signature du Contrat Pluriannuel d'Objectifs et de Moyens 2019-2021 avec le Département.

Ça s'est passé en 2019 !

L'activité de l'agence a été particulièrement dense avec de nombreux temps forts dans des domaines variés en 2019.

■ Réaménagement des locaux

Après avoir hésité à déménager, l'agence a finalement fait l'objet en tout début d'année d'un réaménagement de ses bureaux situés sur le parc de la Vatine. Les équipes ont enfin pu se regrouper par pôle et l'espace a été réorganisé (déplacement des salles de réunion, nouveau bureau pour la direction, déplacement des matériels de reprographie, achat de bureaux neufs et harmonisés) pour un confort accru et des échanges plus cohérents au sein des pôles.

■ Bourse d'échange de documentation touristique

Ce véritable repère de lancement de la saison touristique a élu cette année domicile dans le Pays de Bray à Neufchâtel le 2 avril. C'est un rassemblement toujours propice aux échanges entre professionnels et qui permet d'informer la presse locale des points forts de la saison à venir.

■ L'Armada 2019 restera dans les annales

10 jours de fête en plein Rouen et en plein mois de juin, 2,6 millions de visiteurs et la grande parade organisée par le Département en apothéose pour le dernier jour. Seine-Maritime Attractivité a œuvré en excellente collaboration avec le Comité Régional du Tourisme (financeur du stand) afin de coordonner et animer le stand touristique de la Normandie.

La plupart des offices de tourisme de la Région ont ainsi pu présenter leur offre auprès des visiteurs de cet incomparable événement. Une fête réussie malgré une météo plutôt « délicate » !

■ L'Assemblée Générale annuelle et les 1^{ers} Trophées de l'Attractivité®

L'Assemblée Générale s'est déroulée dans l'écrin du Grand Casino de Forges-les-Eaux le 27 juin avant le lancement des 1^{ers} Trophées de l'Attractivité® qui ont brillé toute la soirée.

Pour leur première édition, ces trophées ont tenu leurs promesses : 200 invités ont pu écouter Raphaël Enthoven et Renaud Dutreil exposer leur vision de la Seine-Maritime, puis acclamer les différents lauréats contribuant par leurs efforts à la qualité de notre territoire : maires, élus intercommunaux, associations ou entreprises.

■ Le Tour Voile

Les 9 et 10 juillet à Fécamp. Après la première édition dieppoise gérée par l'association de cette spectaculaire course mêlant raid côtier et stade nautique, l'équipe de Seine-Maritime Attractivité a pu transformer l'essai à Fécamp sous un soleil magnifique pour le plus grand plaisir des vacanciers et locaux présents.

■ GR® préféré des Français

Candidat parmi 8 autres itinéraires et dans un panel relevé, le GR® 21 Littoral de la Normandie qui court le long de la côte d'Albâtre du Tréport au Havre a remporté en novembre le concours Mon GR® préféré, organisé par la FFRandonnée, avec une belle longueur d'avance sur tous les autres concurrents : un prix ô combien mérité pour un itinéraire de randonnée magique et sportif !

■ Seine-Marathon

L'équipe aime le sport et le prouve ! 9 collaborateurs de l'agence (+ leur Président !) se sont réunis le 15 septembre sous l'égide du logo de Seine-Maritime Attractivité pour participer à cette épreuve sportive. Bravo pour ce bel engagement dans une course qui a attiré 7 500 coureurs !

■ Séminaire d'équipe à Poses

L'agence a désormais l'habitude de se réunir en séminaire à chaque rentrée pour faire le point sur le travail engagé et les enjeux à venir. Deux jours de réunion, pour découvrir l'offre normande, mais surtout travailler puis se détendre avec une initiation au golf. De véritables vocations sont nées !

■ Autres

Dans un autre registre, l'agence a été sollicitée dans le cadre d'un contrôle de la chambre régionale des comptes pour ses deux premiers exercices ! Cela a fortement mobilisé l'équipe administration et finances de l'agence pendant les 6 premiers mois de l'année. Ce contrôle est à l'origine de la décision d'arrêter le suivi de PME Développement au 31 décembre.

Le 1^{er} catalogue de l'offre de service est sorti. Bien que mis en œuvre sur le territoire auprès des porteurs de projet depuis le 1^{er} janvier 2017, les différents services de Seine-Maritime Attractivité n'étaient pas encore synthétisés dans une brochure. C'est fait depuis cette année avec 40 fiches et autant d'accompagnements possibles au profit du territoire.

La composition du CA

📅 au 31/12/2019

Les membres du conseil d'administration

■ Les conseillers départementaux

Alain Bazille

Conseiller Départemental
du Canton de Fécamp

Alban Bruneau

Conseiller Départemental
du Canton de Rouen 3

Jean-François Bures

Vice-Président du Département

Conseiller Départemental
du Canton de Rouen 1

Président de Seine-Maritime Attractivité

Jean-Louis Chauvency

Conseiller Départemental
du Canton de Saint-Valery-en-Caux

Président délégué au développement local de Seine-Maritime Attractivité

Bastien Coriton

Conseiller Départemental
du Canton de
Notre-Dame-de-Gravenchon

Christine De Cintré

Conseillère Départementale
du Canton de Rouen 2

Mamadou Diallo

Conseiller Départemental
du Canton de Rouen 3

Catherine Flavigny

Conseillère Départementale
du Canton de Mont-Saint-Aignan

Martial Hauguel

Vice-Président du Département
Conseiller Départemental du
Canton de Luneray

Michel Lejeune

Conseiller Départemental du
Canton de Gournay-en-Bray
**Président délégué au tourisme
de Seine-Maritime Attractivité**

Jean-Christophe Lemaire

Conseiller Départemental
du Canton de Dieppe 2

Yvette Lorand Pasquier

Conseillère Départementale
du Canton de
Neufchâtel-en-Bray

Denis Merville

Conseiller Départemental
du Canton de
Saint-Romain-de-Colbosc

Dominique Metot

Conseiller Départemental
du Canton de Bolbec

Christelle Msica-Guérout

Conseillère Départementale
du Canton du Havre 6

Patrick Teissère

Conseiller Départemental
du Canton du Havre 5

■ Les EPCI

Bruno Bienaimé

Vice-Président au tourisme
de la Communauté d'agglomération
Dieppe Maritime

Gérard Charassier

Président de la
Communauté de communes
Yvetot Normandie
**Trésorier de
Seine-Maritime
Attractivité**

Gérard Colin

Président
de la Communauté
de communes
Côte d'Albâtre

Gérard Picard

Président
de la Communauté
de communes
Falaises du Talou

Jean-Luc Cornière

Président
de la Communauté
de communes
Terroir de Caux

■ Les Communes

Olivier Bureaux

Maire de
Longueville-sur-Scie

François Delnott

Maire de
Saint-Denis-le-Thiboutot

Emmanuel Gosse

Maire de Mesnil-Raoul

Joël Lefebvre

Maire de
Touffreville-la-Corbeline

Luc Piquet

Maire de Douvrend

■ Institutionnels

Christophe Doré

Président de la CMA76
**Trésorier-adjoint
de Seine-Maritime
Attractivité**

Dominique Garçonnet

Élu de la CCI Rouen
Métropole

Yoann Lavernhe

Vice-Président de Caux
Seine développement

Sébastien Levasseur

Vice-Président
de la Chambre
d'agriculture de la
Seine-Maritime

Émilie Tolian

Présidente
de l'ADRESS

■ Acteurs du tourisme

Guy Pessiot

Vice-Président
de l'OT Rouen Normandie
tourisme et Congrès

Jean-Baptiste Gastinne

Vice-Président
de l'Office de tourisme
de l'agglomération
havraise

Christelle Leblanc

Présidente de l'ADTER
**Secrétaire de
Seine-Maritime
Attractivité**

Marie-Agnès

Poussier-Winsback
Vice-Présidente
du Comité Régional
de Tourisme

Edouard de Lamaze

Président de l'Office
de tourisme Normandie
Caux Vexin

Membres qualifiés

Jean-Claude Brubion

Président des Abbayes
de Normandie – Route
historique

Alain Robert

Président de
l'Office de tourisme
de Forges-les-Eaux

Henry Decaens

Vice-Président
de l'OT Rouen Normandie
tourisme et Congrès

Philippe Augier

Président du pôle attractivité
du territoire du Pôle
métropolitain de l'Estuaire
de la Seine

L'équipe et les moyens

👤 Organigramme au 31/12/2019

Direction

Xavier Prévotat
Directeur

Astrid Duchaussoy
Assistante
des Directions

Julien Laureau
Chargé de mission
Relations avec les
Territoires

Pôle Administration et Finances

Mélanie Biville
Responsable de pôle

Charlène Gest
Chargée des Ressources
Humaines

Christine Comès
Chargée de
l'administration et de la
comptabilité

Bernadette Beaucamp
Accueil

Pôle Développement

Bruno Morin
Responsable de pôle

Yann Leroux
Responsable adjoint

▶ Développement touristique

Clémence Thomas
Chargée de mission
Développement
touristique

Chloé Villain
Chargée de mission
Développement
touristique

Laurence Pentecôte
Animation du réseau
Ambassadeur76 et
Tourisme culturel

▶ Développement local

Marion Lautier
Chargée de mission
Développement local
et Financements
européens

Christel Leroux
Assistante technique,
Ingénierie des aides

Stéphanie Viot
Chargée d'affaires
Invest

Isabelle Dubos
Assistante technique
offres d'implantation,
Bourse des locaux

▶ Développement Aménagement et Construction

Patricia Legrand
Chef de projet
Ingénierie
aménagement et
construction

▶ Études et Veille

Fabien Le Ruyet
Chargé d'Études

Charline Fanon
Chargée d'Études

Isabelle Darmois
Chargée de veille
et d'informatique

Pôle Marketing Communication

▶ Communication digitale et E-Marketing

Hakim Salah
Responsable de pôle

Caroline Lemercier
Responsable adjointe

Stéphanie Greffe
Chargée de
développement numérique

Ophélie Hébert
Chargée de
communication digitale

▶ Promotion

Ivan Saliba
Chargé de développement
Presse et promotion

Mayrick Daem
Chargé de logistique
Événementiel & Diffusion

Cédric Communal
Chargé de communication
Graphiste

Christelle Féron
Assistante
de promotion

Marie-Hélène Priou
Chargée
de développement
Promotion

▶ Data

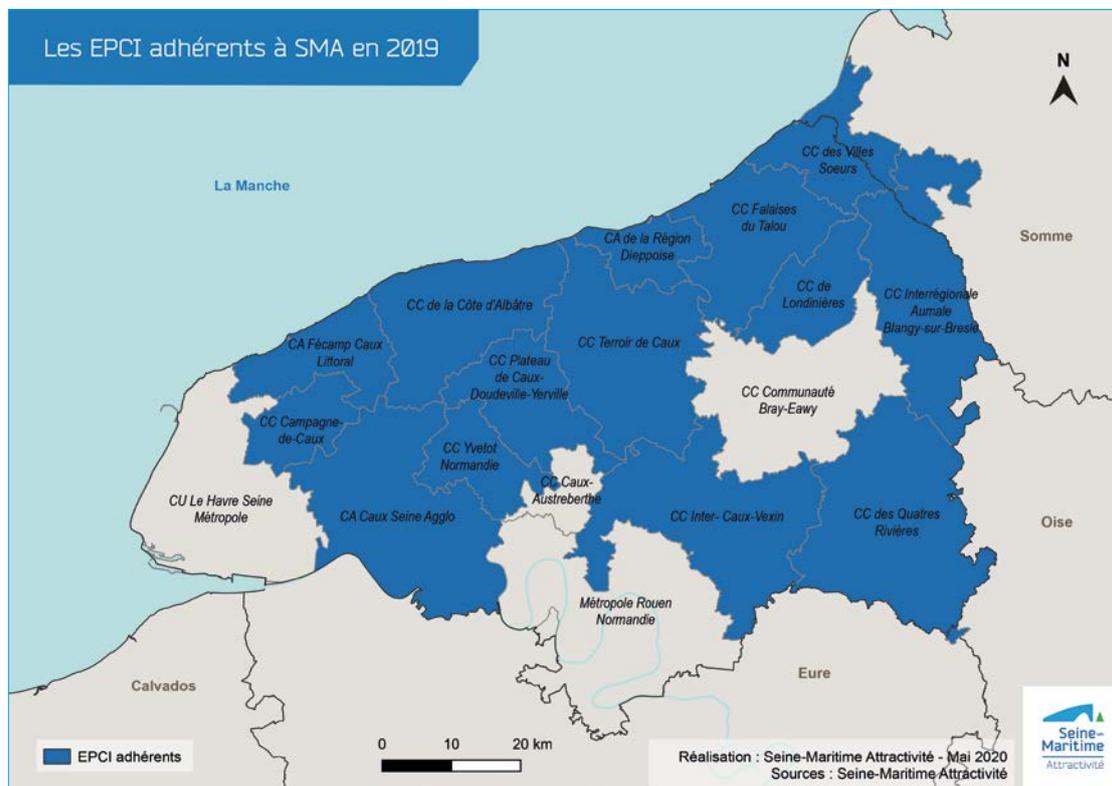
Ingrid Millot
Cheffe de projet
Datas

Christelle Bonnet
Assistante
de communication,
Qualification du S.I.T.

