



UN NOUVEAU POSITIONNEMENT MARKETING

Pour servir l'image de la Manche et affirmer son identité, une marque a été imaginée, expression de tout un territoire, à l'usage des partenaires, en complément de leur propre communication. En voici les clés de lecture.

Le nouveau positionnement marketing de la Manche, fruit d'un long travail de réflexion du conseil départemental et de l'agence saint-loise dgc communication, est porteur de sens. Il véhicule des valeurs, une vision, des promesses :

- **des valeurs** : l'excellence et la passion, le sens de l'accueil, la fierté et la modestie, l'audace, un certain art de vivre et un art de vivre certain
- **une vision** : une qualité de vie rare et un espace de vie enrichi par l'omniprésence de la mer
- **des promesses** : des perspectives uniques, la possibilité de réussir sa vie, un territoire qui a toute sa place dans une société en quête de sens et de modernité technologique, entre innovation et retour aux sources

Il permet de différencier la Manche des autres territoires autour de deux axes forts :

- **une nature à l'état brut**, un territoire radical et singulier, qui façonne le caractère et les activités des hommes, des paysages d'une grande force esthétique et des atmosphères uniques
- **un territoire maritime comme nulle part ailleurs**, une presqu'île dotée de 360 km de côtes, un site unique et emblématique rayonnant sur le monde : le Mont-Saint-Michel

UNE MARQUE DE TERRITOIRE



Pour rompre avec l'image un peu subie que les Manchois ont parfois de leur territoire, amener chacun à poser un nouveau regard sur la Manche et enfin la voir telle qu'elle est, sa signature est une invitation vertueuse.

Les éléments fondateurs de la marque :

> La Manche

- un graphisme libre, spontané, sincère, naturel
- une typographie élancée et dynamique
- une couleur noire pour l'élégance et la force graphique brute, à l'image de son positionnement

> Le Mont-Saint-Michel

- l'emblème de tout un territoire
- un élément fédérateur, un repère universel
- unesilhouettereconnaissableimmédiatement
- une couleur bleue, identitaire, pour le caractère maritime
- une dimension qui lui donne un style précieux

> Une forme rayonnante

- un clin d'œil graphique au symbole cartographique des sites remarquables
- un effet qui suggère une terre surprenante
- un symbole d'énergie et de créativité

> Le marqueur M

Outil complémentaire voué à une utilisation dans un second temps. Quand la marque sera connue et reconnue, sa forme abrégée pourra s'intégrer facilement en rappel.

> Pourquoi adopter cette marque ?

Faire de cette marque la vôtre, c'est :

- vous engager dans une démarche collective
- mieux vous approprier ce qui fait la force et la richesse de la Manche
- renforcer l'attractivité de votre territoire au travers de ses valeurs
- développer auprès de vos publics une image forte, renouvelée et porteuse de fierté
- contribuer à la notoriété de votre département

> Comment l'utiliser ?

Un code de marque, tel un guide ouvert et flexible, vient renforcer votre communication et votre charte graphique, sans s'y substituer. Composé des règles d'usage et d'un univers sémantique et iconographique, il offre un large choix d'utilisations.

Pour adhérer à la démarche et faire de cette marque la vôtre, rendez-vous sur : maviedanlamanche.fr / latitude-manche.fr

Une terre maritime

Cernée d'eau du nord-est au sud-ouest, comptant 105 communes littorales et s'étirant telle une presqu'île dans la mer qui porte son nom, la Manche est résolument maritime. Cette caractéristique est une composante essentielle de la marque : le Mont-Saint-Michel tel un phare emblématique, les paysages contrastés des côtes, la couleur bleue identitaire, la forme rayonnante évocatrice des plus beaux points de vue...



Jacques COQUELIN
maire de Valognes et
conseiller départemental
en charge des entreprises et
des projets économiques

« La mer est notre avenir »

« Parce que la Manche est une presqu'île, ses habitants sont, plus que partout ailleurs, attachés à leur terre. Manchois avant d'être normands, ils sont fiers de leur territoire, solidaires les uns des autres, ils ont une véritable identité commune, un esprit d'appartenance. Je n'ai personnellement retrouvé ce sentiment qu'en Corse et en Irlande, je crois que c'est une sensibilité liée à l'omniprésence de la mer. Nous y sommes viscéralement attachés. C'est notre bien commun, quel que soit l'endroit où nous vivons dans le département, y compris au cœur de celui-ci, ce qui est mon cas. Comme nombre de Manchois, j'ai besoin de la mer. Si je ne la vois pas tous les jours, je sais qu'elle est là. Il m'arrive très souvent de prendre mon véhicule pour aller la contempler à la pause méridienne.

