



RAPPORT D'ACTIVITÉ

2020

Sommaire

L'année 2020 en bref	3
Ça s'est passé en 2020 !	4
La composition du CA au 31/12/2020	5
Les membres du conseil d'administration	5
Membres qualifiés	5
L'équipe et les moyens	6
Organigramme au 31/12/2020	6
Les moyens financiers	7
Mouvements RH	7
Stagiaires accueillis en 2020	7
La communication de l'agence	8
Une stratégie de communication	8
Une charte graphique	8
Le magazine Perspectives	9
Les relations presse	9
Les Réseaux sociaux	10
Le Site www.seine-maritime-attractivite.com	10
Attractivité résidentielle	12
L'amélioration du cadre de vie & des services à la population	12
Attractivité des entreprises	16
Offres d'implantation Notes et études	16
Ingénierie des aides	17
L'appui aux entreprises	17
Soutien à l'implantation	18
Attractivité touristique	20
Développement de l'offre	20
Ingénierie des aides en tourisme	21
Animation de filières et de réseaux	21
Notoriété de la Seine-Maritime : actions de promotion, marketing et de communication	26
Le Web et le E-Marketing	29
Communication digitale et E-Marketing	29



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



L'année 2020 en bref

Comme pour tout le monde, 2020 a été une année très bousculée pour Seine-Maritime Attractivité. Œuvrant dans des domaines touchant notamment au tourisme et à l'animation territoriale, l'agence n'a bien entendu pas pu tout faire comme prévu.

Les collaborateurs n'ont pas toujours été autorisés à se déplacer, un réel inconvénient pour une agence de terrain.

Les deux premiers mois de l'année concentrent la plupart des salons touristiques. Ainsi avec un premier confinement décrété en mars, seul le salon mondial du tourisme de Paris a finalement été annulé et le salon de l'agriculture n'a été amputé que de sa dernière journée.

De nombreux autres événements qui concernent Seine-Maritime Attractivité ou que l'agence pilote elle-même en temps normal ont été, eux, purement et simplement annulés : Forum de l'Attractivité Touristique, Tour Voile, Trophées de l'Attractivité.

Dès le mois de mars, il a fallu comme partout organiser le télétravail pour l'équipe et réagir face à la crise économique et au soutien à une communauté d'acteurs déboussolée.

Une partie de l'action de l'agence a été réorientée vers tout ce qu'il a semblé utile de faire, au vu du contexte, au maximum des capacités et possibilités.

L'accompagnement des acteurs s'est donc rapidement focalisé sur des actions pouvant aider à supporter la crise ou du moins à en limiter l'impact. L'équipe s'est par exemple

mobilisée pour former les prestataires à la place de marché ou impliquer les hôteliers dans une opération sans précédent de Revenue Management. Mettre sur le devant de la scène les initiatives prises localement sur les supports digitaux fut le second enjeu des périodes de confinement, en particulier les produits locaux et la vente à emporter pour notre filière de producteurs et celle des restaurateurs.

Les administrateurs de l'agence ont également validé deux actions inédites répondant là encore à la crise : le Repos des Héros et la campagne de communication de rebond, à retrouver en détail dans ce rapport d'activité.

Malgré tout, une partie importante des objectifs du plan d'action validé avant la crise ont été atteints, voire dépassés. Le nombre de porteurs de projets accompagnés par l'équipe n'a en fait jamais été aussi élevé avec plus de 400 nouveaux accompagnements en 2020. C'est une tendance de fond voulue par les financeurs de Seine-Maritime Attractivité et à laquelle l'agence a pu répondre grâce à la forte implication de toute son équipe.



Ça s'est passé en 2020 !



▲ Bourse d'échange de documentations touristiques



▲ Le Repos des Héros



▲ L'Assemblée Générale annuelle de SMA

■ Bourse d'échange de documentations touristiques

En raison de la crise sanitaire, mais pour ne pas priver nos partenaires touristiques de l'échange de brochures, cet événement professionnel a eu lieu en extérieur sur le parking de l'agence, sous la forme d'un drive.

■ Labellisation de Neufchâtel-en-Bray « Village Étape »

Seine-Maritime Attractivité a accompagné la commune pour ce très intéressant label générateur de retombées économiques immédiates. C'est la première commune de Seine-Maritime à le recevoir !

■ Première action de Revenue Management au profit des hôteliers

Cette animation a été assurée auprès d'une dizaine d'établissements. De véritables gains de chiffres d'affaires ont été réalisés malgré les confinements successifs.

■ Le Repos des Héros pour faire gagner des séjours aux soignants

Seine-Maritime Attractivité a lancé cette opération pour remercier les soignants mis à l'épreuve par la crise. Cela a aussi permis de faire découvrir notre destination à de nouveaux touristes.

■ Une grande campagne de communication collective de rebond : CRT, Seine-Maritime Attractivité, OT

Seine-Maritime Attractivité s'est associée au CRT pour communiquer auprès de nos touristes en mettant en valeur l'accessibilité et la disponibilité immédiate de notre destination.

■ 1^{re} édition de la carte touristique de la Seine-Maritime à pied

Des grands itinéraires aux boucles locales de randonnée. Une réponse à la demande croissante des visiteurs.

■ Flux Vision Tourisme

2020 a été la deuxième année de suivi des fréquentations avec l'outil Flux Vision Tourisme : cela a permis de quantifier l'impact des confinements et des restrictions de déplacements.

■ Festival Normandie Impressionniste

Un festival impacté par la crise, mais qui a pu avoir lieu malgré tout : une valeur sûre de notre territoire au sein de la filière du tourisme culturel.

■ L'Assemblée Générale annuelle de Seine-Maritime Attractivité

Elle a dû être décalée au 21 septembre, et a eu lieu dans le superbe cadre du château de Bois-Héroult, non loin de Buchy.

■ Lancement d'une enquête sur le tourisme durable

Forte est l'ambition de l'équipe sur ce sujet. L'enquête a été lancée auprès de 1950 prestataires de Seine-Maritime.

■ Election du nouveau Président Délégué aux collectivités locales

Olivier de Conihout a été élu en Conseil d'Administration le 17 décembre au château de Sainte-Marguerite-sur-Mer.

■ Inauguration de la Pomme au Bois Rond

Un hébergement très insolite qui a été inauguré le 28 juillet à Mesnil-Folleprise.

■ Lancement de l'opération Flaubert 2021 en décembre

Seine-Maritime Attractivité mobilisée sur l'action « A table avec Flaubert » au profit des restaurateurs.

La composition du CA

au 31/12/2020

La composition du CA a évolué en 2020 en raison à la fois de la tenue des élections municipales, puis de la modification statutaire intervenue sur recommandation de la chambre régionale des comptes avec l'ajout d'un poste de Président

Délégué aux collectivités locales au sein du bureau. C'est Olivier de Conihout qui a été élu lors du CA du 17 décembre. M. de Conihout est maire de Sainte-Marguerite-sur-Mer et délégué communautaire de l'agglomération Dieppe-Maritime.

Les membres du conseil d'administration

Les conseillers départementaux

Alain Bazille

Vice-Président du Département
Conseiller Départemental
du canton de Fécamp

Alban Bruneau

Conseiller Départemental
du Canton du Havre 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

Olivier de Conihout

Conseiller communautaire
de la Communauté
d'agglomération Dieppe
Maritime.
Président délégué aux
collectivités locales de
Seine-Maritime Attractivité

Gérard Charassier

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

Yves Tasse

Vice-Président de la
Communauté de communes
Côte d'Albâtre

Loïc Beaucamp

Vice-Président de la
Communauté de communes
Falaises du Talou

Olivier Bureaux

Président de la
Communauté de communes
Terroir de Caux

Les Communes

Christine Lesueur

Adjointe au Maire de
Forges-Les-Eaux

François Delnott

Maire de
Saint-Denis-le-Thibout

Jean-Luc Cornière

Maire de
Bertrimont

Bernard Hoguet

Maire de
Saint-Léonard

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

Nathalie Thierry

Vice-Présidente du CAUE76

Sébastien Levasseur

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

Philippe Coudy

Président de l'UMIH 76

Acteurs du tourisme

Blandine Das

Présidente de l'office de
tourisme **Terroir de Caux**

Jean-Baptiste Gastinne

Président de l'office de
tourisme **Le Havre Etretat**
Normandie Tourisme

Patrice Onfray

Présidente de l'ADTER
Secrétaire de
Seine-Maritime Attractivité

Marie-Agnès Poussier-

Winsback
Vice-Présidente du **Comité
Régional du Tourisme**

Jean-Claude Brubion

Président des **Abbayes
de Normandie – route
touristique**

Membres qualifiés

Henry Decaens

Vice-Président de l'office
de tourisme Rouen
Normandie Tourisme
et Congrès

Stéphanie de Pas

Vice-Présidente de
l'office de tourisme
Normandie Caux Vexin

Christophe Cusseau

Directeur de l'office
de tourisme de Fécamp

Philippe Augier

Vice-Président du
Pôle métropolitain de
l'Estuaire de la Seine

Alain Robert

Président de l'office de
tourisme de Forges-Les-
Eaux

L'équipe et les moyens

 Organigramme au 31/12/2020

Direction

Xavier Prévotat
Directeur

Astrid Duchaussoy
Assistante
des Directions

Pôle Administration et Finances

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
Cheffe de projet
Développement local

Christel Leroux
Chargée de l'Ingénierie
des aides

Stéphanie Viot
Chargée d'affaires
Invest

Isabelle Dubos
Assistante technique
offres d'implantation

Développement Aménagement et Construction

Patricia Legrand
Cheffe de projet
Ingénierie
aménagement et
construction

Thomas BOURDIN
Chargé de
mission Ingénierie
Aménagement et
Construction

Études et Veille

Fabien Le Ruyet
Chef de projet Études

Léa Manso
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
Édition, Presse &
Événementiel