Carole Gelle
Assistante
de communication,
qualification du S.I.T.

Josette Lourmière
Assistante
de communication
Qualification du S.I.T.

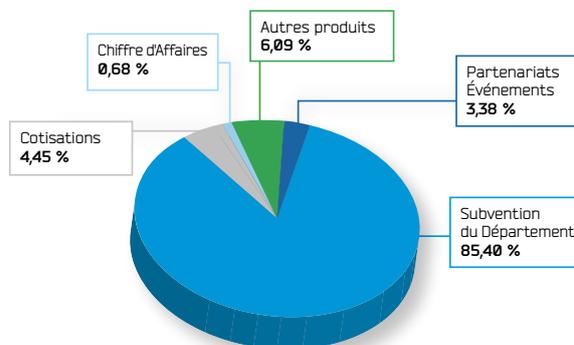
Nathalie Mayeu
Assistante
de communication,
qualification du S.I.T.



Les moyens financiers

L'association fonctionne grâce à une subvention départementale qui représente 85 % de ses ressources. La participation des territoires (déterminée par leur population et plafonnée à 15 000 € pour les EPCI) et le chiffre d'affaires viennent compléter les produits perçus.

Le budget de l'agence est de 3 241 829 € en 2019.



Mouvements RH

5 nouveaux collaborateurs ont intégré l'agence sur l'année, dont 4 consacrés à des missions de communication ou de promotion :

- **Stéphanie Greffe** est arrivée le 17 juin comme chargée de développement digital. Stéphanie pilote les outils web et est responsable de la place de marché de l'agence.
- **Mayrick Daem** a pris ses fonctions d'agent logistique et événementiel à compter du 29 juillet. Mayrick est issu d'une formation en alternance au sein d'une entreprise normande.
- **Cédric Communal** a pris ses fonctions de graphiste/chargé de communication le 7 octobre au sein du pôle Promotion Communication après une carrière passée en imprimerie et agence de communication sur la métropole rouennaise.
- **Caroline Lemerrier** a quant à elle intégré l'équipe comme responsable adjointe du pôle Promotion Communication le 7 octobre également. Caroline était auparavant en charge de la communication du Conservatoire des Espaces Naturels de Normandie.

Le pôle développement a évolué en 2019 avec l'intégration de la mission d'ingénierie travaux dans le contexte de la fin de mise à disposition de deux personnels des services du Département et de l'arrivée de la nouvelle cheffe de projet ingénierie travaux, **Patricia Legrand** en avril. Patricia a eu une carrière à la SCET Autoroute, à la Direction des Routes du Conseil Départemental et a été responsable du développement économique et de l'aménagement du territoire à la communauté de communes Falaises du Talou.

Stagiaires accueillis en 2019

Des stagiaires viennent renforcer le travail de l'équipe. Ils sont recrutés sur des thématiques particulières : 7 stagiaires sur des périodes allant de deux semaines à 6 mois ont été présents sur l'année.

En matière de Promotion/Communication :

- **3 stagiaires du BTS tourisme** au Lycée Camille Saint Saëns ont été accueillies du 7 au 26 janvier pour un travail de saisie sur la base de données Tourinsoft.
- **1 étudiant en DUT production audiovisuelle** a été recruté du 22 avril au 8 juillet pour produire les visuels des Trophées de l'Attractivité®. Ce stage a été prolongé par un CDD pendant le mois d'août dans le but de réaliser un reportage photo sur les offres de tourisme fluvial de la vallée de Seine.
- En raison de la tenue de L'Armada, un renfort de l'équipe événementielle a également été décidé et s'est concrétisé par la présence d'un stagiaire qui a ensuite enchaîné sur un soutien à l'organisation du Tour Voile.

En matière de Développement :

- un stage long a été consacré au tourisme de pleine nature avec l'accueil d'une étudiante en Master 2 Gestion des Espaces et Sites Touristiques de mars à août : randonnée pédestre et tourisme à vélo.

La communication de l'agence

Seine-Maritime Attractivité gère au maximum l'enjeu de sa communication pour asseoir sa notoriété comme agence technique disponible auprès des porteurs de projet. Malgré 3 années d'existence, les messages sont à diffuser en continu et Seine-Maritime Attractivité améliore régulièrement sa communication corporate.



Le 1^{er} catalogue de l'offre de services de Seine-Maritime Attractivité

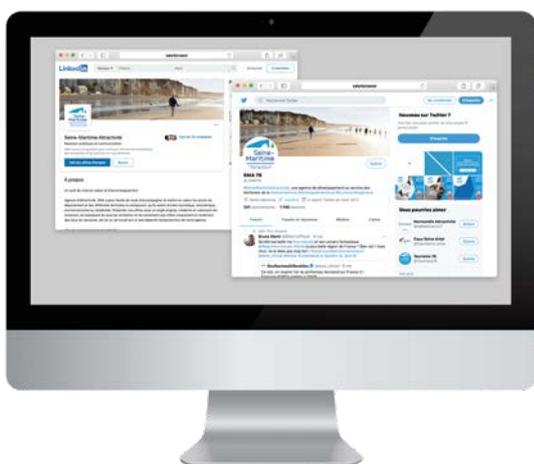
C'est dans cet objectif que ce catalogue est sorti dans le courant de l'année afin de diffuser une information générale sur les compétences disponibles au sein de l'équipe. Le document a été diffusé à l'ensemble des adhérents, communes et élus du département au printemps.

Le catalogue, divisé en 4 catégories (Développer, Accompagner, Promouvoir, Animer) décrit 40 services qui sont destinés à l'accompagnement des porteurs de projet avec le contact direct d'un technicien de l'équipe pour chacun. Ce catalogue évoluera chaque année en fonction des besoins du terrain.

Le magazine Perspectives

Le trimestriel de l'info de Seine-Maritime Attractivité représente également un vecteur de communication régulier qui permet de mettre en exergue l'actualité des territoires, du département et les opérations menées par Seine-Maritime Attractivité.

Ce document de 8 pages est diffusé à 3 reprises dans l'année auprès de l'ensemble des élus du Département, partenaires et adhérents de Seine-Maritime Attractivité.



Actions de communication digitale

Elles sont menées à rythme régulier et à chaque fois que nécessaire pour évoquer l'actualité du travail de l'équipe.

Le compte **Twitter**  a été créé dès 2017 et compte plus de 1 050 suiveurs fin 2019.

Le compte **LinkedIn**  permet :

- de diffuser les offres de stage ou d'emploi de Seine-Maritime Attractivité,
- d'informer sur les activités de l'agence auprès d'un réseau de professionnels et prospects.

➔ Plus de 1 350 personnes y étaient abonnées au 31 décembre.



Attractivité résidentielle

L'amélioration du cadre de vie & des services à la population	10
Études et analyses	10
Appui aux projets de développement local	10
Ingénierie des aides	10
Ingénierie travaux	10
Notoriété de la Seine-Maritime en matière résidentielle	12
Salon d'Utrecht	12
Le web et le E-Marketing	12

Attractivité résidentielle

L'amélioration du cadre de vie & des services à la population

Chiffres clés

- 58 nouveaux dossiers accompagnés
- 1 salon d'attractivité résidentielle
- Lancement des 1^{ers} Trophées de l'Attractivité®

■ Études et analyses

À la demande du Département, un bilan chiffré de la fréquentation de Seine-Marathon qui s'est tenu les 14 et 15 septembre a été réalisé. Il met graphiquement en lumière le nombre de participants en fonction de chaque épreuve (5 km, 10 km semi-marathon et marathon) et de l'origine des coureurs. On y apprend que c'est l'épreuve reine, du marathon qui attire le plus de compétiteurs extérieurs au département avec l'Île de France et le département de l'Eure en tête.

■ Appui aux projets de développement local

- ▶ **La commune de Bois Héroult** a poursuivi sa collaboration avec l'agence sur sa stratégie globale de développement durable engagée dès 2017. Pour rappel, cette stratégie implique les habitants et acteurs locaux dans des orientations en matière d'énergie, de production de biogaz, mais aussi de maintien de la biodiversité.
- ▶ **Un dossier a été ouvert sur la commune de Gaillfontaine.** Une réunion tenue le 27 février avec le Maire a permis de prendre connaissance du projet porté par M. Duclos sur le terrain de motocross encore présent sur le territoire pour le relancer avec des motocross électriques. Ce terrain avait accueilli des compétitions de niveau international dans les années 1980.

- ▶ **Accompagnement de la commune de Douvrend** dans la création d'un outil de diagnostic territorial de développement durable. Cette démarche devrait s'inscrire sur le long terme.
- ▶ **Un soutien a été apporté aux communes de notre département dans le cadre de l'Appel à projets WiFi4EU** de la Commission européenne et notamment à la commune d'Étretat dont le projet a été approfondi avec l'équipe sur des aspects techniques et financiers.
- ▶ **Participation à l'étude et la mise en place du plan de déplacement interentreprises** du Club de la Vatine à Mont-Saint-Aignan.
- ▶ **Rencontre avec LOGEAL Immobilière** et la commune de Blangy-sur-Bresle pour un partenariat possible au sein du projet de reconversion de la friche Pochet du Courval, située en centre-ville, en lieu culturel et artistique : accueil d'événements et d'associations locales, françaises et étrangères.
- ▶ **Participation à une formation** et journée de sensibilisation de l'ADEME sur le référentiel de l'économie circulaire.
- ▶ **Animation d'une matinée** « l'Europe et les territoires » avec la Maison de l'Europe et le Conseil Départemental sur le périmètre de la communauté urbaine du Havre, le 5 juin 2019.
- ▶ **Participation aux réunions Conseil de Développement** de la communauté de communes Inter Caux Vexin.

■ Ingénierie des aides

L'ingénierie des aides constitue un des services assurés par Seine-Maritime Attractivité auprès de porteurs de projet publics et privés.

Parmi eux (et en dehors des fonds d'avances remboursables PME développement), 13 nouveaux ont fait appel à l'agence pour identifier les dispositifs de financement mobilisables sur une thématique d'attractivité résidentielle, dont 8 privés (entreprises en activité ou en création).

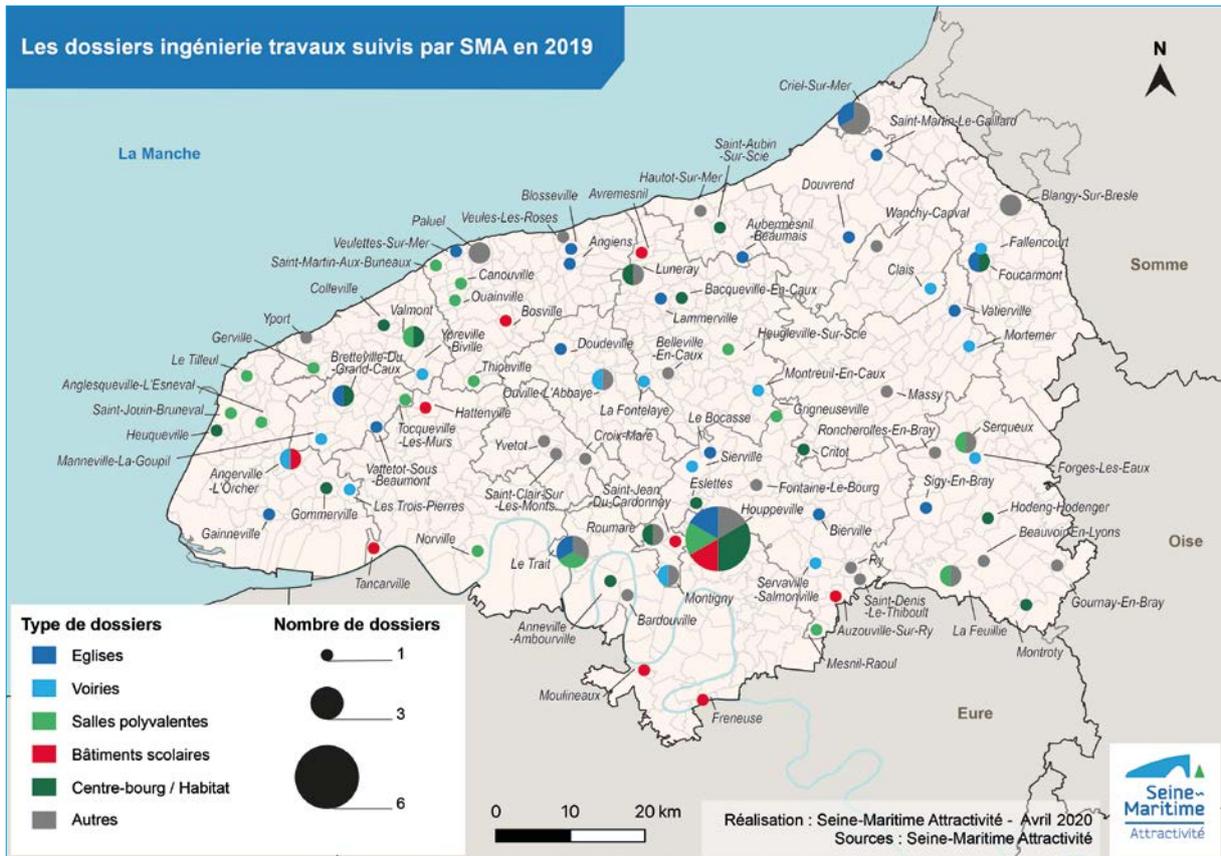
■ Ingénierie travaux

- ▶ 40 nouveaux dossiers pris en charge
- ▶ 140 opérations en cours et suivies par SMA

Cette offre de service de l'agence concerne l'assistance à maîtrise d'ouvrage des communes, voire des intercommunalités, dans le but de réhabiliter ou aménager le cadre de vie ou un espace public.

