

COMPTE-RENDU D'ACTIVITÉS

Comité Régional de Tourisme de Normandie

2017

au 31 décembre 2017



La stratégie 2017/ 2021 du Comité Régional de Tourisme de Normandie

En décembre 2015, la nouvelle Assemblée régionale de la Normandie réunifiée a été élue en application de la loi du 16 janvier 2015.

Il appartenait à la Région d'orienter les actions du Comité en fixant les priorités en matière de développement et de communication touristiques.

Des actions nouvelles ont donc été mises en œuvre, dès 2016, par le C.R.T. dans le cadre des priorités régionales annoncées à Bagnoles de l'Orne par le Président Hervé Morin, lors des Rencontres régionales du tourisme.

Dans une économie mondialisée en perpétuel changement, l'innovation et la réactivité deviennent des enjeux stratégiques de conquête et de fidélisation. Afin de répondre à ces exigences, le Comité Régional du Tourisme de Normandie a adopté en janvier 2017 son nouveau Plan marketing qui se décline autour de 12 axes prioritaires pour les six années 2017-2021.

Les nouveautés pour cette nouvelle période sont les suivantes :

- Un partage organisé de la promotion touristique entre C.R.T. et CDT**, avec un principe de clarification des interventions sur les marchés et la création de « **Clubs Marchés** ». Seront créés en en priorité : le Club France, le Club Angleterre, le Club Nouveaux Marchés lointains.
- Le C.R.T., acteur de la **nouvelle marque Normandie**.
- Le marché France, hors Normandie, est posé en priorité n°1 ; le marché anglais demeure la priorité à l'international.**
- Le C.R.T. n'intervient plus auprès des familles normandes**, à l'exception d'événements exceptionnels qui justifient une présence spécifique.
- Trois nouvelles filières prioritaires**, en plus de l'Impressionnisme et du D-Day/Bataille de Normandie : **la Normandie médiévale, le Tourisme d'affaires, le Tourisme à vélo.**
- L'Internet de séjour normand**, nouveau service digital aux visiteurs.
- Une opération exceptionnelle BtoB : **le salon « Rendez-Vous en France » 2017.**

Les outils mis en œuvre permettent la mise en place d'une stratégie promotionnelle active avec la volonté d'exercer une influence sur le grand public, les intermédiaires organisateurs de voyages et la presse, notamment au travers des actions web et réseaux sociaux. Le « on-line » et les TIC demeurent pour le C.R.T. les outils naturels de la communication grand public.

Les méthodes, qui ont fait leurs preuves, demeurent : la coopération avec les acteurs institutionnels de la promotion et notamment avec les CDT dans le cadre d'une coopération rationalisée, la volonté du C.R.T. de soutenir activement les dynamiques des professionnels, notamment par les Clubs et Clusters, la nécessité d'observer les clientèles et leurs évolutions, et d'évaluer la pertinence des opérations.

Le Plan marketing définit donc les priorités promotionnelles que le C.R.T. va mettre en œuvre durant les années 2017 à 2021 et s'articule autour de 12 axes :

A) Les Marchés et les cibles

Axe 1 : Le marché français, première priorité

- 1.1. Des interventions fortes en Ile-de-France et sur d'autres bassins de clientèles
- 1.2. Mais le C.R.T. n'intervient plus auprès des familles normandes, à l'exception d'événements exceptionnels

Axe 2 : Sur les marchés européens stratégiques, notamment l'Angleterre, le C.R.T. accentue ses efforts

- 2.1. Le marché anglais demeure la priorité du C.R.T. à l'international
- 2.2. Belgique et Pays-Bas, les deux autres marchés européens de courts séjours
- 2.3. Allemagne et Europe du sud, les clientèles européennes en longs séjours

Axe 3 : Sur trois marchés lointains matures, les Etats-Unis, le Canada et le Japon, le C.R.T. consolide ses interventions

- 3.1. Etats-Unis, Canada : profiter du 75^{ème} anniversaire du D-Day
- 3.2. Le Japon : maintenir la présence de la Normandie

Axe 4 : Sur des marchés émergents ciblés, le C.R.T. se mobilise

- 4.1. Le C.R.T. actif pour accompagner la programmation de la Normandie

Axe 5 : Le C.R.T. interviendra auprès des familles, auprès des prescripteurs de voyages scolaires et auprès des clientèles de tourisme d'affaires

- 5.1. Les familles, la cible de clientèles essentielle sur tous les marchés européens
- 5.2. Poursuivre le travail engagé auprès des prescripteurs de voyages scolaires
- 5.3. Affirmer la Normandie comme une grande destination pour le tourisme d'affaires

B) Les messages

Axe 6 : Le C.R.T. communique sur une marque exceptionnelle, la « Normandie »

- 6.1. Le C.R.T. acteur de la nouvelle marque Normandie
- 6.2. Le C.R.T. et les autres marques de destination

Axe 7 : Le C.R.T. active 3 clés de communication, les avantages concurrentiels de la destination, les grands événements, les messages affinitaires

- 7.1. Les avantages concurrentiels de la destination
 - 7.1.1. Des lieux qui ne sont nulle part ailleurs
 - 7.1.2. Une histoire et des patrimoines exceptionnels : La Normandie médiévale, l'Impressionnisme et le Débarquement-Bataille de Normandie
 - 7.1.3. La Normandie à vélo
- 7.2. Les grands événements de la période
- 7.3. Les clientèles affinitaires

C) Des supports et des outils adaptés

Axe 8 : Pour toucher le grand public, le « on-line » et les TIC sont les outils naturels de la communication, les actions de promotion « off line » n'étant maintenues que quand elles sont justifiées

- 8.1. Amplifier les présences en ligne et sur les réseaux sociaux
- 8.2. Un nouveau service, l'Internet de séjour

Axe 9 : Pour toucher les prescripteurs professionnels de la destination (la presse, les autocaristes, les tour-opérateurs,...), les actions « off line » demeurent prioritaires

- 9.1. Le salon « Rendez-Vous en France » 2017
- 9.2. Les salons, workshops et eductours, toujours irremplaçables

D) Des méthodes éprouvées

Axe 10 : Le C.R.T. s'inscrit dans une stratégie de coopération avec Atout France, avec les Comités Départementaux du Tourisme et avec les Offices de tourisme

- 10.1. Une coopération rationalisée avec les Comités Départementaux du Tourisme
- 10.2. De nouveaux espaces de concertation et de dynamisation : « les Clubs Marchés »

Axe 11 : Le C.R.T. soutient activement les dynamiques des acteurs du tourisme

- 11.1. Les Clubs et Clusters du tourisme normand
- 11.2 Les autres formes de soutien

Axe 12 : Le C.R.T. est attaché à une culture de projets et d'évaluation

LA PROMOTION

1. FRANCE.....	6
2. EUROPE.....	10
2.1. Grande-Bretagne	10
2.2. Belgique et Pays-Bas.....	16
2.2.1. Belgique	16
2.2.2. Pays-Bas	18
2.3. Allemagne et Europe du Sud	20
2.3.1. Allemagne	20
2.3.2. Europe du Sud.....	24
2.3.3. Autres marchés européens.....	26
3. MARCHES LOINTAINS MATURES	27
3.1. Etats-Unis et Canada	27
3.2. Japon	28
4. MARCHES EMERGENTS.....	30
4.1. Chine	30
4.2. Corée du Sud	32
4.3. Autres marchés lointains	33
5. ACTIONS MULTIMARCHES	34
5.1. L’Impressionnisme	34
5.2. Le Cluster Normandie médiévale.....	37
5.3. Le Mont-Saint-Michel.....	39
5.4. Le Cluster D-Day Normandie 1944.....	41
5.5. Le Club des Sites et Monuments	45
5.6. Le Club des Parcs et Jardins.....	47
5.7. La filière Vélo	49
5.8. Le Club Golf.....	50
5.9. Le Club des Hôtels et Restaurants de Charme	52
5.10. Le Cluster du Tourisme d’affaires.....	53

SOMMAIRE

5.11. <i>Les Editions</i>	55
5.12. <i>Les Sites Internet</i>	56
5.13. <i>Sur les réseaux sociaux</i>	60
5.14. <i>Les Espaces Normandie à Vironvay, à Giverny, au Mont-Saint-Michel et à la Gare Saint-Lazare</i>	61
5.15. <i>La Photothèque</i>	62
5.16. <i>Le salon « Rendez-Vous en France »</i>	63
5.17. <i>Le C.R.T. et les 500 ans du Havre</i>	66

LE DEVELOPPEMENT

6. <i>QUALITE DE L'ACCUEIL</i>	67
6.1. <i>Label des Villes et villages fleuris</i>	67
6.2. <i>Normandie Qualité Tourisme</i>	68
7. <i>OBSERVATOIRE DE L'ACTIVITE TOURISTIQUE</i>	69
7.1. <i>Les études</i>	69
7.2. <i>La diffusion des données</i>	71

LES NOUVEAUX SERVICES

8. <i>LES NOUVEAUX SERVICES</i>	72
8.1. <i>L'Internet de séjour normand</i>	72

LES RESSOURCES

9. <i>POLE RESSOURCES</i>	75
9.1. <i>Organigramme et locaux</i>	75
9.2. <i>Organisation statutaire et financière</i>	76
9.3. <i>Les Bases de données</i>	77
9.4. <i>Les Relations avec les partenaires</i>	79

LA PROMOTION

1. FRANCE

AXE 1 DU PLAN MARKETING DU C.R.T. : LE MARCHÉ FRANÇAIS, PREMIÈRE PRIORITÉ

Le C.R.T. organise une intervention forte en Ile-de-France et sur d'autres bassins de clientèles, mais n'intervient plus auprès des familles normandes, à l'exception d'événements exceptionnels.

DATES	CALENDRIER DE REALISATION 2017
Toute l'année	<p>Le partenariat avec Voyages-sncf.com Nouvelle coopération avec Voyages-sncf.com (1^{er} site e-commerçant en France, 10 millions de visiteurs uniques chaque mois), avec une forte présence sur Internet, ayant pour objectif de développer la promotion des courts-séjours en Normandie 1 page Normandie créée en 2015 + 1 page Mont-Saint-Michel créée en 2016 La page Normandie en français est déclinée en 2017 sur certaines versions européennes du site www.voyages-sncf.com. La coopération éditoriale avec Voyages-sncf.com est mise en œuvre tout au long de l'année, avec de belles mises en avant :</p> <ul style="list-style-type: none"> - En avril, l'exposition Picasso à Rouen - En mai, le Train de l'Impressionnisme et la nouvelle marque « Les voyages impressionnistes, instants de bonheur » - En juin, et durant tout l'été, Un Été au Havre <p>Campagne online France sur le site Voyages-sncf.com</p> <ul style="list-style-type: none"> - Envoi de 4 eletters dédiées, par Voyages-sncf.com sur la base de son fichier clients : le Mont-Saint-Michel et sa Baie (mai), les grands événements 2017 (juin), l'Impressionnisme (juillet), 6 bonnes raisons de venir cet automne (septembre) - Diffusion de bannières publicitaires à partir du 30 mai - Habillage de la landing page train aux couleurs des « Voyages Impressionnistes » <p>Envoi de 2 newsletters professionnelles</p> <ul style="list-style-type: none"> - En janvier à l'occasion des vœux de bonne année, à 520 voyageurs français pour mettre en avant les 500 ans du Havre et le salon « Rendez-vous en France » 2017 à Rouen - En juillet à 548 voyageurs français pour mettre en avant le bilan et le film du Salon Rendez-Vous en France 2017, l'ouverture du Honfleur Normandy Outlet, Le Havre destination de l'année, les hôtels 5 étoiles en Normandie et la photothèque en ligne <p>Envoi de 10 newsletters grand public (janvier, mai, juin, juillet, octobre, décembre) aux contacts grand public francophones (entre 2 500 et 50 000 contacts selon les cibles), pour mettre en avant :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Les 500 ans du Havre - 15 villes normandes vues du ciel - 5 nouvelles activités à tester en famille : le Jardin pieds nus, Escape Game à Rouen, Trampoline Park à Honfleur, D-Day Experience à Saint-Côme-du-Mont, les nouveautés dans les musées et parcs d'attraction (Festyland, Paléospace de Villers-sur-Mer, Planétarium Ludiver) - Le label Famille Plus - La Normandie médiévale - Le D-Day Festival - Le Guide visiteur 2017 des Plages du Débarquement - La candidature des Plages du Débarquement au Patrimoine Mondial de l'Unesco - Les commémorations du 73^{ème} anniversaire du Débarquement - Rendez-Vous au Jardin - Les Parcs et Jardins de Normandie sur Facebook

LA PROMOTION

France (suite)

DATES	CALENDRIER DE REALISATION
(suite)	<ul style="list-style-type: none"> - Le guide des Parcs et Jardins de Normandie et la vidéo des jardins de Normandie - Les golfs de Normandie et le Normandie Golf Pass - L'ouverture du Grand Slam Hôtel au golf du Vaudreuil - Le golf de Jumièges - Les plus beaux feux d'artifice de l'été - Etretat et les pépites de la côte d'Albâtre vus du ciel - Les hébergements avec piscine pour les vacances - Le train du Mont-Saint-Michel (encart spécial pour 7 052 contacts grand-public d'Ile-de-France) - Les plages préférées des fans de Normandie - Un été sur les terres de liberté - Les témoignages émouvants des vétérans du Jour J (vidéos) - Les incontournables des sites du D-Day en plein air - Promenades automnales dans les jardins normands - Les jardins de Normandie sur Facebook et en vidéo - 4 vidéos à voir absolument (A vélo, tout est plus beau, Souvenir des géants au Havre, La côte d'Albâtre vue du ciel, L'Eure au fil de l'eau) - D-Day Normandie : suggestions pour les vacances d'automne - Immersion au cœur de la bataille des Haies avec le Normandy Victory Museum à Catz-Carentan - Sur les traces de héros à Utah Beach - Exposition L'enfer des Ardennes au Airborne Museum - Exposition Le camp de Fourcaville au Musée du Débarquement d'Utah Beach - Hébergement Le Domaine Airborne à Carentan-le-Marais - Les plus beaux marchés de Noël en Normandie - Le son et lumières de la cathédrale de Bayeux - Des idées pour le réveillon du 31 décembre
Février	Contribution au salon de l'Agriculture à Paris par la mise en place d'un jeu avec la Chambre Régionale d'Agriculture, les réseaux « Bienvenue à la Ferme » et IRQUA Normandie et les Gîtes de France.
Mars	<div style="display: flex; align-items: center;">  <div style="margin-left: 20px;"> <p>Edition de la carte touristique 2017, bilingue français-anglais</p> </div> </div>
Mars	Le salon « Rendez-Vous en France » 2017 à Rouen : voir « Actions multimarchés » / 5.16 « Le salon Rendez-Vous en France ».

LA PROMOTION

France (suite)

DATES	CALENDRIER DE REALISATION 2017
Avril	<p>Le C.R.T. soutient l'association « Normandie Sites » pour son opération nouvelle de promotion à destination des habitants de l'agglomération du Mans. Cette opération prévoit affichage, diffusion dans les boîtes aux lettres, radios, presse... avec des incitations promotionnelles spéciales (visite des sites touristiques adhérents à l'association à tarif réduit), afin d'inciter les Sarthois à venir découvrir la Normandie.</p>
De mai à décembre	<p>Campagne online France sur les sites Mappy et Pages Jaunes (groupe SoLocal) Le C.R.T. mène une 1^{ère} campagne digitale et display avec le groupe SoLocal, avec :</p> <ul style="list-style-type: none"> - L'affichage de bannières (mettant en avant les destinations/événements phares, mais aussi l'association « Normandie Sites », les Trains de l'Impressionnisme et du Mont-Saint-Michel et les Campings « Normandie Qualité Tourisme ») et la mise en avant d'offres touristiques (les membres des Clubs et Clusters du C.R.T.) sur les sites SoLocal, particulièrement sur la cartographie Mappy ; - Des tarifs préférentiels en matière de référencement payant (Google Adwords), l'affichage de bannières sur plusieurs sites premium et des publications sponsorisées sur les réseaux sociaux.
Mai	<p>Journée presse « Destination Régions » à Paris Ce rendez-vous est l'occasion pour le C.R.T. de rencontrer de nombreux journalistes de la presse nationale et de les informer sur les nouveautés, les événements et l'actualité touristique de la Normandie.</p>
Juin	<p>Aide technique du C.R.T. pour le tournage de l'émission « Les Carnets de Julie », de Julie Andrieu à Pont-L'Évêque, Trouville, Honfleur.</p> <p>Aide technique du C.R.T. pour Le Figaro Magazine « Les carnets d'été » à paraître fin août. Edition de la brochure « Les loisirs en famille » bilingue français-anglais, à 40 000 exemplaires.</p>
Juillet	<p>Le C.R.T. organise un accueil de 4 journalistes de la presse équestre autour de l'itinéraire « La Chevauchée de Guillaume » : Cheval Mag, le journal Le Cheval, Hippo Revue (belge) et Horse and Country (britannique). Cet accueil fait découvrir quelques étapes incontournables de l'itinéraire équestre de La Chevauchée de Guillaume : la baie des Veys, l'église de Ryes, le cimetière américain, la batterie de Longues, la tapisserie de Bayeux, le château de Falaise, en partenariat avec les Offices de Tourisme de Bayeux-Bessin, du Pays de Falaise, de Ouistreham-Riva Bella, le Comité Régional de Tourisme Equestre de Normandie, Equid'ext, le Parc Naturel Régional des Marais du Cotentin et du Bessin, Bayeux Museum, le château Guillaume-le-Conquérant de Falaise et Brittany Ferries.</p>
Août	<p>Les escapades sur le site grand public du C.R.T. La rubrique escapades est de nouveau mise en avant sur le site grand public en français. Les escapades ont été rédigées par des bloggeurs et un travail d'optimisation est réalisé au niveau du référencement naturel et de la mise en avant de la page sur le site et les réseaux sociaux.</p>