Stéphanie Greffe
Chargée de
développement numérique

Ophélie Hébert
Chargée de
communication digitale

Promotion

Justine FIEVET
Cheffe de projet
événementiel | Relations
presse

Mayrick Daem
Chargé de logistique
Événementiel & Diffusion

Cédric Communal
Chargé de communication
Graphiste

Christelle Féron
Assistante
de promotion

Datas

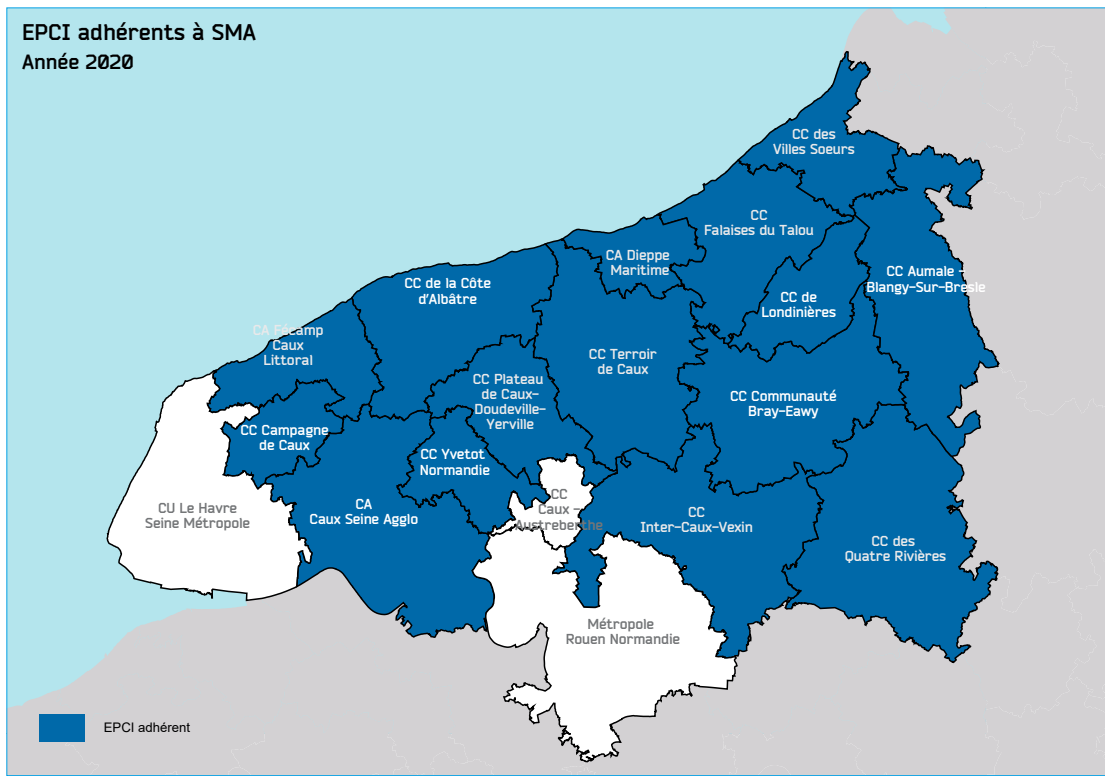
Ingrid Millot
Responsable service
Datas

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

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

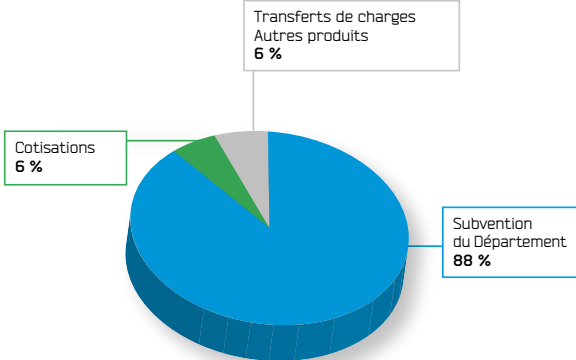
Josette Lourmière
Assistante
de communication
Qualification du SIT

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



Les moyens financiers

L'association bénéficie pour son budget de 3 135 621 € en 2020 d'une importante subvention prévisionnelle du Département représentant 88 % de ses produits sur l'année, soit 2 765 090 €. Depuis deux ans, le chiffre d'affaires généré par l'agence a baissé sans que cela ne grève son fonctionnement. Les cotisations représentent l'essentiel du reste des produits avec un montant total de 176 395 €.



Mouvements RH

Seine-Maritime Attractivité a décidé en 2020 d'accueillir deux jeunes alternants au sein de l'équipe :

- ▶ **Valentin Debels**, étudiant en DUT Multimédia et Métiers de l'internet (Elbeuf), pour une année afin de renforcer la capacité de production de photos et vidéos de Seine-Maritime Attractivité
- ▶ **Camille Chombard**, étudiante en Master Communication et Webmarketing, pour deux années afin de renforcer les actions de communication corporate de Seine-Maritime Attractivité entre autres.

En outre, 3 nouveaux collaborateurs ont intégré l'agence, en remplacement ou pour renforcer l'équipe :

- ▶ **Thomas Bourdin**, diplômé de SciencesPo Rennes « Ingénierie des Services Urbains en Réseau dans les villes en devenir », a intégré la cellule Ingénierie Travaux comme chargé de mission dès le 2 janvier
- ▶ **Léa Manso**, titulaire d'un Master en Économie territoriale de l'Université Clermont-Auvergne, a pris ses fonctions de chargée d'études et de l'observatoire du tourisme le 14 septembre
- ▶ **Justine Fiévet**, a quant à elle été recrutée comme cheffe de projet événementiel et relations presse après un parcours en collectivité territoriale. Justine possède un Master en Communication de Paris.

Stagiaires accueillis en 2020

- ▶ 8 étudiants du BTS tourisme de Rouen ont été mobilisés pour accompagner Seine-Maritime Attractivité et le Département sur le stand du Salon International de l'Agriculture 2020.
- ▶ **Julia Vérité** : BTS Tourisme (1^{re} année), au lycée Camille Saint Saëns.
Stage « qualification de la base de données » du 06/01/2020 au 24/01/2020 (3 semaines) au sein du pôle Promotion Communication – service Datas (tuteur : Hakim SALAH)
- ▶ **Mathilde Lallouette** : BTS Tourisme (1^{re} année), au lycée Camille Saint Saëns.
Stage « qualification de la base de données » du 06/01/2020 au 24/01/2020 (3 semaines) au sein du pôle Promotion Communication – service Datas (tuteur : Hakim SALAH)
- ▶ **Mathilde Harel** : Master 2 Tourisme – Parcours Ingénierie touristique et culturelle, à l'Université Le Havre Normandie.
Stage « mise en tourisme des parcs et jardins de la Seine-Maritime » du 09/03/2020 au 28/08/2020 (5 mois) au sein du pôle Développement – Cellule touristique (tuteur : Yann Leroux)
Ce stage a été prolongé d'un CDD Chargée de mission Développement Touristique dans le cadre d'un remplacement de congés maternité.
- ▶ **Anaïs Hamel** : BTS Tourisme (2^e année) au lycée Camille Saint Saëns.
Stage « tourisme d'affaires » du 30/11/2020 au 18/12/2020 (3 semaines) au sein du pôle Développement – Cellule touristique (tuteur : Yann Leroux)

La communication de l'agence

L'enjeu principal de Seine-Maritime Attractivité est de se mobiliser au profit des porteurs de projets. Ses actions et son offre de service doivent donc être connues du plus grand nombre.

En 2020, l'équipe de Seine-Maritime Attractivité a notablement renforcé les actions de communication corporate afin d'augmenter la notoriété de l'agence, mais aussi d'améliorer la lisibilité de ses actions.

Chiffres clés

225 jours de travail, soit 6,37 %
du temps de travail opérationnel
de l'équipe

- > 1 stratégie élaborée
- > 1 plan de communication élaboré
- > 9 communiqués de presse rédigés

Une stratégie de communication

Une stratégie de communication d'agence a été élaborée en 2020. Cette stratégie a pour objectif de répondre à des problématiques précises et identifiées qui sont liées notamment à la jeunesse de l'agence.

En effet, le constat réalisé est que l'agence n'est pas encore suffisamment connue sur le territoire. De plus, son large champ d'action et ses nombreuses missions auprès des acteurs du territoire compliquent la compréhension et la lisibilité de ses capacités.

L'objectif de cette stratégie de communication est donc de pallier ces problématiques de notoriété et d'image. Depuis plusieurs années et d'autant plus depuis la crise sanitaire que nous avons traversée, l'agence veut s'orienter vers des actions durables et responsables. Cette orientation doit également être prise en compte dans la stratégie de communication.

Une analyse et un repositionnement de chaque support de communication ont donc été réalisés afin que chacun réponde à un objectif précis.

Une charte graphique

Dans la continuité de la stratégie de communication, une charte graphique d'agence a été réalisée.



Cette charte a pour objectif d'apporter une cohérence visuelle à l'ensemble des supports de communication déployés par l'agence.

La création de cette charte graphique a permis la création et la mise à jour de plusieurs supports de communication :

- ▼ Rapport d'activité 2019



▼ Gabarits E-mailings



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.

▼ Roll up et stand parapluie



Les relations presse

La presse locale est un très bon relai d'information auprès des acteurs du territoire. Pour se faire connaître auprès des élus locaux, des porteurs de projets, etc., l'agence doit pouvoir faire porter ses messages. En 2020 l'agence a donc renforcé sa communication auprès des journalistes de la presse locale.

9 communiqués de presse ont été adressés aux médias locaux (accompagnement porteur de projet Capsulo, Le Repos des Héros, état des lieux du foncier économique, notes de conjoncture touristique, bilan de fin de saison...)

▼ Visuels pour les réseaux sociaux..



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.

Les Réseaux sociaux



Chiffres clés de l'évolution des personnes abonnées entre 2019 et 2020

Facebook : création en mars 2020 + 500 abonnés

Twitter : 1 200 suiveurs (+ 150 en 2020)

LinkedIn : 3 200 abonnés (+ 1 850 en 2020)

Une stratégie de déploiement des réseaux sociaux a été mise en place progressivement sur l'année et a porté ses fruits dès le début. La présence de l'agence sur les réseaux sociaux a été fortement renforcée en 2020 avec des publications nettement plus régulières, un planning de publication avec des thématiques variées.

Cette présence sur les réseaux sociaux vise plusieurs objectifs :

- ▶ Faire connaître l'agence
- ▶ Valoriser les actualités, les publications de l'agence et le travail de l'équipe
- ▶ Développer l'attractivité du territoire

Des contenus plus « imagés » ont également été travaillés. Deux interviews en format vidéo ont été réalisées afin de soutenir les acteurs du territoire d'aujourd'hui :

Zoom sur la Galerie des Arts du Feu à Rouen qui a bénéficié d'un accompagnement à la place de marché (située à l'Aître Saint-Maclou).

Interview d'Omar Abodib, directeur du Domaine Saint Clair à Etretat (hôtel-restaurant 4 étoiles).



Le Site

www.seine-maritime-attractivite.com

Chiffres clés et évolution entre 2019 et 2020

Site mis en ligne en janvier 2018

▶ **Nombre de sessions en 2020** :
44 883 (+100% / 22 361 en 2019)

▶ **Nombre de pages vues en 2020** :
87 176 (+51,6% / 57 512 en 2019)



En 2020, le site institutionnel de l'agence a apporté des réponses concrètes face à cette crise sanitaire et économique. Un ensemble d'actions auprès des entreprises, collectivités ou encore porteurs de projets ont permis d'asseoir le positionnement de Seine-Maritime Attractivité ainsi que de valoriser des accompagnements clairs en soutien à l'attractivité touristique et des entreprises.

Ainsi, le site Internet d'agence a connu une augmentation des contenus créés sur l'année : + 40 articles conçus au total. Informations COVID-19 et mesures de soutien, notes de conjoncture et impact de la crise sanitaire sur l'activité touristique, soutien à l'économie de proximité, recherche de financement et reprise de l'activité post confinement... Des sujets saisis par Seine-Maritime Attractivité pour apporter toute l'expertise nécessaire à la bonne reprise post confinement.

Des réponses opérationnelles aux attentes :

- ▶ Recherche de financement en soutien à la crise : + 20 600 pages vues sur le site Seine-Maritime Attractivité. Le positionnement d'une collaboratrice sur ce seul sujet nous a permis d'accompagner 115 projets sur l'année 2020.
- ▶ Dans son ensemble, le site a connu une augmentation de 51% de pages vues, passant de 57 512 en 2019 à 87 176 pages vues en 2020. Cela s'explique entre autres par notre action renforcée sur la communication institutionnelle.