Au 31 décembre, 140 dossiers étaient actifs et 40 nouvelles demandes avaient été prises en charge par le Pôle Développement de l'agence qui a intégré cette mission au printemps suite à une réorganisation autour de deux pôles





opérationnels de l'agence. 3 sujets dominent le besoin des communes : les rénovations d'église (22), les projets de voirie (20) et les salles polyvalentes ou gymnases (20). Ces 3 types de demandes dominants sont complétés de besoins portant sur des groupes scolaires, des presbytères ou des projets d'habitat ou de nouveaux logements, voire de nouveaux quartiers d'habitation.



L'équipe de Seine-Maritime Attractivité intervient souvent après l'établissement d'une note d'enjeu rédigée par le CAUE de la Seine-Maritime avec qui elle a conventionné et qui permet de cadrer et de prioriser les besoins de travaux.

L'accompagnement s'étale sur plusieurs mois, voire plusieurs années et consiste autant à une aide à la rédaction des cahiers des charges de consultation, qu'à l'organisation des auditions et de l'analyse comparative des offres. Dans tous les cas et si les élus locaux le veulent, l'équipe reste disponible sur toute la durée du projet et jusqu'à la livraison des travaux, même si l'intégration au pôle développement permet en outre une vision stratégique de chaque projet et de proposer des orientations pour optimiser les travaux quant à leur impact sur l'offre résidentielle ou touristique de nos territoires.

■ Notoriété de la Seine-Maritime en matière résidentielle



Les Trophées de l'Attractivité®

Tenus le 27 juin à Forges-les-Eaux, les premiers Trophées de l'Attractivité® concrétisent la volonté de l'agence de mettre en avant des engagements d'acteurs et de porteurs de projet en faveur de l'attractivité du territoire départemental. Répartis en 7 catégories pour des communes, intercommunalités, associations ou entreprises, les lauréats ont été mis à l'honneur et ont bénéficié du tournage d'une vidéo diffusée lors de cette soirée festive qui a rassemblé près de 200 personnes au grand casino.

Afin de renforcer l'attrait de l'événement, deux illustres témoins ont débattu de leur perception de la Seine-Maritime et de ses enjeux d'attractivité : Renaud Dutreil, ancien ministre et créateur du label Entreprise du Patrimoine Vivant et Raphaël Enthoven, philosophe et journaliste.



Cette séquence a permis de faire parler de nos territoires et des forces vives qui les animent.

Les retombées presse ont été nombreuses, contribuant par là à la visibilité de notre département. Merci à nos fidèles partenaires qui ont permis la naissance de ce qui devrait devenir un rendez-vous annuel : GRDF, la Fédération des travaux publics, le Crédit Agricole et le Département.

Parmi les lauréats, chaque « coup de cœur » est reparti avec un superbe trophée réalisé par le sculpteur Jean-Marc De Pas.

■ Salon d'Utrecht



Unique salon dans son genre, « l'emigratiebeurs » d'Utrecht rassemble chaque année environ 11 000 visiteurs néerlandais en quête d'une nouvelle vie à l'étranger. 2019 a représenté la 3^e présence de l'agence sur cet événement singulier où la mise en valeur du cadre de vie normand a été mise en œuvre.

L'agence y a présenté les 9 et 10 février les atouts de la Normandie et de la Seine-Maritime et leurs opportunités d'installation : des offres d'emploi, des activités à reprendre dans la filière touristique ainsi que des biens immobiliers à vendre ont été présentés pendant le weekend.

Deux mini conférences ont également été tenues pour préciser les opportunités normandes. La présence de Seine-Maritime Attractivité a bénéficié du soutien de plusieurs partenaires, dont Caux Seine développement, Rouen Normandy Invest, mais aussi Normandie Attractivité qui a fourni certains supports de communication, des goodies ainsi que des produits agroalimentaires emblématiques de la Normandie avec l'AREA Normandie.

Un fichier qualifié d'une trentaine de personnes a été constitué avec des projets à moyen terme qui nécessiteront pour la plupart d'être affinés et un approfondissement de la connaissance de notre territoire, finalement assez mal connu du public hollandais en dehors des sites touristiques.

Les Néerlandais rencontrés s'intéressent énormément à nos grands espaces ruraux ou de bord de mer de même qu'à nos opportunités d'installation dans le tourisme, les hébergements ruraux et de plein air en particulier.

■ Le web et le E-Marketing

→ Chiffres clés et évolution entre 2018 et 2019

- ▶ Site mis en ligne en janvier 2018
- ▶ Nombre de sessions en 2019 : 22 361 (+55,1%)
- ▶ Nombre de pages vues en 2019 : 57 512 (+42,3%)

Lancé en 2018, le site d'attractivité de l'agence a été conçu pour être un véritable HUB pour le territoire. Consolidés autour des 3 vecteurs clés d'attractivité territoriale, nous retrouvons sur ce site une réponse à notre objectif de communication envers le grand public, mais aussi les élus ou les porteurs de projet publics engagés dans cette démarche d'attractivité résidentielle.

Le site répond également aux entrepreneurs qui cherchent une solution d'installation pour leur activité.

Ainsi, notre site d'attractivité nous permet de valoriser à la fois le cadre de vie général en Seine-Maritime, mais également les accompagnements de l'agence à destination des porteurs de projet, tels que la réalisation d'études thématiques et territoriales – les zones d'emploi, zonage des bassins de vie... ou encore l'accompagnement des communes dans leurs projets d'aménagement des territoires avec la création d'une page dédiée aux appels d'offres réalisés par les territoires.

Dans ce sens, des comités éditoriaux ont été lancés au sein de l'agence sur les 3 axes d'attractivité : Résidentiel, Entreprises et Touristique. Ainsi, le site profite de contenus rédigés par l'équipe permettant d'optimiser le référencement naturel du site et d'augmenter notre visibilité en ligne.



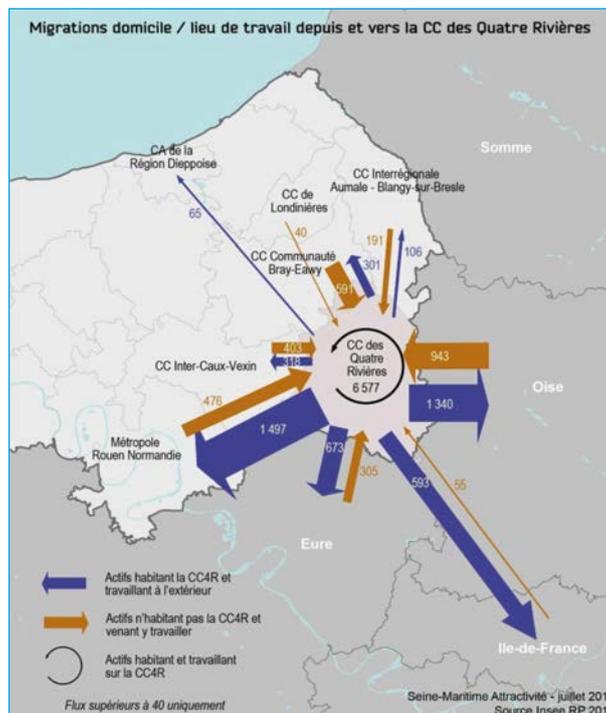
Attractivité des entreprises

Offres d'implantation Notes et études	14
L'appui aux entreprises	15
PME Développement	15
Soutien à l'implantation	15
Notoriété de la Seine-Maritime en matière économique	17
Événements	17
Le web et le E-Marketing	17
Les actions vers la presse et les médias	17

Attractivité des entreprises

Chiffres clés

- 71 porteurs de projet ou entreprises accompagnés
- 3 études restituées
- Un meetup animé autour de l'invest



Offres d'implantation Notes et études

- ▶ 1 analyse départementale du foncier à vocation économique
- ▶ 3 études complètes restituées
- ▶ 5 fiches territoriales sous forme de chiffres clés

En matière d'attractivité économique, le service études de Seine-Maritime Attractivité réalise différents types de travaux :

Une photographie de la situation du foncier à vocation économique qui devient désormais un rendez-vous à l'automne, ce travail de collecte et de synthèse n'étant réalisé à cette échelle que par Seine-Maritime Attractivité. Cette photo à un instant T présente l'avantage de faire le point sur la capacité d'accueil d'implantation d'entreprises sur le territoire départemental avec un détail par EPCI. Une diffusion de ce focus est assurée auprès des adhérents de Seine-Maritime Attractivité ainsi qu'auprès des différents échelons territoriaux.

- En lien direct avec ce travail d'observation foncière économique, la mise à jour de l'ensemble des terrains disponibles en ZA sur la Seine-Maritime, soit 40 plans vérifiés et détaillés à la parcelle puis mis en ligne sur le site web Seine-Maritime Attractivité.

- Dans un objectif de prospective et d'information des adhérents de l'agence, la production de 5 « Chiffres clés des territoires » pour 5 EPCI sur l'année qui rassemblent les principaux indicateurs clés permettant de cerner les problématiques socioéconomiques des territoires et leurs tendances.

Des études, au nombre de 3 en 2019 :

- ▶ **Communauté de communes Yvetot Normandie** : finalisation et diagnostic et analyse de 2 zones d'activités (démarrée en 2018 et restituée en 2019)
- ▶ **Communauté de communes des Quatre Rivières** : diagnostic socio-économique et analyse des zones d'activités
- ▶ **Communauté de communes Falaises du Talou** : réalisation d'une étude d'opportunité pour le développement de foncier d'activités (restitution début 2020).

L'appui aux entreprises

En termes d'animation de l'attractivité des entreprises, un meetup a été organisé dans l'année autour de la thématique de l'invest sur l'agglo Caux Seine.

Cette réunion a permis de faire le point, avec 6 EPCI présents, sur les forces et faiblesses de la Seine-Maritime en matière d'attractivité exogène, mais aussi de lister et définir les moyens d'action déployés par les différentes collectivités en la matière : cabinets de prospection mobilisés, salons fréquentés, démarches d'approche directe.

- **Projet d'implantation d'une station GNV / bio GNV à Forges-les-Eaux.** Seine-Maritime Attractivité joue un rôle d'assembleur et d'animateur autour du projet.
- **Projet de création de la ferme aquaponique sur l'agglo de Fécamp.** Un déplacement à Bruxelles avec l'agglo de Fécamp a été organisé pour y rencontrer un site exemplaire de ferme aquaponique avec le dirigeant Steven Beckers.
- **ESS : participation de Seine-Maritime Attractivité à la demi-journée incubateur « KATAPULT »** organisée par l'ADRESS pour co-construire et proposer (avec d'autres structures participantes et le porteur de projet) une « stratégie » marketing et commerciale pour l'association Ve'lOser.
- **Participation aux Comités Techniques Economiques du PETR du Pays Dieppois,** aux « Pôles Eco » d'Yvetot (6 réunions dans l'année) avec la Communauté de communes, la CCI et la Chambre de Métiers

■ PME Développement

▶ 10 dossiers soutenus et 148 000 € prêtés



L'agence a poursuivi pour la dernière fois sa mission de suivi administratif, financier et opérationnel de ce fonds privé d'avances remboursables destiné aux TPE/PME.

Outre la préparation de l'ensemble des actes administratifs, statutaires et opérationnels de ce fonds, 2 conseils d'administration consacrés à l'étude et à l'engagement des dossiers ont été organisés à Dieppe les 6 février et 24 septembre. 10 dossiers ont été soutenus sur l'année pour un total de 148 000 € prêtés et 8 créations d'emplois espérées.