Un passé maritime

Notre histoire est liée à la mer, comme notre culture. Notre patois, le nom de nos communes, de nos lieux-dits, notre patrimoine architectural, nos foires

séculaires, nos traditions, sont les témoins de cette transformation au fil des siècles et des invasions subies par la mer. La Manche, la gare maritime de Cherbourg, ont été le point de départ du vieux continent vers l'Amérique. Notre département s'ouvre sur le monde. C'est aussi la mer qui nous a délivrés de l'oppression nazie en 1944, c'est d'elle qu'est venu ce vent de liberté pour notre pays, pour l'Europe et le monde. Aujourd'hui, notre avenir économique dépend une nouvelle fois de la mer, avec l'avènement des énergies marines renouvelables.

Une capacité d'innovation

Voilà pourquoi je considère que l'attractivité de notre département est étroitement associée à la mer, non seulement son littoral mais tout le territoire. Ce n'est pas un hasard s'il porte le nom de cette mer qui en sculpte les contours... Et ce serait une profonde erreur de penser que cette attractivité est exclusivement liée au tourisme ou au patrimoine, à l'agroalimentaire ou à l'industrie nucléaire, à l'agriculture ou à la pêche... Notre département, c'est tout cela à la fois, avec en plus cette capacité d'innovation qui nous est propre, forts de ce bien commun : la mer qui nous unit. Nous devons nous servir de notre histoire pour construire notre avenir, car selon Tocqueville, "si le passé n'éclaire pas l'avenir, l'esprit marche dans les ténèbres". »

Vos prochains rendez-vous

Attractivité :

Juin :

- élection du conseil d'administration et du bureau de l'agence Latitude Manche
- Sortie du Guide du Routard *La Manche, presqu'île normande*

Juillet :

- lancement d'un appel à projets auprès des habitants (pour qu'ils racontent la Manche qu'ils aiment)

Septembre :

- création de spots vidéo de valorisation du cadre de vie de la Manche pour de nouveaux talents

Sessions plénières de l'assemblée départementale :

- 16 juin et 29 septembre
- > À suivre en direct ou en différé sur conseil-departemental.fr



> NOUVEAU : RECEVEZ NOTRE NEWSLETTER !

Pour être informé de la parution de votre lettre-info, la consulter en ligne et la diffuser à l'ensemble de vos élus et collaborateurs, ou encore retrouver les bonus web, inscrivez-vous sur conseil-departemental.manche.fr [via le kiosque]

LA MANCHE

DES TERRITOIRES DE PROXIMITÉ



LETTRÉ-INFO DU CONSEIL DÉPARTEMENTAL AUX COLLECTIVITÉS DE LA MANCHE

numéro 19
JUN 2017



> 2 axes de positionnement de la nouvelle marque de la Manche : une nature à l'état brut et un territoire maritime (ici la Baie du Mont-Saint-Michel et la pointe de Catehaut)

Avant-propos



> Philippe BAS
Président du conseil départemental

Une démarche essentielle et collective !

La Manche, c'est la force d'un bras de terre puissamment ancré dans la mer.

La Manche, c'est la collision du bleu et du vert.

La Manche, ce sont des panoramas à couper le souffle, des paysages sauvages et préservés, ce sont des femmes et des hommes authentiques, attachés à un patrimoine exceptionnel.

Une mosaïque infinie de points de vue.

Objet d'attachement profond pour les Manchois, la Manche est unique aux yeux de ceux qui la découvrent. C'est une vérité dont nous pouvons être fiers.

Il faut revendiquer notre exception. C'est une nécessité : la compétition des territoires nous l'impose. Comme elle nous impose d'être sans cesse plus créatifs, plus attractifs, pour que notre département se démarque.

Notre nouvelle démarche d'attractivité, initiée par le conseil départemental et Manche Tourisme, a été lancée, avec vous, le 23 mars, à la Cité de la Mer. Elle porte cette ambition : exprimer, librement, notre caractère propre au sein de la Normandie - région de France connue dans le monde entier -, notre identité et notre exigence.

« Changez de point de vue » devient notre cri de ralliement. Allons vers l'avant ! Allons vers les autres ! Revendiquons nos forces et nos atouts ! Soyons modestes, certes, mais point trop s'agissant des ressources et des ambitions de notre territoire.