LA PROMOTION

France (suite)

DATES	CALENDRIER DE REALISATION 2017
Septembre	<div style="display: flex; align-items: center;">  <div style="margin-left: 20px;"> <p>Edition du Manuel des ventes 2018</p> <p>Opération « Les Voyages Impressionnistes » à Paris La campagne d’affichage est menée pendant 1 mois à la Gare Saint-Lazare sur des affiches de 8 m² et des affichages numériques situés en gare et dans les accès au métro. Le dispositif de promotion comprend également un jeu-concours hébergé sur le mini-site www.voyagesimpressionnistes.com qui permet de gagner des week-ends impressionnistes. Site portail pour la Destination Impressionnisme, il permet de consulter en ligne la brochure touristique d’une soixantaine de pages, qui recense une large sélection de musées, maisons et d’ateliers d’artistes, mais aussi de monuments, sites naturels, balades, visites, restaurants et expériences inédites. L’opération permet la première exploitation importante des 2 visuels créés pour faire vivre la marque, avec deux tableaux de Claude Monet qui prennent vie dans l’univers d’un voyageur d’aujourd’hui.</p> <p>Participation à la réunion Commission presse de Destination Régions</p> </div> </div>
Novembre	<p>Participation du C.R.T. au salon Made in France, avec la Région Normandie La Région Normandie est invitée d’honneur et est représentée par une vingtaine d’entreprises normandes. Le C.R.T. met à disposition une conseillère en séjour.</p>
Décembre	<p>Journée presse « Destination Régions » à Paris Ce rendez-vous est l’occasion pour le C.R.T. de rencontrer de nombreux journalistes de la presse nationale et de les informer sur les nouveautés, les événements et l’actualité touristique de la Normandie. La journée presse est placée sous le signe de l’innovation dans le tourisme.</p>

LA PROMOTION

2. EUROPE

AXE 2 DU PLAN MARKETING DU C.R.T. : SUR LES MARCHÉS EUROPÉENS STRATÉGIQUES, NOTAMMENT L'ANGLETERRE, LE C.R.T. ACCENTUE SES EFFORTS

- 2.1. Le marché anglais demeure la priorité du C.R.T. à l'international
- 2.2. Belgique et Pays-Bas, les deux autres marchés européens de courts séjours
- 2.3. Allemagne et Europe du sud, les clientèles européennes en longs séjours

2.1. Grande-Bretagne

Le C.R.T. :

- contribue activement au Contrat Grand Ouest mobilisant les moyens financiers d'Atout France, des transporteurs et des grands opérateurs promotionnels ;
- concentre ses actions sur l'Angleterre où demeurent de fortes marges de progression. 92% des Britanniques en Normandie sont anglais (82% de la population britannique) ;
- continue de renouveler l'intérêt affectif des Anglais pour la Normandie : les sites de l'épopée de Guillaume le Conquérant et de la Bataille de Normandie offrent à la Normandie des avantages concurrentiels exceptionnels ;
- cible les seniors en courts séjours en favorisant un fort taux de re-visite : la communication met en avant la proximité et l'accessibilité de la destination et toute sa diversité (paysages, sites, musées, hébergements,...) pour renouveler l'envie de venir ;
- cible aussi les 35-45 ans venant l'été en famille pour leurs vacances principales.

Pour toucher le grand public, le C.R.T. privilégie les actions auprès de la presse et les actions on-line.

DATES	CALENDRIER DE REALISATION 2017
Toute l'année	<p>Envoi de 3 newsletters professionnelles à une base de 960 voyageurs britanniques et irlandais</p> <ul style="list-style-type: none">- En janvier à l'occasion des vœux de bonne année, pour mettre en avant les 500 ans du Havre et le salon « Rendez-Vous en France » 2017 à Rouen- En juillet pour mettre en avant le bilan et le film du Salon Rendez-Vous en France 2017, Honfleur Normandy Outlet, Le Havre destination de l'année, les hôtels 5 étoiles en Normandie et le nouveau compte Instagram Normandie ainsi que la photothèque en ligne- En octobre pour mettre en avant les ouvertures prochaines de Calvados Experience ainsi que de la nouvelle résidence Pierre et Vacances de Deauville, Honfleur Normandy Outlet, la présence de la Normandie au World Travel Market de Londres et l'édition du guide professionnel 2018 <p>Envoi de 5 newsletters grand public (janvier, février, mai, juillet et octobre) à une base de 9 000 contacts britanniques et irlandais pour mettre en avant :</p> <ul style="list-style-type: none">- Le Carnaval de Granville- La Saint-Valentin- Le blog « Normandie Foodie Blog »- La ligne Ryanair Londres Stansted – Deauville Normandie- Les 500 ans du Havre- Les festivals en Normandie- Les traversées Gourmet de Brittany Ferries- Le nouveau compte Instagram en anglais

LA PROMOTION

Grande-Bretagne (suite)

DATES	CALENDRIER DE REALISATION 2017
(suite)	<ul style="list-style-type: none"> - Vivre la nuit pendant l'été en Normandie - Les itinéraires cyclables en Normandie - La liaison FlyBe Londres Southend – Caen - Les hébergements insolites - L'automne en Normandie - Les fêtes de la gastronomie - L'offre spéciale d'automne DFDS Newhaven – Dieppe - La nouvelle résidence Pierre et Vacances à Deauville
Janvier	<p>Réalisation du Dossier de presse 2017 : <i>Normandy News & Events</i>, distribué lors des actions presse et sur l'ensemble des actions sur les marchés anglophones.</p> <p>Réalisation d'un Dossier de presse commun entre le C.R.T. et l'Office de Tourisme du Havre : <i>A Summer in Le Havre 2017: 500th Anniversary of the City and Port</i>.</p> <p>Démarchage presse à Londres conjoint entre l'attachée de presse du C.R.T. (antenne presse à Londres) et l'Office de Tourisme du Havre. Visite de rédactions et déjeuner pour des freelances. De superbes retombées en découlent tout au long de l'année.</p>
Février	<p>Lancement du blog « Normandy Foodie » pour le marché anglais : www.normandyfoodie.com</p> <p>L'objectif est de mettre en avant la gastronomie normande de façon ludique, avec des articles variés couvrant les bonnes adresses, les festivals, les produits, les marchés etc...</p> <p>Le blog est intégré dans les pages « Food and Drink » du site grand public et alimente également les newsletters, la page facebook et les comptes twitter presse et grand public</p>
Mars	<p>Tournée Médiatique - Capital Events</p> <p>Le C.R.T. participe à la tournée médiatique Capital Events 2017 à Londres ainsi qu'à Dublin, organisée par Atout France.</p> <p>Accueil de presse individuel pour <i>The Brighton Argus</i>, sur la thématique « A weekend break in Dieppe » : visite de Dieppe et de ses alentours, en partenariat avec Seine-Maritime Attractivité et DFDS Seaways.</p> <p>Accueil de presse individuel pour <i>The Guardian</i>, sur la thématique des 500 ans du Havre Visite du Havre et de ses alentours, en partenariat avec Seine-Maritime Attractivité et Brittany Ferries.</p> <p>Accueil de presse individuel pour <i>The Mail on Sunday</i>, sur la thématique des 500 ans du Havre et du D-Day. Visite du Havre, du Mémorial de Caen et du Mémorial Pegasus, en partenariat avec les CDT de Seine-Maritime et du Calvados, et Brittany Ferries.</p> <p>Accueil de presse individuel pour <i>Voyage Magazine</i> (le magazine de Brittany Ferries), sur la thématique « Cycling the Cotentin Peninsula », en partenariat avec Latitude Manche et Brittany Ferries.</p> <p>Le C.R.T. partenaire de Brittany Ferries avec la réalisation de 18 panneaux consacrés aux 500 ans du Havre, installés à bord du ferry « <i>Etretat</i> », qui assure la traversée entre Le Havre et Portsmouth. L'exposition sera visible jusqu'à la fin de la saison estivale.</p>

LA PROMOTION

Grande-Bretagne (suite)

DATES	CALENDRIER DE REALISATION 2017
Mars à Mai	<p>La campagne #FeelFrance avec Atout France La campagne #FeelFrance associe une trentaine de partenaires privés et institutionnels dont des transporteurs, des destinations et des tour-opérateurs.</p> <p>La campagne entend transmettre l'émotion unique que suscite un voyage en France pour inspirer les familles et seniors à choisir la France comme destination de séjour. Le concept créatif #Feel est décliné par Destination, dans une collection de destinations constituant #FeelFrance. Le C.R.T. décline donc sa campagne avec Atout France sous la signature #FeelNormandy.</p> <p>Le C.R.T. Normandie a obtenu qu'une dotation financière de l'Etat soit affectée à #FeelNormandy pour la promotion du Mont-Saint-Michel et de sa Baie, au titre du Plan de relance du tourisme français.</p> <p>La campagne #FeelFrance 2017 se déroule de mi-mars à la fin du mois de mai, avec Brittany Ferries comme partenaire transporteur pour la Normandie</p> <ul style="list-style-type: none"> - La campagne d'affichage se déroule autour des vacances scolaires de Pâques à partir de mi-mars et en amont de la Pentecôte. - Le métro londonien : <ul style="list-style-type: none"> • panneaux dans les gares du 13 au 27 mars • panneaux digitaux dans les escalators, en exclusivité pour la Normandie, la Bretagne et les Pays de la Loire, du 24 avril au 7 mai - Les trains du Sud-Ouest panneaux dans les trains du 8 au 22 mai - La campagne presse démarre le 19 mars avec des insertions publicitaires et pages de contenu éditorial dans des journaux et magazines de qualité tels que the Guardian, the Daily Telegraph, the Evening Standard Magazine, the Sunday Times, the Times and Family Traveller. Ce volet presse est réservé aux trois régions du Grand-Ouest. - Le site de campagne (http://uk.france.fr/) : de mi-mars à la fin de mai, un dispositif digital complet accompagne le site Internet, incluant le référencement payant et une présence sur les réseaux sociaux au travers de publications sur Facebook, Twitter et Instagram dans le but de générer du trafic vers le site.
Avril	<p>Publication d'une première carte « Normandy Music Festivals » : Publiée en double-page dans le magazine musical britannique NME (tirage 350 000 exemplaires) ; Publiée dans un billet « Normandy rocks this summer! » sur le blog de Brittany Ferries ; Affichée dans le port de Portsmouth sur une bâche de grande taille 6m x 4m ; Mise en avant par une campagne Facebook et Instagram dans le sud de l'Angleterre : plus de 1 000 personnes ont cliqué sur le lien de redirection pour consulter la page festivals du site Internet UK du C.R.T.</p> <p>Reconduction du partenariat avec First News, le seul journal pour enfants en Grande-Bretagne (plus de 10 000 écoles sont abonnées, soit une présence dans 1 école sur 3 outre-Manche + un site Internet), en partenariat avec Brittany Ferries. 4 study Packs sont gratuitement téléchargeables sur : D-Day and the Battle of Normandy, William the Conqueror, Impressionism, Food and Drink. Les nouveautés sont communiquées au fichier d'enseignants du journal et se trouvent sur une page web dédiée de First News. Le Club des Sites et Monuments du C.R.T. a également mis en avant la destination pour des séjours scolaires dans une double page dans l'édition du 29 septembre de First News.</p>

LA PROMOTION

Grande-Bretagne (suite)

DATES	CALENDRIER DE REALISATION 2017
Mai	<p>Accueil de presse individuel pour <i>The Telegraph</i> et <i>The Guardian</i>, sur la thématique des jardins de Normandie. Visite des Jardins d'Agapanthe, de l'Abbaye Saint-Georges-de-Boscherville, de la Maison de Villers, des Jardins d'Angélique, du Château du Champ de Bataille, du Château d'Acquigny et de Giverny, en partenariat avec les CDT de Seine-Maritime et de l'Eure, et Brittany Ferries.</p> <p>Accueil de presse individuel pour le blog <i>The Curious Collection</i>, sur la thématique « 24 hours in Normandy ». Visite du Mont-Saint-Michel et des îles Chausey, en partenariat avec Latitude Manche et Brittany Ferries.</p> <p>Accueil de presse groupe pour différents supports media et journalistes, sur la thématique des 500 ans du Havre, avec la visite de la ville et du port, en partenariat avec l'Office de Tourisme du Havre et Brittany Ferries.</p> <p>Ouverture d'un compte Instagram en anglais, afin de partager quotidiennement les meilleures photos de la région avec une communauté anglophone.</p>
Juin	<p>Comité de Pilotage du Contrat Grand Ouest, à Paris.</p> <p>Accueil de presse groupe pour différents supports media et journalistes, sur la thématique du D-Day et de la Bataille de Normandie, à l'occasion des célébrations du 73^{ème} anniversaire du Débarquement. Visite de la poche de Falaise, d'Utah Beach, d'Omaha Beach, de Gold Beach, et du Mémorial Pegasus, rendez-vous avec la Mairie de Ouistreham pour présentation du projet du Centre franco-britannique, en partenariat avec les CDT de l'Orne, de la Manche et du Calvados, et Brittany Ferries.</p> <p>Accueil de presse individuel pour <i>Selvedge Magazine</i>, sur la thématique « dentelle et lin ». Visite d'Alençon, de la manufacture Bohin, et participation au Festival du lin à Routot, en partenariat avec les CDT de l'Orne, de l'Eure et Brittany Ferries</p> <p>Accueil de presse individuel pour <i>The Independent (online)</i>, sur la thématique « A weekend break in Le Havre », avec la visite de la ville et du port, en partenariat avec l'Office de Tourisme du Havre et Brittany Ferries</p>
Juillet	<p>Accueil de presse groupe pour différents supports media et journalistes, sur la thématique des 500 ans du Havre. Visite du Havre, d'Etretat et d'Honfleur, en partenariat avec les CDT de Seine-Maritime et du Calvados, et Brittany Ferries.</p> <p>Accueil de presse individuel pour <i>The Scottish Sun</i>, sur la thématique « A family break in Normandy », avec la visite du zoo de Jurques et du Mont-Saint-Michel, en partenariat avec Siblu et Brittany Ferries</p>
Août	<p>Participation à la présentation du lauréat du concours d'architecture du Centre des Relations franco-britanniques de Ouistreham</p> <p>Accueil de presse individuel pour <i>The Guardian</i>, sur la thématique « Calvados production », avec la visite du Pays d'Auge, en partenariat avec les CDT de l'Eure et du Calvados</p> <p>Accueil de presse individuel pour <i>The Sun</i>, sur la thématique « A family break in Normandy ». Visites du Haras du Pin, du centre équestre de la Tour, de Bagnoles-de-l'Orne, en partenariat avec Brittany Ferries</p>

LA PROMOTION

Grande-Bretagne (suite)

DATES	CALENDRIER DE REALISATION 2017
Septembre	<div style="display: flex; align-items: flex-start;">  <div style="margin-left: 20px;"> <p>Edition du Manuel des ventes 2018 en anglais Cette édition est diffusée lors du salon WTM</p> </div> </div> <p>Accueil de presse individuel pour <i>The Mail on Sunday</i> sur la thématique du D-Day et du futur Centre des Relations franco-britanniques de Ouistreham. Visite du Memorial Pegasus, d'Arromanches-les-Bains, de la Pointe du Hoc, du Cimetière Militaire Américain de Colleville-sur-Mer et de Ouistreham, en partenariat avec les Offices de Tourisme de Bayeux-Bessin, de Caen-la-Mer, la Ville de Ouistreham et Brittany Ferries</p> <p>Accueil de presse groupe pour différents supports media et journalistes, sur la thématique « Cycling in Normandy, three Routes, three Counties ». Découverte des 3 itinéraires La Vélo Francette, La Véloscénie, et Le Tour de Manche. Visite de Ouistreham, Caen, Flers, Bagnoles-de-l'Orne, Briquebec et Carentan, en partenariat avec les CDT du Calvados, de l'Orne, de la Manche et Brittany Ferries</p> <p>Accueil de presse groupe pour différents supports media et journalistes, sur la thématique « Foodie Normandy : a Celebration of Coastal and Country Cuisine ». Visite de Caen, Argentan, Bagnoles-de-l'Orne, Domfront, Granville et les îles Chausey, en partenariat avec les CDT du Calvados, de l'Orne, de la Manche et Brittany Ferries</p> <p>Accueil de presse individuel pour <i>The Irish Daily Mail</i>, sur la thématique des vacances en famille. Visite du Pays de Domfront, du Parc Naturel Régional Normandie-Maine, du Mont-Saint-Michel, de Barneville-Carteret, de Cherbourg, en partenariat avec les CDT de l'Orne et de la Manche et Irish Ferries</p> <p>Accueil de presse individuel pour le <i>Daily Mirror</i>, sur la thématique « Short Break dans l'Orne ». Visite du Parc Naturel Régional du Perche, du Haras du Pin et du Château de Falaise, en partenariat avec le CDT de l'Orne et Brittany Ferries</p> <p>Accueil de presse individuel pour <i>Angels & Urchins</i>, sur la thématique des vacances « foodie » en famille dans l'Eure. Visite du Pays d'Auge, du Domaine de Gauville, de la Distillerie Busnel et du Logis de Brionne, en partenariat avec le CDT de l'Eure et Brittany Ferries</p> <p>Eductour professionnel pour le tour-opérateur irlandais <i>School Travel</i>, pour découvrir l'offre scolaire en visitant des sites et hébergements.</p>
Octobre	<p>Participation à l'événement « One Year To Go », organisé à Londres par la Ryder Cup en partenariat avec Atout France, à la gare de Saint Pancras International. L'objectif de cet événement est de sensibiliser la presse et les professionnels en lançant le compte à rebours de la Ryder Cup d'ici 1 an, à Paris</p> <p>Comité de pilotage du Grand Ouest, à Paris Points sur l'observation du marché, la campagne #FeelFrance et le digital.</p>

LA PROMOTION

Grande-Bretagne (suite)

DATES	CALENDRIER DE REALISATION 2017
Octobre (suite)	Soutien à la conception de la décoration du futur bateau « Honfleur » de Brittany Ferries. Le C.R.T. sélectionne et fournit les photos de la Normandie qui seront intégrées au décor. Brittany Ferries souhaite mettre en avant ses destinations avec un objectif de marque clair « Révéler les fabuleuses destinations de vacances qu’offrent les régions de l’Ouest Européen ».
Novembre	Le Salon « World Travel Market » Le C.R.T. est présent avec le Club D-Day à ce salon professionnel qui réunit les acheteurs et vendeurs de l'industrie mondiale du voyage et du tourisme, et qui se tient au centre ExCel de Londres. Il réunit plus de 5 000 exposants des cinq continents et plus de 45 000 professionnels du tourisme. Participation à la réunion « Opportunités de coopération dans l’Espace Manche dans un contexte post Brexit », organisée à Cardiff par la Région avec les élus des collectivités britanniques.
Décembre	Networking presse « Nouveautés 2018 » Le C.R.T. participe à cette soirée de networking organisée par Atout France, au Covent Garden Hotel à Londres, pour communiquer sur les nouveautés 2018 et recruter des journalistes pour les accueils de presse

LA PROMOTION

2.2. Belgique et Pays-Bas

2.2.1. Belgique

Le C.R.T. accentue ses efforts promotionnels en Belgique, marché européen plutôt de courts séjours.