Un événement important est survenu avec la décision de se séparer de la gestion de ce fonds prise au 31 décembre en raison de l'obligation de faire cesser cette mission au sein de Seine-Maritime Attractivité. Cette décision a été réclamée par la chambre régionale des comptes dans son rapport d'observations définitives portant sur les deux premières années d'exercice de l'agence.

Ainsi après plus de 20 années de suivi (le fonds est né en 1998) de ce travail par Seine-Maritime Expansion, puis par Seine-Maritime Attractivité à la date du 1^{er} janvier 2017, cet outil de soutien aux petites entreprises qui totalise à fin 2019 265 dossiers et 6 318 000 € prêtés (le fonds ayant « tourné » plusieurs fois) sur un territoire allant d'Étretat au Tréport en passant par Yvetot, Yerville ou Neufchâtel-en-Bray, poursuivra son action. Les administrateurs de l'association (présidée par Monsieur Jean-Christophe Lemaire) ont en effet choisi un nouvel opérateur technique qui est la CCI Rouen Métropole. Le dernier mois de l'année a donc été consacré à la transmission de l'outil aux collaborateurs de la chambre de commerce.

■ Soutien à l'implantation

→ Endogène

- ▶ 47 nouvelles demandes
- ▶ 3 implantations directement assurées



Outre une valorisation de l'ensemble des offres immobilières ou foncières disponibles au sein de ses publications, dont la bourse des locaux papier avec 3 éditions par an ou encore ses outils digitaux, l'agence accompagne au cas par cas des entreprises en recherche d'une solution d'implantation, qu'elles soient endogènes ou exogènes. Ce service présente l'intérêt de faciliter le parcours résidentiel des entreprises dont les besoins évoluent en fonction de leur développement. Un partenariat entre les chambres consulaires et les agences immobilières spécialisées en immobilier d'entreprise existe depuis plusieurs années afin de partager l'offre et de la diffuser sur de multiples supports.

En termes de suivi de contacts endogènes, 47 nouvelles entreprises se sont adressées à Seine-Maritime Attractivité dans l'année, dont 12 qui ont bénéficié d'un accompagnement sur le terrain. 3 implantations ont été conclues suite à ces accompagnements dans l'année :

- **ENERCON :** maintenance d'éoliennes dans l'hôtel d'entreprises de Bacqueville en Caux



- **SARL LEVACHER :** achat d'un bâtiment situé sur la ZA d'Auffay
- **SARL CNPJ :** location d'une surface de bureaux - Le Houllme

→ Exogène

► 12 projets qualifiés suivis et accompagnés, dont 5 étrangers

Dans le cadre de l'attractivité des entreprises exogènes, Seine-Maritime Attractivité a mis en œuvre une action de prospection qu'elle a confiée au cabinet ACSAN en 2019. Le cabinet a bénéficié d'une présentation de nos offres pendant un voyage de deux jours et s'est appuyé pour son action sur un cadrage des atouts et opportunités du tissu économique des territoires adhérents à l'agence (opportunités foncières et activités dominantes notamment).

Cette mission a généré 4 prospectus exclusifs :

- **Malto (nom de code du projet)** est une société italienne spécialisée dans la production d'extraits de malt (édulcorants, aromatisants et colorants naturels) utilisés dans divers secteurs de l'industrie alimentaire, mais également dans les secteurs de la cosmétique et de la pharmacie.

L'entreprise souhaite créer une unité de production de malt en France. Elle porte un intérêt au Havre du fait du port facilitant ainsi les exportations et la proximité avec Rouen, grand port céréalier.

Proposition de sites : deux offres foncières d'implantation sur Port-Jérôme-sur-Seine (ZES et Port-Jérôme 2), une offre immobilière sur Saint-Nicolas de la Taille (Ex Martin Calais) et une offre foncière Fécamp Caux Littoral Parc d'Activités des Hautes Falaises.

Un accueil sur place des investisseurs a été organisé en Seine-Maritime le 17 mai en collaboration avec Caux Seine développement.

- **IngéOil (nom de code du projet)**. Cette entreprise française et familiale est un acteur majeur de l'ingénierie industrielle mondiale dans les domaines de l'Oil & Gaz et du nucléaire.

La société est en pleine croissance et ne disposant d'aucune implantation dans le quart nord-ouest de la France, elle souhaite y augmenter sa part de marché.

Dans le cadre de son développement, cette entreprise recherche donc un bureau local dans une région où les acteurs Oil & Gas et nucléaire sont très présents.

Une mise en relation a été faite avec Le Havre Développement, Caux Seine développement, ainsi que Rouen Normandy Invest afin de trouver un site d'implantation adéquat.

- **Finest (nom de code du projet)**. Cette société est spécialiste de la gastronomie fine et souhaite étendre son activité dans l'ouest de la France. Elle envisage d'ouvrir une enseigne au Havre, en cœur de ville.

Seine-Maritime Attractivité a pu proposer des solutions d'implantation en lien avec ses partenaires havrais.

- **TIAMAT** Entreprise qui développe et fabrique des cellules de batteries sodium-ion créée il y a 8 ans et souhaitant ouvrir une ligne de production. Recherche un terrain de 10 000 m² pouvant accueillir un site d'une superficie de 2 500 m² pour un investissement total nécessaire de 22 millions d'Euros et une localisation à proximité des axes de transports. 100 emplois sont prévus à terme.

Seine-Maritime Attractivité a été en capacité de proposer des offres localisées sur Inter Caux Vexin, Fécamp Caux Littoral (2 ZA), la CC des Villes Sœurs et sur l'agglomération Dieppe Maritime.

Toutefois, l'entreprise qui hésitait entre plusieurs régions a finalement décidé de maintenir son développement à Amiens dans les Hauts de France, sa région d'origine.

Outre ce travail spécialement mené pour le compte de l'agence, l'équipe continue d'être destinataire des prospectus identifiés et qualifiés par Business France, agence nationale

à laquelle l'AD Normandie adhère. L'ADN diffuse régulièrement les opportunités auprès des territoires infra régionaux. Parmi ceux-ci, 4 ont fait l'objet d'un travail plus approfondi de l'agence :

- **Chocolate**, entreprise agroalimentaire britannique souhaitant développer une gamme sans gluten. Deux sites dieppois ont été proposés en lien avec l'agglomération Dieppe Maritime, que l'entreprise a finalement décliné au profit d'une implantation en Slovaquie.

- **BR ROCKET**, spécialiste britannique des composites pour l'aéronautique et cherchant un site. Une proposition située à Yvetot a été faite, et une autre sur Caux Vallée de Seine.

- **CHEM**, est un projet d'ouverture d'un premier bureau en Europe pour cette société chinoise dont l'activité est la fabrication de polymères pour câbles spéciaux. Compte tenu de cette spécialisation, Seine-Maritime Attractivité a proposé un site en lien avec la ville du Trait.

- **YARN**, est un projet d'implantation d'une nouvelle unité de teillage de lin à capitaux indiens. Compte tenu du caractère sensible d'un tel projet pouvant concurrencer directement nos propres installations de teillage de lin, Seine-Maritime Attractivité a œuvré avec prudence avec deux adhérents pour « voir » : Yvetot et Fécamp ont accepté de proposer des sites pouvant satisfaire l'investisseur. Ce dossier n'avait pas généré de visite sur le terrain à fin 2019.

Outre ces dossiers Business France, Seine-Maritime Attractivité a été en mesure de suivre **4 autres projets exogènes** parvenus à l'agence par d'autres canaux (site web de Seine-Maritime Attractivité et travail de prises de contact) :

- > un projet industriel s'intéressant à la métropole de Rouen,
- > un investisseur flamand grand acteur des résidences de tourisme s'intéressant aux golfs de Seine-Maritime,
- > un projet de bio raffinage de l'agroalimentaire,
- > un autre projet agroalimentaire en viennoiseries.

Notoriété de la Seine-Maritime en matière économique

■ Événements

En matière d'événements liés aux entreprises, Seine-Maritime Attractivité a profité d'un déplacement sur le SIMI le 11 décembre afin de s'y entretenir avec la société Twin Promotion spécialiste belge de l'investissement dans les résidences de tourisme s'intéressant à la Seine-Maritime.

■ Le web et le E-Marketing



→ Site Seine-Maritime Attractivité

- ▶ Nombre de sessions 2019 : 22 361 (+55,1%)
- ▶ Nombre de pages vues 2019 : 57512 (+42,3%)
- ▶ 30 demandes traitées via le site Seine-Maritime Attractivité
- ▶ Nombre de vues sur les pages listing locaux + terrains disponibles : 5 118 sessions (+28,3%)
- ▶ Pages Diffusion (/fr/diffusio/bourses-des-locaux/) : 4 426 sessions (+32,7%)

Mise en place d'une stratégie de contenu sur l'attractivité des entreprises.

Bourse des locaux, Comité Editoriaux, rédactions de contenu, Réseaux Sociaux.

Un site HUB pour le territoire : consolidé autour des 3 vecteurs clés d'attractivité territoriale. Nous retrouvons sur ce site une réponse à notre objectif de communication envers les entreprises, les élus ou les porteurs de projet engagés dans cette démarche d'attractivité.

Un HUB qui se caractérise par la création des pages thématiques telles que « Locaux et terrains disponibles », « Aides et financements » ou encore « Mon projet touristique »... Ici, les accompagnements apportés sont lisibles et permettent à notre clientèle professionnelle de prendre les bonnes décisions.

■ Les actions vers la presse et les médias

Ce travail bénéficie de l'intervention de deux collaborateurs qui se répartissent les relations presse, mais aussi du travail de l'attaché de presse de l'agence qui œuvre sur l'année selon un programme précis défini en N – 1. En 2019, Seine-Maritime Attractivité a renforcé ses actions vers la presse économique afin d'atteindre une cible professionnelle.

→ 2 voyages presse « ECO » ont été organisés en 2019 :



• **La Filière lin, les 15 et 16 mai 2019** : 4 médias étaient représentés dont Le Figaro, La France Agricole, le Chasseur Français. Seine-Maritime Attractivité les a guidés autour

d'un programme permettant une vue des différentes facettes de la filière depuis le champ de lin, jusqu'au linge de maison en passant par les matériaux composites.



• **La filière Verre – La Glass Vallée® / 7 et 8 novembre 2019** : 4 journalistes ont là aussi été accueillis dont Formes de luxe, Le Journal du Dimanche (Illustration ci-dessus)..

→ 9 communiqués de Presse

Ils ont également été réalisés sur des thématiques d'attractivité économique en 2019 (Trophées de l'Attractivité® et PME développement compris).



Attractivité touristique

Observation et études	20
Observatoire touristique	20
Études	20
Développement de l'offre	21
Accompagnement de porteurs de projets touristiques	21
Ingénierie des aides en tourisme	22
Animation de filières et de réseaux	23
Tourisme de pleine nature	23
Tourisme culturel	24
Tourisme Fluvial/Fluvestre	25
Tourisme d'affaires	25
Tourisme de Découverte Économique	25
Tourisme social	25
Professionnalisation des acteurs touristiques	25
Ambassadeurs 76	25
Notoriété de la Seine-Maritime : actions de promotion, marketing et de communication	26
Les éditions de l'agence en 2019	26
Les éditions grand public	26
Iconographie	27
Événements	28
Les salons	28
Les événements nautiques	28
Le web et le E-Marketing	29
Les datas / système d'information touristique normand SITN	29
La Place de Marché	30
Les actions vers la presse et les médias	30

Attractivité touristique

Chiffres clés

- 51 porteurs de projets accompagnés
- 12 filières mises en tourisme
- 6 Meet-up et éductours
- 6 notes de conjoncture
- 1 étude d'opportunité
- 7 salons grand pros et public
- 2 événements majeurs : Armada et Tour Voile

Observation et études

■ Observatoire touristique

- Édition des Chiffres clés du Tourisme 2018.



Comme c'est le cas chaque année, Seine-Maritime Attractivité rassemble ou commande (INSEE, KANTAR TNS) de nombreux indicateurs sur la saison précédente, les analyse et les interprète. Le tout est ensuite diffusé sous la forme d'un document mis en ligne et imprimé à la demande.

- Édition de 6 Notes de Conjoncture Touristique.

En cours de saison et à l'appui d'un sondage réalisé directement auprès des professionnels de la restauration, de l'hébergement et de l'accueil (OT et lieux de visite), l'équipe communique 6 reprises une note de conjoncture d'avril à octobre pour livrer les dernières tendances : fréquentation ressentie, présence des clientèles françaises et étrangères, retombées des grands événements et influence de la météo.

- Organisation d'un meet-up

Intitulée « Retour sur l'année et la fréquentation touristiques », avec 17 participants cette réunion a été tenue le 13 décembre à l'Office de Tourisme du Havre.