Attractivité résidentielle

L'amélioration du cadre de vie & des services à la population	12
Appui aux projets de développement local/territorial	12
Ingénierie des aides	12
Ingénierie travaux	12
Notoriété de la Seine-Maritime	13

Attractivité résidentielle

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

Chiffres clés

595 jours de travail, soit 16,84 % du temps de travail opérationnel de l'équipe

- > 54 nouveaux dossiers accompagnés
- > 2 MEET UP
- > 1 salon d'attractivité résidentielle

■ Appui aux projets de développement local/territorial

▶ 8 nouveaux dossiers

- ▶ Les élus de la commune de Douvrend ont eu l'opportunité de découvrir l'outil de diagnostic territorial créé par le Pôle Développement de l'agence.
- ▶ Un dossier a été ouvert au profit de la commune d'Étretat. Une réunion avec les élus de la commune s'est tenue en février 2020 pour aborder deux projets :
 - > La transformation d'un bâtiment communal en Foyer de Jeunes Travailleurs / Auberge de Jeunesse
 - > Le lancement d'une étude sur la création et l'utilité d'un tiers lieux.
- ▶ Premières réflexions avec la commune de Préaux qui souhaite outiller sa démarche de transition écologique.
- ▶ Rencontre avec le Jardin des Sources de Saint-Martin-le-Gaillard pour le lancement d'une réflexion sur l'aménagement et le développement du site.
- ▶ Rencontre avec les propriétaires du Jardin des Sculptures à Bois-Guilbert, en compagnie des services de la Région, pour imaginer le développement à long terme du site.
- ▶ Accompagnement de la commune d'Avremesnil sur des questions d'implantation d'un marché de producteurs sur sa commune
- ▶ Sollicitation de la Communauté de communes Caux-Austreberthe pour un soutien personnalisé dans le cadre de la définition sa stratégie de développement économique
- ▶ Visite du Château de Chantereine sur et avec la commune de Criel-sur-Mer, propriétaire du site, pour définir l'accompagnement de notre agence sur la recherche de financements, l'ingénierie travaux et le développement touristique du domaine
- ▶ Organisation de deux meet up (sous forme de webinaires) : Seine-Maritime Attractivité organise régulièrement des Matinales des Experts Economiques des Territoires, des réunions permettant d'aborder des sujets prégnants ou innovants de développement en présence de spécialistes.
 - > Territoire de demain, les enjeux de la mobilisation citoyenne en partenariat avec l'entreprise ON VA SEMER, l'association ACTIVATEUR DES TERRITOIRES, et le bailleur social HABITAT76
 - > Communes, EPCI Transition écologique : Quels outils, quelles solutions ? le 24 novembre
- ▶ Participation à la réunion de présentation de l'Agence Nationale de Cohésion des Territoires par la Députée Stéphanie Kerbarh en mars 2020.
- ▶ Participation à l'Assemblée Générale de l'ADRESS.

- ▶ Participation aux 4^e rencontres normandes du développement durable.

■ Ingénierie des aides

Sur l'année 2020, 14 nouveaux porteurs de projet publics ont fait appel à l'agence pour identifier les dispositifs de financements mobilisables dans le cadre de leur projet portant sur l'attractivité résidentielle.

■ Ingénierie travaux

▶ 32 nouveaux dossiers

▶ 146 opérations en cours et suivies par Seine-Maritime Attractivité au 31 décembre de l'année.

Cette offre de service de l'agence consiste à assister et à conseiller les collectivités dans leur projet d'aménagement, de construction ou de réhabilitation, afin de développer la qualité de notre cadre de vie ce qui joue sur l'attractivité résidentielle du territoire.

Dans une année 2020 marquée par la COVID-19 et les élections municipales, la cellule Ingénierie travaux a rencontré 55 élus dans leurs territoires, et a pris 32 nouveaux dossiers en charge, pour un total de 141 dossiers en cours.

Trois thématiques récurrentes représentent l'essentiel de ces activités : la restauration d'églises et de chapelles (32 dossiers), l'aménagement de centre-bourg et les travaux de voirie (37 dossiers) et la réhabilitation ou la construction de salle polyvalente ou de gymnase (28 dossiers).

Ces trois sujets dominants sont complétés de besoins portant sur des groupes scolaires, des mairies ou des projets de logements, voire de nouveaux quartiers d'habitation.

L'équipe de Seine-Maritime Attractivité intervient essentiellement en concertation avec le CAUE76 (avec qui elle est conventionnée) qui rédige en amont les notes d'enjeu permettant de cadrer le projet et d'identifier les besoins et les problématiques.

L'accompagnement s'étale sur plusieurs mois, voire plusieurs années et consiste à une assistance à la commande publique via la rédaction de cahiers des charges de consultation, l'organisation des auditions et de l'analyse comparative des offres. Par la suite l'équipe reste disponible pour aider juridiquement et administrativement les élus pendant toute la durée du projet et jusqu'à la livraison des travaux. L'intégration au pôle Développement permet de faciliter les échanges avec les autres services de l'agence, notamment sur la recherche de subventions, la mise en tourisme ou le développement durable.

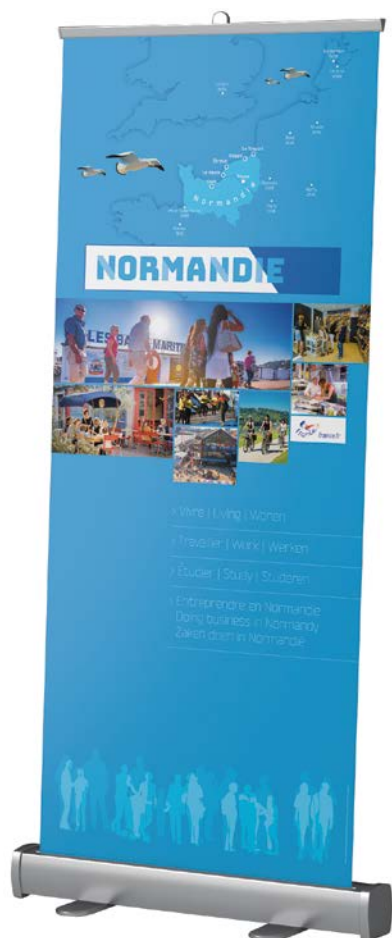
■ Notoriété de la Seine-Maritime

► 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. 2020 a représenté la 3^e présence de l'agence sur cet événement singulier où a pu être mis en valeur le cadre de vie normand.

L'agence y a présenté les 08 et 09 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.



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, l'agglo Caen La Mer, 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 nos bords de mer, de même qu'à nos opportunités d'installation dans le tourisme, les hébergements ruraux et de plein air en particulier. Gageons que la crise de la COVID-19 ne pourra que renforcer cet intérêt des Hollandais vis-à-vis de notre cadre de vie.

► Trophées de l'Attractivité



La crise sanitaire a malheureusement empêché la tenue de la seconde cérémonie des Trophées de l'Attractivité. Les lauréats avaient été sélectionnés et les jurys ont néanmoins été tenus. La cérémonie aura donc lieu en 2021.



Café des Tribunaux

PIETONNE

3,5t

Jeff de Bruges
NATURALEMENT ENCHOCOLAT

LIQUEUX
PAR L'OFFERIR



Attractivité des entreprises

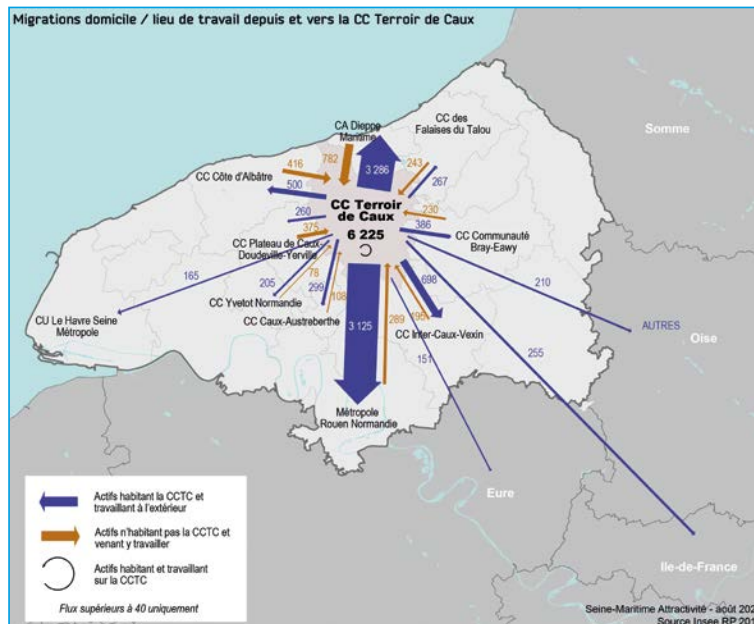
Offres d'implantation - Notes et études	16
Offres d'implantation	16
Ingénierie des aides	17
L'appui aux entreprises	17
Soutien à l'implantation	17

Attractivité des entreprises

Chiffres clés

406 jours de travail, soit 11,1 % du temps de travail opérationnel de l'équipe

133 nouveaux dossiers accompagnés sur l'année



Offres d'implantation Notes et études

► 1 analyse du foncier à vocation économique (étude globale à l'échelle du département)

► 3 études restituées

► 40 plans de Zones d'Activité mis à jour

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

- **Des notes et analyses** : une analyse départementale du foncier à vocation économique.
- Une photographie de la situation du foncier à vocation économique publiée comme chaque année à l'automne, un travail de collecte et de synthèse réalisé à cette échelle uniquement 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, ainsi que les projets de développement. Une diffusion de ce travail est assurée auprès des adhérents de Seine-Maritime Attractivité ainsi qu'auprès des différents échelons territoriaux.

Des études suivant des demandes émanant d'adhérents :

- **Département de la Seine-Maritime** : réalisation d'une enquête pour évaluer l'opportunité de créer un pôle de réparation navale dans le port de Fécamp.
- **Communauté de Communes de Terroir de Caux** : étude d'opportunité pour développer un hôtel d'entreprises et un tiers lieu sur le territoire. Poursuite de l'accompagnement en 2021.
- **Agglomération Dieppe-Maritime** : état des lieux de la filière pêche et aquaculture (finalisé début 2021) dans le secteur dieppois.

L'agence produit également des réponses à des demandes d'informations ou de données pour ses adhérents ou des organismes partenaires.

Offres d'implantation

Actualisation des plans de ZA : en lien direct avec ce travail d'observation du foncier économique, l'agence assure la mise à jour et la publication sur son site d'une quarantaine de plans de zones d'activités, avec les parcelles disponibles à la commercialisation en évidence. 40 zones ont ainsi été mises à jour et mises en ligne.