Dans cette initiative d'ampleur, le conseil départemental n'est qu'un passeur. Chacune et chacun doit se l'approprier, autour de valeurs partagées, d'un état d'esprit et d'un récit commun. Cette démarche sera partenariale ou ne sera pas... Elle n'aura de sens que si l'ensemble des forces vives du département, les communes, les associations, les villes, les intercommunalités, les institutions culturelles et sportives, les entreprises, s'engagent pour faire la promotion de notre territoire. C'est en valorisant, ensemble et sans réserve, nos atouts, que nous attirerons des flux nouveaux de personnes et d'investissements pour assurer l'avenir de notre territoire.

Vantons la Manche. Racontons-la. Donnons-lui l'envergure et la notoriété qu'elle mérite et que vous méritez !

ATTRACTIVITÉ LA DÉMARCHE EST LANCÉE !

« Notre objectif est de révéler nos territoires dans ce qu'ils ont d'extraordinaire... Pour insuffler plus de dynamisme et nous ouvrir les portes de l'avenir, nous devons réussir à mieux nous faire connaître. Nous allons travailler tous ensemble pour que chacun puisse prendre part à cette démarche partenariale et y trouver son intérêt. » C'est en ces termes que Philippe Bas a ouvert la soirée de lancement de la démarche d'attractivité de la Manche, le 23 mars, à la Cité de la Mer.

Élus, entrepreneurs et personnalités ont pu échanger sur l'organisation de cette dynamique, le positionnement marketing choisi et les premières actions à construire ensemble, démontrant combien il est essentiel pour notre territoire de se faire connaître davantage, mais aussi tel qu'il est. « Parce que notre réalité est belle », a souligné le président de la Manche.

Un travail d'équipe

« L'attractivité pour la Manche, c'est révéler véritablement ce qu'est ce territoire, au-delà d'une destination touristique, en partageant des actions, des visions, en ne travaillant plus de manière sectorisée », a expliqué Jean-Marc Julienne, président du comité départemental du tourisme - qui devient

agence d'attractivité. Cette nouvelle impulsion appelle un travail d'équipe et de long terme, qui doit pouvoir répondre aux problématiques de recrutement des entreprises, de désertification médicale, de concurrence entre les territoires... Un cadre collaboratif, la mise en mouvement d'une force collective, amplifieront la portée de la démarche.

De nombreux outils

Vous découvrirez dans ce numéro les premières traductions concrètes de notre ambition commune pour ce territoire unique. Une plateforme de marketing a été créée, avec de nombreux outils, pour aider chacun à s'engager et perpétuer cette « sorte d'envoûtement qui s'opère chez les personnes faisant le choix de venir dans la Manche » évoquée par le président de la communauté de communes Mont-Saint-Michel - Normandie, David Nicolas. Ces outils ont été présentés aux 500 invités de cette soirée inaugurale, acteurs potentiels de la démarche d'attractivité de la Manche, à laquelle 70 ont adhéré immédiatement. Ils sont aujourd'hui plus de 200 !

Soyez vous aussi acteurs du changement de point de vue sur la Manche !



> Retrouvez la soirée de lancement de la démarche en vidéo sur TV Manche.

Sommaire

2-3 La Manche, un esprit à partager

- Latitude Manche, l'agence d'attractivité
- Des outils pour agir
- Un site dédié et un kit de communication
- Les médecins, une cible prioritaire

4 La Manche, une signature

- Un nouveau positionnement marketing
- Une marque de territoire
- Une terre maritime
- Vos prochains rendez-vous



LA MANCHE un esprit à partager

Latitude
Manche
AGENCE D'ATTRACTIVITÉ

En transformant le comité départemental du tourisme en agence d'attractivité, le Département crée un cadre collaboratif, qui implique tous les acteurs de la Manche.

La démarche d'attractivité de la Manche n'est pas une simple campagne publicitaire, c'est une véritable stratégie d'influence, qui s'inscrit dans la durée et doit être partagée par tous ceux qui font la vitalité, la richesse de notre territoire. Pour mener à bien cette ambition, le conseil départemental s'est appuyé sur sa structure de promotion touristique, Manche Tourisme, qui devient l'agence d'attractivité Latitude Manche. En intégrant des acteurs économiques et institutionnels, des influenceurs (issus du monde associatif, sportif, culturel et événementiel ; communicants ; médias), elle se veut collaborative. Ces partenaires venus de tous les horizons manchois seront ses décideurs. Par la mise en commun de leurs visions de la Manche, de leurs initiatives, ils impulseront les actions concrètes en faveur de son attractivité.