L'observation touristique est aussi entrée dans une nouvelle ère depuis cette année avec la mise en œuvre en Seine-Maritime sous l'impulsion de Seine-Maritime Attractivité, pour la première fois, de l'outil de suivi des **fréquentations touristiques Flux Vision Tourisme**. Cette solution de l'opérateur téléphonique ORANGE a en effet été adoptée et organisée pour le compte de 10 Offices de Tourisme de notre département à partir du mois de février, une véritable ingénierie de l'observation touristique. Ce nouvel outil apporte une nouvelle façon

d'observer nos fréquentations avec un niveau de détail (au quotidien et avec une connaissance de l'origine géographique) et d'informations inédits. Cela permet d'appréhender la réactivité et la répartition de nos fréquentations touristiques. Il n'y a pas de doute sur l'importance que ces données auront au sein des démarches de communication et de marketing touristique désormais. Le déploiement de ce nouvel outil a été facilité et animé par la fédération nationale Tourisme et Territoires.



Le travail sur Flux Vision Tourisme, outre sa prise en main en interne (Seine-Maritime Attractivité bénéficie de la présence d'une collaboratrice dédiée à l'observation touristique à mi-temps) a aussi pris la forme d'un accompagnement des OT pour une bonne appréhension de cet outil, mais aussi pour le partage de ses coûts financiers (un point évoqué lors de la meet-up à l'Office de Tourisme du Havre (le 12 décembre avec 15 participants), mais aussi une séance de formation à l'outil ainsi que de multiples échanges techniques afin de maîtriser l'utilisation de l'outil en ligne permettant l'accès et la mise en forme des données.

■ Études

En matière touristique, une étude a été réalisée en 2019 pour le compte de la commune de La Poterie-Cap-d'Antifer et portant sur le phare qu'elle possède. L'objet du travail a visé à disposer de retours d'expérience d'autres phares ouverts au public où une collectivité est impliquée (benchmark et préconisations).

Ce travail a également pris la forme d'une intervention et présentation des principaux résultats lors de la Journée des Phares de France organisée en Seine-Maritime en octobre 2019. Une présentation de l'ensemble de l'étude a été faite aux élus municipaux en novembre 2019.

L'accompagnement des élus de la Poterie Cap d'Antifer par Seine-Maritime Attractivité devrait se poursuivre en 2020.

Association Château de Mesnières-en-Bray : diagnostic à réaliser des activités du château et analyse des perspectives globales d'évolution du site.

Développement de l'offre

■ Accompagnement de porteurs de projets touristiques

L'assistance aux porteurs de projet est un travail sur mesure assuré auprès de différents types de publics. En 2019, pas moins de 51 d'entre eux se sont adressés à Seine-Maritime Attractivité pour obtenir informations, conseils ou un accompagnement dans leur entreprise. La liste est à découvrir ci-dessous.

→ L'accompagnement des projets de nouveaux hébergements a généré la prise en charge de 11 nouvelles demandes en 2019 :

- **Commune de Quiberville** : suivi pluriannuel du projet d'ouverture d'un nouveau terrain de camping, dans le cadre de l'opération globale de réaménagement de la basse vallée de la Saône. Ce travail a généré la participation à plusieurs réunions dans l'année.
- Projet privé de reprise d'un terrain de camping fermé, à **Saint-Valery-en-Caux**.
- **Commune d'Etoutteville** : conseil à la définition d'un projet de requalification d'un ancien espace d'habitation privée en hébergement locatif de type chambres d'hôtes, accolée à des commerces (bar/restaurant et épicerie de village).
- Projet privé de création d'un parc d'hébergements légers de loisirs insolites, à **Malleville-les-Grès**.
- Projet privé de requalification d'une dépendance d'une propriété en lieu d'accueil culturel, avec création de chambres d'hôtes dans le bâtiment d'habitat principal pour effectuer de la résidence d'artistes, à **Roncherolles-en-Bray**.
- Projet privé de requalification de granges non utilisées au sein d'un clos-masure en hébergement touristique de groupe, à **Raffetot**, près de Bolbec.
- Le Champ des Comestibles : accompagnement au développement d'une activité d'hébergement touristique à la ferme, requalification d'une grange de l'exploitation à **Cauville-sur-Mer**.
- Création d'une entreprise d'hébergements touristiques insolites et d'une structure associative culturelle, artisanale, artistique, sportive et de plein air, sur la commune des **Ifs**.
- Projet de reprise d'une activité d'hébergement locatif sur la **Côte d'Albâtre**.
- **CC Doudeville-Yerville** : recherche de financement pour la création d'un hébergement locatif de type "gîte d'étape" à Héricourt-en-Caux.
- **CC Falaises du Talou** : conseils sur l'implantation de signalétiques d'information et directionnelle au sein d'une structure d'hôtellerie de plein air locale.

→ 4 projets liés à la randonnée pédestre

- **CC Yvetot Normandie** : création de fiches rando, accompagnement dans la mise à la charte des éditions de rando. Conseils sur la mise en tourisme de l'offre locale, via le partage de l'expérience de Seine-Maritime Attractivité en la matière.
- **OT des 4 Rivières en Bray** : formation à l'utilisation des modules de diffusion Cirkwi dans le cadre de l'achat groupé de licences Cirkwi piloté par Seine-Maritime Attractivité.
- **Le Havre Seine Métropole** : apport de l'expertise de l'agence sur la mise en tourisme des boucles de randonnée existantes

auprès de l'Office de Tourisme. Identification d'un projet de création d'éditions de randonnée.

- **CC Interrégionale Aumale – Blangy** : projet de création d'une carte rando, accompagnement dans la mise à la charte départementale des éditions de randonnée (achevé début 2020).

→ 12 projets liés au tourisme à vélo et à cheval

- **Conseil Départemental** : rédaction de la candidature départementale à l'Appel à Projet "Vélo & Fromage, à la découverte des départements" autour d'un itinéraire permettant la découverte du fromage de Neuchâtel. Un dossier qui a été sélectionné par l'Assemblée des Départements de France.
- **CC Terroir de Caux** : implantation de 15 RIS (Relais Information Services) à la charte graphique départementale de randonnées.
- **CC Caux Vallée de Seine** : conseils à l'édition d'une fiche cyclo touristique mise à la charte graphique départementale de randonnées.
- **Commune du Trait** : projet d'aménagement de services le long de la voie verte appartenant à La Seine à Vélo® et traversant la commune qui a été inaugurée en 2019.
- **Commune Rives-en-Seine** : projet de réhabilitation de la Maison des pilotes de Villequier.
- **Commune de Valmont** : implantation de mobiliers à destination des cyclotouristes le long de la Véloroute du Lin.
- **Commune Dampierre-en-Bray** : apport d'expertise au projet d'aménagement d'une halte cyclotouristique sur l'Avenue Verte London-Paris®.
- **Commune de Dieppe** : accompagnement pour la création d'une Maison du vélo.
- **Société Coffee Bike à Fécamp** : développement de l'activité de location de vélos et soutien technique pour un déploiement de l'offre de service le long des véloroutes de la Seine-Maritime.
- Projet de création d'une activité de location vélo à **Eu** (non aboutie)
- **Association London-Paris à la carte** : dans le cadre du suivi pluriannuel du projet d'agence réceptive le long de l'Avenue Verte London-Paris®, Seine-Maritime Attractivité a rédigé un cahier des charges en vue de la réalisation par l'association d'une étude de faisabilité de création de l'agence.
- Projet privé d'hébergements cavalier au sein d'une ferme équestre à **La Feuillie**.

→ 3 projets liés à la signalétique touristique

- **Commune de Valmont** : création d'un circuit du patrimoine, accompagnement dans la mise à la charte de la signalétique.
- **OT Terroir de Caux** : création d'un circuit thématique Flaubert, accompagnement dans la mise à la charte de la signalétique.
- **OT Terroir de Caux** : conseils à la définition d'un projet de panneau d'interprétation valorisant le château de Longueville-sur-Scie.
- **Association Histoire et Patrimoine du Haut Cailly** : création de parcours numériques sur les communes de l'ancien canton de Clères (en 2019, accompagnement sur 2 circuits à Cailly et aux Authieux-Ratiéville) + création d'un parcours numérique au CHU / accompagnement dans la mise à la charte de la signalétique + conseil global sur le projet.

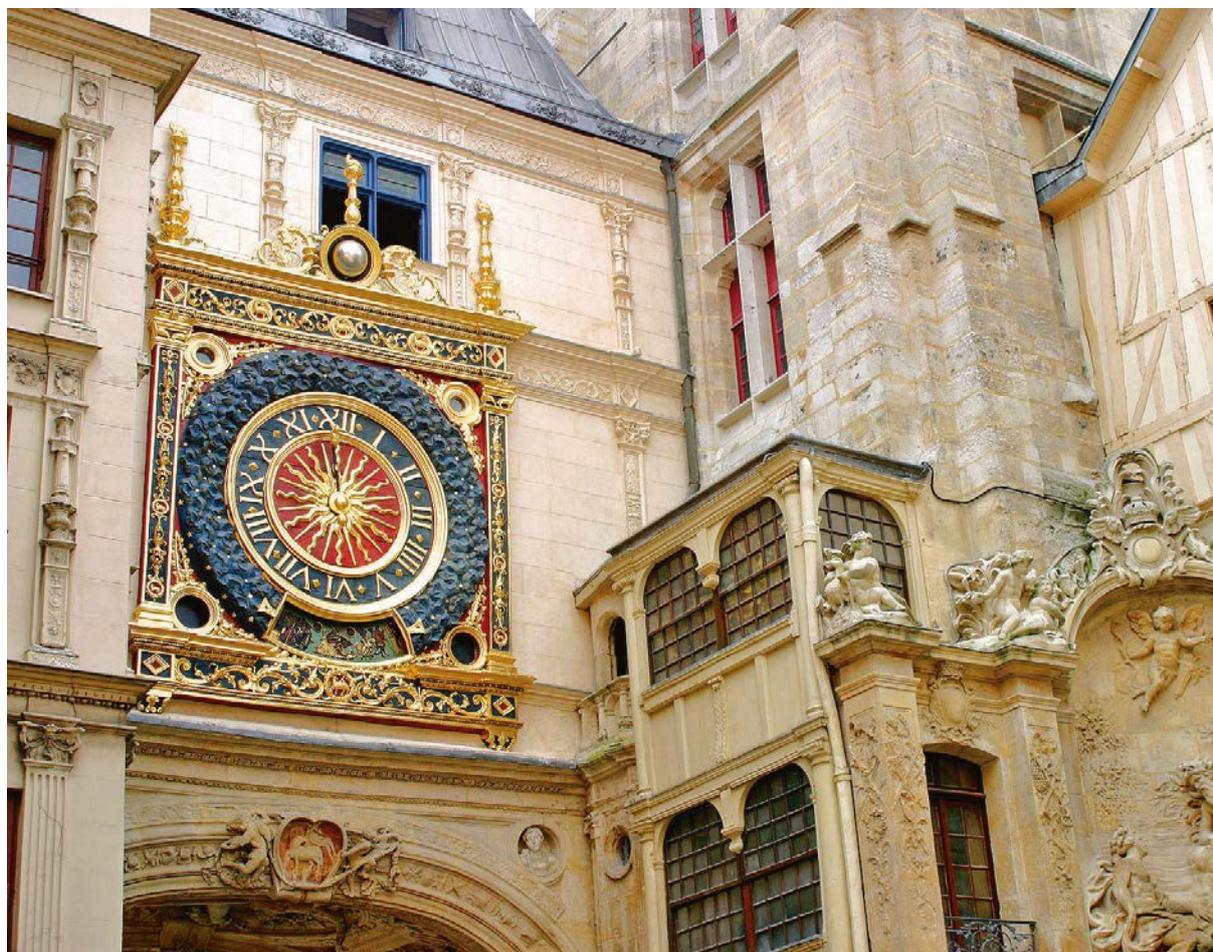
→ **11 autres projets d'aménagement du territoire et/ou de développement de l'activité touristique :**

- **Dieppe Maritime** : participation au projet de mise en tourisme du Phare d'Ailly, à Saint-Marguerite-sur-Mer.
- **Commune de Neufchâtel-en-Bray** : accompagnement de la commune dans la démarche de labellisation "Village Étape". Label délivré par le Ministère de la transition écologique et solidaire début 2020.
- **Commune d'Elbeuf-sur-Seine** : conseils sur l'opportunité d'aménagement de quais pour l'accostage de paquebots de croisières fluviales, ainsi que d'implantation de mobiliers urbains pour l'accueil de touristes à vélo en itinérance sur La Seine à Vélo®.
- **Commune de Longueil** : projet de requalification de l'ancienne Charreterie en lieu d'interprétation, zone de services pour randonneurs et espace de convivialité pour la population locale.
- **Commune de Sainte-Adresse** : conseils sur les projets de développement touristiques locaux.
- **Commune d'Aumale** : projet de valorisation éco-touristique du Bois de la Vierge.
- **Aéroport Le Havre-Octeville** : contribution technique au développement de la programmation de l'équipement. Conseils auprès d'Edeis, structure gestionnaire, au sein d'un regroupement de voyageurs et d'acteurs institutionnels locaux.