Au-delà des actions déjà conduites, le C.R.T. accroît ses actions auprès de la presse et ses actions on-line pour toucher le grand public.

DATES	CALENDRIER DE REALISATION 2017
Toute l'année	<p>Envoi de 2 newsletters professionnelles</p> <ul style="list-style-type: none"> - En janvier à l'occasion des vœux de bonne année, à 331 voyageurs belges néerlandophones et 69 voyageurs belges francophones, pour mettre en avant les 500 ans du Havre et le salon « Rendez-Vous en France » 2017 à Rouen - En juillet à 432 voyageurs néerlandais et belges néerlandophones et à 74 voyageurs belges francophones, pour mettre en avant le bilan et le film du Salon Rendez-Vous en France 2017, Honfleur Normandy Outlet, Le Havre destination de l'année, les hôtels 5 étoiles en Normandie et la photothèque en ligne <p>Envoi de 9 newsletters grand public à 3 700 contacts grand public néerlandophones (mars et juillet, voir La promotion aux Pays-Bas) et entre 2 500 et 50 000 contacts grand public francophones selon les cibles (mai, juin, juillet et octobre, voir La promotion en France), qui concernent également le marché belge.</p>
Janvier	Réalisation du Dossier de presse 2017 en français et en néerlandais, distribué lors des actions presse et sur l'ensemble des actions sur le marché belge, et mis en ligne sur la salle de presse d'Atout France Belgique.
Février	Salon des Vacances de Bruxelles Le salon des Vacances de Bruxelles est le salon grand public incontournable sur le marché belge. Cette année, 101 795 visiteurs ont franchi les portes des 3 salons « Vacances », « Zenith » (s'adressant à un public seniors 50+) et « Sport ». Les Clubs D-Day, Parcs et Jardins et Hôtels de charme sont présents, ainsi qu'une dizaine de partenaires normands (CDT, Offices de Tourisme et sites), sur l'espace organisé par le C.R.T. avec Atout France.
Mars	Envoi d'une newsletter presse via Atout France à 497 journalistes francophones et 492 néerlandophones, sur les 500 ans du Havre.
Avril	Accueil blogueur pour le blog <i>Trekking et Voyage</i> , sur la thématique « Nature et Insolite ».
Mai	Le Club des Jardins de Normandie, présent lors des Journées des Plantes de Beervelde 21 591 visiteurs ont fréquenté cette édition dont le thème était « Les papillons ». Le stand de 9m ² « Parcs & Jardins de Normandie » a été primé pour sa décoration. Plus de 1 200 Guides Parcs & Jardins ont été diffusés lors de ce rendez-vous des passionnés de jardins. Accueil de presse individuel pour le magazine <i>Motoren en Toerisme</i> et pour www.demotorsite.be sur la thématique moto et gastronomie, en partenariat avec le CDT du Calvados et l'Office de Tourisme d'Honfleur.
Septembre	Accueil de presse groupe pour 4 journalistes de quotidiens belges francophones (Metro (NL)- Het Nieuwsblad (NL) - La Libre Belgique - Sud Presse), sur la thématique Nature sauvage, bien-être et littoral, en partenariat avec les CDT du Calvados et de la Manche.

LA PROMOTION

Belgique (suite)

DATES	CALENDRIER DE REALISATION 2017
Octobre	<p>Accueil de presse individuel pour <i>L'Avenir</i> (supplément weekend Deuzio, FR), sur la thématique de la Normandie médiévale.</p> <p>Accueil de presse individuel pour <i>AS Magazine</i> (FR/NL), sur la thématique du parcours normand de la Vélo Francette.</p> <p>Envoi d'une newsletter presse via Atout France à 440 journalistes francophones et 502 néerlandophones, sur les 5 fêtes de la pomme à célébrer en Normandie.</p>
Novembre	<p>Séminaire Marché belge, au Havre</p> <p>L'Office du Tourisme du Havre et le C.R.T. Normandie organisent une présentation des marchés belge et luxembourgeois, en présence de Vincent Toulotte, Directeur d'Atout France en Belgique et au Luxembourg et de son équipe.</p> <p>Cette présentation vise à apporter aux partenaires et professionnels du tourisme normand, des clés pour accroître les clientèles belges et luxembourgeoises, à mieux connaître les attentes de ces clientèles, et à identifier les évolutions et les opportunités de ces marchés.</p>

LA PROMOTION

2.2.2. Pays-Bas

Le C.R.T. accentue ses efforts promotionnels aux Pays-Bas, marché européen de courts et de longs séjours, orientés vers le grand public et la presse.

DATES	CALENDRIER DE REALISATION 2017
Toute l'année	<p>Envoi de 2 newsletters professionnelle à 180 voyageurs néerlandais :</p> <ul style="list-style-type: none"> - En janvier à l'occasion des vœux de bonne année, pour mettre en avant les 500 ans du Havre et le salon « Rendez-Vous en France » 2017 à Rouen - En juillet, pour mettre en avant le bilan et le film du Salon Rendez-Vous en France 2017, Honfleur Normandy Outlet, Le Havre destination de l'année, les hôtels 5 étoiles en Normandie et la photothèque en ligne <p>Envoi de 3 newsletters grand public (janvier, mars et juillet) à 3 700 contacts grand public néerlandophones, pour mettre en avant :</p> <ul style="list-style-type: none"> - L'exposition Picasso - Les 70 ans de la Maison Dior à Granville - L'Agenda des événements 2017 en Normandie - Les hôtels de charme - Les 500 ans du Havre - Les campings de Normandie - Les itinéraires cyclables de Normandie - Le nouveau compte Instagram Normandie
Janvier	<p>Réalisation du Dossier de presse 2017 en néerlandais, distribué lors des actions presse et sur l'ensemble des actions sur le marché.</p>
Février	<p>Salon Fiets-en Wandelbeurs (salon du vélo et de la randonnée), à Utrecht</p> <p>Atout France avait réuni une vingtaine d'exposants au sein d'un Pavillon France pour la promotion des circuits vélo et randonnées pédestres.</p> <p>La Normandie était présente avec les CDT du Calvados et de la Seine-Maritime.</p> <p>La fréquentation a largement dépassé les 20 000 visiteurs en 2 jours, comme l'an passé.</p> <p>Sélectionnée parmi six véloroutes européennes, la Vélo Francette® se voit attribuer le titre de Véloroute 2017 par les organisateurs du salon.</p> <p>Workshop presse</p> <p>Le workshop, organisé par Atout France à Amsterdam, a permis de rencontrer 25 journalistes lors de rencontres individuelles.</p> <p>Présentation aux journalistes des nouveautés 2017 en Normandie et de l'événement de l'été, les 500 ans de la ville du Havre.</p>
Avril	<p>La première Campagne #FeelMontSaintMichel avec Atout France</p> <p>Sur le marché néerlandais, les C.R.T. Normandie et Bretagne, et le CDT de la Manche cofinangent la 1^{ère} campagne #FeelMontSaintMichel, soutenue par l'Etat et Atout France dans le cadre du Plan de relance national.</p> <p>La campagne, qui s'intègre à l'ensemble de la communication #FeelFrance, est déclinée sous la signature #FeelMontSaintMichel dans le but de donner envie à la clientèle néerlandaise de venir découvrir la destination, en affirmant le positionnement de celle-ci : <i>le Mont-Saint-Michel et sa baie, un site et un écrin naturels uniques au monde.</i></p> <p>La campagne se décline en :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Affichage (panneaux gares et villes) - Campagne web marketing et posts réseaux sociaux Pays-Bas - Pages de publicité presse - Dispositif dédié sur le site France.fr - Article publi-rédactionnel dans le magazine <i>Roots</i> (magazine axé nature)

LA PROMOTION

Pays-Bas (suite)

DATES	CALENDRIER DE REALISATION 2017
Avril (suite)	Accueil de presse individuel pour <i>Algemeen Dagblad</i> (quotidien national), sur la thématique vélo, au long du parcours de la Vélofrancette, en partenariat avec les CDT du Calvados et de l'Orne.
Mai	Accueil de presse individuel pour <i>Vogue Nederland</i> et <i>Vogue The Book</i> , sur la thématique Lifestyle et gastronomie, avec les visites du Mont-Saint-Michel, de Granville, d'Honfleur, de Deauville et de Trouville, en partenariat avec les CDT de la Manche et du Calvados. Accueil de presse individuel pour <i>Plus Magazine</i> (magazine print lifestyle 50+ et www.plusonline.nl), sur la thématique des vacances en camping-car, gastronomie, culture et nature, avec les visites de Varengeville-sur-Mer, Saint-Valéry-en-Caux, Fécamp et le Palais Benedictine, le Château du Breuil, Cambremer, le Pays d'Auge, la fromagerie Graindorge, Camembert, Bagnoles de l'Orne, en partenariat avec les CDT de Seine-Maritime, du Calvados et de l'Orne. Accueil blogueur pour <i>Ik Vader.nl</i> (blog famille), sur la thématique du D-Day avec les visites de Bayeux, Arromanches, Colleville et Sainte-Mère-Eglise, en partenariat avec les CDT du Calvados et de la Manche.
Juin	Accueil blogueur pour <i>Gezinopreis.nl</i> (Blog famille), sur la thématique de la Normandie avec les enfants, avec les visites de la Côte d'Albâtre, d'Honfleur, de Trouville, de Falaise et de Caen, en partenariat avec les CDT du Calvados et de la Seine-Maritime. Accueil presse TV individuel pour l'émission Jardin « <i>Robb Grote Tuinverbouwing</i> » sur SBS6 avec des visites de jardins en Seine-Maritime et dans l'Eure, en collaboration avec le Club des Parcs et Jardins du C.R.T. Accueil de presse groupe pour 5 média ou blogs néerlandais, sur la thématique « Le Havre 2017 et la côte normande », avec les visites du Havre, de Fécamp, d'Etretat, d'Honfleur, de Deauville et de Trouville-sur-Mer, en partenariat avec Atout France, les CDT de Seine-Maritime et du Calvados, les Offices de Tourisme du Havre, de Trouville et d'Honfleur.
Juillet	Campagne de référencement Google Adwords sur le site web grand-public , pour l'été Accueil de presse individuel pour <i>Top Camper Magazine</i> , sur la thématique camping-car, en partenariat avec les CDT du Calvados et de la Seine-Maritime.
Octobre	Accueil de presse groupe de 3 journalistes, sur la thématique Nature « actif », gastronomie et bien-être, en partenariat avec les CDT de la Manche et de l'Orne.

LA PROMOTION

2.3. Allemagne et Europe du Sud

2.3.1. Allemagne

Sur cette clientèle européenne de longs séjours et marché à gros volume, le C.R.T. maintient son niveau d'intervention grâce à la présence permanente de son antenne presse.

L'antenne 100% Normandie, installée dans les bureaux d'Atout France à Francfort, est en charge de cette communication.

DATES	CALENDRIER DE REALISATION 2017
Toute l'année	<p>Action de promotion avec le Club des Hôtels de Charme : La démarche WIN « Willkommen in der Normandie » En 2017, le C.R.T. poursuit le programme d'actions engagé depuis 2014 avec les hôteliers du Club des Hôtels de Charme sensibilisés aux attentes de la clientèle germanophone. Ce plan d'actions comprend des accueils de presse individuels, un partenariat avec un support media allemand (Magazine Frau im Leben et Magazin Plus-Magazin) où une publicité y est encartée, l'envoi de 4 newsletters à 2 800 abonnés germanophones, et une présentation de la démarche sur le site Internet du C.R.T. en allemand www.willkommen-in-der-normandie.de</p> <p>Envoi de 3 newsletters professionnelles aux contacts voyagistes allemands</p> <ul style="list-style-type: none">- En janvier à l'occasion des vœux de bonne année, pour mettre en avant les 500 ans du Havre et le salon « Rendez-Vous en France » 2017 à Rouen- En juillet pour mettre en avant le bilan et le film du Salon Rendez-Vous en France 2017, Le Havre destination de l'année, Honfleur Normandy Outlet et la photothèque en ligne- En novembre pour mettre en avant la série de deux démarchages professionnels en Allemagne auprès des tour-opérateurs, les ouvertures prochaines de Calvados Experience, ainsi que du Musée des Pêcheries de Fécamp, et l'édition du guide professionnel 2018 <p>Envoi de 5 newsletters grand public (janvier, mars, juin, juillet et octobre) à 3 000 contacts grand public germanophones, pour mettre en avant :</p> <ul style="list-style-type: none">- Les 500 ans du Havre- L'exposition Picasso à Rouen- Le Museo-Seine- Les Hôtels du Club des Hôtels de Charme participants à la démarche WIN- Les jardins d'Étretat et les vidéos des jardins de Normandie- Deux offres Hôtels de charme : le Domaine Saint-Clair Le Donjon et le Manoir de Surville- Les vacances actives en Normandie- La traversée de la baie du Mont-Saint-Michel- Les grands itinéraires cyclables en Normandie- Les offres attractives des hôtels de charme- La saison des gourmets- La Cathédrale de Guillaume en lumières à Bayeux- L'Auberge de la Source et le Domaine Saint Clair le Donjon <p>La newsletter d'octobre a intégré un questionnaire sur les vacances en Normandie des Allemands, axé sur le tourisme de mémoire.</p> <p>La Normandie présente dans 6 newsletters presse d'Atout France destinée à 1 400 journalistes, aux mois de février, mars, mai, juin, août et novembre.</p>
Janvier	<p>Réalisation du Dossier de presse 2017, distribué au cours des actions presse et sur l'ensemble des actions sur les marchés germanophones.</p>

LA PROMOTION

Allemagne (suite)

DATES	CALENDRIER DE REALISATION 2017
Janvier (suite)	<p>Conférence de presse au CMT de Stuttgart Le C.R.T. a accompagné la conférence de presse « <i>Un été au Havre 2017</i> » organisé par l'Office de Tourisme du Havre en coopération avec Atout France. Cet évènement majeur a attiré une vingtaine de journalistes régionaux.</p>
Février	<p>La tournée médiatique à Berlin, Leipzig, Francfort, Karlsruhe, Cologne et Hambourg L'objectif de la tournée médiatique est de rencontrer entre 30 et 50 journalistes dans différentes villes allemandes et de tirer profit d'un maximum d'entretiens individuels. La nouvelle formule proposée par Atout France comprend deux séquences de trois dates, soit six villes différentes.</p>
Mai	<p>Accueil de presse groupe sur la thématique « Les côtes sauvages et la nature préservée de Normandie », avec la découverte de la diversité des côtes en Normandie, de la vie maritime et de l'histoire du littoral normand, en partenariat avec les CDT du Calvados et de la Manche.</p> <p>Accueil de presse individuel pour la station radio <i>BR2</i> sur la thématique « Les 500 ans du Havre ».</p> <p>Accueil de presse individuel pour les stations radio <i>SR</i> et <i>WDR</i> et pour le blog www.weltenkundler.de sur la thématique « Les 500 ans du Havre ».</p> <p>Partenariat avec ADAC, le Club des Automobilistes Allemands Afin de favoriser l'image de la Normandie en tant que destination « camping », le C.R.T. a élaboré ce partenariat se caractérisant par une campagne de bannières et une publicité d'une demi-page à l'intérieur des guides campings.</p>
Juin	<p>Présence du C.R.T. pendant le « Hessentag », la fête régionale du Land de la Hesse La ville de Rüsselsheim, au sud de la Hesse, accueille la fête régionale « Hessentag ». Rüsselsheim est jumelée avec la ville d'Evreux. Le C.R.T. a accompagné Evreux par la présence de son antenne pendant 3 jours. Organisé pour la première fois en 1961, le « Hessentag » est aujourd'hui une des fêtes régionales majeures dans le Land de la Hesse avec un nombre important de visiteurs.</p> <p>Accueil de presse groupe sur la thématique « Au fil de l'eau en Normandie », avec la découverte de la Seine et de la vie des Normands au bord de l'eau, en partenariat avec les CDT de Seine-Maritime et de l'Eure.</p> <p>Accueil de presse individuel pour les médias de la <i>Funke Medien Gruppe</i> sur la thématique « Le Havre et la Côte Fleurie ».</p> <p>Accueil de presse individuel pour <i>Augsburger Allgemeine</i> sur la thématique « Golf en Normandie ».</p> <p>Accueil de presse individuel pour <i>Saarbrücker Zeitung</i> sur la thématique « Les 500 ans du Havre ».</p> <p>Accueil de presse individuel pour <i>Sueddeutsche Zeitung</i> autour de la thématique « La Seine authentique et le Poiré ».</p>