Tenue de la bourse des locaux : outil qui a près de 25 ans d'existence, la bourse des locaux de Seine-Maritime Attractivité identifie en permanence de nouvelles opportunités d'installation

en bâtiments publics et privés sur des surfaces tertiaires, de production, de stockage ou encore adaptés au tourisme. Comptant plusieurs centaines d'offres, elle bénéficie du partenariat des agences immobilières spécialisées. En 2020, 183 offres nouvelles sont venues alimenter la base pour un total disponible en ligne de 381 locaux au 31 décembre. Toutes ces offres sont visibles en ligne sur le site web d'agence, ainsi que mises en valeur dans une édition papier qui a été diffusée 3 fois dans l'année et distribuée à des milliers de contacts.

Ingénierie des aides

L'ingénierie des aides constitue un des services assurés par Seine-Maritime Attractivité auprès de tout porteur de projet qu'il soit public ou privé.

Sur l'année 2020, 42 nouveaux porteurs de projet privés ont fait appel à l'agence pour identifier les dispositifs de financements mobilisables dans le cadre de leur projet.

La nature de ces projets est très variable : hébergements marchands, restauration, artisanat de service ou de production, associations, commerce, etc. Par ailleurs, durant le premier confinement pour faire face à la crise sanitaire, Seine-Maritime Attractivité s'est mobilisée pour répondre au mieux aux demandes et aux besoins des acteurs du territoire. Une veille pro-active sur les différents dispositifs de soutien pour les entreprises a été menée et un dispositif d'orientation des demandes a été mis en place dès le début du confinement. Seine-Maritime Attractivité a ainsi orienté / accompagné durant cette période près d'une centaine de chefs d'entreprises et porteurs de projets sur les 3 axes d'attractivité.

L'appui aux entreprises

■ Soutien à l'implantation

→ Prospection exogène

▶ 45 projets qualifiés suivis et accompagnés

▶ 1 implantation réussie

Dans le cadre de l'attractivité des entreprises, Seine-Maritime Attractivité a mis en œuvre une action de prospection avec le soutien du cabinet ANCORIS (anciennement ACSAN) en 2020. Le cabinet 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 prospects exclusifs :

• **PONTICELLI** : Entreprise de fourniture de services industriels. Groupe familial et indépendant, Ponticelli Frères fournit des services industriels, en particulier aux entreprises des secteurs du pétrole et du gaz, de l'énergie, de la chimie, de la pharmacie et de la sidérurgie.

Dans le cadre de son développement, l'entreprise a cherché à établir un site à Dieppe en soutien de ses sites déjà existant à Rouen, Lillebonne et au Havre.

Dossier désormais confié au territoire dieppois.

• **NUTRI'EARTH** : Entreprise de production de poudre alimentaire bio issue d'insectes comestibles.

L'entreprise recherche un foncier d'accueil afin de monter un démonstrateur industriel.

Pour le moment, des discussions sont en cours avec des investisseurs sur les sujets prioritaires de l'entreprise.

• **EUROTRANSPHARMA** est déjà présent en Seine-Maritime. L'entreprise loue actuellement un site à Saint-Étienne-du-Rouvray et compte 25 collaborateurs. Dans le cadre du développement de son activité, elle se lance dans la recherche d'un nouveau site.

Créée en 2011, la société a plusieurs unités en France et est spécialisée dans le transport de produits pharmaceutiques. Elle est le premier transporteur français 100% dédié au transport de produits de santé.

Dossier pris en charge par le territoire de la Métropole de Rouen.

• **FRENOIS** : Groupe de restauration ayant plusieurs enseignes, recherche un site pour internaliser l'ensemble de sa blanchisserie.

Plusieurs propositions de sites ont été faites par Seine-Maritime Attractivité. Les échanges sont en cours.

Outre ce travail spécialement mené pour le compte de l'agence, l'équipe continue d'être destinataire des prospects 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 et de Seine-Maritime Attractivité. Parmi ceux-ci, 3 ont fait l'objet d'un travail plus approfondi de l'agence :

• **Entreprise Llafia** : Maître bottier qui souhaite habiter sur son futur site et pouvoir loger une partie du personnel, ainsi que les associés parisiens de la société. Cette entreprise travaille avec tous les centres de rééducation, qui sont les premiers prescripteurs.

9 sites à proximité d'Yvetot ont été proposés en lien avec la Communauté de communes Yvetot-Normandie.

• **Isabel COVID-MAD20** : Projet de création d'un site de conditionnement et production de vaccins COVID (30 emplois, 20 M €). L'entreprise cherche un bâtiment de 3000 m². Le laboratoire peut être dans n'importe où en France métropolitaine, avec comme condition, qu'il y ait une bonne qualité et quantité d'eau.

Proposition d'un site avec la Communauté de communes des Villes Sœurs sur la ZA des Prés Salés. La proposition n'a pas été retenue, mais l'investisseur aurait trouvé le bâtiment correspondant à son cahier des charges parmi les propositions de l'offre française.

• **Projet MEDBYNW-AFR20** : Projet d'investissement financier d'une entreprise marocaine qui recherche un entrepôt de 700 m² dans un rayon de 150 km maximum autour des ports de Rouen-Le Havre.

Le porteur du projet et son associé souhaitent implanter une filiale en France qui sera une centrale d'achats de pièces de rechange et de lubrifiants/huiles moteurs et une plateforme export pour les marchés marocain, sénégalais et ivoirien ainsi que d'autres marchés d'Afrique francophone.

Proposition de 3 sites à proximité de Rouen et de 4 sites à proximité du Havre.

Outre ces dossiers, Seine-Maritime Attractivité a été en mesure de suivre 38 projets exogènes parvenus à l'agence par le cabinet de prospection ANCORIS Pôle Implantation Tourisme (anciennement Regional Partner). Des projets très stratégiques, qualitatifs et structurants dans la filière touristique.

61% des projets qualifiés concernent l'hôtellerie (établissements hybrides, hôtellerie nouvelle génération, résidences de tourisme) et l'hôtellerie de plein air (écodomains, PRL, campings intimistes et haut de gamme)

24% des projets sont considérés comme « peu mobiles » : c'est-à-dire que le porteur de projet cible particulièrement le département de la Seine-Maritime ou la région Normandie

La moitié des projets transmis entre juin et décembre disposent d'un budget d'investissement total supérieur à 1 million d'euros.

Soutien à l'implantation

1 implantation réussie avec les Galettes de Broons.

Cette entreprise agroalimentaire bretonne (Côtes-d'Armor) possédant déjà un établissement normand à Alençon a fait part de sa recherche d'un nouveau site d'implantation en Seine-Maritime à Seine-Maritime Attractivité courant 2019.

Suite à sa demande ciblant le nord de la Seine sur un axe Rouen-Barentin-Yvetot et après lui avoir soumis un choix de plusieurs sites possibles dans ce secteur, Seine-Maritime Attractivité a accueilli les investisseurs avec Rouen Normandie Invest en mars 2019 (visite d'un bâtiment à Bapeaume-Les-Rouen, d'un bâtiment à Sotteville-lès-Rouen, d'un bâtiment à Le Petit-Quevilly ainsi qu'au MIN de Rouen).

La crise sanitaire a retardé quelque peu l'avancement de leur projet, mais Seine-Maritime Attractivité a eu le plaisir d'avoir la confirmation de leur implantation sur le MIN de Rouen courant 2020.

L'entreprise a pris la dénomination de « La Galette du Val de Seine ».

→ Endogène

▶ 46 nouvelles demandes

▶ 1 implantation directement assurée



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, la plupart digitaux.

En termes de suivi de contacts endogènes, 46 nouvelles entreprises se sont adressées à Seine-Maritime Attractivité dans l'année, dont 11 qui ont bénéficié d'un accompagnement sur le terrain pour visiter des offres.

1 implantation a été conclue suite à ces accompagnements dans l'année :

• **France Pare-Brise à YVETOT** : prise de bail le 09 octobre après plusieurs échanges entre l'agence et cette société cherchant

à s'implanter sur Yvetot. La société a choisi une offre du réseau LEM- CBRE avec lequel une collaboration perdure depuis une quinzaine d'années.



Voici les autres accompagnements ou interventions assurés par l'agence en 2020 en matière d'attractivité des entreprises :

- Rencontre avec l'entreprise « La Moutarderie » de production artisanale de moutarde afin de l'accompagner sur les enjeux de développement local et de développement durable.
- Participation aux réunions « Pôle Eco Yvetot » et « Comité Technique du Pays Dieppois » toutes les 6 semaines avec les différents acteurs du territoire (Intercommunalités, Région, Pôle Emploi, CMA, CCI, etc.).
- Participation du pôle développement de Seine-Maritime Attractivité à une journée coaching en partenariat avec la CRESS pour accompagner des porteurs de projets sur l'ESS et la création et le développement d'entreprise.
- Participation aux réunions du Club d'entreprises de la Vatine de Mont-Saint-Aignan.
- Participation à la réunion sur le plan de relance économique de la Région pour l'ESS.
- Coordination avec la Banque des Territoires sur l'accompagnement de projets structurants sur le département de la Seine-Maritime.

≠ Attractivité touristique

Développement de l'offre	20
Accompagnement des porteurs de projets	20
Ingénierie des aides en tourisme	21
Animation de filières et de réseaux	21
Tourisme culturel	21
Tourisme Fluvial / Fluvestre	22
Tourisme d'Affaires	22
Tourisme de Savoir-Faire	22
Tourisme Responsable	23
Ambassadeurs 76	23
Tourisme de pleine nature	23
Tourisme social	24
Tourisme à moto	24
Professionnalisation des acteurs touristiques	24
Observatoire touristique	24
Études	25
Notoriété de la Seine-Maritime : actions de promotion, marketing et de communication	26
Opération spéciale : Le Repos des Héros	26
Événements	26
Les Brochures touristiques de l'agence en 2020	27
Iconographie	28
Le Web et le E-Marketing	29
Site : seine-maritime-tourisme.com	29
Les datas / Système d'information touristique normand SITN	29
Communication digitale et E-Marketing	29
Place de Marché	30
Les actions vers la presse et les médias	30
Plan média	31

Attractivité touristique

Chiffres clés

2 314 jours de travail, soit 65,6 % du temps de travail opérationnel de l'équipe

- > 17 nouveaux itinéraires touristiques repérés et valorisés
- > 7 #MeetUp et webinaires
- > 3 Études et notes
- > 8 publications de l'observatoire du tourisme
- > 271 nouveaux porteurs de projet accompagnés

Développement de l'offre

■ Accompagnement des porteurs de projets

L'assistance aux porteurs de projet est un travail sur mesure assuré auprès de différents types de publics. En 2020, pas moins de 51 d'entre eux se sont adressés à Seine-Maritime Attractivité pour obtenir des informations, des conseils ou un accompagnement dans leur entreprise. La liste est à découvrir ci-dessous.

→ 1 projet lié au tourisme fluvial

Création d'un équipement touristique fluvial sur la Seine à Rives-en-Seine (hébergement, restauration, navigation) tourisme d'affaires, cérémonies et visites : accompagnement technique et financier mené par l'agence (Rendez-vous bancaires, élus).

→ 2 projets liés à la randonnée pédestre

- **OT des 4 rivières en Bray** : création d'une carte de randonnée valorisant les circuits de randonnée de La Feuillie et ses alentours et accompagnement dans la mise à la charte de l'édition (projet achevé en février 2021).
- **OT Terroir de Caux** : création d'une carte de randonnée valorisant les circuits de randonnée sur les secteurs de Auffay et Quiberville.