- **Gros-Horloge de Rouen** : conseils visant à initier des projets d'aménagements de nouveaux espaces sur site et améliorer l'expérience visiteurs.
- **Fromagerie Dumesnil** : conseils au développement de l'activité touristique au sein de l'exploitation agricole, visites groupes et croisiéristes, à Saint Vincent Cramesnil.
- **Château et jardins de Bois-Guilbert** : information et conseils au développement d'une activité tourisme d'affaires au sein du domaine, à Bois-Guilbert.
- **Le Centre Emmaüs d'Esteville** a fait appel à Seine-Maritime Attractivité, en lien avec l'Office de Tourisme Normandie Caux Vexin, pour son projet de création d'un espace de vente, l'aménagement de la salle de restauration du site.
- **Aménagement d'un lieu d'expo** temporaire
- Participation aux réunions du consortium des Eoliennes en Mer **Dieppe le Tréport** avec l'ensemble des parties prenantes. Participation à l'élaboration du dossier de candidature relatif au fonds d'accompagnement des projets touristiques et création du COTECH pour avis sur les candidatures reçues.

■ **Ingénierie des aides en tourisme**

Un certain nombre des contacts concerne des demandes de soutien pour identifier les dispositifs d'aides financières disponibles. Cette ingénierie financière a permis d'accompagner 9 porteurs de projet dans la filière touristique dont 7 privés, le plus souvent pour des projets d'hébergement.



Animation de filières et de réseaux

Le travail de développement passe également par une action de fond et de long terme de structuration des filières prioritaires du Plan de Développement Touristique Départemental 2016-2021

■ Tourisme de pleine nature

→ Mise en tourisme de l'offre inscrite au PDESI 76

- **Mise en tourisme de l'offre de randonnée** inscrite au PDESI 76.
- **14 boucles de randonnée et circuits découvertes pédestres** repérés sur le terrain et valorisés par un texte expérientiel.
- **7 boucles VTC et VTT** repérées et promues.
- **2 itinéraires équestres** repérés, en collaboration avec le Comité Départemental de Tourisme Equestre.
- **2 interventions auprès de l'Agglomération Fécamp Caux Littoral** autour de la mise en tourisme de l'offre locale de loisirs de pleine nature.

→ Randonnée pédestre

- **Collaboration régulière avec le CDRP 76** visant à mettre en tourisme les PR et GR® présents en Seine-Maritime ; contribution active au groupe de travail réunissant les territoires traversés par le GR® 210 Sur les traces du Chasse-Marée (de Dieppe à Rouen).



- **Réalisation d'un reportage photo sur le GR® 210** - Sur les traces du Chasse-Marée.
- **Participation technique et financière à la réalisation de la vidéo sur le GR® 21 Littoral de la Normandie**, tournée dans le cadre du concours Mon GR® préféré, organisé par la FFRandonnée.
- **Déploiement d'un plan de communication** partagé avec les acteurs touristiques départementaux sur le concours Mon GR® préféré ; action qui a contribué à la victoire du GR® 21 en fin d'année.
- **Déploiement de la marque nationale Rando Accueil** : 3 nouveaux labellisés en 2020 (Grand Hôtel du Casino de Dieppe, Le Clos Brayon, gîte et roulotte à Saint-Honoré et le gîte de groupe Le Four à Pain à Mont-Cauvaire). Soit 7 prestataires au total, dont 5 sont sur le GR® 210.

- **Coordination d'un achat groupé de licences Cirkwi avec 3 partenaires** : OT Terroir de Caux, CC Côte d'Albâtre et OT des 4 Rivières en Bray.

- **Réunion d'un groupe de travail** composé de territoires volontaires pour proposer une remontée des offres départementales sur la plateforme Helloways, qui valorise des itinéraires accessibles en transport en commun.

- **Participation à l'atelier "itinérance"** organisé par OTN, à Gruchet-le-Valasse.

- **Participation aux Assises Nationales des Randonnées et Activités de Pleine Nature**, organisées par Idéal Co dans le Morbihan les 5 et 6 décembre 2019.

- **Marque Valeurs Parc Naturel Régional** : participation aux comités d'attribution de la marque et à une visite de labellisation pour le PNR des Boucles de la Seine Normande.

→ Tourisme à Vélo

- **Intervention lors d'atelier pro "Accueil Randonneurs et Cyclotouristes"** organisé par l'OT Destination Le Tréport - Mers.

- **Animation du groupe marketing de l'Association de l'Avenue Verte London-Paris®** : 8 réunions techniques en 2019. Principales actions : mise à jour de la carte touristique de la véloroute, organisation d'un éductour tour-opérateurs européens sur l'Avenue Verte London-Paris® (7 TO participants) et d'1 blogtrip assurant plus de visibilité numérique (7 bloggeurs français participants).

- **Suivi du comité d'itinéraire de La Seine à Vélo®** au sein du groupe marketing du comité d'itinéraire animé par le Département de l'Eure : 2 réunions techniques en 2019. Suite à la crise du Covid, l'inauguration a été reportée à septembre 2020.

- **Suivi du projet « La Vélomaritime »**, au sein des groupes Promotion/Communication et Services, intermodalité et observation du Comité d'itinéraire, animé par Calvados Attractivité : 8 réunion technique en 2019. Inauguration prévue en 2021.

- **Déploiement de la marque nationale Accueil Vélo** : 12 labellisés de plus en 2019 ; soit 83 labellisés sur les 4 véloroutes de la Seine-Maritime (52 sur l'Avenue Verte London-Paris® ; 26 sur la Véloroute du Lin ; 27 sur la Vélomaritime et 15 sur la Seine à Vélo). Suivi de l'actualité et des évolutions de la marque.

- **Mise en tourisme du produit "Le Tour de la Seine-Maritime à Vélo"** : édition du 1^{er} guide papier, intégration du produit au dossier de presse touristique de l'agence, premières prises de contacts avec des réceptifs normands en vue de sa commercialisation.

- **Rédaction de la candidature départementale** à l'Appel à Projet "Vélo & Fromage" et **suivi de la mise en place du projet** de "Circuit du Neufchâtel".

- **Mise en place d'un partenariat avec la Fédération Française de Cyclotourisme (FFCT)** permettant l'intégration d'offres vélo départementales sur le site veloentrance.fr - En 2019, 13 circuits intégrés.

- **Intervention lors de la réunion "Tourisme à Vélo"** de l'OT du Havre.

- **Participation à la réunion annuelle "La Normandie à Vélo"** organisée par le CRT Normandie.

- **Participations aux Clubs des itinéraires de France Vélo Tourisme et de Tourisme & Territoire** ; ainsi qu'aux Rencontres Nationales Vélo de Vélo & Territoires, à Angers les 26 et 27 septembre 2019.

→ Tourisme à cheval

- **Contribution technique** au projet d'itinéraire équestre interrégional (2 réunions en 2019).
- **Déploiement du référentiel régional Normandie Accueil Cheval** : 5 porteurs de projets accompagnés en 2019 dans leur 1^{re} labellisation ou leur renouvellement ; soit 11 labellisés en Seine-Maritime (2 de plus par rapport à 2018).
- Participation à la réunion annuelle "La Normandie à Cheval" organisée par le CRT Normandie.

→ Nautisme



- **Déploiement du label « Balades et randos nautiques en Seine-Maritime »** : 34 offres proposées par 14 partenaires, soit 12 offres supplémentaires et 5 partenaires de plus par rapport à la programmation 2018. Au total, 800 créneaux de sortie prévus, 426 sorties réalisées, soit 5048 bénéficiaires de ces activités et une retombée économique pour les prestataires nautiques estimée à 118 000 €.
- **Intervention lors d'une réunion des clubs de notre département affiliés à la FFVoile** organisée par la Ligue de Voile de Normandie.
- **Après une contribution à la rédaction du Plan Nautique Normand en 2018**, Seine-Maritime Attractivité était présente lors de son lancement officiel à Sainte-Adresse.



- **Réalisation d'un reportage photo thématique en Vallée de Seine** : paddle et kayak à la Base de loisirs de Bédanne à Tourville-la-Rivière. Utilisation de ces visuels dans les actions de promotion de l'agence.

- **Publication de 3 articles expérientiels** valorisant des Balades et randos nautiques sur le blog touristique de la destination départementale.
- **Tenue du stand tourisme** lors de l'étape du Tour Voile 2019 à Fécamp.
- **Reprise du secrétariat administratif du CTSN** (Comité pour le développement du Tourisme et des Sports Nautiques sur le littoral de Seine-Maritime) en juin 2019 dans le cadre d'un conventionnement entre Seine-Maritime Attractivité et le CTSN. Cette association contribue aux sujets d'aménagements nautiques et à la réalisation de l'évaluation de la qualité des eaux de baignade.

→ Tourisme à moto

- **Participation à 2 réunions** avec l'antenne 76 de la Fédération Française des Motards en Colère, la Métropole Rouen Normandie et Rouen Normandie Tourisme & Congrès sur la création d'itinéraires à moto pour découvrir les richesses touristiques de la Seine-Maritime.
- **Valorisation de 6 itinéraires à moto** sur le site web de promotion touristique de Seine-Maritime Attractivité et saisie de ces offres sur Cirkwi pour le compte de la FFMC.

■ Tourisme culturel



→ Impressionnisme

- **Suivi des actions du Contrat de Destinations "Normandie - Paris-Ile-de-France : Destination Impressionnisme"** (5 réunions techniques). Notamment co-pilotage de l'action n°8 de sensibilisation et de professionnalisation des acteurs touristiques à l'impressionnisme. Mise en place d'un programme interrégional d'éducteurs.
- **Animation de la démarche de production d'un flyer "pense-bête" pour les acteurs touristiques des archipels impressionnistes.** Projet de module e-learning. Contribution technique au guide touristique de la destination. Participation à l'Assemblée des partenaires signataires le 30 septembre, et au Forum de la Destination, le 1^{er} octobre, à Rouen.
- **Suivi de la programmation de l'édition 2020** du Festival Normandie Impressionniste.

→ Tourisme de mémoire

- **Suivi des actions du Contrat de Destination "Tourisme de Mémoire en Normandie"** (2 réunions techniques). Contribution technique et financière de Seine-Maritime Attractivité au Guide du Visiteur régional "Tourisme de mémoire en Normandie".
- **Participation au comité de labellisation "Normandie pour la Paix / 75^e anniversaire du D-Day"**.

→ Normandie Médiévale

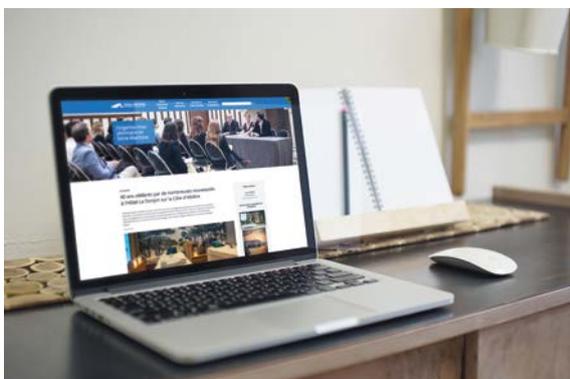
- Au sein du **groupe de travail "Stratégie & Événementiel"**, suivi des travaux de la Région Normandie sur le récit scientifique de la destination "Normandie Médiévale".
- **Contribution technique au guide touristique** de la destination régionale.

■ Tourisme Fluvial/Fluvestre



- **Accompagnement technique de l'Association des Départements de l'Axe Seine (ADAS)** dans son ambition d'un stand "Vallée de la Seine" lors des Rencontres Nationales du Tourisme Fluvial 2020, organisées par VNF. Conseils et réalisation d'un reportage photo sur les escales fluviales de la Vallée de la Seine (7 journées de terrain depuis les Hauts-De-Seine jusqu'au Calvados), contribution à l'édition de la brochure BtoB de la destination, création d'une vidéo de destination expérientielle fluviale et fluvestre.
- **Participation au colloque fluvial** organisé par l'ADAS à Giverny, le 15 mai 2019.
- **Accompagnement technique de VNF** dans son projet de réalisation d'un blogtrip "tourisme fluvial en Vallée de Seine". Programmation du blogtrip en Seine-Maritime et accueil personnel des blogueurs du 30 avril au 03 mai 2019.
- Adhésion et suivi de l'activité du **Club croisière** de l'OT du Havre.

■ Tourisme d'affaires



- Adhésion au Cluster "**Normandie Meetings and Events**" du CRT Normandie, qui a permis le contact de 21 entreprises souhaitant se réunir en Normandie et demandant un devis aux prestataires locaux.
- **Travail de qualification des lieux de séminaires en Seine-Maritime** sur la base du référentiel normand du Cluster : 34 sites rencontrés en 2019.