Latitude Manche : 4 cibles et commissions de travail :

- **Nouveaux talents** : pour valoriser le cadre de vie de la Manche, ses emplois disponibles, ses filières et opportunités d'installation d'entreprises
- **Démographie médicale** : pour favoriser l'installation de professionnels de santé et maintenir l'offre de soins
- **Tourisme** : pour renforcer et promouvoir ses atouts, ses produits, destinations et filières emblématiques
- **Influenceurs** : pour développer les usages de la plateforme marketing, agir comme ambassadeurs du territoire, construire une stratégie de contenus auprès des médias

Son nom, Latitude Manche, évoque à la fois la situation géographique de notre péninsule normande et un état d'esprit, une « attitude » propre, qu'on ne trouve nulle part ailleurs. Pour mieux révéler tout ce qu'est la Manche !

Organisée en association, elle sera composée de membres adhérents et/ou de droit (acteurs privés pour 60 % et publics pour 40 %), soit 50 administrateurs, qui désigneront les membres du bureau et décideront concrètement du travail à mener. Ils seront répartis dans 5 collèges : élus départementaux ; acteurs institutionnels communaux ; acteurs touristiques ; acteurs de l'entreprise ; influenceurs.

➔ Contact : 02 33 05 98 70 / attractivite@manche.fr



Jean-Marie SÉVIN
président de la communauté de communes Granville Terre et Mer et Michel CAENS
vice-président chargé de la communication

« Un défi de notoriété et d'identité »

« C'est important de faire du marketing territorial, mais il faut savoir à quelle échelle on se positionne. L'ouest de la France est un territoire qui attire. Nous, Granville Terre et Mer (GTM), sommes à l'intérieur, dans la Manche, en Normandie. Nous devons nous approprier ces identités et bien montrer comment tout s'imbrique. C'est un vrai challenge. La démarche d'attractivité de la Manche est vertueuse. Pour exister, dans cette grande région naturellement tournée vers la Seine, elle a la volonté de bien prendre sa place et d'initier une dynamique de réelle coopération entre les territoires. Nous ne devons pas avancer en ordre dispersé, mais valoriser ce grand ensemble et ses sous-ensembles, avec leurs identités propres.

Une démarche globale

Le défi qui se pose à nous est un vrai défi de notoriété et d'identification, car au sud de la Loire, on ne situe pas la Manche. Elle est souvent associée à une météo, qui couvre la côte nord-ouest de la France et ne correspond pas à la nôtre, bien meilleure qu'annoncée.



Gilles QUINQUENEL
président de Saint-Lô Agglo

« Jouer collectif »

« L'attractivité est un mot qu'on a tous envie d'entendre. Si les territoires sont en compétition - chacun, sur le sien, cherche à être plus attractif -, nous avons besoin d'une ligne directrice. Pour être efficaces dans nos actions en faveur des habitants et du développement économique. Dans ce sens, la démarche initiée par le Département est bonne. Elle ne se décrète pas, c'est d'abord un état d'esprit. Aujourd'hui plus qu'hier, dans une société fragile, nous avons besoin de coopération, de mutualisation. La tendance naturelle au repli sur soi n'est pas une solution. Je suis convaincu que la réponse est le mieux vivre ensemble. Il faut redonner du sens, redonner confiance. C'est en jouant collectif que nous réussirons.

Porter des projets concrets et novateurs

Travailler en partenariat est devenu incontournable, nous devons désormais nous mettre autour de la même table - entreprises, habitants, élus, acteurs du territoire -, pour élaborer une vraie stratégie partagée. Acceptons de nous donner du temps, avant de pouvoir la décliner concrètement dans chacune de nos collectivités, par une politique de l'habitat, de transports, de loisirs, d'accueil, de démographie médicale, de tourisme... De nombreux sujets pratiques nous lient et nous amènent à réfléchir au quotidien à l'attractivité. Il nous revient de trouver comment mettre en exergue le territoire, dans des domaines très concrets, puis de porter collectivement des projets novateurs.