LA PROMOTION

Allemagne (suite)

DATES	CALENDRIER DE REALISATION 2017
Juin (suite)	<p>Action bloggeurs allemands Le C.R.T. s'adresse aux bloggeurs allemands et leur propose un projet dédié : pendant deux semaines, 5 bloggeurs allemands voyagent en Normandie autour de thématiques différentes et sur différents territoires de la Normandie. Chaque département propose un circuit propre à ses thématiques (vélo, littoral, fluvial, histoire,...) :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Découverte du littoral manchois en famille et activités sportives (avec le CDT de la Manche) - Le Festival Beaugard et la Suisse normande (avec le CDT du Calvados) - De méandre au méandre au long de la Seine : découverte d'un fleuve emblématique en Normandie (avec le CDT de l'Eure) - City Break à Rouen et Le Havre (avec Seine Maritime Attractivité) - Le long de la Véloscénie, découverte de l'arrière-pays et pause champêtre dans l'Orne (avec le CDT de l'Orne) <p>Des articles sont publiés par les bloggeurs et une communication spéciale autour du projet est mise en place sur Internet et les réseaux sociaux.</p>
Juillet	<p>Campagne de référencement Google Adwords sur le site web grand-public. Ce deuxième volet de la campagne de référencement (après celui de l'hiver), correspond à la période de l'année pendant laquelle les Allemands font des recherches sur la Normandie.</p>
Août	<p>Action publicitaire pour le magazine <i>Frau im Leben</i> et <i>plus Magazin</i> sur le marché allemand, pour les hôtels de charme dans le cadre de la démarche WIN.</p>
Septembre	<div style="display: flex; align-items: center;">  <div style="margin-left: 20px;"> <p>Edition du Manuel des ventes 2018 en allemand</p> </div> </div> <p>Accueil de presse groupe sur la thématique « La gastronomie en Normandie », avec la découverte des trésors gastronomiques de la Normandie, du littoral jusqu'à l'arrière-pays, en partenariat avec les CDT du Calvados et de l'Orne.</p> <p>Accueil de presse individuel pour les stations radio <i>WDR 5</i> et <i>Deutschlandfunk</i>, sur la thématique de la découverte de la Manche.</p> <p>Accueil de presse individuel pour <i>Geo Saison</i>, sur la thématique « Les 500 ans du Havre ».</p>
Octobre	<p>Eductour avec le grossiste Tourenservice Schweda Tourenservice Schweda est l'un des plus importants opérateurs sur le marché allemand pour la destination France. En 2017, il propose à ses clients un éductour pour découvrir les trésors et les lieux insolites de Normandie, afin d'accroître ses ventes pour la Normandie. Le programme, réalisé en partenariat avec le C.R.T. de Normandie et les CDT de la Manche, du Calvados, de l'Orne et de la Seine-Maritime, a attiré 36 représentants de groupes autocaristes allemands.</p> <p>Un workshop a été organisé à l'Abbaye du Mont-Saint-Michel.</p>

LA PROMOTION

Allemagne (suite)

DATES	CALENDRIER DE REALISATION 2017
Octobre (suite)	Accueil de presse individuel pour <i>Die Welt / Frankreich-Magazin</i> , sur la thématique vélo.
Novembre	Démarchages professionnels de tour-opérateurs allemands dans les régions de Rhénanie du Nord – Westphalie et Bade-Wurtemberg (sauf Stuttgart) et région ouest de Munich, en partenariat avec Atout France et cinq partenaires normands : l'Office de Tourisme de Caen, l'Office de Tourisme du Havre, l'Office de Tourisme de Deauville, la Fromagerie Graindorge et Calvados Experience.
Décembre	Campagne de référencement Google Adwords sur le site web grand-public. Cette période d'avant Noël correspond à la période de l'année pendant laquelle les Allemands font des recherches sur leurs vacances d'été.

LA PROMOTION

2.3.2. Europe du Sud

Les clientèles d'Europe du Sud, et plus particulièrement d'Espagne, sont travaillées par le C.R.T. en tant que clientèles européennes de longs séjours. Les actions sont orientées vers la presse et le grand public.

DATES	CALENDRIER DE REALISATION 2017
Toute l'année	<p>Animation permanente de la page Facebook en italien « Normandia Turismo » par une rédactrice web italophone, invitant les « fans » à contribuer et à partager leurs connaissances de la Normandie.</p> <p>Envoi d'une newsletter professionnelle en janvier à 194 voyageurs italiens à l'occasion des vœux de bonne année.</p> <p>Envoi de 3 newsletters grand public à 3 000 contacts italiens (janvier, juin et octobre), pour mettre en avant :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Les 500 ans du Havre - Les vacances d'été en Italie - Les plages préférées des fans de Normandie - La gastronomie normande - Les vacances actives - Le nouveau compte Instagram Normandie - Les vacances d'automne en Normandie - Les itinéraires cyclables en Normandie - Les fêtes de la gastronomie - Les marchés de Noël <p>Envoi d'une newsletter professionnelle en janvier à 161 voyageurs espagnols à l'occasion des vœux de bonne année.</p> <p>Envoi de 2 newsletters grand public à 430 contacts espagnols (janvier et juillet), pour mettre en avant :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Les 500 ans du Havre - Le train de l'Impressionnisme - Le calendrier des événements et des festivals en juillet et août - Le nouveau compte Instagram Normandie
Janvier	<p>Refonte des sites Internet en espagnol (www.normandie-tourisme.fr/es) et en italien (www.normandie-tourisme.fr/it)</p> <p>Les sites web du C.R.T. en espagnol et en italien destinés au grand public sont entièrement refondus. Les principaux avantages de ces nouvelles versions sont un affichage « responsive » pour les appareils mobiles, une refonte de l'arborescence et une présentation épurée.</p>
Mars	<p>Réalisation des Dossiers de presse 2017 en espagnol et en italien.</p> <p>Campagne de référencement Google Adwords</p> <p>Une campagne de référencement est lancée afin de mettre en avant les sites web en espagnol et en italien.</p>
Avril	<p>Accueil de presse individuel pour le blog espagnol <i>milviatges.com</i> sur la thématique des sites français classés à l'UNESCO et sites emblématiques</p> <p>Accueil de presse individuel pour le magazine italien <i>Bell Europa</i>, sur la thématique des fromages normands AOC.</p>

LA PROMOTION

Europe du sud (suite)

DATES	CALENDRIER DE REALISATION 2017
Septembre	Accueil de presse groupe pour 4 journalistes espagnols, sur la thématique de l'eau, en partenariat avec Atout France, les CDT du Calvados, de l'Eure et de Seine-Maritime ainsi que les Offices de Tourisme de Giverny, de Pont-Audemer, de Fécamp, d'Etretat et de Trouville-sur-Mer.

LA PROMOTION

2.3.3. Autres marchés européens

DATES	CALENDRIER DE REALISATION 2017
Toute l'année	<p>Envoi d'une newsletter professionnelle à 241 voyageurs russes à l'occasion des vœux de bonne année pour mettre en avant :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Les 500 ans du Havre - Le salon « Rendez-Vous en France » 2017 à Rouen <p>Envoi de 3 newsletters professionnelles aux voyageurs suisses et autrichiens, en français ou allemand :</p> <ul style="list-style-type: none"> - En janvier à l'occasion des vœux de bonne année - En juillet, pour mettre en avant le bilan et le film du Salon Rendez-Vous en France 2017, Honfleur Normandy Outlet, Le Havre destination de l'année, les hôtels 5 étoiles en Normandie et la photothèque en ligne - En octobre, pour mettre en avant la série de deux démarchages professionnels en Allemagne auprès des tour-opérateurs, les ouvertures prochaines de Calvados Experience ainsi que du Musée des Pêcheries de Fécamp et l'édition du guide professionnel 2018 <p>Envoi de 2 newsletters professionnelles aux voyageurs des autres marchés européens, et scandinaves :</p> <ul style="list-style-type: none"> - En juillet, pour mettre en avant le bilan et le film du Salon Rendez-Vous en France 2017, Honfleur Normandy Outlet, Le Havre destination de l'année, les hôtels 5 étoiles en Normandie et la photothèque en ligne - En octobre, pour mettre en avant les ouvertures prochaines de Calvados Experience ainsi que de la nouvelle résidence Pierre et Vacances de Deauville, Honfleur Normandy Outlet, la présence de la Normandie au World Travel Market de Londres et l'édition du guide professionnel 2018 <p>Envoi de 15 newsletters grand public</p> <ul style="list-style-type: none"> - à 3 000 contacts grand public germanophones (janvier, mars, juin, juillet et octobre, voir La promotion en Allemagne) qui concernent les marchés suisse et autrichien - et à entre 2 500 et 50 000 contacts grand public francophones selon les cibles (mai, juin, juillet et octobre, voir La promotion en France), qui concernent également le marché suisse.
Janvier	<p>Envoi d'une newsletter professionnelle à 240 voyageurs russes, à l'occasion des vœux de bonne année, et pour mettre en avant les 500 ans du Havre et le Salon Rendez-Vous en France 2017 à Rouen.</p>
Février et mai	<p>Soutien du C.R.T. à deux éducteurs d'agences événementielles russes, en partenariat avec l'agence réceptive spécialisée Atelier du Voyage, en février et mai.</p>
Juin	<p>Accueil presse individuel pour <i>Die Presse</i>, media autrichien, sur la thématique « Les 500 ans du Havre »</p>
Octobre	<p>Educteur russe : 6 sociétés russes sont invitées à découvrir la Normandie sur la thématique de l'art de vivre à la française, la gastronomie, l'incentive. Les sites visités sont Rouen, Etretat, Honfleur, Deauville, Caen, le Mont-Saint-Michel et le Breuil-en-Auge, avec le partenariat de Atout France.</p>

LA PROMOTION

3. MARCHES LOINTAINS MATURES

AXE 3 DU PLAN MARKETING DU C.R.T. : SUR TROIS MARCHÉS LOINTAINS MATURES, LES ÉTATS-UNIS, LE CANADA ET LE JAPON, LE C.R.T. CONSOLIDE SES INTERVENTIONS

3.1. Etats-Unis et Canada

Sur ces deux marchés lointains matures, le C.R.T. commence à profiter de la perspective du 75^{ème} anniversaire du D-Day (2019) pour communiquer, cette thématique restant forte auprès de ces clientèles.

DATES	CALENDRIER DE REALISATION 2017
Toute l'année	<p>Envoi de 3 newsletters professionnelles en anglais à 550 voyageurs américains et 400 voyageurs canadiens anglophones et en français à 516 voyageurs canadiens francophones :</p> <ul style="list-style-type: none">- En janvier, à l'occasion des vœux de bonne année, pour mettre en avant les 500 ans du Havre et le salon « Rendez-Vous en France » 2017 à Rouen- En juillet, pour mettre en avant le bilan et le film du Salon Rendez-Vous en France 2017, Honfleur Normandy Outlet, Le Havre destination de l'année, les hôtels 5 étoiles en Normandie et l'ouverture du nouveau compte Instagram Normandie ainsi que la photothèque en ligne- En octobre, pour mettre en avant Honfleur Normandy Outlet, les ouvertures prochaines de Calvados Experience ainsi que de la nouvelle résidence Pierre et Vacances de Deauville, le Juno Beach Center et le circuit cyclable de la feuille d'érable, la présence de la Normandie à l'événement professionnel French Affairs à Los Angeles et l'édition du guide professionnel 2018
Février	<p>Envoi d'une newsletter grand public à 4 900 contacts grand public anglophones – dont américains et canadiens (février), pour mettre en avant :</p> <ul style="list-style-type: none">- Le Carnaval de Granville- La Saint-Valentin- Le blog Normandy Foodie
	<p>Workshop Destination France au Canada, avec Atout France : Montréal, Toronto, Calgary, Vancouver</p> <p>La destination et le Cluster D-Day sont représentés par le Centre Juno Beach sur cette tournée professionnelle à destination des voyageurs canadiens.</p>
Octobre	<p>Événementiel « French Affairs », à Los Angeles</p> <p>Le C.R.T. participe à ce trade show qui présente l'offre touristique française à près d'une centaine de professionnels du tourisme originaires des Etats-Unis mais aussi du Brésil, du Canada et du Mexique.</p> <p>Les tour-opérateurs rencontrés se montrent très connaisseurs de la destination et formulent des demandes très pointues.</p>

LA PROMOTION

3.2. Japon

Sur ce marché lointain mature, le C.R.T. maintient sa présence

DATES	CALENDRIER DE REALISATION 2017
Mars à novembre	<p>Campagne « La France, ça vous change ! » avec Atout France</p> <p>Le C.R.T. est un des partenaires privilégié d'Atout France pour sa campagne de promotion du tourisme français 2017. La campagne met principalement en avant la diversité de l'offre de deux régions : la Normandie et Paris Ile de France.</p> <p>La campagne conjugue actions Presse, plan média online, un volet événementiel ainsi que de l'affichage.</p> <p>Le visuel de la campagne représente le Mont-Saint-Michel et la campagne comprend des voitures floquées aux couleurs du Mont-Saint-Michel qui parcourent les avenues de Tokyo, et de l'affichage sur le réseau JCDecaux à Tokyo.</p> <p>Un grand jeu concours propose également à un duo de reporters amateurs d'aller à la découverte de la Normandie au cours de l'été.</p>
Février	<div style="display: flex; align-items: center;">  <div style="margin-left: 20px;"> <p>Edition professionnelle marché japonais 2017</p> </div> </div>
Mai	<p>Workshop Sakidori France</p> <p>Le C.R.T. est présent à Tokyo dans le cadre de l'opération Sakidori 2017 organisée par le bureau d'Atout France et rencontre une vingtaine de tour-opérateurs japonais à l'occasion du workshop. Le C.R.T. se rend au siège d'un des acteurs majeurs de la production de voyages, le Groupe KUONI, pour présenter la destination aux responsables des ventes du groupe. Enfin, le C.R.T. participe à la soirée de networking organisée à la résidence de l'Ambassadeur de France.</p>
Juillet	<p>Accueil de la mascotte Kumamon</p> <p>Dans le cadre de la campagne de communication « La France, ça vous change ! » d'Atout France et du C.R.T. sur le marché japonais, la mascotte Kumamon, ambassadeur de l'amitié franco-japonaise et mascotte de la préfecture de Kumamoto, a accepté de venir visiter la Normandie.</p> <p>Kumamon, la mascotte la plus célèbre du Japon, est donc accueilli au Mont-Saint-Michel avec les médias qui mettent sur les réseaux sociaux sa visite de l'Abbaye, sa dégustation de la fameuse omelette, et sa promenade en vélo aux environs.</p> <p>Accueil gagnants reporters</p> <p>Dans le cadre de la campagne "La France, ça vous change !" d'Atout France et du C.R.T. sur le marché japonais, un accueil pour les gagnants-reporters en herbe de la campagne est organisé en Normandie. Des pastilles vidéo illustrent leurs voyages en Normandie sur la toile et les réseaux sociaux japonais.</p>

LA PROMOTION

Japon (suite)

DATES	CALENDRIER DE REALISATION 2017
Juillet (suite)	Envoi d'une newsletter professionnelle , à 370 voyageurs japonais, pour mettre en avant : <ul style="list-style-type: none">- Le bilan et le film du Salon Rendez-Vous en France 2017- Honfleur Normandy Outlet- Le Havre, destination de l'année- Les hôtels 5 étoiles en Normandie- La photothèque en ligne

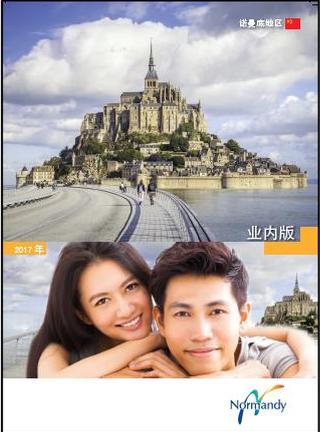
LA PROMOTION

4. MARCHES EMERGENTS

AXE 4 DU PLAN MARKETING DU C.R.T. : SUR DES MARCHÉS ÉMERGENTS CIBLÉS, LE C.R.T. SE MOBILISE

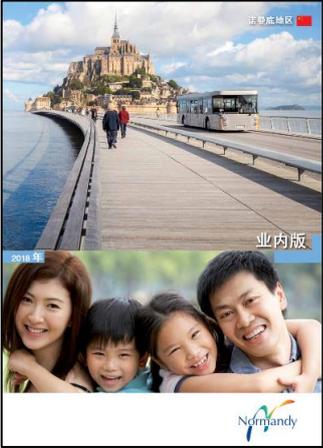
4.1. Chine

Sur ce marché lointain émergent, le C.R.T. est actif pour accompagner la programmation de la Normandie