→ 3 projets liés à la signalétique touristique

- **Commune de La Bouille** : Création d'un panneau touristique pour la commune.
- **OT Terroir de Caux** : Création d'un panneau d'interprétation du Château de Longueville.
- **Caux Seine Tourisme** : création d'un panneau d'interprétation dédié au Château de Vatteville-la-Rue.

→ 8 projets liés au tourisme à vélo et à cheval

- **Commune d'Etoutteville** : Accompagnement projet de requalification d'un ancien espace d'habitation privée en hébergement locatif de type chambre d'hôtes et épicerie.
- **Communes de Rives-en-Seine** : Projet de réhabilitation de l'ancienne maison des Pilotes de Villequier en point accueil touristique
- **Commune de Beaubec-La-Rosière** : Projet de développement d'activité le long de l'Avenue Verte London-Paris
- **CC Caux Vallée de Seine** : conseils à l'édition d'une fiche cyclo touristique, mise à la charte graphique départementale de randonnées.

- **OT d'Yvetot** : conseils à la création d'un panneau touristique des itinéraires vélo traversant la commune, mise à la charte départementale de randonnées (projet en cours)
- **Commune du Trait** : projet d'aménagement d'une halte vélo le long de la voie verte appartenant à La Seine à Vélo® et traversant la commune
- **Commune de Dieppe** : accompagnement pour la création d'une Maison du vélo.
- **Château de Mesnières-en-Bray** : Accompagnement afin de développer l'attractivité du site

→ L'accompagnement des projets de nouveaux hébergements a généré la prise en charge de 19 nouvelles demandes en 2020

- **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. En 2020, le projet a reçu le soutien financier de l'Europe (Financement PACCo) et l'agence a contribué à la sélection d'une AMO pour accompagner l'équipe municipale jusqu'à l'inauguration du nouvel équipement prévue en 2023.
- **Projet privé de transformation d'une grange en meublés de tourisme 10-12 personnes à Omonville** (CC Terroir de Caux).
- **Commune d'Etoutteville** : rédaction d'une note technique d'appui au 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).
- **Commune de Bosville** : conseils à l'équipe municipale dans son projet de création d'un meublés de tourisme grande capacité au sein de la mairie.
- **Projet privé de création d'un gîte de groupe haut de gamme avec espace bien-être à Allouville-Bellefosse.**
- **Projet privé de création d'un camping 4 étoiles au Tréport.**
- **Projet privé de création de chambres d'hôtes à Sainneville sur Seine.**
- **Projet privé et insolite de création d'un micro-hôtel Pomme du Bois Rond à Mesnil-Frollemprie.**
- **Conseils au développement de la notoriété d'un nouveau meublés de tourisme de charme à Octeville-sur-Mer.**
- **Conseils à un acteur privé sur la faisabilité d'un projet d'hébergement touristique sur la commune de Saint-Paër.**
- **Projet privé de création d'un meublés de tourisme équestre à Gueutteville-les-Grès** (en partenariat avec Gîtes de France).
- **Reprise de l'Hôtel La Croisière, à Louvetot.**

- Projet privé d'un meublé de tourisme et d'activités écotouristiques à **Ourville-en-Caux**.
- Projet privé de réalisation d'un gîte de groupe en architecture brique et silex près d'**Etretat**.
- Projet privé de création d'un meublé de tourisme à **Saint-Jean de la Neuville**.
- Projet privé de création de chambres d'hôtes à **Saint-Jouin-Bruneval**.
- Projet d'hébergement insolite à **Hugleville-en-Caux**.
- Conseils à la création d'une aire d'accueil de camping-cars près de **Jumièges**.
- **Commune de Criel-sur-Mer** : projet de requalification hôtelière du Château de Chantereine et de développement des activités vers de l'accueil de séminaires résidentiels d'entreprises ainsi que de l'accueil de randonneurs / cyclotouristes.

→ **Autres accompagnements : 14 nouveaux dossiers suivis**

- **CC Yvetot Normandie** : définition du Schéma de Développement Touristique Territorial. Aide à la sélection d'un cabinet de consultants en tourisme et suivi de l'avancée du projet.
- **CC Caux Austreberthe** : apport de l'expertise de l'agence sur des questions de développement touristique, de diagnostic de l'offre touristique et de taxe de séjour.
- **Dieppe Maritime** : poursuite du suivi du projet de mise en tourisme du Phare d'Ailly, à Saint-Marguerite-sur-Mer.
- **Commune de Neufchâtel-en-Bray** : accompagnement de la municipalité dans son projet de création d'une Maison du Fromage. Rédaction du cahier de charges et suivi de l'appel d'offres permettant la sélection du cabinet d'experts qui réalisera en 2021 l'étude de faisabilité technique et financière du projet.
- **CC Inter Caux Vexin** : le projet de circuit des parcs et jardins porté par l'office de tourisme a bénéficié de l'accompagnement de l'agence.
- **Ville de Dieppe / Association Archéo Bunker Région Dieppe** : suivi du projet de mise en tourisme du bunker L412 sur les hauteurs de Dieppe (face au golf).
- **CC Terroir de Caux** : soutien technique à l'édition d'un flyer de valorisation du circuit Flaubert aménagé par l'EPCI.
- **CC Campagne de Caux** : conseils à l'implantation d'un nouvel équipement muséographique.
- Projet privé de développement d'une activité de visites guidées du patrimoine de la Côte d'Albâtre pour les clientèles étrangères – Zonage entre **Veules-les-Roses et Saint-Valery-en-Caux**.
- Développement d'une activité de tourisme d'Affaires au sein du Parc Guy Weber à **Saint-Aubin-le-Cauf**, porté par l'APEI de la Région Dieppoise.
- Projet privé de reprise d'un restaurant à **Rouen**.
- Conseils au développement d'une activité d'accueil de séminaires d'entreprises dans un équipement existant sur la **commune de Clères** (en partenariat avec l'office de tourisme Normandie Caux Vexin).
- Aménagement d'une passerelle piétonne reliant le **Camping des 2 Rivières, à Martigny**, à l'Avenue Verte London-Paris et la commune d'Arques-la-Bataille.
- Conseils au développement touristique d'une activité séminaire au sein du Jardin des Sculptures, à **Bois-Guilbert**.

Ingénierie des aides en tourisme

Un certain nombre des contacts concerne des demandes de soutien pour identifier les dispositifs d'aides financières disponibles.

Cette année 106 porteurs de projet dans la filière touristique ont fait appel à ce service de l'agence dont une grande majorité de privés (personnes physiques ou morales).

Animation de filières et de réseaux

→ **Communauté touristique départementale**

Afin de partager les problèmes déclenchés par la crise économique et sanitaire, Seine-Maritime Attractivité a initié le 14 avril une série de 8 réunions avec le réseau de l'ensemble des acteurs touristiques du département (offices de tourisme, services du Département, gestionnaires de labels, UMIH, chambre de commerce).

L'objectif a été de partager les difficultés et bâtir les meilleures réponses à apporter aux acteurs du territoire ou encore à définir les bases d'une communication de crise. C'est ainsi que l'opération Repos des Héros et l'évaluation à l'échelle départementale de la campagne de communication de rebond orchestrée par le CRT ont pu avoir lieu. Cette série de réunions a fonctionné comme lieu de ressources et de façonnage de bonnes pratiques.

■ **Tourisme culturel**

→ **Impressionnisme**

- **Suivi des actions du Contrat de Destinations « Normandie – Paris-Il-de-France : Destination Impressionnisme »** (4 réunions techniques). Notamment co-pilotage de l'action n°8 de sensibilisation et de professionnalisation des acteurs touristiques à l'impressionnisme. En 2020, animation de la démarche de production d'un flyer « pense-bête » pour les acteurs touristiques des archipels impressionnistes. Suivi du projet de module e-learning.
- Suivi du projet d'implantation de **nouveaux mobiliers urbains de lecture des paysages** impressionnistes pour une harmonisation sur les deux régions (Île-de-France et Normandie).
- Contribution technique au **Guide « Les Voyages Impressionnistes – Des instants de bonheurs »** pour y assurer la bonne représentation des offres de la Seine-Maritime.
- Contribution du développement de la **notoriété de l'édition 2020 du Festival Normandie Impressionniste**. Aide à la commercialisation du pass du Festival via la Place de Marché de Seine-Maritime Attractivité.

→ **Tourisme de Mémoire**

- **Contribution au nouveau projet pluriannuel de développement du "Tourisme de Mémoire en Normandie" – Ex Contrat de Destination** (4 réunions techniques).
- Contribution technique et financière de Seine-Maritime Attractivité au **Guide du Visiteur régional "Tourisme de mémoire en Normandie"**.
- Rédaction de 6 nouveaux textes de visites expérientielles de sites mémoriels.

→ Normandie Médiévale

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

→ Parcs et Jardins

- Interventions de mise en tourisme de 54 parcs et jardins publics et privés en Seine-Maritime : repérages terrain, rédactions de textes de visite expérientiels, reportages photos, déploiement de la solution de réservation en ligne départementale et information des propriétaires à l'offre de service de l'agence.

■ Tourisme Fluvial / Fluvestre

- Accompagnement technique de l'Association des Départements de l'Axe Seine (ADAS) dans son projet d'édition de la brochure BtoB de la destination, création d'une vidéo de destination expérientielle fluviale et fluvestre.
- Participation aux Rencontres Nationales du Tourisme Fluvial, à Auxerre les 5 et 6 février.
- 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 37 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 : 9 sites rencontrés en 2020.
- 48 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 44 lieux d'accueil de séminaires, 20 activités d'incentive / team buildings et 12 prestataires de services.
- Participation au workshop régional, organisé à Rouen le 06 février.

■ Tourisme de Savoir-Faire

- Présence de la filière au sein du 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.
- Refonte de la page « Tourisme de Savoir-Faire » du site Internet de promotion touristique de la Seine-Maritime : intervention sur la barre de recherche complète.
- Organisation d'un éducteur thématique.



■ Tourisme Responsable

- Seine-Maritime Attractivité a lancé une enquête auprès des acteurs départementaux du tourisme au sujet de leurs pratiques et de leurs attentes en matière de tourisme responsable. La crise sanitaire en cours va en effet générer des changements profonds dans les comportements des touristes et des professionnels. Connaître l'état des pratiques des professionnels du tourisme en matière de développement durable s'avère en effet nécessaire pour mieux appréhender leurs attentes. 126 entrepreneurs touristiques ont répondu à cette enquête conduite en décembre 2020. Ce sondage précédait le déploiement de l'offre de service globale en matière de tourisme responsable proposée par l'agence.

■ Ambassadeurs 76

- 9297 cartes ambassadeurs au 31 décembre 2020.
- 65 sites partenaires.
- Bilan annuel de l'opération Ambassadeurs qui a permis d'indiquer :
 - > 233 ambassadeurs ayant utilisé leur carte au moins une fois en 2020.
 - > 299 accompagnants des Ambassadeurs dans les sites de visite de la Seine-Maritime.
 - > 7103 € de retombées économiques pour les prestataires touristiques.