Viser la première place

La qualité de l'eau dans la Manche est par exemple un thème transversal. L'eau fait partie des gènes du département (particularité maritime, réseau hydrographique exceptionnel...), c'est une évidence, un domaine dans lequel nous sommes déjà proches de l'excellence. Pourquoi ne pas capitaliser sur cette image de territoire irrigué, avoir une vraie politique stratégique en la matière et viser la première place ? Chacun peut contribuer à ce que la Manche soit gagnante, et qu'ensemble nous lui donnions une chance supplémentaire d'être reconnue à l'extérieur. Avec son authenticité, sa qualité de vie, qui la distingue des autres territoires, la Manche est un des atouts maîtres de la Normandie nouvelle. Il faut en être conscient, mieux le faire savoir et embarquer ses habitants, sincères, lucides, pleins d'envies, eux qui font la vraie valeur et la force du département, dans cette belle histoire. Tout reste à inventer, à partager. Soyons fiers et ambitieux. »

L'attractivité a donc une grande importance, si nous la capitalisons tous ensemble. Elle doit être globale et portée par les collectivités, entreprises, associations, citoyens... Tous les acteurs doivent s'impliquer. Ce n'est donc pas une démarche uniquement de communication, mais aussi d'appropriation, d'identité, de fierté. Nous allons y travailler avec les autres EPCI du Sud-Manche, en trouvant et en renforçant nos convergences. Nous nous différencierons naturellement, au sein d'un territoire cohérent et solidaire, en préférant la complémentarité à une logique concurrentielle.

Un concentré de la Manche

Notre territoire peut décliner facilement le positionnement marketing du département, car c'est un concentré de la Manche. C'est elle en plus petit, avec la pointe de Granville qui symbolise la presqu'île du Cotentin, et son arrière-pays. Cette démarche va nous apporter des éléments de référence et nous aider à aligner notre marketing territorial, à bien cibler notre promotion touristique, économique, agricole... Nous, GTM, ne voulons pas être autre chose que ce que nous sommes, mais souhaitons valoriser nos atouts. Nous n'avons pas d'entreprises de masse, mais cultivons un territoire où il fait bon vivre, aux événements renommés, où l'économie des seniors est un atout, où l'on peut travailler grâce au numérique... Nous devons attirer la jeunesse, par des formations, des emplois intermédiaires, y compris pour le conjoint. Ce sont des problématiques semblables à celles de la Manche. »

DES OUTILS POUR AGIR

Pour construire ensemble une nouvelle identité pour la Manche et la faire rayonner à travers des valeurs, une vision et une signature communes, une plateforme marketing a vu le jour. Focus sur les premiers outils.

Un site internet dédié : mavedanslamanche.fr



Faire connaître la Manche, contribuer à attirer de nouveaux actifs et favoriser leur installation, c'est la vocation de ce portail web. Attractif, esthétique et ergonomique, il porte le nouveau positionnement marketing de la Manche.

Entièrement dédié à l'attractivité de notre territoire, il s'adresse prioritairement aux nouveaux habitants et talents (salariés, porteurs de projets, créateurs et repreneurs d'entreprises), professionnels de santé (médecins généralistes, spécialistes et dentistes). En centralisant des contenus jusqu'alors égrainés sur différents sites internet de la Manche, il offre à ces arrivants une information plus accessible et rend plus visible celle des structures partenaires. Ces dernières disposent d'un accès à un espace pro, avec photothèque, communiqués de presse, lien vers un espace RH voué à faciliter le recrutement des entreprises manchoises, etc.

Il délivre de nombreux renseignements pratiques pour s'installer facilement et bien vivre dans la Manche. C'est un relais d'informations précieux, où les collectivités et EPCI trouveront aussi matière à alimenter leurs démarches locales d'attractivité.

La Manche à Paris

Pour faire découvrir la Manche à travers ses produits emblématiques, une boutique éphémère ouvrira du 15 au 23 décembre à Paris, dans le quartier des halles. Idéalement située (face à l'entrée du métro), mise en scène par un aménageur manchois, elle commercialisera une sélection d'incontournables, dans une démarche de *co-branding* (alliance de plusieurs marques) avec le territoire. Parisiens et touristes pourront ainsi venir acheter huîtres, marinières ou séjours touristiques... des produits « iconiques » proposés également en ligne, sur les sites web de certains partenaires. Des dîners « d'influence » seront aussi organisés dans cette « vitrine de la Manche », pour promouvoir la destination auprès des journalistes, blogueurs et personnalités, et des rencontres pour l'emploi valoriseront les opportunités professionnelles du territoire, pour aider les entreprises adhérentes à trouver des salariés.