DATES	CALENDRIER DE REALISATION 2017
<p>Toute l'année</p> <p>Février</p> <p>Mars</p> <p>Mai</p>	<p>Campagne « Envie de France, je me lance ! » avec Atout France</p> <p>Le C.R.T. est un des partenaires privilégié d'Atout France pour sa campagne de promotion du tourisme français 2017.</p> <p>Atout France poursuit ainsi le travail de promotion entrepris depuis plusieurs années dans les médias et sur les réseaux sociaux chinois autour des thèmes forts de la destination.</p> <p>La campagne conjugue actions Presse traditionnelles, actions auprès des blogueurs et communication digitale sur une thématique très porteuse : le romantisme, avec l'objectif d'utiliser l'audience de ces relais d'opinion que sont les journalistes et les blogueurs, et permettre à l'offre normande d'être vue « du point de vue chinois ».</p> <div data-bbox="363 965 683 1397" style="text-align: center;">  </div> <p>Edition professionnelle marché chinois 2017</p> <p>Accueil de tour-opérateurs chinois</p> <p>Le C.R.T. accueille, en collaboration avec Atout France Chine, Air France et ses partenaires normands, une délégation de tour-opérateurs chinois des bassins de Shanghai (10) et Pékin (7) à l'occasion des pré-tours organisés en amont du salon Rendez-vous en France. Il s'agit d'une découverte de la destination Normandie au travers des grandes thématiques (Mont-Saint-Michel, D-Day, Médiéval, Patrimoine historique,...). Le C.R.T. poursuit ainsi son action sur le marché chinois, sur les deux principaux bassins que sont Pékin et Shanghai.</p> <p>Accueil de 2 influenceurs et 3 journalistes chinois, dans le cadre de la campagne Chine, sur la thématique du romantisme.</p>

LA PROMOTION

Chine (suite)

DATES	CALENDRIER DE REALISATION 2017
<p>Octobre</p> <p>Novembre</p>	 <p>Edition professionnelle marché chinois 2018</p> <p>Workshop Tourisme France Chine, à Ningbo Le workshop est suivi d'un démarchage auprès de patrons d'agences de voyages et de journalistes, sur les marchés de Taïwan et Hong-Kong.</p>

LA PROMOTION

4.2. Corée du Sud

Sur ce marché lointain émergent, le C.R.T. est actif pour accompagner la programmation de la Normandie

DATES	CALENDRIER DE REALISATION 2017
Toute l'année	<p>En 2017, le C.R.T. poursuit son plan de soutien à la commercialisation de nouveaux produits, opérée par les agences reçues en eductour en 2016, puis rencontrées à Séoul, finalisation d'un cycle débuté il y a 1 an visant à développer la programmation de la Normandie sur le marché coréen.</p> <p>Les nouveaux produits sont mis en place par les agences Lotte Tour, Hana Tour, Very Good Tour, Yellow Balloon Tour, KRT Tour. Chacune bénéficie d'un soutien promotionnel du C.R.T. avec l'aide d'Atout France.</p>
Mars	<p>Accueil de tour-opérateurs coréens</p> <p>Le C.R.T. accueille, en collaboration avec Atout France, Air France et ses partenaires normands, une délégation de 7 tour-opérateurs coréens à l'occasion des pré-tours organisés en amont du salon Rendez-vous en France.</p> <p>Cet accueil complète le plan de soutien à la commercialisation des offres normandes.</p>
Mai	<p>Accueil en Normandie du gagnant du jeu concours organisé lors du Gala FKCC en décembre 2016 à Séoul.</p>

LA PROMOTION

4.3. Autres marchés lointains

DATES	CALENDRIER DE REALISATION 2017
<p>Toute l'année</p> <p>Janvier</p>	<p>Envoi de 2 newsletters professionnelles à 1 760 voyageurs marchés lointains (hors Etats-Unis et Canada) :</p> <ul style="list-style-type: none">- En juillet, pour mettre en avant le bilan et le film du Salon Rendez-Vous en France 2017, Honfleur Normandy Outlet, Le Havre destination de l'année, les hôtels 5 étoiles en Normandie et la création du nouveau compte Instagram Normandie ainsi que la photothèque en ligne- En octobre, pour mettre en avant les ouvertures prochaines de Calvados Experience ainsi que de la nouvelle résidence Pierre et Vacances de Deauville, Honfleur Normandy Outlet et l'édition du guide professionnel 2018 <div data-bbox="341 680 644 1106"></div> <p>Edition professionnelle marché brésilien 2017</p>

LA PROMOTION

5. ACTIONS MULTIMARCHES

5.1. L'Impressionnisme

DATES	CALENDRIER DE REALISATION 2017
Janvier	Comité technique du Contrat de Destination , à Paris La séance de travail est consacrée à la finalisation du plan d'actions issu de l'étude « Offre ».
Mars	Envoi d'une newsletter professionnelle , envoyée à 500 partenaires normands liés à la démarche du Contrat de Destination, sur l'exposition « Impression(s), soleil » au MuMa, la signature « Les voyages impressionnistes, instants de bonheur », le Gala de la FKCCI (French Korean Chamber of Commerce and Industry) à Séoul en décembre dernier et l'agenda. 1^{ère} réunion de préparation du Forum de la Destination Impressionnisme -qui aura lieu à l'automne au Havre.
Mai	Mise en place des deux premiers visuels de communication portant la signature « Les voyages impressionnistes » Les deux visuels déclinent le concept de l'incitation à pousser les portes des musées de la région et à vivre « des instants de bonheur » sur notre territoire. Ils sont à la disposition de tous ceux qui souhaitent valoriser la Destination. Envoi d'une newsletter professionnelle à 500 partenaires normands liés à la démarche du Contrat de Destination Impressionnisme, sur les deux visuels de communication, le Festival de l'Histoire de l'art à Fontainebleau, le bilan du salon Rendez-Vous en France pour la filière Impressionnisme, la démarche innovante d'un outil digital pour les archipels impressionnistes, le Train de l'Impressionnisme pour la saison 2017, et l'agenda. Réunion pour la constitution d'un réseau des experts de la Destination Impressionnisme Réunion à l'initiative du Préfet Philizot, des experts issus des directions scientifiques des grands musées de la Destination afin de les faire travailler avec les Universités sur un futur colloque international et un centre de ressources numérique sur l'Impressionnisme.
Juin	Edition de la brochure « les Voyages Impressionnistes » , le guide touristique de la Destination Impressionnisme Cette brochure d'une soixantaine de pages est réalisée par la Maison du Tourisme Normandie Giverny et les deux C.R.T.. Elle recense une large sélection de musées, maisons d'artistes, parcours et sites impressionnistes en Normandie et en Ile-de-France. Ses différentes versions, numérique ou éditée, en français ou en anglais, sont disponibles pour tous les acteurs du Contrat de Destination. Participation au Festival de l'Histoire de l'Art , à Fontainebleau Mise en place d'un stand aux couleurs de la Destination Impressionnisme et deuxième réunion pour la constitution d'un réseau des experts. 2^{nde} réunion de préparation du Forum de la Destination Impressionnisme , au Havre. Bouclage de la préparation d'une action forte de communication pour la Destination, à la gare Saint-Lazare en septembre.

LA PROMOTION

L'Impressionnisme (suite)

DATES	CALENDRIER DE REALISATION 2017
Juillet	<p>Participation à la réunion technique organisée par Jean Yves Le Drian, Ministre de l'Europe et des Affaires étrangères au Quai d'Orsay, sur le Contrat de destination Impressionnisme au cours de laquelle sont présentés les avancées et les impacts de celui-ci. Cette réunion est suivie d'un déplacement à Giverny du Ministre et des élus signataires du Contrat de destination.</p> <p>Envoi d'une newsletter professionnelle à 600 partenaires normands liés à la démarche du Contrat de Destination, sur l'opération de la destination à la gare Saint-Lazare, la constitution du réseau d'experts pour le rayonnement scientifique et la qualité des projets, les animations touristiques de l'été dans 3 territoires de la destination, l'agenda.</p>
Septembre	<p>Opération « Les Voyages Impressionnistes » à Paris La campagne d'affichage est menée pendant 1 mois à la Gare Saint-Lazare sur des affiches de 8 m² et des affichages numériques situés en gare et dans les accès au métro. Le dispositif de promotion comprend également un jeu-concours hébergé sur le mini-site www.voyagesimpressionnistes.com qui permet de gagner des week-ends impressionnistes. Site portail pour la Destination Impressionnisme, il permet de consulter en ligne la brochure touristique d'une soixantaine de pages, qui recense une large sélection de musées, maisons et d'ateliers d'artistes, mais aussi de monuments, sites naturels, balades, visites, restaurants et expériences inédites. L'opération permet la première exploitation importante des 2 visuels créés pour faire vivre la marque, avec deux tableaux de Claude Monet qui prennent vie dans l'univers d'un voyageur d'aujourd'hui.</p> <p>Comité technique à Evreux, pour la préparation de l'Assemblée des partenaires signataires ainsi que du Forum.</p> <p>Assemblée des Partenaires signataires du Contrat de Destination « Normandie Paris Ile-de-France : Destination Impressionnisme », à l'Hôtel de Ville du Havre - Validation des nouvelles adhésions au Contrat - L'actualité du Contrat - Présentation du programme annuel - Echéances et perspectives L'Assemblée valide l'adhésion de deux nouveaux membres : la Ville de Pontoise et la Ferme Saint-Siméon à Honfleur.</p> <p>3^{ème} Forum de la Destination Impressionnisme, au Havre, sous le parrainage de Jean-Yves Le Drian, Ministre de l'Europe et des Affaires étrangères, en présence de Marie-Agnès Poussier-Winsback, Vice-Présidente de la Région Normandie. Ont été évoqués au cours des tables rondes : la place de l'Impressionnisme dans l'attractivité des territoires, les multiples possibilités d'expositions offertes par cette thématique et le lien qu'il est possible de créer avec la découverte des paysages, les projets innovants (notamment un outil numérique pour valoriser les paysages impressionnistes) et la montée en puissance de 9 territoires impressionnistes. Le Forum a rassemblé plus de 130 personnes.</p> <p>Mise à jour du Répertoire des sites Impressionnistes (3^{ème} édition)</p>
Octobre	<p>Réunion du groupe de travail des experts dédiée au colloque international sur l'Impressionnisme avec l'appui de la Délégation interministérielle au développement de la vallée de la Seine.</p>

LA PROMOTION

L'Impressionnisme (suite)

DATES	CALENDRIER DE REALISATION 2017
Octobre (suite)	Envoi d'une newsletter professionnelle à 646 partenaires normands liés à la démarche du Contrat de Destination Impressionnisme, sur le 3 ^{ème} Forum de l'Impressionnisme au Havre, l'opération de la destination à la gare Saint-Lazare, les deux nouveaux signataires, la synthèse de la stratégie du Contrat, un nouvel outil pour les professionnels, le château d'Auvers-sur-Oise et Moret-sur-Loing et sur l'agenda.
Novembre	Réunions des deux commissions Offre et Marketing , à Paris

LA PROMOTION

5.2. Le Cluster Normandie médiévale

DATES	CALENDRIER DE REALISATION 2017
Toute l'année	<p>La démarche de scoring des sites liés à la thématique est mise en place. Cette démarche permet d'identifier les sites moteurs de la thématique (les incontournables), et permet également à la commission d'agrément du Cluster de valider les adhésions selon des critères bien définis.</p> <p>25 sites sont visités en 2017.</p>
Février	<p>Assemblée Générale du Cluster Normandie médiévale, à Fécamp</p> <p>Cette Assemblée Générale, en présence de Marie-Agnès Poussier-Winsback, Vice-Présidente de la Région et 1^{ère} Vice-Présidente du C.R.T., a pour objectifs l'installation officielle du Cluster et la présentation des premiers travaux menés depuis le lancement de la démarche, en octobre 2016.</p> <p>Les membres peuvent adhérer au Cluster selon leur degré d'investissement (charte d'engagement, formulaire d'adhésion au Cluster, formulaire d'adhésion au Club Promotion du Cluster).</p> <p>Pour porter les actions presse sur le marché français, l'agence de presse « Air Pur » est recrutée et débute son action.</p> <p>Mise en place des premiers scorings des sites médiévaux en Normandie, grille de qualification de l'offre pour la détermination des incontournables et la définition des marges d'amélioration à envisager pour certains sites.</p>
Avril	<p>Diffusion d'un 1^{er} Dossier de presse « Voyage en Normandie médiévale », réalisé par l'agence Air Pur dans le cadre de sa mission pour la filière.</p> <p>Envoi d'une newsletter grand public à 3 404 contacts francophones, avec la mise en avant de la Normandie médiévale afin de donner envie de découvrir les sites et manifestations pendant les ponts du mois de mai.</p>
Mai	<div style="display: flex; align-items: center;">  <div style="margin-left: 20px;"> <p>Edition de la 1^{ère} brochure Normandie médiévale – Visites et manifestations</p> <p>Bilingue français-anglais</p> </div> </div>
Juin	<p>Comité de pilotage du Cluster Normandie médiévale, à Caen</p> <p>A l'occasion de ce Comité de pilotage, un point est fait sur les actions et sur le fonctionnement du Cluster (charte et adhésions).</p> <p>Diffusion du 2^{ème} Dossier de presse « Un été conquérant », réalisé par l'agence Air Pur dans le cadre de sa mission pour la filière.</p>
Juillet	<p>Accueil de presse individuel pour <i>Le Monde du Camping Car</i>. Visite du Mont-Saint-Michel et découverte de la Baie du Mont-Saint-Michel, visite du Scriptorial d'Avranches, de Caen, de Falaise, de Bayeux, en partenariat avec les CDT du Calvados et de la Manche.</p>

LA PROMOTION

Le Cluster Normandie médiévale (suite)

DATES	CALENDRIER DE REALISATION 2017
Juillet (suite)	Accueil de presse individuel pour <i>Belles Demeures</i> . Visite du château de Crèvecœur, de Caen, de l'Abbaye de Saint-Wandrille, de l'Abbaye de Jumièges et de Rouen, en partenariat avec les CDT du Calvados et de la Seine-Maritime.
Août	Accueil de presse individuel pour <i>TF1</i> , pour la production d'un documentaire de 52 mn sur « les passionnés du Moyen-Âge » prévu en 2018. Repérages à l'Auberge des Ruines à Jumièges, à Rouen, au Bec-Hellouin, à La Chaîne d'Or aux Andelys, à Château Gaillard, à Bayeux, au Château de Crèvecœur, à Ornavik, ainsi qu'à Falaise.
Octobre	<p>Accueil de presse groupe sur la thématique « De Guillaume le Conquérant à Jeanne d'Arc ». Une dizaine de journalistes français découvrent le Mont-Saint-Michel, Villedieu-les-Poêles, Cerisy-la-Forêt, Bayeux, Caen, Falaise, Rouen. Cet accueil est organisé en partenariat avec les CDT du Calvados, de la Manche et de la Seine-Maritime, les Offices de Tourisme de Bayeux, Caen et Rouen et le soutien de la Région.</p> <p>Accueil de presse individuel pour le media belge <i>L'Avenir</i> (supplément weekend Deuzio, FR), sur la thématique de la Normandie médiévale.</p> <p>Eductour professionnel « Nos coups de cœur en Normandie », organisé par le Club des Sites et Monuments du C.R.T. Une vingtaine de voyageurs français (agences réceptives, agences événementielles, DMC) découvrent les différentes thématiques de la Normandie et particulièrement le médiéval, le tourisme de mémoire, les jardins, et la gastronomie. Les sites visités sont Bayeux, le musée de la Tapisserie de Bayeux, l'Historial Jeanne d'Arc à Rouen et la visite du Donjon Escape Game de Rouen.</p>
Novembre	Diffusion du 3^{ème} Dossier de presse « De belles fêtes médiévales » , réalisé par l'agence Air Pur.

LA PROMOTION

5.3. Le Mont-Saint-Michel

DATES	CALENDRIER DE REALISATION 2017
Mars	<p>COC – Cellule Opérationnelle de Communication du Contrat de Destination Le Mont-Saint-Michel et sa Baie, à Avranches. 10 fiches actions sont rédigées. Définition des budgets, et chefs de file.</p> <p>Mise en avant du Mont-Saint-Michel à l’occasion du salon « Rendez-Vous en France » 2017, à Rouen :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Visuel générique du salon : repris sur l’ensemble de l’opération et des documents distribués aux tour-opérateurs et aux exposants - Insertion pour Le Mont-Saint-Michel et sa Baie dans le catalogue Exposants (4^{ème} de couverture) : « Welcome to the magical Mont-Saint-Michel and its bay » - Habillage sponsorisé par le C.R.T. de l’Espace café (Normandy Café) par une bâche de 24 mètres : « In Normandy, the show never stops ».
Mars à novembre	<p>Mise en avant du Mont-Saint-Michel dans le cadre de la campagne Japon « La France, ça vous change ! » avec Atout France</p> <p>Le C.R.T. est un des partenaires privilégié d’Atout France pour sa campagne de promotion du tourisme français 2017. La campagne met principalement en avant la diversité de l’offre de deux régions : la Normandie et Paris Ile-de-France.</p> <p>La campagne conjugue actions Presse, plan média online, un volet événementiel ainsi que de l’affichage.</p> <p>Le visuel de la campagne représente le Mont-Saint-Michel et la campagne comprend des voitures floquées aux couleurs du Mont-Saint-Michel qui parcourent les avenues de Tokyo, et de l’affichage sur le réseau JCDecaux.</p>
Mai à décembre	<p>Mise en avant du Mont-Saint-Michel dans le cadre des campagnes France du C.R.T. sur Voyages-sncf.com, Mappy et Pages Jaunes (groupe SoLocal) :</p> <ul style="list-style-type: none"> - La page Mont-Saint-Michel (créée en 2016) sur Voyages-sncf.com - Eletter dédiée Voyages-sncf.com sur la base de son fichier clients, sur le Mont-Saint-Michel et sa Baie (mai) - Affichage de bannières (mettant en avant -entre autres- le Train du Mont-Saint-Michel) sur les sites SoLocal
Avril	<p>La première Campagne #FeelMontSaintMichel avec Atout France</p> <p>Sur le marché néerlandais, les C.R.T. Normandie et Bretagne, et le CDT de la Manche cofinangent la 1^{ère} campagne #FeelMontSaintMichel, soutenue par l’Etat et Atout France dans le cadre du Plan de relance national.</p> <p>La campagne, qui s’intègre à l’ensemble de la communication #FeelFrance, est déclinée sous la signature #FeelMontSaintMichel dans le but de donner envie à la clientèle néerlandaise de venir découvrir la destination, en affirmant le positionnement de celle-ci : <i>le Mont-Saint-Michel et sa baie, un site et un écrin naturels uniques au monde.</i></p> <p>La campagne se décline en :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Affichage (panneaux gares et villes) - Campagne web marketing et posts réseaux sociaux Pays-Bas - Pages de publicité presse - Dispositif dédié sur le site France.fr - Article publi-rédactionnel dans le magazine <i>Roots</i> (magazine axé nature)