- **41 lieux répertoriés et promus** sur le site Internet régional (22% de l'offre régionale).
- **Mise en ligne du site Internet départemental dédié à l'organisation de séminaires en Seine-Maritime** : <https://seminaires.seine-maritime-tourisme.com/>. Promotion de 43 lieux d'accueil de séminaires, 24 activités d'incentive / team buildings et 12 prestataires de services.
- **Accompagnement personnalisé de 2 demandes d'entreprises** souhaitant se réunir en Seine-Maritime.

■ Tourisme de Découverte Économique

- **Intégration de la filière au catalogue d'offre de service de l'agence**, afin d'accompagner les entreprises de la Seine-Maritime dans l'ouverture de leurs portes aux touristes, et au dossier de presse touristique.
- **Début de la valorisation de l'offre sur le site Internet** de promotion touristique de la Seine-Maritime.

■ Tourisme social

- **Suivi de l'évolution de la marque nationale** au sein du groupe de travail animé par Tourisme & Territoires (3 réunions).
- Au 31 décembre 2019, **128 labellisés en Seine-Maritime**.

■ Professionnalisation des acteurs touristiques

• Eductours

Seine-Maritime Attractivité se mobilise plusieurs fois dans l'année pour la mise en œuvre d'éductours destinés à **sensibiliser et améliorer la connaissance** de nos prestataires et professionnels du tourisme autour de sujets forts :

Le 20 juin, **éductour interrégional Impressionniste** sur l'archipel "Estuaire de la Seine" (28 participants)

Le 25 juin, **éductour Parcs et Jardins** (32 participants)

• MEET UP

Le 17 octobre, sur la filière **Nautisme** (34 participants)

Le 21 novembre, sur la thématique **Tourisme & Plaisance** (15 participants)

Le 03 décembre, sur la filière **Loisirs de Pleine Nature** (32 participants)

Le 17 décembre, sur l'**Office de tourisme de demain**, au sein de l'Office de Tourisme du Havre. Ce MEET UP a bénéficié des interventions d'OTN et d'Offices de Tourisme de France (14 participants).

■ Ambassadeurs 76

- **8 880 cartes ambassadeurs** au 31 décembre 2019.
- **85 sites partenaires**.
- **Réalisation du premier bilan annuel** de l'opération Ambassadeurs qui a permis d'indiquer :
 - **838 ambassadeurs ayant utilisé leur carte** au moins une fois en 2018.
 - **1109 accompagnants des Ambassadeurs** dans les sites de visite de la Seine-Maritime.
 - **9827 € de retombées économiques** pour les prestataires touristiques.
- **Travaux d'évolution du site Internet** : <http://ambassadeur76.seine-maritime-tourisme.com/>

Notoriété de la Seine-Maritime : actions de promotion, marketing et de communication

→ Chiffres clés Datas

- ▶ 7 nouveaux sites web d'Offices de Tourisme connectés à la base
- ▶ 7 formations + 8 réunions ou rendez-vous d'accompagnement avec des OT ou des intercommunalités
- ▶ 14 OT engagés dans le partage de la saisie dans la base + 2 intercommunalités (Campagne de Caux et Doudeville Yerville)

→ Chiffres clés Brochures

- ▶ 3 guides, 3 cartes & 1 brochure créés dont 2 nouveautés

→ Chiffres clés Salons

- ▶ 7 salons assurés, dont un professionnel

→ Chiffres clés Digital

- ▶ 1 145 199 sessions sur le site touristique

■ Les éditions de l'agence en 2019

Ces différents supports édités par Seine-Maritime Attractivité doivent :

- **Renforcer notre attractivité** auprès de l'ensemble de nos cibles et répondre aux attentes des différentes clientèles locales, nationales et internationales,
- **Favoriser et développer** la recherche et la consommation d'idées de sorties, de visites, de loisirs et de week-ends pour les clientèles cibles,
- **Mettre en valeur** les sites incontournables,
- **Offrir des outils qualitatifs de promotion** à l'ensemble de la communauté touristique de Seine-Maritime,

Au cours de l'année 2019, 7 documents (3 guides, 3 cartes et 1 brochure) ont été conçus pour alimenter les actions de promotion et de communication de Seine-Maritime Attractivité. Ces éditions sont également mises à la disposition de l'ensemble de la communauté touristique de la Seine-Maritime ainsi que des partenaires, dont le Département lui-même (lire à la plage, gare maritime de Dieppe, sites et monuments départementaux).

■ Les éditions grand public



- ↑ **Carte touristique** : c'est le support le plus diffusé ; il valorise l'offre touristique du département grâce notamment à une face illustrée permettant de visualiser plus facilement les sites de visite (FR/GB/NL/D – 120 000 ex). Cette carte est déclinée sous forme de sets de table distribués à de nombreux restaurants. Le set de table est imprimé à 350 000 exemplaires.



- ↑ **Carte des hébergements** : elle recense l'ensemble des hôtels, campings et aires de camping-cars et donne toutes les informations nécessaires pour trouver une location, une chambre d'hôtes... (FR/GB – 14 000 ex).



- ↑ **Carte des Véloroutes et Voies Vertes** : l'offre départementale s'est fortement développée au fil des ans et devient une offre de premier plan pour notre destination ce qui explique que son tirage a été revu à la hausse (Avenue Verte London Paris®, La Seine à Vélo®, Véloroute du Lin, Véloroute du Littoral...). Cette carte valorise l'ensemble de ces tracés et des prestataires labellisés Accueil Vélo. (FR/GB/NL – 20 000 ex).



↑ **Guide du tour de la Seine-Maritime à vélo** : pour la première fois, un guide présente Le Tour de la Seine-Maritime à vélo, produit des 4 itinéraires à vélo de la destination avec une sélection de bonnes adresses, d'idées visites pour les touristes à vélo et valorisation des prestataires labellisés Accueil Vélo. (FR/EN/NL – 20 000 ex).



↑ **Guide Bienvenue en Seine-Maritime – Idées week-ends** : Ce document vitrine présente la destination à travers ses thématiques identitaires, des expériences à vivre et des suggestions d'idées week-end (FR – 20 000 ex). Avec ses paysages et sa culture si souvent impressionnants, la Seine-Maritime, berceau de l'impressionnisme, est une Normandie intense et attachante où vous pourrez vivre des expériences qui vous laisseront de vraies impressions.



↑ **Guide Balades et randos nautiques en Seine-Maritime** : pour la deuxième fois édité sous forme de brochure en raison de l'augmentation de l'offre labellisée, ce guide valorise les activités nautiques proposées par les partenaires labellisés « Balades et randos nautiques » d'avril à septembre (FR – 10 000 ex).



↑ **Dossier de presse** : Avec une mise en page originale (utilisation d'illustrations, de pictogrammes, de photographies), ce document de 32 pages « édition 2020 » présente les nouveautés et les incontournables de notre département. C'est un support imprimé à 600 ex et réservé aux journalistes et professionnels.



↑ **Guide Avenue Verte London Paris®** : ce topoguide présente l'étape en Seine-Maritime de l'Avenue Verte London Paris ainsi qu'une sélection d'idées de visites et de prestations labellisées Accueil Vélo sur et à proximité de l'itinéraire cyclotouristique. (Document non réédité en 2019 car stock restant – FR : 3 770 ex).

■ Iconographie

Une stratégie iconographique de qualité permet de véhiculer une image identitaire et construite de la Seine-Maritime.

Ces dernières années, l'agence a réalisé un grand nombre de reportages dans le but de promouvoir les filières, les endroits à visiter, mais aussi les atouts de notre territoire.

En 2019, 2 nouveaux reportages ont été réalisés par Seine-Maritime Attractivité. Des photos libres de droits sont disponibles auprès de nos équipes.

- Réalisation d'un reportage photo sur le GR 210 – Sur les traces du Chasse-Marée.
- Réalisation d'un reportage sur l'ensemble des escales fluviales de la Vallée de la Seine (des Hauts-De-Seine jusqu'au Calvados).
- La création d'une vidéo de destination expérientielle fluvial et fluvestre.

Événements

■ Les salons

7 salons ont été assurés en 2019 dont 2 professionnels.

→ Salons Grand Public

- ▶ **Tourissima Lille / 25 au 27 janvier / 18 300 visiteurs**
- ▶ **Destination Nature / 14 au 17 mars / 63 500 visiteurs**
- ▶ **Salon des vacances / Bruxelles / 07 au 10 février / 100 000 visiteurs**
- ▶ **Salon du tourisme Mahana / Lyon / 25 000 visiteurs**
- ▶ **Salon fiets and wandelbeurs (Vélo & Randonnées) / Utrecht / Pays Bas**

→ Salons vers les professionnels

Deptour est un rendez-vous annuel incontournable où les journalistes viennent chercher des idées de sujets pour alimenter leurs rédactions en nouveautés auprès des destinations départementales françaises. Organisé sur deux jours, les 14 et 15 janvier 2019, il a généré pour Seine-Maritime Attractivité 51 rencontres avec des journalistes de la presse nationale et Ile de France. L'Armada est l'évènement qui a déclenché le plus de demandes par la presse.

Le salon professionnel Rendez-vous France a eu lieu à Marseille les 19 et 20 mars 2019. Une vingtaine de contacts professionnels ont été pris avec les Tours opérateur présents.

2 prêtours ont précédé ce salon, 1 généraliste avec 11 TO et 1 monté sur mesure pour une TO japonaise.

→ La rencontre des professionnels du Tourisme

La Bourse d'échanges de documentation touristique s'est tenue le 2 avril 2019 à la salle des fêtes de Neufchâtel-en-Bray.

Rendez-vous annuel incontournable pour la communauté touristique de la Seine-Maritime, cette rencontre a donné l'opportunité à plus de 85 organismes de tourisme d'être représentés et de renforcer leur visibilité auprès de la communauté touristique. Cette manifestation a permis à plus de 300 professionnels du tourisme (hôtels, campings, propriétaires de gîtes et chambres d'hôtes, sites de visites...) de s'approvisionner pour la saison et découvrir les nouvelles éditions que Seine-Maritime Attractivité et les offices de tourisme mettent à leur disposition.

■ Les événements nautiques

→ L'Armada



L'Armada, une vitrine internationale pour le tourisme normand ! En collaboration étroite et harmonieuse avec le Comité Régional de Tourisme de Normandie qui a apporté le financement, Seine-Maritime Attractivité a coordonné le pavillon « Secrets normands » sur les quais de Rouen durant

L'Armada. 300 m² pour un pavillon sous une bannière unifiée : « Secrets normands ». Du Mont-Saint-Michel au Tréport, en passant par Caen, Giverny, Dieppe, Granville... c'est toute la Normandie réunie en Seine-Maritime qui a porté bien haut les couleurs du tourisme normand. Les milliers de visiteurs ont pu obtenir de l'information sur les destinations, découvrir des « Secrets normands », déguster des produits du terroir, assister à des présentations de territoire... Venus des 4 coins de la France, mais aussi de l'Europe et du monde entier, les milliers de visiteurs ont été enchantés par la richesse de l'offre touristique normande.

→ Le Tour Voile les 9 et 10 juillet à Fécamp



Spectaculaire événement sportif, le Tour Voile que Seine-Maritime Attractivité gère depuis 2018 marque le démarrage de l'été et anime notre littoral pendant deux jours pleins d'animations et immergé au cœur de la compétition nautique.

Pour la 2^e édition gérée par l'agence Seine-Maritime Attractivité et après Dieppe en 2018, le Tour Voile a fait étape à Fécamp les 9 et 10 juillet sur le front de mer avec un paddock dans le port de plaisance et de nombreuses animations. 23 équipages se sont affrontés pendant les deux jours de course sous un magnifique soleil et autour d'un village très animé, ouvert dès le dimanche midi ce qui était une nouveauté : outre la base ASO toujours aussi vivante et spectaculaire avec les commentaires en direct, Seine-Maritime Attractivité a fait un effort particulier pour attirer de nombreux exposants qui de la Vicomté suscitent un véritable intérêt du public avec de quoi se faire plaisir en complément de la course : à boire, à manger (artisans normands !) et de quoi s'équiper pour les vacances (vêtements, matériel de pêche...). Les partenaires de Seine-Maritime Attractivité y disposaient également d'un stand selon leurs besoins. Le Département et Seine-Maritime Attractivité tenaient quant à eux un stand sur la base principale, de même que la ville de Fécamp qui en a profité pour annoncer et promouvoir Fécamp Grand'Escale.

Un concert Podium Courrier Cauchois a été tenu le dimanche soir tandis que Seine-Maritime Attractivité, aidé par la logistique départementale, a organisé un grand cocktail des équipages le lundi soir en présence du Président du Département et des administrateurs de Seine-Maritime Attractivité au pied du musée des pêcheries.