Les médecins, une cible prioritaire

Pour maintenir l'offre de soins sur le territoire et le rendre attractif pour les futurs médecins ou les praticiens souhaitant changer de région, de nouveaux dispositifs viennent renforcer la politique départementale :

- indemnisation des internes dans le cadre de leurs stages ;
 - nouvelle prime d'exercice forfaitaire pour les jeunes diplômés s'engageant à effectuer des remplacements ou des collaborations pendant trois ans dans la Manche ;
 - organisation de soirées et week-ends de découverte du territoire, ses pôles et maisons de santé, son cadre de vie et un événement emblématique ;
 - facilités d'installation pour les jeunes médecins et dentistes...
- Pour accueillir les professionnels de santé, la Manche dispose d'atouts solides. Ils sont désormais regroupés et valorisés dans un espace dédié, sur le site mavedanslamanche.fr (rubrique « s'installer »).

➔ Contact : attractivite@manche.fr

Un kit de communication

Chaque nouvel adhérent à la démarche se voit remettre un ensemble de supports, pour l'aider à ancrer sa communication dans son territoire, mieux s'approprier ce qui en fait la richesse et développer son image auprès de ses publics. Il dispose ainsi de différents outils pour valoriser le cadre de vie qu'offre la Manche : le code de marque et ses déclinaisons (cf page 4), des vidéos, photos libres de droits, contenus textes, affiches, cartes postales, produits dérivés... et peut aussi bénéficier d'un accompagnement pour les utiliser de façon optimale.

> L'autocollant

Les habitants sont eux aussi invités à partager les couleurs de la nouvelle marque de leur territoire, notamment grâce à l'autocollant joint au dernier *Manche mag*. Nous l'avons glissé dans votre lettre-info, mais vous pouvez vous en procurer d'autres à attractivite@manche.fr

> Le clip officiel

C'est en la montrant telle qu'elle est, forte d'une nature à l'état brut, cernée de paysages maritimes comme nulle part ailleurs, unique, créative et stimulante... que nous ferons rayonner la Manche ! C'est l'objet du clip « La Manche, changez de point de vue ». D'autres suivront, pour valoriser le territoire et donner envie de s'y installer.

➔ À retrouver sur TV Manche



Stéphane PINABEL
adjoint au maire de Barneville-Carteret, président de l'office de tourisme de la Côte des Isles

« Une communication indispensable »

« Dans un contexte de recomposition des territoires et de construction de l'office de tourisme du Cotentin (créé le 1^{er} juillet, opérationnel en septembre), nous allons devoir redéfinir une stratégie touristique à l'échelle du Cotentin. En cohérence, bien sûr, avec la démarche d'attractivité du Département. Au niveau de la Côte des Isles, nous avons d'une certaine façon déjà commencé, dans le cadre du contrat SPoTT* signé avec Manche Tourisme, visant à valoriser le littoral manchois et structurer son offre touristique. Nous avons également enclenché une veille économique sur le foncier disponible dans nos communes, pour présenter les opportunités aux investisseurs potentiels et les inciter à venir. Mais il faut aussi savoir « packager » ce contenu.

Donner de la lisibilité à nos actions

Nous travaillons aussi sur la montée en gamme urbanistique des stations balnéaires, qui sont autant de points d'ancrage possibles pour les nouveaux arrivants, un réseau solide sur lequel le Département doit pouvoir s'appuyer. À Barneville-Carteret, nous programons des travaux sur 10 ans pour repenser la ville, la circulation des piétons et vélos, l'aménagement du front de mer et des entrées de territoire, première image, essentielle, donnée aux clients. Avec la refonte du site internet, une présence renforcée sur les réseaux sociaux, la création d'un logo... nous voulons donner un coup de « punch » à la ville. Ce travail de communication est indispensable. À l'échelle communale ou départementale, c'est important de donner de la lisibilité à nos actions pour nous faire connaître.

« Rapprocher » la destination

Le choix du Département de placer Manche Tourisme, devenu Latitude Manche, au centre de la démarche, pour la coordonner et fédérer les acteurs, est tout à fait logique. Nous allons réfléchir ensemble à des problématiques diverses mais transversales, économiques ou touristiques. Parmi les questions à se poser par exemple : comment mieux irriguer le département en matière de transport ? Il est essentiel de montrer que la Manche est accessible pour la rendre attractive. Il faut réussir à casser cette image de « bout du monde » dont on peut souffrir, « rapprocher » cette destination, tout en gardant l'exception de son côté préservé. Réussir à charmer et à fidéliser. Inviter à « changer de point de vue », à venir vivre des moments rares dans la Manche. Elle qui offre les quatre saisons en une journée... Un spectacle qu'il faut absolument voir ! »

* Contrat de Structuration de Pôles Touristiques Territoriaux