LA PROMOTION

Le Mont-Saint-Michel (suite)

DATES	CALENDRIER DE REALISATION 2017
	<p>Dans la campagne #FeelNormandy sur le marché britannique, un volet Mont-Saint-Michel a été intégré : « Sightseeing at Mont-Saint-Michel is a picnic when the kids can roam free », avec affichage, campagne online, presse et dispositif dédié sur le site France.fr</p> <p>Le C.R.T. Normandie a obtenu qu'une dotation financière de l'Etat soit affectée à #FeelNormandy pour la promotion du Mont-Saint-Michel et de sa Baie, au titre du Plan de relance du tourisme français.</p>
Avril (suite)	<p>Réception des résultats de l'étude « Reflet » du C.R.T. Bretagne sur les profils, comportements et flux touristiques dans la Baie du Mont-Saint-Michel, grâce à une extension de l'étude, commandée par le C.R.T. et Latitude Manche (3 points d'enquête ajoutés pour l'interrogation des touristes : Avranches, Granville et Villedieu-les-Poêles, sur 8 vagues d'enquêtes), en complément du point d'enquête au Mont-Saint-Michel, déjà intégré à l'étude.</p>
Mai	<p>COC – Cellule Opérationnelle de Communication du Contrat de Destination Le Mont-Saint-Michel et sa Baie, à Beauvoir, sur l'avancement de chacun des projets.</p> <p>Suivi d'un Comité technique élargi</p> <p>Evocation de la feuille de route du Contrat 2017 et préparation du Comité de Pilotage</p>
Juin	<p>Comité de pilotage, à Pontorson</p> <p>Les deux C.R.T. de Bretagne et de Normandie présentent les actions promotionnelles mises en place en 2017 au cours d'une table-ronde intitulée « Assurer la promotion d'un site et d'un écrin naturel uniques au monde »</p>
Juillet	<p>Accueil de la mascotte Kumamon</p> <p>Dans le cadre de la campagne de communication « La France, ça vous change ! » d'Atout France et du C.R.T. sur le marché japonais, la mascotte Kumamon, ambassadeur de l'amitié franco-japonaise et mascotte de la préfecture de Kumamoto, a accepté de venir visiter la Normandie.</p> <p>Kumamon, la mascotte la plus célèbre du Japon, est donc accueilli au Mont-Saint-Michel avec les médias qui mettent sur les réseaux sociaux sa visite de l'Abbaye, sa dégustation de la fameuse omelette, et sa promenade en vélo aux environs.</p>
Septembre	<p>Réunion des acteurs normands sur les actions normandes en faveur de la Baie du Mont-Saint-Michel, à Saint-Lô</p> <p>Un point complet est réalisé sur les actions engagées dans le cadre de la COC - Cellule Opérationnelle de Communication</p>
Novembre	<p>COC – Cellule Opérationnelle de Communication du Contrat de Destination Le Mont-Saint-Michel et sa Baie, à Beauvoir</p> <p>Au terme de la consultation pour l'élaboration du code de marque du Mont-Saint-Michel et sa Baie, le groupement Inkipit – MMAP est retenu.</p> <p>Un point est également fait sur l'avancement des recherches iconographiques, ainsi que sur les autres actions prévues.</p> <p>Réflexion sur un pré-programme des actions 2018.</p> <p>Réunion de calage avec le groupement Inkipit – MMAP pour le lancement de la mission Code de marque du Mont-Saint-Michel et sa Baie, à Caen</p>

LA PROMOTION

5.4. Le Cluster D-Day Normandie 1944

DATES	CALENDRIER DE REALISATION 2017
Janvier	<p>Assemblée Générale du Club D-Day au Airborne Museum de Sainte-Mère-Eglise Le Club D-Day évolue pour devenir le Cluster D-Day, qui implique un travail sur la qualification de l'offre et la promotion, conjointement avec la Région. Le Cluster est composé de professionnels avec différents statuts : partenaires (avec charte d'engagement), adhérents (avec formulaire d'adhésion) et membres de droit. Des groupes de travail spécifiques sont mis en place.</p> <p>Réalisation et mise en ligne de 4 vidéos de vétérans en Normandie :</p> <ul style="list-style-type: none">- un vétéran franco-américain (vivant à Saint-Laurent-sur-Mer)- un vétéran français du Commando Kieffer (vivant à Ouistreham)- un vétéran britannique (vivant dans l'Eure)- un ancien combattant allemand (vivant à Ouistreham) <p>Ces 4 vétérans ont fait le choix, après le Débarquement, de s'installer définitivement en Normandie.</p> <p>Participation à l'Assemblée Générale de la LRE (Liberation Route Europe) à Bruxelles et rencontre avec des tours-opérateurs.</p>
Février	<p>Salon des Vacances de Bruxelles Le salon des Vacances de Bruxelles est le salon grand public incontournable sur le marché belge. Cette année, 101 795 visiteurs ont franchi les portes des 3 salons « Vacances », « Zenith » (s'adressant à un public seniors 50+) et « Sport ». Le Club D-Day est présent sur l'espace organisé par le C.R.T. avec Atout France.</p> <p>Workshop « Destination France » au Canada, avec Atout France : Montréal, Toronto, Calgary, Vancouver La destination et le Club D-Day sont représentés par le Centre Juno Beach sur cette tournée professionnelle à destination des voyageurs canadiens.</p> <p>Soirée événement « Un été 44 » à Paris Le Club D-Day Normandie organise un workshop et invite les tour-opérateurs et agences de voyages au spectacle « Un Été 44 » au Comedia, à Paris. De nombreux partenaires normands (musées, Offices de Tourisme) sont présents et rencontrent 35 voyageurs franciliens. Après le workshop, la soirée s'est poursuivie avec le spectacle musical « Un été 44 ».</p> <p>Participation à la Conférence territoriale pour la Candidature des Plages du Débarquement sur la liste du Patrimoine mondial de l'UNESCO, à Caen.</p>
Mars	<p>Le salon « Rendez-Vous en France » 2017, à Rouen Le Club D-Day a participé à ce salon. 24 contacts ont été pris pendant les 2 jours.</p>

LA PROMOTION

Le Cluster D-Day Normandie 1944 (suite)

DATES	CALENDRIER DE REALISATION 2017
<p>Mars (suite)</p>	<div data-bbox="339 286 579 629" data-label="Image"> </div> <p data-bbox="603 387 1513 528">Edition du Guide du visiteur de la destination « 1944 D-Day Normandie Terre de Liberté » 2017, à 140 000 exemplaires en français, 110 000 exemplaires en anglais et 30 000 exemplaires en néerlandais</p> <p data-bbox="339 656 1532 763">1^{ère} réunion du groupe de travail comprenant la Région, le C.R.T., les Rectorats de Caen et Rouen, l'ESPE-ONACVG et 3 sites de Mémoire, pour l'amélioration de l'accueil des publics scolaires.</p> <p data-bbox="339 786 1532 853">Mise en place de la deuxième vague du scoring des sites du Cluster D-Day. Le scoring avait été mis en place au sein du Cluster fin 2014/début 2015.</p> <p data-bbox="212 875 1532 1088">Mai Envoi d'une newsletter grand public à 3 740 contacts grand public francophones ayant déclaré un intérêt pour la thématique "D-Day", pour mettre en avant :</p> <ul data-bbox="339 949 1404 1088" style="list-style-type: none"> - Le D-Day Festival - Le Guide du visiteur 2017 des Plages du Débarquement - La candidature des Plages du Débarquement au Patrimoine mondial de l'Unesco - Les commémorations du 73^{ème} anniversaire du Débarquement <p data-bbox="339 1111 1532 1218">Le Cluster D-Day est partenaire du D-Day Festival Normandy, du 20 mai au 18 juin 2017, pour fêter le 73^{ème} anniversaire du Débarquement, organisé par les Offices de Tourisme des Plages du Débarquement, en partenariat avec la Région.</p> <p data-bbox="339 1240 1532 1308">Participation au groupe de réflexion sur le public allemand pour la filière D-Day, à la Région à Caen.</p> <p data-bbox="339 1330 1532 1397">Rencontre avec la Mairie de Ouistreham pour la présentation du projet du Centre franco-britannique et définition d'un plan de communication.</p> <p data-bbox="339 1420 1532 1518">Forum des Voyages scolaires et éducatifs, à Tours Le Cluster D-Day participe pour la 1^{ère} fois, avec le Club des Sites et Monuments, à ce Forum organisé par l'Office.com, dans un établissement scolaire de Tours.</p> <p data-bbox="212 1541 1532 1720">Juin Accueil de presse groupe pour différents supports media et journalistes britanniques, sur la thématique du D-Day et de la Bataille de Normandie. Visites de la poche de Falaise, d'Utah Beach, d'Omaha Beach, de Gold Beach et du Mémorial Pegasus, rendez-vous avec la Mairie de Ouistreham pour la présentation du projet du Centre franco-britannique, en partenariat avec les CDT de l'Orne, de la Manche et du Calvados, et Brittany Ferries.</p> <p data-bbox="339 1742 1532 1809">Participation aux cérémonies commémoratives et manifestations du 6 juin pour le 73^{ème} anniversaire du Débarquement et reportage photos/vidéos sous l'angle « famille ».</p>

LA PROMOTION

Le Cluster D-Day Normandie 1944 (suite)

DATES	CALENDRIER DE REALISATION 2017
Juin (suite)	<p>Deux nouvelles interviews de vétérans réalisées pour compléter la série des vidéos de vétérans en Normandie A l'occasion des cérémonies commémoratives et manifestations du 73^{ème} anniversaire du Débarquement, un vétéran belge et un vétéran canadien sont interviewés. Toutes les vidéos font l'objet d'une mise en ligne sur You tube ainsi que sur le site Internet de Normandie Tourisme, rubrique D-Day et Bataille de Normandie.</p> <p>Réalisation d'une video « D-Day Festival » par Bokeh Production durant le week-end du 6 juin, en co-production C.R.T. et Office de Tourisme de Bayeux-Bessin. L'objectif de la vidéo est de filmer les manifestations du D-Day Festival Normandy en vue du 75eme Anniversaire du Débarquement et de la Bataille de Normandie.</p> <p>Participation à un atelier de travail de la LRE (Liberation Route Europe) à Bruxelles, pour la célébration du 75^{ème} anniversaire du Débarquement au niveau européen.</p>
Juillet	<p>Envoi d'une newsletter grand public à 3 740 contacts grand public francophones ayant déclaré un intérêt pour la thématique "D-Day", pour mettre en avant :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Un été sur les Terres de liberté - Les témoignages émouvants des vétérans du Jour J (vidéos) - Les incontournables des sites du D-Day en plein air
Septembre	<p>Participation à l'Assemblée générale constitutive de l'association de préfiguration à la gouvernance des « Plages du Débarquement » au Centre Juno Beach. Le C.R.T. adhère à l'association.</p> <p>Participation du Club au salon Map Pro International à Paris avec le Club des Sites et Monuments Cible : professionnels (autocaristes, agences de voyages, tour-opérateurs français et étrangers, spécialisés dans le groupe).</p> <p>2^{ème} réunion du groupe de travail comprenant la Région, le C.R.T., les Rectorats de Caen et Rouen, l'ESPE-ONACVG et 3 sites de Mémoire, pour l'amélioration de l'accueil des publics scolaires.</p> <p>Une newsletter spéciale enseignants des 2 académies normandes est envoyée, présentant la thématique Tourisme de mémoire en Normandie, l'accueil des scolaires, ainsi que les offres spécifiques de 3 sites de mémoire : le Centre Juno Beach, le Mémorial de Caen et le Mémorial de Mont-Ormel.</p>
Octobre	<p>Création d'une page Facebook « 1944 – D-Day Normandie ». Toutes les actualités du Club D-Day y sont relayées.</p> <p>Envoi d'une newsletter grand public à 2 512 contacts grand public francophones ayant déclaré un intérêt pour la thématique "D-Day", pour mettre en avant :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Les suggestions de visites pour les vacances d'automne - Immersion au cœur de la bataille des Haies avec le Normandy Victory Museum à Catz-Carentan - Sur les traces de héros à Utah Beach - L'exposition L'enfer des Ardennes au Airborne Museum - L'exposition Le camp de Fourcaville au Musée du Débarquement d'Utah Beach - L'hébergement Le Domaine Airborne à Carentan-le-Marais

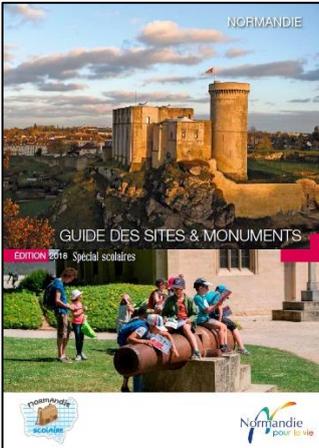
LA PROMOTION

Le Cluster D-Day Normandie 1944 (suite)

DATES	CALENDRIER DE REALISATION 2017
Novembre	<p>Le Salon « World Travel Market » Le Club D-Day est présent à ce salon professionnel qui réunit les acheteurs et vendeurs de l'industrie mondiale du voyage et du tourisme, et qui se tient au centre ExCel de Londres. Il réunit plus de 5 000 exposants des cinq continents et plus de 45 000 professionnels du tourisme.</p> <p>Eductour Rail Europe sur les Plages du Débarquement 10 agences réceptives américaines (États-Unis, Canada, Brésil) sont accueillies pour la visite du Mémorial de Caen et des Plages du Débarquement, en partenariat avec le Mémorial et l'Office du Tourisme de Caen.</p> <p>Comité de pilotage du Cluster D-Day à Caen : bilan de l'année et actions 2018</p>

LA PROMOTION

5.5. Le Club des Sites et Monuments

DATES	CALENDRIER DE REALISATION 2017
Mars	<p>Le salon « Rendez-Vous en France » 2017, à Rouen Le Club a participé à ce salon. 5 sites étaient présents sur le stand des Sites et Monuments : le Haras du Pin, la Fonderie de Cloches Cornille-Havard, les Muséales de Tourouvre, l'Abbaye de Jumièges et le Château de Martainville. 13 contacts ont été pris pendant les 2 jours.</p>
Mai	<p>Forum des Voyages scolaires et éducatifs, à Tours Le Club des Sites et Monuments participe pour la 1^{ère} fois, avec le Cluster D-Day à ce Forum organisé par l'Office.com, dans un établissement scolaire de Tours.</p>
Avril	<p>Salon des CE à Rouen Pour la 4^{ème} année consécutive, le Club participe à ce salon qui a accueilli 1 402 visiteurs. Le Club disposait d'un stand de 15m² avec un roulement des présences de 15 sites présentant des offres spéciales Comités d'entreprises : le Panorama XXL, l'Historial Jeanne d'Arc, le Château de Bois-Guilbert, le Château de Bizy, le Haras du Pin, le Musée des Impressionnistes de Giverny, les Muséales de Tourouvre, la Distillerie de Busnel, le Mémorial de Caen, l'Abbaye de Jumièges, le Château de Martainville, le Musée du débarquement Utah Beach, Airborne Museum, le Paléospace, et la Cité de la Mer. 171 contacts ont été pris sur le stand, pendant les 2 jours.</p>
Septembre	<p>Edition des guides 2018 des Sites et Monuments :</p> <div style="display: flex; align-items: flex-start;"> <div style="flex: 1;">  </div> <div style="flex: 2; padding-left: 20px;"> <p>« Spécial Professionnels » : présentation de 60 adhérents du Club</p> </div> </div> <div style="display: flex; align-items: flex-start;"> <div style="flex: 1;">  </div> <div style="flex: 2; padding-left: 20px;"> <p>« Spécial Scolaires » : présentation des prestations pédagogiques de 39 membres du Club</p> </div> </div>

LA PROMOTION

Le Club des Sites et Monuments (suite)

DATES	CALENDRIER DE REALISATION 2017
Septembre (suite)	<p>Dans le cadre du partenariat du C.R.T. avec First News, le Club des Sites et Monuments a mis en avant la destination pour des séjours scolaires dans une double page dans l'édition du 29 septembre de First News (le seul journal pour enfants en Grande-Bretagne, plus de 10 000 écoles sont abonnées, soit une présence dans 1 école sur 3 outre-Manche + un site Internet)</p> <p>Participation du Club au salon « Map Pro International » à Paris, partagée avec le Club « D-Day Normandie 1944 » Cible : professionnels (autocaristes, agences de voyages, tour-opérateurs français et étrangers, spécialisés dans le groupe).</p> <p>Salon des CE de Lille Le Club participe pour la 1^{ère} fois à ce salon qui a accueilli 2 200 visiteurs, afin de présenter les offres spéciales Comités d'entreprises, avec le Mémorial de Caen, la Distillerie Busnel, le Panorama XXL, l'Historial Jeanne d'Arc et le Donjon de Rouen. 88 contacts ont été pris sur le stand, pendant les 2 jours.</p>
Octobre	<p>Eductour professionnel « Nos coups de cœur en Normandie » Une vingtaine de voyageurs français (agences réceptives, agences événementielles, DMC) découvrent les différentes thématiques de la Normandie et particulièrement le médiéval, le tourisme de mémoire, les jardins et la gastronomie.</p> <p>Participation au Salon de l'édition Scolaire à CANOPÉ, à Mont Saint-Aignan Le Club présente et propose des idées de sorties pédagogiques lors de ce rendez-vous incontournable des enseignants des 1er et 2nd degrés, qui s'y rendent pour acheter leurs manuels scolaires et supports pédagogiques</p>
Novembre	<p>Voyage d'étude dans les Hauts-de-France et en Belgique, dédié aux membres des Clubs « Sites et Monuments » et « Parcs et Jardins » 20 partenaires des deux Clubs découvrent les sites de la thématique médiévale, les sites de mémoire et les parcs et jardins.</p>
Décembre	<p>Assemblée Générale du Club Sites et Monuments à la Distillerie Busnel à Cormeilles.</p>