Victoire à la dernière minute de l'ultime étape pour le team Bejaflore skippé par Valentin Bellet pour cette édition du Tour !
Merci à tous les partenaires 2019.

Le web et le E-Marketing

→ www.seine-maritime-tourisme.com



- ▶ **Nombre de sessions : 1 145 199 (+35,5% sur un an)**
- ▶ **Nouveaux utilisateurs : 841 542 (+33,9% sur un an)**
- ▶ **Nombre de pages vues : 2 618 843 (+51,4% sur un an)**
- ▶ **Durée moyenne des sessions : 1 minute et 43 secondes**
- ▶ **Consultation des pages détails en lien avec Tourinsoft (pages diffusion) : 928 434 (+29,5 % sur un an)**
- ▶ **Nombres de vues session « Je réserve » : 22 934 (+27,6 % sur un an)**

■ Les datas / système d'information touristique normand SITN

La donnée est un des fondements d'une bonne communication touristique. L'enjeu est ici de maîtriser une bonne mise à jour des informations remontant du terrain pour une communication exhaustive et efficiente auprès des touristes en amont de leur séjour (d'où l'intérêt de très bien connaître les nouveautés), mais aussi une fois arrivés dans notre département (accueil des OT et internet de séjour). À la base de tous les sites web et applications mobiles figure une très grande base de données d'informations touristiques conçue et maintenue en accord avec le réseau des offices de tourisme et le CRT. Ces datas sont par ailleurs partagées au niveau national dans la data tourisme mis à disposition de nombreux acteurs de la filière (Groupe SoLocal, Brittany Ferries).

En 2018, l'ouverture de la base aux offices de tourisme fut une étape importante dans l'organisation de la mise à jour des prestataires touristiques de la Seine-Maritime. Au total, 16 structures sont engagées en 2019.

En 2019, la mutualisation de l'information a généré un travail conséquent de veille et d'accompagnement afin de s'assurer de la qualité de la donnée et du bon déroulement de la saisie.

Le travail sur les conditions générales d'utilisation a été poursuivi avec succès pour passer de 30% de taux de retour en 2018 à 62% en 2019.

Un nouveau projet a été mis en place en 2019 avec l'accès pour les professionnels du tourisme à un extranet leur permettant de mettre à jour leurs informations directement en ligne. Ce projet a nécessité d'importants paramétrages techniques pour Seine-Maritime Attractivité et l'organisation de 2 journées de formation pour les offices de tourisme ainsi qu'une réunion de lancement. 11 Offices de tourisme ont suivi la formation.

En mars 2019, le lancement du 1^{er} Club Tourinsoft76 a été organisé, un rendez-vous important qui permet d'effectuer un bilan de l'année passée, d'échanger sur les évolutions techniques mises en place ou à mettre en place, les projets à venir...

L'accompagnement numérique a porté ces fruits cette année avec la réalisation d'un nombre important de nouveaux sites internet ou bornes numériques et cela se poursuivra en 2020 avec déjà 6 projets en cours. Actuellement, 10 offices de tourisme ont leur site Internet syndiqué en tout ou partie à Tourinsoft.

De nombreuses restructurations d'office de tourisme déclenchées, dans le cadre de la loi NOTRE, ont amené ces structures à mettre en place de nouveaux outils numériques. L'office de tourisme de la Côte d'Albâtre, l'Office de Tourisme Yvetot Normandie, la Communauté de communes Plateau de Caux Doudeville Yerville, l'Office de Tourisme Bray Eawy ont notamment bénéficié d'un accompagnement personnalisé tant sur Tourinsoft, la place de marché que la stratégie marketing.

Le consortium a poursuivi le travail sur l'harmonisation de la base, ainsi que l'intégration des informations touristiques sur DataTourisme relayée sur Data.gouv.

Base de prospects : On entend par prospects, les personnes physiques intéressées par notre destination qui ont accepté le principe d'être alimenté par les Newsletters de Seine-Maritime Attractivité par mail.

→ Chiffres clés

- ▶ **Nombre de prospects au 31 décembre : 50 000 prospects**
- ▶ **Taux d'ouverture des newsletters : 25%, ce qui est considéré comme un excellent taux d'ouverture dans la filière**

L'actuel site web lancé en 2014 connaît une fréquentation en hausse constante dont le niveau permet une visibilité optimale de toute l'offre de notre destination. Il permet de suggérer un nombre très important de séjours ou de visites. La stratégie e-marketing et numérique de Seine-Maritime Attractivité s'est orientée vers un renforcement de son positionnement sur le web, rendant la destination plus lisible et visible pour les internautes : optimisation du portail touristique, actions s'appuyant désormais majoritairement sur le référencement naturel (SEO), qualification fine de l'offre au sein de la base de données normande, consolidation et gestion des prospects avec l'envoi d'une newsletter, etc.



L'amélioration de son ergonomie et de son contenu est effectuée en continu. Des comités éditoriaux ouverts à tous les collaborateurs sont organisés au sein de l'agence afin d'assurer la promotion de certains événements et de publier le bon contenu au bon moment au cours de l'année. En 2019, Seine-Maritime Attractivité a collaboré avec plusieurs territoires sur la réalisation ou accompagnement de projets web comme des sélections d'activités ou d'hébergements, valorisés sur le site internet, les réseaux sociaux et au sein de la newsletter.

■ La Place de Marché

- ▶ 800 nouveaux produits touristiques réservables en ligne
- ▶ 10 Nouveaux prestataires connectés en 2019
- ▶ 12 Territoires partenaires
- ▶ Retombées économiques 2019 : 244 037 € (+47% sur un an)
- ▶ Nombre de réservations 2019 : 4 459 (+86% sur un an)
- ▶ Panier moyen : 54,7€ (62 € en 2018)



En lien avec la stratégie marketing de l'agence, la Place de Marché permet de poursuivre la digitalisation du territoire tout en offrant un modèle économique alternatif pour les professionnels du tourisme, tels que les hébergeurs, les prestataires d'activités ou encore les musées...

Pour poursuivre le déploiement de cette solution, l'agence a su redéfinir sa stratégie e-marketing dès 2018 afin d'offrir un accompagnement personnalisé, des formations individualisées et de répondre aux attentes de chaque métier.

Ce repositionnement, ainsi que l'intégration de la Place de Marché dans une vision stratégique globale, a permis d'augmenter significativement les retombées économiques sur le territoire. En effet, sur la période de 2018/2019 une hausse des retombées de 47% a été réalisée, soit un total de 244 000 € répartis sur 4 459 réservations. Le panier moyen s'établit à 54 € cette année.

En 2019 un travail d'accompagnement et de valorisation des prestataires a été poursuivi et l'intérêt pour l'outil progresse fortement. L'objectif : rendre plus attractive notre destination touristique.

L'année 2019 a été notamment marquée par l'intégration de 10 nouveaux prestataires sur la Place de Marché dont Run&Visit qui propose, à travers un concept innovant, d'associer course à pied et visite culturelle de la ville de Rouen.

À la veille de L'Armada, la communauté d'agglomération Caux Seine Agglo a organisé une escale de trois jours de la célèbre frégate « L'Hermione ». La Place de Marché a été sélectionnée pour la commercialisation des billets en ligne de cet événement

Côté Hébergements, l'année 2019 a été marquée par l'intégration de plusieurs logements locatifs, dont « La Maison », une chambre d'hôtes située en plein cœur de Rouen.

Nous avons ainsi affirmé notre stratégie e-marketing et renforcé notre communication envers nos clientèles prioritaires : contenus éditoriaux, newsletters mensuelles, base prospect, réseaux sociaux... tout a été mis à profit.

■ Les actions vers la presse et les médias

- ▶ 152 accueils presse, dont 67 journalistes étrangers

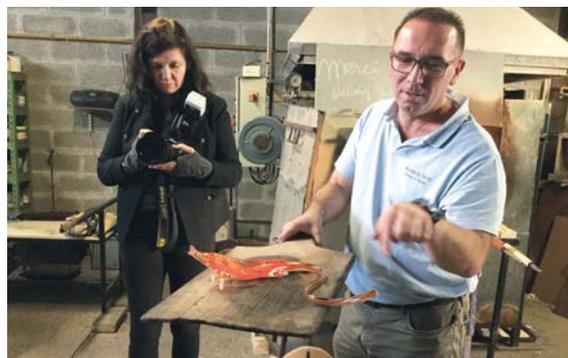
→ 8 voyages presse tenus

Ce travail bénéficie de l'intervention de deux collaborateurs qui se répartissent les relations presse, mais aussi du travail de l'attaché de presse de l'agence qui œuvre sur l'année selon un programme précis défini en n - 1. Cette offre de service de l'agence est partagée avec les offices de tourisme et les territoires de la Seine-Maritime. La parution réelle tarde toutefois parfois à venir : elle peut prendre entre quelques semaines et parfois plus d'une année !



• 152 accueils presse, dont 67 accueils de journalistes étrangers ont été réalisés sur l'année 2019. Ces accueils mobilisent l'équipe qui s'efforce de les satisfaire alors même qu'ils sont irréguliers et imprévisibles. L'enjeu est d'autant plus fort que le journaliste ou le média a une forte audience.

• L'assistance presse consiste à répondre et traiter les demandes diverses de journalistes ou de médias souhaitant évoquer nos offres ou reprendre notre actualité sans qu'un accueil physique ne soit réalisé. Ces demandes se sont élevées à 60 en 2019. Les demandes de visuels qualitatifs et l'expertise de l'offre parfois très détaillée sont les demandes les plus courantes.



• 8 voyages presse au total (dont deux ciblant prioritairement la presse économique plus rare et difficile à mobiliser) et 44 journalistes accueillis représentant les plus grands médias nationaux.

Parmi les supports les plus connus, il est possible de citer notamment :

- Le Figaro Magazine,
- Biba,
- Les Échos week-end,
- Echappées Belles,
- La Carte au Trésor,
- TV5 Monde,
- Météo à la Carte...



Certaines de ces retombées presse peuvent générer de véritables phénomènes particulièrement positifs pour la notoriété de la destination ou d'un prestataire.

La diffusion de certaines émissions TV très populaires permet de donner un véritable coup de projecteur très profitable en termes de fréquentation.



Thèmes touristiques de voyage en 2019

- Nouveautés/mars 2019
- Armada et la Parade de la Seine/avril 2019
- Au fil de l'eau, de la Seine à la mer/août 2019
- City Break au Havre/octobre
- Bien-être/novembre 2019
- Gastronomie/décembre 2019

→ Le Plan média

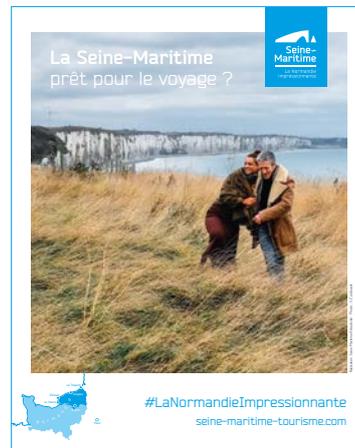
En 2019, notre plan média avait pour objectif d'accroître la notoriété de la Seine-Maritime et de renforcer son image d'une destination attractive. Elle avait également pour but de faire venir les touristes sur les courts séjours et les vacances d'arrière-saison.

Notre action s'est concentrée sur nos territoires de communication prioritaires (Paris/Ile de France, Hauts de France, Bretagne et Normandie hors Seine-Maritime).

Notre axe de communication « Profitez d'un dernier break avant l'hiver » s'est décliné dans deux univers média :

Dispositif web du 12 au 25 octobre en partenariat avec le groupe Prisma :

- **Dispositif éditorial** : un article « sponsorisé » de la rédaction de Femme Actuelle en ligne, géolocalisé sur nos territoires prioritaires.



- **Dispositif d'autopromo** : mis en place sur les sites du groupe Prisma pour renvoyer les internautes vers l'article de Femme Actuelle.

- **Dispositif de sponsoring** : bannières, pavés, habillages en ligne sur les sites du groupe Prisma avec le renvoi vers une page d'atterrissage dédiée sur www.seine-maritime-tourisme.com.

Renfort en presse magazine : prise de parole dans Version Femina édition Ile de France, le titre maximisant Puissance et Affinité sur notre cible.

Date de parution d'une pleine page quadri le 20 octobre 2019. Partenariat avec le magazine Courant d'Air, nouvelle formule de City Magazine, axé « art de vivre » diffusé à 50 000 exemplaires dans les villes de plus de 100 000 habitants, gares, aéroports, etc.





SEINE-MARITIME
- LE DÉPARTEMENT -



Seine-Maritime Attractivité

28 rue Raymond Aron | BP 52 | 76824 Mont-Saint-Aignan
Tél. : 02 35 12 10 10 | contact@sma76.fr

 | seine-maritime-attractivite.com