■ 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.
- 7 boucles de randonnée et circuits découvertes pédestres valorisés par un texte expérientiel.
- 7 boucles VTC et VTT repérées et promues.
- 3 itinéraires équestres repérés, en collaboration avec le Comité Départemental de Tourisme équestre.

→ Randonnée pédestre



- **Action « Carnets de rando »** : venue du blogueur David Genestal en juillet 2020 pendant 5 jours en vue de valoriser 5 boucles de randonnée du territoire. Cette valorisation se fait à travers la mise en ligne d'articles et de vidéos et des photographies sur le blog.
- **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 sur le GR® 21 réunissant des membres de la Direction de la Jeunesse et des Sports, la Direction de l'Environnement, la Direction des routes et la Direction de la cohésion et des territoires du Département de Seine-Maritime.

- **Participation au comité de suivi** du projet de sentier numérique dans la forêt de Roumare.
- **Déploiement de la marque nationale Rando Accueil** : 1 relabellisation du PRL Les Calètes de Colleville. 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, Communauté de Communes Yvetot Normandie et OT des 4 Rivières en Bray.
- **Marque Valeurs Parc Naturel Régional** : participation aux comités d'attribution de la marque et à une visite de labellisation pour l'Auberge des Ruines, à Jumièges.
- **Envoi de 2 newsletters Rando Accueil**

→ Tourisme à Vélo

- **Réunion d'un groupe de travail** composé de territoires volontaires afin d'identifier de potentiels **E-stations** (points de location de vélos) sur toute la Seine-Maritime. Implantation des E-stations prévue au printemps 2021.
- **Animation du groupe marketing de l'Association de l'Avenue Verte London-Paris®** : 6 réunions techniques en 2020. Principales actions : mise à jour de la carte touristique de la véloroute, mise en place d'un reportage photos et vidéo (vidéo de promotion qui sera diffusée en 2021), organisation d'un blogtrip assurant plus de visibilité numérique, rédaction d'un mini-dossier de presse, diffusion de newsletters aux labellisés Accueil Vélo à proximité de l'itinéraire.



- **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 : 1 réunion technique en 2020. Suite à la crise du Covid, l'inauguration a été reportée à mai 2021.
- **Suivi du projet « La Vélo maritime »**, au sein des groupes Promotion/Communication et Services, intermodalité et observation du Comité d'itinéraire, animé par Calvados Attractivité : 8 réunions techniques en 2020. Inauguration prévue au printemps 2021.
- **Déploiement de la marque nationale Accueil Vélo** : 14 labellisés de plus en 2020 ; soit 91 labellisés sur les 4 véloroutes de la Seine-Maritime (51 sur l'Avenue Verte London-Paris®, 26 sur la Véloroute du Lin ; 34 sur la Vélo maritime et 19 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 2^e guide papier
- **Promotion de la « Grande Boucle de Neufchâtel »**, labellisée Vélo & Fromages en 2019. Mise en tourisme sur l'édition du petit Futé 2020.
- **Continuité du partenariat** avec la Fédération Française de Cyclotourisme (FFCT) permettant l'intégration d'offres vélo départementales sur le site veloenfrance.fr – En 2020, 24 circuits intégrés, soit 11 de plus par rapport à 2019.

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

→ Tourisme à cheval



- **Contribution technique** au projet d'itinéraire équestre interrégional (1 réunion en 2020).
- **Déploiement du référentiel régional Normandie Accueil Cheval** : Suivi des 11 labellisés en Seine-Maritime.
- Participation à la réunion annuelle "La Normandie à Cheval" organisée par le CRT Normandie.
- **Continuité du partenariat avec le CDTE** (Comité Départemental du Tourisme Équestre) pour l'écriture de textes expérientiels (rédaction d'un texte expérientiel en 2020).

→ Nautisme



- **Déploiement du label « Balades et randos nautiques en Seine-Maritime »** : 34 offres proposées par 15 partenaires, soit le même nombre d'offres et 1 partenaire de plus par rapport à la programmation 2019. Au total, plus de 850 créniaux de sortie prévus, 512 sorties réalisées, soit 5559 bénéficiaires de ces activités et des retombées économiques pour les prestataires nautiques estimées à 121 000 €.
- **Publication d'un article expérientiel** valorisant une Balade nautique sur le blog touristique de la destination départementale.
- **Gestion du secrétariat administratif du CTSN** (Comité pour le développement du Tourisme et des Sports Nautiques sur le littoral de Seine-Maritime) 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 social

- **Suivi de l'évolution de la marque nationale** au sein du groupe de travail animé par Tourisme & Territoires (1 réunion).
- Au 31 décembre 2020, 100 sites labellisés Tourisme et Handicap en Seine-Maritime.

■ Tourisme à moto

- **Valorisation de de l'itinéraire « La Seine-Maritime à moto »** le site web de promotion touristique de Seine-Maritime Attractivité et saisie de l'offre sur Cirkwi pour le compte de la FFMC.

■ Professionnalisation des acteurs touristiques

→ Déploiement du RMD

- En partenariat avec la start-up RMD Technologies, Seine-Maritime Attractivité a déployé le programme « Revenu Management de Destination » auprès de **12 hôtels volontaires**. Ce programme vise à développer les compétences des hébergeurs pour mieux se vendre se commercialiser et ainsi développer les chiffres d'affaires des établissements. Les premiers résultats comme des **augmentations de chiffre d'affaires** ont été obtenus dès cette année malgré le contexte particulièrement complexe.
- Face à la crise vécue en 2020, le déploiement du RMD a été intégré dans la stratégie de relance de l'économie touristique départementale.

→ Eductours

- En raison de la crise sanitaire de la COVID-19, Seine-Maritime Attractivité n'a pu tenir qu'un seul éductour : le mardi 10 mars sur la thématique du Tourisme de Savoir-Faire (22 participants). Une action menée en partenariat avec les OT Falaises du Talou et Terroir de Caux.

→ #MEETUP et webinaires

- Le 20 mai, Webinaire de restitution de l'audit du RMD (56 participants)
- Le 5 octobre, #MEETUP Loisirs de Pleine Nature 45 participants
- Le 6 octobre, #MEETUP Tourisme Expérientiel (18 participants)
- Le 15 octobre, #MEETUP Nautisme (22 participants)
- Le 19 novembre, #MEETUP Tourisme de Mémoire (15 participants)
- Le 2 décembre, Webinaire spécial hébergeurs « Comment constituer sa gamme de prix ? » (43 participants)

■ Observatoire touristique

→ Édition des Chiffres clés 2019 du tourisme

Comme chaque année, Seine-Maritime Attractivité collecte, commande et rassemble de nombreuses données et indicateurs sur l'offre et la fréquentation touristique de l'année précédente.



Un document de synthèse et d'analyse est réalisé et diffusé ou mis à disposition en ligne.

→ Édition de 5 notes de conjoncture



En cours de saison et à l'appui d'une enquête réalisée en partenariat avec le CRT Normandie auprès des professionnels de la restauration, de l'hébergement et de l'accueil, l'équipe communique 5 notes de conjoncture de juin à octobre pour livrer les dernières tendances : fréquentation ressentie, présence des clientèles françaises et étrangères, retombées des grands événements et influence de la météo. La situation sanitaire n'a pas permis de réaliser de notes de conjoncture au printemps.

→ Édition d'une note sur les impacts du Covid-19 et du confinement sur l'activité touristique

Afin de mesurer l'impact du confinement et la crise sanitaire sur l'activité touristique, une enquête spécifique réalisée en partenariat avec le CRT Normandie auprès des professionnels du tourisme, ainsi que l'exploitation des données Flux Vision Tourisme ont servi à l'édition d'une note spécifique.

→ Édition d'une publication sur la fréquentation de l'Armada 2019

Avec l'exploitation des données de fréquentation Flux Vision Tourisme, l'agence réalise des études d'événements. L'observation de l'Armada se traduit par la réalisation d'une publication mettant en évidence le volume global de visiteurs, mais aussi leur durée de visite ou encore leur provenance.

→ Publication de 2 articles analysant la fréquentation touristique de la saison

En octobre et décembre, l'agence communique sur son site Internet pour faire le bilan et l'analyse de la fréquentation de la destination en haute saison d'une part, puis sur l'ensemble de la saison, en s'appuyant toujours sur les données Flux Vision Tourisme.

→ Actualisation de l'atlas de l'offre d'hébergement touristique

Pour représenter graphiquement le volume et la localisation des hébergements touristiques, l'équipe a réalisé 9 cartes mettant en évidence l'offre et la capacité d'accueil des hôtels, campings, meubles, résidences secondaires, toutes publiées sur le site.

→ Organisation d'un #MeetUp

Réunion annuelle rassemblant la communauté touristique et les partenaires de Seine-Maritime Attractivité (OT, réseaux touristiques, agences d'urbanisme), le #MeetUp « Observatoire touristique » s'est tenu le 19 novembre, rassemblant 24 participants et donnant l'occasion de faire le point sur les tendances de fréquentation de la saison 2020.

→ Diffusion de la solution Flux Vision Tourisme

Nouvel outil d'observation utilisé par Seine-Maritime Attractivité depuis 2019, la solution Flux Vision Tourisme développée par Orange permet de mesurer la fréquentation de territoires et le déplacement des populations à partir de données issues de la téléphonie mobile. Sa diffusion prend la forme d'un accompagnement des OT pour une bonne appréhension de cet outil, ainsi que pour le partage des coûts. Son utilisation se traduit par de multiples échanges techniques afin de maîtriser l'utilisation de l'outil en ligne permettant l'accès et la mise en forme des données.

L'équipe assure en outre la formulation de réponses à des demandes ponctuelles de statistiques, cartographies, informations diverses de la part de porteurs de projets touristiques, de cabinets d'étude, des offices de tourisme...

■ Études

→ Notes et études

À la demande du Département, réalisation d'une note sur les emplois touristiques à l'échelle du Grand Site Falaises d'Étretat Côte d'Albâtre

Réalisation d'une cartographie de projection du risque de submersion marine en Seine-Maritime avec la localisation des principaux sites touristiques

L'association Saint-Joseph, propriétaire du château de Mesnières-en-Bray, a sollicité l'intervention de Seine-Maritime Attractivité afin de travailler sur l'attractivité résidentielle et touristique. Seine-Maritime Attractivité a mené une analyse et dressé un état des lieux du site puis réalisé un benchmark national. Cette phase d'étude a permis définir les nouveaux enjeux de l'association au regard des différentes activités qu'elle déploie : visite du domaine, hébergement, événementiel, restauration.

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

→ Chiffres clés Datas

- ▶ 8 nouveaux projets accompagnés auprès des Offices de tourisme
- ▶ 7 journées de formation dans le cadre de la poursuite de l'ouverture de la saisie (Extranet VIT + E-brochure)
- ▶ 4 modes opératoires édités pour accompagner les Offices de tourisme

→ Chiffres clés Digital

- ▶ + de 1 107 000 sessions sur le site touristique
- ▶ + de 54 900 pages vues pour la filière itinérance
- ▶ + de 10 000 pages vues sur la véloroute du Val de Seine

→ Retombées économiques Place de Marché

- ▶ 76 prestataires accompagnés
- ▶ 27 journées de formations auprès de la communauté touristique
- ▶ 201 348 €

→ Autres

- ▶ 8 réunions de partage avec le réseau des offices de tourisme et les têtes de réseau pour élaborer les solutions face à la crise économique et sanitaire : 14 avril, 23 avril, 11 mai, 19 mai, 5 juin, 9 juillet, 30 juillet, 10 septembre, 14 octobre, 8 décembre.