LA PROMOTION

5.6. Le Club des Parcs et Jardins

DATES	CALENDRIER DE REALISATION 2017
Toute l'année	<p>Animation de la page Facebook Les Jardins de Normandie avec relais des articles publiés par les jardins partenaires.</p> <p>Tournages de vidéos par la Web TV Jardin Jardinier Les jardins concernés : Parc et jardins d'Outrelaise, Jardins du Champ de Bataille, Le Clos Chanchore, Le Parc et Vergers les Prés, Parc du Manoir de Villers, La Colline aux Oiseaux, Le Jardin du Bois du Puits, Jardins de Christian Dior, Parc du Château de Carneville Certaines vidéos ont été tournées avec des interviews en anglais.</p>
Février	<p>Salon des Vacances de Bruxelles Le salon des Vacances de Bruxelles est le salon grand public incontournable sur le marché belge. Cette année, 101 795 visiteurs ont franchi les portes des 3 salons « Vacances », « Zenith » (s'adressant à un public seniors 50+) et « Sport ». Le Club des Parcs et Jardins est présent sur l'espace organisé par le C.R.T. avec Atout France.</p>
Mars	<p>Mise en ligne d'une vidéo de 4 mn « La Normandie à tire d'aile », pour admirer les jardins de Normandie de haut, réalisée par la Web TV Jardin Jardinier et réalisation de nouvelles vidéos sur les Parcs et Jardins de Normandie avec la Web TV Jardin Jardinier, prolongeant ainsi une première série de 10 vidéos. Au sommaire, rencontres et savoureuses interviews des jardiniers et propriétaires.</p>
Avril	<div style="display: flex; align-items: center;">  <div style="margin-left: 20px;"> <p>Edition de la brochure des Parcs et Jardins de Normandie 2017</p> </div> </div> <p>Reconduction de la Carte poster des Parcs et Jardins de Normandie, disponible en format numérique.</p>
Mai	<p>Le Club des Jardins de Normandie et ses partenaires, présents lors des Journées des Plantes de Beervelde en Belgique 21 591 visiteurs ont fréquenté cette édition dont le thème était « Les papillons ». Le stand de 9m² « Parcs & Jardins de Normandie » a été primé pour sa décoration. Plus de 1 200 Guides Parcs & Jardins ont été diffusés lors de ce rendez-vous des passionnés de jardins.</p> <p>Le Club des Parcs et Jardins de Normandie et ses partenaires, présents lors des Journées des plantes de Chantilly, la grande fête des plantes et des jardins du printemps Le Club y participe chaque année avec le Comité des Parcs & Jardins de France, présidé par le normand Didier Wirth. Sont présents également Stéphane Marie, le présentateur-jardinier du Cotentin, et beaucoup de passionnés, amateurs ou professionnels.</p>

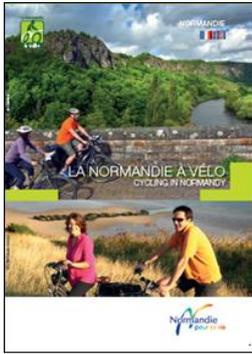
LA PROMOTION

Le Club des Parcs et Jardins (suite)

DATES	CALENDRIER DE REALISATION 2017
Juin	 <p>Renouvellement de l'opération « Sachets de graines » Les Parcs et Jardins de Normandie ont renouvelé en 2017 leur action "goodies" avec des sachets de graines de plantes mellifères. Les 123 jardins normands du Guide « Parcs et Jardins de Normandie » offrent ces sachets à leurs visiteurs dans le cadre de l'opération nationale « Rendez-Vous aux jardins ».</p> <p>Accueil de journalistes de la presse française, spécialisée « Jardins ». Découverte de 8 jardins membres du Club : le Jardin de l'Abbaye Saint-Georges de Boscherville, les Jardins Agapanthe, les Jardins d'Etretat, les Jardins Suspendus au Havre, le Parc du Château de Boutemont, les Jardins du Domaine Albizia, les Jardins de Castillon-Plantbessin, et les Jardins du Château de Brécý. Sur le parcours les journalistes ont pu apprécier un déjeuner et la nouvelle visite des 5 sens du Château du Breuil. Les journalistes ont séjourné en hôtel de charme au Domaine Saint-Clair – Le Donjon à Etretat mais aussi en chambre d'hôtes et gîte au Domaine Albizia.</p> <p>Accueil presse TV individuel néerlandais pour l'émission Jardin « <i>Robb Grote Tuinverbouwing</i> » sur SBS6 avec des visites de jardins en Seine-Maritime et dans l'Eure, en collaboration avec le Club des Parcs et Jardins de Normandie.</p> <p>Envoi d'une newsletter grand public à 4 690 contacts grand public francophones ayant déclaré un intérêt pour la thématique "Parcs et Jardins", pour mettre en avant :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Les Rendez-Vous aux jardins - Les jardins de Normandie sur Facebook et en vidéos - Le guide des Parcs et Jardins
Octobre	<p>Envoi d'une newsletter grand public à 5 000 contacts grand public francophones ayant déclaré un intérêt pour la thématique "Parcs et Jardins", pour mettre en avant :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Les promenades automnales dans les jardins normands - Les jardins de Normandie sur Facebook et en vidéos - Le guide des Parcs et Jardins
Décembre	<p>Assemblée Générale du Club des Parcs et Jardins au Jardin des Plantes de Rouen</p>

LA PROMOTION

5.7. La filière Vélo

DATES	CALENDRIER DE REALISATION 2017
Février	 <p style="text-align: center;">Edition de la carte Normandie à vélo, bilingue français-anglais</p> <p>Salon Fiets-en Wandelbeurs (salon du vélo et de la randonnée), à Utrecht, aux Pays-Bas Atout France avait réuni une vingtaine d'exposants au sein d'un Pavillon France pour la promotion des circuits vélo et randonnées pédestres. La Normandie était présente avec les CDT du Calvados et de la Seine-Maritime. La fréquentation a largement dépassé les 20 000 visiteurs en 2 jours, comme l'an passé. Sélectionnée parmi six véloroutes européennes, la Vélo Francette® se voit attribuer le titre de Véloroute 2017 par les organisateurs du salon.</p> <p>Participation à une réunion Avenue Verte à Forges-les-Eaux, pour l'installation d'un nouveau réceptif vélo.</p>
Mars	<p>Participation à la réunion des élus de La Seine à Vélo / V33, à Versailles, à l'invitation du Département des Yvelines, de la Délégation interministérielle au Développement de la Vallée de la Seine, de l'Association des Départements de l'Axe Seine et des Départements & Régions Cyclables.</p>
Avril	<p>Accueil de presse individuel pour <i>Algemeen Dagblad</i> (quotidien national néerlandais), sur la thématique vélo, au long du parcours de la Vélofrancette, en partenariat avec les CDT du Calvados et de l'Orne.</p>
Juin	<p>Participation aux réunions des groupes « marketing & communication » et « infrastructure & signalétique » de la Seine à Vélo / V33.</p> <p>Mise en ligne de la vidéo « La Normandie à vélo » réalisée pour le C.R.T. par la société Les Beaux Yeux. Cette vidéo a pour objectif de positionner la Normandie comme destination vélo.</p>
Juillet	<p>Participation au Comité d'itinéraire de la Véloscénie à Alençon. Un bilan des actions et les actualités du projet sont abordés.</p>
Septembre	<p>Accueil de presse groupe pour différents supports media et journalistes britanniques, sur la thématique « Cycling in Normandy, three Routes, three Counties ». Découverte des 3 itinéraires La Vélo Francette, La Véloscénie, et Le Tour de Manche. Visite de Ouistreham, Caen, Flers, Bagnoles-de-l'Orne, Briquebec et Carentan, en partenariat avec les CDT du Calvados, de l'Orne, de la Manche et Brittany Ferries</p>
Octobre	<p>Participation au Comité de pilotage de La Seine à Vélo à Evreux</p> <p>Accueil de presse individuel pour le media belge <i>AS Magazine</i> (FR/NL), sur la thématique du parcours normand de la Vélo Francette.</p>
Novembre	<p>Participation au Comité technique de La Seine à Vélo, à Mont-Saint-Aignan La marque et le logo La Seine à Vélo sont définis, ainsi que les outils de communication.</p>

LA PROMOTION

5.8. Le Club Golf

DATES	CALENDRIER DE REALISATION 2017
Toute l'année	<p>Reconduction des campagnes marketing avec les deux tour-opérateurs britanniques « Golfbreaks.com » et « YourGolfTravel » à destination du grand public britannique, comprenant une visibilité en page d'accueil de leurs sites web, des campagnes d'e-mailing et des parutions sur les médias sociaux.</p>
Janvier	<p>Le Club Golf renouvelle son adhésion auprès de IAGTO (International Association of Golf Tour Operators). Cette adhésion permet d'accéder à des services tels que le référencement sur le site web IAGTO, l'accès à la base de données contacts des tour-opérateurs golf et journalistes golfeurs dans le monde. Le Club gère aussi les adhésions de 10 de ses membres.</p> <p>La Normandie est représentée pour la première fois au PGA Golf Show d'Orlando (le plus grand salon mondial dédié au golf) par France Golf Tours aux côtés du Golf National et de Blue Green France. Une centaine de rendez-vous avec des professionnels ont été pris, dont les principaux tour-opérateurs américains.</p>
Mars	<div style="display: flex; align-items: center;">  <div style="margin-left: 20px;"> <p>Edition du Guide des Golfs de Normandie 2017</p> </div> </div> <p>Salon du Golf de Paris Ce salon est la seule opération golf grand public à Paris et accueille 25 000 visiteurs. Le stand de 20 m² du Club « Golf en Normandie » est mis à la disposition des membres souhaitant représenter la destination pendant les 3 jours du salon. Les golfs de Jumièges, Cabourg-Le Home, Dieppe et Omaha ont assuré une présence en alternance, aux côtés du C.R.T. Le guide des golfs de Normandie a été diffusé ainsi que des offres spéciales (Pass, packages,...). Un jeu-concours avec des dotations offertes par les parcours et leurs hôtels a permis de recueillir plus de 400 adresses de contacts qualifiés.</p>
Avril	<p>Participation à la création d'un site Internet « Golf en France » : www.legolfenfrance.com</p> <p>Dans la perspective de la Ryder Cup 2018, IAGTO fait le constat qu'il n'existe pas de portail international de la destination Golf en France. IAGTO a pour projet de créer un site web d'information grand-public « Golf en France » à destination de la clientèle étrangère mêlant golf et tourisme. Le Club Golf participe financièrement à la création de ce site qui référencera l'offre des plus beaux golfs français. Une participation financière est également prévue pour l'écriture des textes et de la ligne éditoriale des golfs normands.</p>
Mai	<p>Envoi d'une newsletter Golf sur le fichier des golfeurs de Premium Golf, partenaire historique du C.R.T. : 155 000 adresses touchées.</p>

LA PROMOTION

Le Club Golf (suite)

DATES	CALENDRIER DE REALISATION 2017
Mai (suite)	<p>Participation à la conférence Golf & Tourisme de la FFG et de Atout France pour la Ryder Cup 2018. Le C.R.T. et le Groupe Lucien Barrière étaient invités à partager leurs expériences.</p> <p>Réunion de travail avec Mygreenfee.com Cette réunion a pour objectif de faire migrer tous les golfs membres du Club Golf vers la réservation en ligne (à ce jour, 14 golfs sur 29 sont réservables en ligne). Le dispositif permettra également de gérer les réservations des tour-opérateurs.</p>
Juin	<p>Visites du nouveau golf Normandie-Côte d'Albâtre à Cany-Barville, du golf d'Etretat, du golf d'Houlgate, du golf municipal de Cabourg et du golf Le Home Cabourg.</p> <p>Open de France- Golf National de Saint-Quentin-en-Yvelines Présence du Club avec un stand Golf en Normandie. Fréquentation : environ 50 000 visiteurs.</p> <p>Edition spéciale « Les offres estivales 2017 », distribuée à l'occasion de l'Open de France, présentant les offres promotionnelles de 11 golfs et 10 hôtels partenaires en Normandie.</p> <p>Accueil de presse spécial Golf – Allemagne, du journaliste Thomas Gossner pour <i>Friedberger Allgemeine</i> (300 000 exemplaires), en collaboration avec les partenaires golfs et hôtels.</p> <p>Participation au NAC (North America Convention), à Miami Dans la perspective de la Ryder Cup 2018, ce salon permet au Club Golf de rencontrer 30 Hosted Buyers Golf au travers de rendez-vous qualifiés, en collaboration avec le Golf National, le Groupe Lucien Barrière, Biarritz, Evian et Terre Blanche.</p> <p>Campagne de référencement Google Adwords, dans l'objectif d'augmenter le référencement naturel des golfs de Normandie, via la recherche de mots-clés.</p> <p>Envoi d'une newsletter Golf sur le fichier des golfeurs de Golf Star, partenaire du C.R.T.</p>
Juillet	<p>Accueil du journaliste golf Peter Ellegard, pour la rédaction des textes et de la ligne éditoriale des golfs normands sur le futur www.legolfenfrance.com.</p>
Décembre	<p>Participation à l'IGTM, à Cannes L'International Golf Travel Market est un salon professionnel où se donnent rendez-vous chaque année plus de 600 professionnels du golf, 350 acheteurs et tour-opérateurs et une centaine de journalistes spécialisés. MyGreenFee.com, partenaire du Club Golf, est présent.</p> <p>En amont du salon, un pré-tour golf est organisé pour 12 tour-opérateurs spécialisés en Normandie et en région parisienne avec le Golf National.</p> <p>Assemblée générale du Club Golf, au golf de l'Amirauté, en présence de Paul Armitage, directeur du Golf National, pour évoquer avec les membres du Club la Ryder Cup 2018. Présentation du bilan des actions 2017 et programme d'actions 2018.</p>

LA PROMOTION

5.9. Le Club des Hôtels et Restaurants de Charme

DATES	CALENDRIER DE REALISATION 2017
Février	Action spéciale Saint-Valentin : mise en avant (Facebook et site grand public) de 10 idées romantiques pour la Saint-Valentin en Normandie avec les offres des hôtels membres du Club.
Mars	 <p>Edition du Guide 2017 « Les Charmes de la Normandie Hôtels et Restaurants », bilingue français-anglais</p>
Mars	Le salon « Rendez-Vous en France » 2017 , à Rouen Le Club des Hôtels de charme de Normandie a participé à ce salon.
Août	Action publicitaire pour le magazine <i>Frau im Leben</i> et <i>plus Magazin</i> sur le marché allemand, pour les hôtels de charme dans le cadre de la démarche WIN.

LA PROMOTION

5.10. Le Tourisme d'affaires

DATES	CALENDRIER DE REALISATION 2017
Janvier	<p>Suite à l'étude actualisée à l'automne 2016 sur le tourisme d'affaires en Normandie, constitution du 1^{er} fichier des acteurs du tourisme d'affaires en Normandie : le fichier des Centres de Congrès et Parcs Expositions, et le fichier des autres sites de tourisme d'affaires.</p> <p>Rendez-vous de travail avec Clémence Baret, responsable du Cluster Tourisme d'affaires d'Atout France, à Paris.</p>
Février	<p>1^{ère} réunion de travail Tourisme d'Affaires en Normandie, au Carré des Docks au Havre, afin d'engager les premières actions les plus pertinentes sur cette filière. La réunion de travail est suivie par une visite du Carré des Docks.</p>
Avril	<p>Le C.R.T. adhère au Cluster Tourisme d'Affaires d'Atout France Le travail de présentation de la destination sur les outils marketing mis à la disposition du Cluster auprès de ses membres est engagé.</p> <p>Dépôt des adresses URL : www.normandie-meetings-and-events.com www.normandy-meetings-and-events.com www.normandie-meetings-and-events.fr www.normandy-meetings-and-events.fr et création d'un e-mail générique du service Mice : meetings@normandie-tourisme.fr</p>
Mai	<p>Réunion d'installation de la filière Tourisme d'affaires en Normandie La réunion d'installation de la nouvelle filière régionale se déroule à Caen, en présence de Marie-Agnès Poussier-Winsback, Vice-Présidente de la Région et 1^{ère} Vice-Présidente du C.R.T., et de 75 acteurs de la filière. Cette réunion permet d'adopter le premier programme régional pluriannuel de promotion dédié pour les centres de congrès et les salles de séminaires, de travailler à organiser au mieux le développement de l'offre, et d'adopter une signature pour cette filière : « <i>Normandie Meetings & Events</i> ».</p> <p>Soutien du C.R.T. à deux éducteurs d'agences événementielles russes, en partenariat avec l'agence réceptive spécialisée Atelier du Voyage, en février et mai.</p>
Juin	<p>Mise en place de deux ateliers de travail :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Un atelier « Stratégie des séminaires » C.R.T./CDT chargé de définir une stratégie d'identification des salles de qualité puis de promotion de ces salles - Un atelier « Stratégie marketing Congrès & Conventions » pour la création de l'argumentaire de vente et la mise en avant des points forts de la destination <p>Réunion de ce dernier atelier, au CID de Deauville</p>
Juillet	<p>Réunion de l'atelier « Stratégie des séminaires » C.R.T./CDT, à Lisieux. Etat des lieux des méthodes de travail et de recensement des salles de séminaire dans les départements. L'objectif de mise en place d'une grille de sélection commune pour le référencement des salles de séminaires en Normandie est acté.</p>
Septembre	<p>Salon Réunir, à Paris, Carrousel du Louvre (marché français). 4 bureaux des congrès sont présents avec le Club : Deauville, Caen, Rouen et Bagnoles-de-l'Orne sous la signature Normandie Meetings & Events.</p>