■ Opération spéciale : Le Repos des Héros

Par solidarité pour les soignants et pour soutenir l'économie touristique, l'agence a mobilisé un budget de 32 500 € (sur une ambition initiale de 50 000 €) pour « Le repos des Héros », opération qui a permis de faire gagner des séjours d'agrément et de détente aux personnels soignants dans notre département. L'agence s'est associée aux Gîtes de France de Seine-Maritime, aux Offices de Tourisme du territoire ainsi qu'à de nombreux hébergeurs afin d'offrir un large choix de séjours aux gagnants.

Par cette initiative, Seine-Maritime Attractivité a également voulu soutenir les hébergements marchands du département qui ont dû faire face à de grandes difficultés, conséquences de cette crise, et les accompagner dans la relance de leur activité.

65 bénéficiaires ont pu séjourner, souvent en hôtel ou en location de vacances, dans notre département et se reposer. En termes de lieu de séjour choisi parmi 109 hébergements partenaires, c'est le littoral qui a été plébiscité par les gagnants avec près de 80% des choix.



Cette opération a bénéficié de l'accord de l'Aadt Béarn/Pays Basque qui a créé la marque Repos des Héros et a autorisé son utilisation dans notre département.

■ Événements

Juste avant que la crise sanitaire n'éclate, 7 salons ont été assurés en 2020 dont 2 professionnels :

→ Salons Grand Public

- > **Tourissima Lille** / 17 au 19 janvier / 19 500 visiteurs
- > **Salon International du Tourisme / Rennes** / 31 janvier au 2 février / 37 700 visiteurs
- > **Salon des vacances / Bruxelles** / 6 au 9 février / 100 000 visiteurs
- > **Salon de l'agriculture / Paris** / 22 février au 1^{er} mars / 480 000 visiteurs
- > **Salon fiets and wandelbeurs (Vélo & Randonnées) / Utrecht** / Pays-Bas / 28 février au 1^{er} mars / Salon spécialisé sur les pratiques de randonnée, dont les vacances à vélo pour lesquelles les Hollandais sont à la recherche de grands itinéraires et de nouveautés. En compagnie de nos partenaires : Rouen Normandie Tourisme, Caux Seine Tourisme

ainsi que la CRT Normandie, Seine-Maritime Attractivité y était présente pour valoriser nos offres et éditions vélo traduites en néerlandais : carte des véloroutes et voies vertes et guide du Tour de la Seine-Maritime à vélo.

→ Les salons 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 13 et 14 janvier 2020, il a généré pour Seine-Maritime Attractivité 45 rencontres avec des journalistes de la presse nationale et Ile de France.
- > **Le salon professionnel Tourisme Online Meetings** a eu lieu en visioconférence le 28 mai 2020. Une vingtaine de contacts professionnels ont été pris avec des Tour-opérateurs et des agences de voyages.
- > **Le salon Rendez-vous en France** a malheureusement été annulé.

➤ Le Forum de l'Attractivité Touristique

En 2020 les collaborateurs de l'agence ont travaillé à l'élaboration d'un nouveau format pour la traditionnelle bourse d'échange de documentation touristique. Le forum de l'Attractivité Touristique de la Seine-Maritime voulu comme un rendez-vous pour les professionnels du tourisme, les collectivités, les associations et tous les ambassadeurs du territoire.

Il s'agit d'une journée dédiée à l'attractivité touristique du territoire avec des conférences, des ateliers, des échanges entre professionnels du tourisme et le traditionnel échange de documentations.

Malheureusement, cette journée prévue le 27 mars à Gruchet-le-Valasse a dû être annulée pour cause de confinement.

Dès la sortie du confinement et pour palier l'annulation du Forum, Seine-Maritime Attractivité a organisé une rencontre entre les offices de tourisme de la Seine-Maritime afin de leur offrir l'opportunité d'échanger leurs brochures et informations diverses entre eux. Seine-Maritime Attractivité a démontré sa capacité à faire face aux imprévus et son organisation a été saluée par l'ensemble des offices de tourisme du territoire.

Sur le département, des « mini-bourse d'échange » ont été organisées par les offices de tourisme avec la présence systématique de Seine-Maritime Attractivité.

➔ Diffusion des éditions

Seine-Maritime Attractivité a livré ces nouvelles éditions aux départements normands limitrophes. Plus de 25 offices de tourisme ont été approvisionnés dans le Calvados et dans l'Eure sur le mois de juillet.

➔ Professionnalisation des acteurs touristique

En fin d'année, une formation gestion de stock a été proposée aux offices de tourisme de Seine-Maritime. Seine-Maritime Attractivité a conçu un fichier de gestion de stock adapté à l'activité des offices de tourisme. 10 d'entre eux ont mis en place l'outil proposé par Seine-Maritime Attractivité afin de gérer plus simplement et efficacement leur stock.

L'équipe de Seine-Maritime Attractivité a également accompagné l'association Fécamp Grand'Escale dans l'élaboration de son plan de communication visant à faire la promotion de son événement du même nom initialement prévu en juillet. Cet événement a été reporté à juillet 2022.

■ Les Brochures touristiques de l'agence en 2020

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 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 2020, 6 documents (2 guides, 4 cartes) 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 de la Seine-Maritime** (FR/GB/NL/D – 120 000 ex) : cette édition totalement revisitée en 2020 présente de nouvelles rubriques : les coups de cœur, le bord de mer, destination sport, la gastronomie... Elle se présente également dans un nouveau format avec 2 cartes touristiques et illustrées permettant de visualiser plus facilement les sites de visite. C'est le support le plus diffusé qui sert de document vitrine. Cette carte est également déclinée chaque année 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 hébergements marchands hors locations saisonnières dont le nombre est trop important pour y figurer : on y retrouve donc hôtels, campings et aires de camping-cars. Elle oriente toutefois aussi vers les informations nécessaires pour trouver une location, une chambre d'hôtes... (FR/GB – 14 000 ex).



- ▲ **Carte Touristique de la Seine-Maritime à vélo** (FR/GB/NL – 20 000 ex) : à travers cette carte retrouvez une sélection de boucles VTT et VTC ainsi que les grands

itinéraires nationaux et départementaux vous permettant de découvrir notre destination : l'Avenue Verte London-Paris, La Vélo maritime, La Seine à Vélo, la Véloroute du lin ou encore Entre Seine à vélo.

Retrouvez au verso tous les conseils pratiques ainsi que les services labellisés Accueil Vélo : hébergeurs, restaurateurs, Offices de tourisme, sites et lieux de visite ou encore réparateurs et loueurs vélo.



▲ Carte Touristique de la Seine-Maritime à pied

Chaussez vos chaussures de marche et partez à la découverte de la Seine-Maritime à pied !

Prenez un grand bol d'air et laissez-vous séduire par la diversité de nos paysages seinomarins.

Retrouvez le GR® 21, élu GR® préféré des Français en 2020, le GR® 210 et le GR® 2, ainsi qu'une sélection de boucles et itinéraires de randonnée et Espaces Naturels Sensibles. Notre sélection de circuits découverte thématique ravira les amateurs de patrimoine culturel et naturel.

La carte touristique de la Seine-Maritime à pied comprend également des services et conseils pratiques et la liste des hébergements labellisés Rando Accueil. On vous garantit de belles expériences de randonnée pour 2020 !



▲ **Guide du tour de la Seine-Maritime à vélo** (FR/EN/NL – 20 000 ex) : ce guide est une véritable invitation au voyage. Il y est proposé de rouler à travers la boutonnière du Pays de Bray, de longer le littoral de la Côte d'Albâtre et les plateaux du Pays de Caux et d'arpenter les méandres de la Vallée de la Seine. Les 325 km du Tour de la Seine-Maritime à vélo sont à découvrir dans ce guide complet de 92 pages regroupant tous les services utiles à un séjour. La Seine-Maritime se parcourt bel et bien à vélo !



▲ **Guide Balades et randos nautiques en Seine-Maritime** (FR – 10 000 ex) : 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.



▲ **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.

■ 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 2020, 1 nouveau reportage a été réalisé par Seine-Maritime Attractivité. Des photos libres de droits sont disponibles auprès de nos équipes.

- Réalisation d'un reportage photo sur les jardins
- La création d'une vidéo de destination

Le Web et le E-Marketing

■ Site : seine-maritime-tourisme.com

- ▶ Nombre de sessions : 1 107 026
- ▶ Nouveaux utilisateurs : 849 060
- ▶ Nombre de pages vues : 2 471 147
- ▶ Durée moyenne des sessions : 1 minute 42 secondes
- ▶ Consultation des pages détails en lien avec Tourinsoft : 877 434
- ▶ Nombre de vues « Je réserve » : 54 264

■ 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). Le socle de tous les sites web et applications mobiles est une base de données d'informations touristiques conçue et maintenue en collaboration avec le réseau des offices de tourisme et le CRT. Ces datas sont par ailleurs partagées au niveau national dans le data tourisme mis à disposition de nombreux acteurs de la filière (Groupe SoLocal, Brittany Ferries, etc.).

Dans la continuité de la stratégie d'ouverture mise en place par Seine-Maritime Attractivité depuis 2018, l'agence a poursuivi les accompagnements auprès des Offices de Tourisme. Cette année si particulière a été l'occasion pour le Service Data de permettre aux territoires ainsi qu'aux prestataires de préparer la reprise de la saison estivale.

En 2020, nous avons ainsi réalisé un nombre important d'accompagnements auprès des Offices de Tourisme, raccordement des sites Internet, bornes tactiles, e-Brochures ou encore mise en place de l'outil de Relation Client... au total 8 nouveaux projets ont été accompagnés dans l'année.

La reprise de l'activité post-confinement a également été une des priorités du Pôle Marketing / Communication. En effet, il a fallu rassurer les touristes pour favoriser la fréquentation du territoire. Ainsi une campagne de sensibilisation auprès des prestataires touristiques a été menée pour la bonne saisie et le respect des conditions sanitaires.

Pour cela, de nouvelles informations étaient disponibles au sein de la base de données touristique permettant aux prestataires d'intégrer des informations relatives à la situation sanitaire. Ainsi, l'ensemble des informations nécessaires étaient présentes au sein du site de la destination touristique de la Seine-Maritime, mais aussi sur le site touristique de la Normandie.

Le consortium associant Seine-Maritime Attractivité au CRT et à tous les OT a poursuivi le travail sur l'harmonisation de la base, ainsi que l'intégration des informations touristiques sur DataTourisme relayée sur Data.gouv.

Communication digitale et E-Marketing

- ▶ Nombre de personnes ciblées : 39 109
- ▶ Taux d'ouverture : 16%

Des changements stratégiques ont permis d'assurer une visibilité maximale de la destination Seine-Maritime sur le web. Face à la crise sanitaire, Seine-Maritime Attractivité a su rebondir et proposer une stratégie marketing répondant aux attentes des touristes. Ainsi, le site Internet www.seine-maritime-tourisme.com conserve un niveau de sessions important + de 1 100 000 sessions condensées sur la période de mai à septembre.



Depuis plusieurs années, un travail sur le référencement naturel nous a permis de nous positionner dans le top page des moteurs de recherche. Avec le changement des consommations remarqué en 2020, le positionnement du site Internet nous a permis d'acquérir de nombreux internautes et donc de faciliter la fréquentation du territoire et les retombées économiques afférentes.

Nous remarquons une augmentation significative du nombre de visiteurs sur nos thématiques prioritaires telles que l'itinérance avec une hausse de +58% (par rapport à 2019) de consultations ou encore la page dédiée à la réservation « Je réserve » qui connaît une augmentation de + 57% (par rapport à 2019).

Tout au long de la saison, Seine-Maritime Attractivité a mis en place des campagnes payantes sur les réseaux sociaux auprès de nos cibles prioritaires. Cela nous a permis de répondre à 3 objectifs essentiels pour :

- ▶ Être visible, positionner durablement la Seine-Maritime comme destination de vacances (auprès de nos cibles habituelles, mais aussi des locaux)
- ▶ Assurer la bonne visibilité du site Internet et ainsi garantir la consommation du territoire.
- ▶ Générer de la retombée économique pour les prestataires de la Seine-Maritime via notre outil E-Commerce : La Place de Marché.

D'autres leviers du E-Marketing ont été activés, des emailings à destination de + de 39 000 personnes, la qualification fine de l'offre au sein de la base de données touristique ou encore des campagnes sur Google pour nos thématiques prioritaires...

L'année 2020 a aussi été marquée par la prise de participation de Seine-Maritime Attractivité à la grande campagne de communication de rebond orchestrée par le Comité Régional du Tourisme. Après de multiples réunions courant mars et avril, l'agence s'est associée techniquement et financièrement à la campagne d'affichage et digitale baptisée « Normandie, ailleurs c'est ici », qui a cherché à convaincre nos clientèles de redécouvrir la capacité de nos offres à les satisfaire sans courir à l'autre bout du monde. Seine-Maritime Attractivité a contribué pour 50 000 € à cette campagne qui a bénéficié d'un budget global de 500 000 € (Région, autres départements, offices de tourisme).



Cette campagne avait deux cibles :

- Les Normands pour qu'ils (re)découvrent leur région et soient solidaires des acteurs touristiques de notre territoire fortement impacté par la crise
- Les autres Français pour qu'ils viennent passer des vacances en Normandie (clientèles de proximité : Île-de-France, Hauts de France, Pays de la Loire...).

Pour montrer que le dépaysement est garanti en Normandie, cette campagne multicanal (affichage, médias, digital...) s'est appuyée sur une série de visuels mettant en parallèle un site de la Seine-Maritime (et les autres sites normands pour nos voisins) et un site à l'étranger avec l'accroche « Normandie, ailleurs c'est ici ! ».

Déclinable à l'infini, ce concept graphique a permis aux Offices de Tourisme, mais aussi aux Normands de s'emparer de la campagne sur les réseaux sociaux en réalisant leurs propres montages photo (81 déclinaisons sur toute la Normandie).

■ Place de Marché

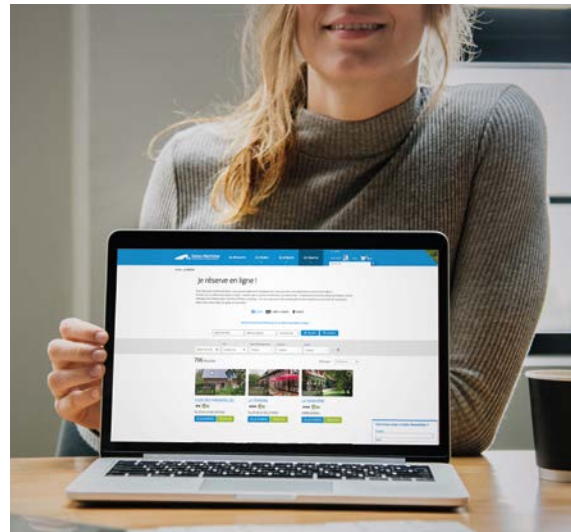
- ▶ 620 produits touristiques réservables en ligne
- ▶ 76 prestataires accompagnés en 2020
- ▶ Retombées économiques : 194 830 €
- ▶ Nombre de réservations : 5 327
- ▶ Panier moyen : 36 €

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 en 2020 afin d'offrir un accompagnement personnalisé, des formations individualisées et de répondre aux attentes de chaque métier.

L'intégration de la Place de Marché dans une vision stratégique globale a permis de générer plus de 194 830 € de retombées économiques sur le territoire. Formidable outil pour accompagner la reprise de l'activité, la préparation de saison a été le moment idéal pour lancer des formations à destination de la communauté touristique qui subissait alors le confinement. Au total, 76 prestataires ont bénéficié d'un accompagnement ainsi que de l'outil de commercialisation en ligne pour d'une part vendre depuis leurs différents outils digitaux, mais aussi éviter le commissionnement parfois très lourd des plateformes de commercialisation classiques telles que Booking ou Airbnb...

Autre action forte de la part de Seine-Maritime Attractivité à destination des prestataires, la mise en place d'une pré-réservation en ligne permettant ainsi une bonne circulation des flux de visiteurs. Le Parc de Clères est le meilleur exemple de

cette saison grâce à sa gestion de flux post-confinement : mise en place d'une jauge à l'entrée, pré-réservation obligatoire demandée aux visiteurs ce qui a permis d'accroître de 99% le volume de ses ventes.



L'année 2020 a aussi été marquée par l'intégration de nouveaux prestataires sur la Place de Marché dont le Festival Normandie Impressionniste devenant ainsi la billetterie officielle de ce dernier. Nous avons ainsi affirmé notre stratégie e-marketing et renforcé notre communication envers nos clientèles prioritaires : contenus éditoriaux, newsletters mensuelles, base prospect, réseaux sociaux.

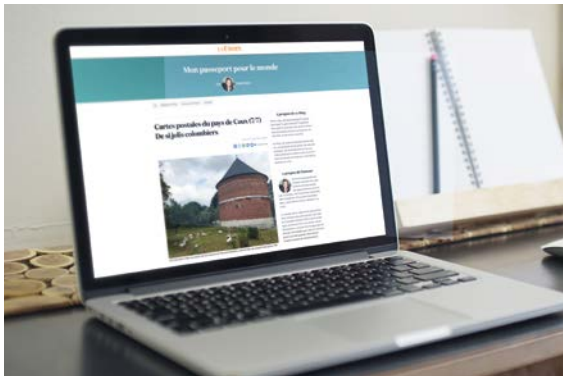
■ Les actions vers la presse et les médias

- ▶ 4 voyages presse organisés
- ▶ 48 journalistes de la presse accueillis
- ▶ 27,5 millions de personnes touchées

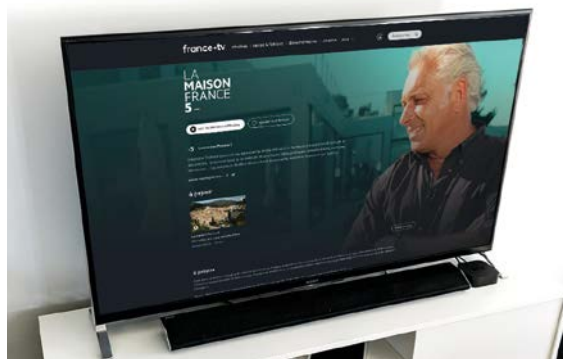
Le travail sur la presse bénéficie de l'intervention de deux collaborateurs qui se répartissent les relations presse, mais aussi du travail de l'attaché de presse de l'agence qui œuvre sur l'année selon un programme précis défini en N - 1. Cette offre de service de l'agence est partagée avec les offices de tourisme et les territoires de la Seine-Maritime. L'année 2020 a été marquée par les annulations successives de la plupart des actions presse que l'équipe a tenté d'engager.



En 2020, le contexte sanitaire a nettement freiné la tenue des voyages presse qui réunissent en moyenne 4 à 6 journalistes par voyage, mais aussi des accueils individuels de journalistes. Seulement 4 voyages de presse ont pu être maintenus, ce qui était un peu inespéré.



Sur l'année 2020, ce sont 43 journalistes de la presse française et 5 équipes de la presse étrangère qui ont été accompagnés (accueils, voyages ou assistance presse). Les accueils et voyages presse ont été en nette diminution compte tenu du contexte sanitaire qui n'a pas permis aux journalistes étrangers de voyager. Par ailleurs il a été difficile d'organiser des accueils sans lieux de restauration ni visites.



Les supports représentés par les journalistes que Seine-Maritime Attractivité a réussi à accueillir étaient heureusement à forte notoriété :

- > Femme Actuelle
- > Pleine Vie
- > Le Parisien
- > La Maison France 5
- > Échappées Belles
- > Météo à la Carte
- > Raï Uno
- > Ushuaïa TV



Ces actions ont permis de générer, en dépit du contexte, des audiences très importantes :

- > **Sur la presse française** : 275 millions de personnes touchées :
Retombées 2020 sur actions 2020 : 22 millions de contacts
Retombées 2020 sur actions 2019 : 5,5 millions de contacts
- > **Sur la presse étrangère**, l'année 2020 marquée par la quasi-absence des journalistes étrangers, génère 1,8 millions de contacts

■ Plan média

En 2020, notre plan média avait pour objectif d'accroître la notoriété de la Seine-Maritime, de renforcer son image d'une destination attractive et de créer du trafic sur le site de destination seine-maritime-tourisme.com. Elle avait également pour but de faire venir les touristes sur les courts séjours et les vacances d'arrière-saison.

Inspirant sérénité et grands espaces, le visuel choisi valorise les atouts naturels et ressourçant de la Seine-Maritime. Une « (Parenthèse) au grand air ! », c'est la promesse que fait Seine-Maritime Attractivité à ses clientèles de proximité : les touristes des régions Île de France, Hauts de France et les départements normands voisins.

Dispositif web du 7 au 25 octobre en partenariat avec le groupe Prisma :

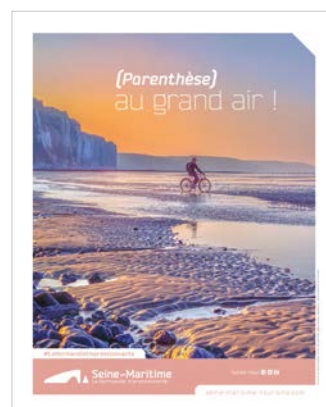
- **Dispositif éditorial** : un article « sponsorisé » de la rédaction de Femme Actuelle en ligne, géolocalisé sur nos territoires prioritaires

Déclinée sur les réseaux sociaux, sur le web et en presse magazine, cette opération a contribué à développer la notoriété de la destination, vise à faire venir les touristes et leur faire découvrir les recoins secrets et authentiques de cette partie de la Normandie.

- **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 nationale avec une belle visibilité en 4^e de couverture de Flow Magazine, numéro de Noël paru en novembre avec un tirage de 67 000 exemplaires.





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