LA PROMOTION

Le Tourisme d’Affaires (suite)

DATES	CALENDRIER DE REALISATION
Septembre (suite)	<p>France Meeting Hub à Nice (marchés internationaux). 4 bureaux des congrès sont présents avec le Club : Deauville, Caen, Rouen et Le Havre. 120 rendez-vous programmés et 1 journée de présentation des produits à 70 acheteurs étrangers.</p> <p>Tournage d’une vidéo Mice en Normandie par Bokeh Production</p>
Octobre	<p>Eductour russe : 6 sociétés russes sont invitées à découvrir la Normandie sur la thématique de l’art de vivre à la française, la gastronomie, l’incentive. Les sites visités sont Rouen, Etretat, Honfleur, Deauville, Caen, le Mont-Saint-Michel et le Breuil-en-Auge, avec le partenariat de Atout France.</p> <p>2^{ème} réunion de l’atelier « Stratégie marketing Congrès & Conventions », à Evreux. Définition du Plan d’action 2018.</p> <p>2^{ème} réunion de l’atelier « Stratégie des séminaires » C.R.T./CDT, à Pont-L’Evêque. Une grille de 46 critères de sélection commune pour le référencement des salles de séminaires en Normandie est travaillée et définie, ainsi qu’une charte pour le fonctionnement et les conditions d’adhésion à la démarche régionale.</p> <p>Présentation du Cluster à la réunion PME développement organisée par Seine-Maritime Attractivité à Dieppe</p>
Novembre	<p>IBTM à Barcelone (marchés internationaux). Le Club représente les 5 bureaux des congrès normands. 27 rendez-vous programmés.</p> <p>Démarchage Belgique, avec les 5 bureaux des congrès, en collaboration avec Atout France. 9 clients visités à Anvers et Bruxelles.</p>
Décembre	<p>Participation à l’Assemblée Générale du Cluster Tourisme d’Affaires d’Atout France, à Paris.</p>

LA PROMOTION

5.11. Les Editions

DATES	CALENDRIER DE REALISATION 2017
Janvier	Edition professionnelle marché brésilien 2017.
Février	Edition de la carte « Normandie à vélo » , bilingue français-anglais, à 30 000 exemplaires. Edition professionnelle marché japonais 2017. Edition professionnelle marché chinois 2017.
Mars	Edition de la carte touristique de la Normandie , bilingue français-anglais, à 110 000 exemplaires. Edition du Guide des Golfs de Normandie 2017 , à 12 000 exemplaires. Edition du Guide du Visiteur de la destination « 1944 D-Day Normandie Terre de Liberté » 2017 , à 140 000 exemplaires en français, 110 000 exemplaires en anglais et 30 000 exemplaires en néerlandais. Edition du Guide 2017 « Les Charmes de la Normandie Hôtels et Restaurants » , bilingue français-anglais, à 40 000 exemplaires.
Avril	Edition de la brochure des Parcs et Jardins de Normandie , bilingue français-anglais, à 90 000 exemplaires.
Mai	Edition de la 1^{ère} brochure « Normandie médiévale – Visites et manifestations » , bilingue français-anglais, à 150 000 exemplaires.
Juin	Edition par la Maison du Tourisme Normandie-Giverny avec le soutien financier et technique du C.R.T., de la brochure « Les Voyages Impressionnistes » , le guide touristique de la Destination Impressionnisme, à 60 000 exemplaires (40 000 en français / 20 000 en anglais). Edition de la brochure « Les loisirs en famille » bilingue français-anglais, à 40 000 exemplaires.
Juillet	Edition des « Chiffres clés du tourisme normand 2016 »
Septembre	Edition du Manuel des ventes 2018 en français , à 400 exemplaires Edition du Manuel des ventes 2018 en anglais , à 600 exemplaires Edition du Manuel des ventes 2018 en allemand , à 500 exemplaires Editions des deux Guides professionnels 2018 des Sites & Monuments : « Spécial Professionnels » bilingue français-anglais, à 5 000 exemplaires « Spécial Scolaires » (français), à 2 000 exemplaires
Octobre	Edition professionnelle marché chinois 2018 , à 300 exemplaires

LA PROMOTION

5.12. Les Sites Internet

DATES	CALENDRIER DE REALISATION 2017
Janvier	Refonte des sites Internet en espagnol (www.normandie-tourisme.fr/es) et en italien (www.normandie-tourisme.fr/it) Les sites web du C.R.T. en espagnol et en italien destinés au grand public sont entièrement refondus. Les principaux avantages de ces nouvelles versions sont un affichage « responsive » pour les appareils mobiles, une refonte de l'arborescence et une présentation épurée.
Juin	Une première analyse des statistiques de fréquentation 2017 des sites Internet du C.R.T. fait état, non seulement de belles progressions, mais également d'une augmentation significative de la qualité des consultations (nombre de pages vues, taux de rebond, temps passé sur les sites). En juin (comme en mai), le site Normandie Tourisme est classé n°1 dans le Palmarès SEO (référencement naturel) de Ouest Online parmi les C.R.T. français. Depuis janvier, Normandie Tourisme se situe tous les mois dans le Top 3.
Novembre	Au 20 novembre, la fréquentation des sites Internet grand public du C.R.T. affiche une belle progression : +11% sur 2016.

LA PROMOTION

Statistiques de fréquentation des sites Internet et des réseaux sociaux du C.R.T.

SITES

Sites grand public (nombre de visites)	2016	2017	2017/2016
France	2 982 948	3 270 817	9,7%
Anglais	492 340	673 053	36,7%
Allemagne	201 568	262 872	30,4%
Pays Bas	135 471	187 019	38,1%
Espagne	140 119	201 864	44,1%
Italie	115 254	205 634	78,4%
Site mobile FR (dépublié en mai 2016)	253 744		-100,0%
TOTAL	4 321 444	4 801 259	11,1%

DETAIL rubriques thématiques (nombre de visites)	2016	2017	2017/2016
Parcs et jardins (FR)	58 048	66 805	15,1%
Culture et patrimoine (FR)	20 983	21 123	0,7%
Golf (FR)	24 885	44 260	77,9%
Golf (GB)	5 940	9 616	61,9%
Rubrique DDAY - Normandie Tourisme FR (ouverte en juin 2016)	41 908	63 000	50,3%
Rubrique DDAY - Normandie Tourisme GB (ouverte en juin 2016)	10 030	33 145	230,5%
TOTAL	161 794	237 949	47,1%

Sites professionnels (nombre de visites)	2016	2017	2017/2016
Sites voyagistes (français, anglais et allemand)	45 691	47 111	3,1%
Communauté Touristique Normande (CTN)	28 677	21 274	-25,8%
TOTAL	74 368	68 385	-8,0%

LA PROMOTION

RESEAUX SOCIAUX

Facebook		2016	2017	2017/2016
Français	Fans	140 552	161 696	15,0%
	Nombre d'utilisateurs impliqués**	1 076 252	978 044	-9,1%
Anglais	Fans	59 133	64 942	9,8%
	Nombre d'utilisateurs impliqués**	221 187	162 058	-26,7%
Néerlandais	Fans	4 063	5 917	45,6%
	Nombre d'utilisateurs impliqués**	nd	16 328	
Italiens (page créé en janvier 2016)	Fans	4 721	6 685	41,6%
	Nombre d'utilisateurs impliqués**	nd	33 512	
Jardins de Normandie (page créé en juin 2016)	Fans	333	1 300	290,4%
	Nombre d'utilisateurs impliqués**	nd	8 881 (données partielles)	
Golfs (page créé en mai 2016)	Fans	172	769	347,1%
	Nombre d'utilisateurs impliqués**	nd	5 423 (données partielles)	
1944 - D-Day (page créé en octobre 2017)	Fans		142	
	Nombre d'utilisateurs impliqués**		nd	

** Réactifs aux publications Facebook

Twitter (nombre de followers)	2016	2017	2017/2016
Français	13 910	17 779	27,8%
Anglais	2 529	3 060	21,0%
Allemands	1 731	1 855	7,2%
Pro (ouvert en mars 2017)		275	

LA PROMOTION

Instagram (nombre d'abonnés)	2016	2017	2017/2016
Français (ouvert le 01/12/16)	599	7 385	1132,9%
Anglais (ouvert le 10/05/17)		2 195	

LA PROMOTION

5.13. Sur les réseaux sociaux

DATES	CALENDRIER DE REALISATION 2017
Mars	Ouverture d'un nouveau compte Twitter pro , lancé officiellement à l'occasion du salon « Rendez-Vous en France » 2017 : https://twitter.com/NormandiePro
Mai	Ouverture d'un compte Instagram en anglais.
Mai	<p>Le C.R.T. communique sur sa forte présence sur les réseaux sociaux, fruit d'une animation quotidienne :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Normandie Tourisme compte 4 pages Facebook, et le 10 mai la page en français passe la barre des 150 000 fans. - La page italienne, créée en janvier 2016, passe la barre des 5 000 fans. - La page anglaise dépasse les 63 000 fans et la page néerlandaise approche les 5 000 fans. - Le compte twitter @Normandie passe la barre des 15 000 followers. - La Normandie est désormais présente sur Instagram : depuis décembre 2016 avec un compte français (3 800 abonnés) et depuis mai avec un compte en anglais.
Juillet	Le compte Twitter du C.R.T. dans le Top 100 des destinations touristiques (90 ^{ème} place), dans le baromètre rise.global, qui établit le Top 1000 Tourist Boards on Twitter
Octobre	<p>Création d'une page Facebook « 1944 – D-Day Normandie ». Toutes les actualités du Club D-Day y sont relayées.</p> <p>La Normandie, à la 4^{ème} place des régions touristiques françaises (sur 30), du baromètre We Like Travel.</p> <p>Le score se base sur plusieurs indicateurs parmi lesquels Facebook (audience, performances), la présence sur d'autres réseaux sociaux, la taille des communautés, les taux d'engagement (facebook, twitter, instagram) et le type de contenus (photos, vidéos...)</p> <p>La page UK Normandy se place également à la 4^{ème} place des pages Facebook étrangères.</p> <p>Consultation de la communauté Facebook de Normandie Tourisme (157 000 fans) pour voter pour choisir la nouvelle photo de couverture de notre page (5 photos soumises). La Côte d'Albâtre à Fécamp est la photo lauréate. La consultation a généré 3 500 commentaires sur la page.</p>
Novembre	Au 20 novembre, le nombre de fans est en forte progression : +17% en France, +45% aux Pays-Bas, + 40% en Italie et +10% en Grande-Bretagne. De même, pour les followers sur Twitter et les Instagrammers.

LA PROMOTION

5.14. Les Espaces Normandie à Vironvay, à Giverny, au Mont-Saint-Michel et à la Gare Saint-Lazare

Jusqu'en 2019, le Comité Régional de Tourisme est présent avec la SANEF au travers d'un espace information sur l'autoroute A13, sur l'aire de Vironvay. Il s'agit d'un libre-service d'informations touristiques avec écrans et panneaux.

Depuis 2012, le C.R.T. s'est inscrit dans la nouvelle Maison du Tourisme à Giverny, née à l'initiative du Département de l'Eure avec le soutien de la Région Normandie et des collectivités locales. Celle-ci a été dissoute en 2017.

Depuis 2013, le C.R.T. a été étroitement associé à l'ouverture du Centre d'Information Touristique (C.I.T.) créé par le Syndicat Mixte de la Baie du Mont-Saint-Michel.

En 2016, le C.R.T. a accompagné la gare Saint-Lazare dans son projet d'aménagement pour mettre en valeur la Normandie touristique.

DATES	CALENDRIER DE REALISATION 2017
Janvier	La carte grand format « La Normandie par le train » installée en décembre par le C.R.T. et la SNCF dans l'un des points les plus passants de la gare Saint-Lazare, est désormais éclairée.
Avril à juin	Le Havre à l'honneur sur l'aire autoroutière de Vironvay « Un été au Havre » s'est installé sur l'autoroute A13 à travers une très belle exposition. Quatorze panneaux présentent les moments phares de l'événement.
Mai	Réunion de réflexion au C.I.T. du Mont-Saint-Michel.
Septembre	Dissolution de la Maison du Tourisme Normandie-Giverny.

LA PROMOTION

5.15. La Photothèque

Les photos sont des supports indispensables aux actions de promotion.

Le Comité Régional de Tourisme possède une photothèque importante. Cependant, à l'occasion de la réalisation de l'audit identitaire, de nombreuses lacunes avaient été mises en évidence.

DATES	CALENDRIER DE REALISATION 2017
Toute l'année	Réalisation et mise en ligne de 6 vidéos de vétérans en Normandie , pour le Cluster D-Day Normandie 1944. Réalisation de vidéos sur les jardins normands par la Web TV Jardin Jardinier.
Janvier	Achat de nouveaux visuels sur les lieux et thématiques incontournables en Normandie, pour mise en ligne sur Keepeek.
Février	Evaluation des besoins en reportages photos pour l'année 2017 et mises en place des reportages.
Mars	Réalisation du film vidéo-mémoire sur le Salon « Rendez-Vous en France » 2017.
Juin	Tournage de la séquence sur Caen, port de croisières maritimes , qui complète le film-vidéo réalisé en 2016 avec les 4 autres ports normands.
Octobre	Formation aux équipes E-Marketing et Promotion Marchés « Savoir prendre des photos et des vidéos »

LA PROMOTION

5.16. Le salon « Rendez-Vous en France »

DATES	CALENDRIER DE REALISATION 2017
Janvier	<p>Séminaire des tour leaders à Honfleur, avec mise en situation d'accueil et d'accompagnement de groupe, suivi d'un Comité de Pilotage « pré-tours » C.R.T. / CDT.</p> <p>Participation à la réunion organisée par la Préfecture de Seine-Maritime sur les aspects sécuritaires de l'événement.</p> <p>Commission d'Appel d'Offres pour le choix des prestataires pour le stand Rouen-Normandie et pour la réalisation de la vidéo-mémoire de l'opération.</p> <p>Comité technique « séquence rouennaise », à Rouen.</p> <p>Réunion d'organisation l'IRQUA, l'IDAC et la Maison cidricole.</p>
Février	<p>Réunion des Community Managers partenaires : C.R.T., CDT et Rouen Normandie Tourisme et Congrès.</p> <p>Réunion avec les restaurateurs partenaires à Rouen, ainsi qu'avec Graindorge, l'IDAC, l'IRQUA et les Arpents du Soleil.</p> <p>Comité de Pilotage « pré-tours » C.R.T. / CDT, à Lisieux.</p>
Mars	<p>Conférence de presse le 3 mars : « Rouen et toute la Normandie prêts à accueillir le salon « Rendez-Vous en France » 2 000 professionnels du tourisme attendus ».</p> <p>Le visuel du salon est dévoilé par Marie-Agnès Poussier-Winsback, Vice-Présidente de la Région Normandie et 1^{ère} Vice-Présidente du C.R.T., Frédéric Sanchez, Président de la Métropole Rouen Normandie, Yvon Robert, Maire de Rouen et 1^{er} Vice-Président de la Métropole Rouen Normandie, et Christian Mantei, Directeur général de Atout France, en présence de Valérie Fourneyron, Députée de Seine-Maritime, ancienne Ministre, Philippe Augier, Maire de Deauville et Administrateur de Atout France, Jean-François Bures, Vice-Président du Département de Seine-Maritime, Thierry Plouvier, Président d'Eure Tourisme, Martine Lemoine, Conseillère départementale du Département de la Manche, Béatrice Guillaume, Vice-Présidente du Département du Calvados et Laurent Laouenan, Président des Offices de Tourisme de Normandie.</p> <p>Déjeuner-tests des restaurants partenaires de la Place du Vieux Marché à Rouen 30 testeurs évaluent le menu « la Normandie de la terre et de la mer » demandé aux restaurateurs pour la soirée d'accueil régionale du 27 mars.</p> <p>Comité de Pilotage élargi C.R.T. / CDT, à Rouen.</p> <p>Comité de Pilotage « pré-tours » C.R.T. / CDT, à Rouen.</p> <p>Comité technique « séquence rouennaise », à Rouen.</p> <p>Réunion d'information des tour leaders, à Rouen.</p> <p>Réunion d'information pour les Ambassadeurs hôtels, à Rouen Plus de 20 personnes sont mobilisées pour être Ambassadeur hôtel, accueillir et accompagner les délégations à leur arrivée et dans leurs déplacements en navette, entre leur hôtel et les soirées, ainsi qu'entre leur hôtel et le salon.</p> <p>Réunion d'information pour les Accueillants aéroport, à Roissy.</p>

LA PROMOTION

Le salon « Rendez-Vous en France » (suite)

DATES	CALENDRIER DE REALISATION 2017
<p>Mars (suite)</p>	<p>La séquence « Accueil aéroport » des tour-opérateurs, du 21 au 23 mars à Roissy 20 personnes du C.R.T. et des CDT sont mobilisées afin d'assurer un accueil personnalisé à chacun des tour-opérateurs arrivant à Roissy. L'organisation logistique d'attente avec des séquences d'animation et de restauration en continu est centralisée au Mercure Roissy CDG Airport Convention, avant le départ par vagues successives des 23 bus affrétés pour les pré-tours.</p> <p>Les pré-tours, du 23 au 27 mars Avec les CDT, 23 itinéraires de découverte sont proposés aux tour-opérateurs :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Les incontournables de la destination - La croisière fluviale sur la Seine avec l'opérateur français CroisiEurope - L'Impressionnisme - La Bataille de Normandie - Le Médiéval - Le Tourisme à vélo - Le Golf - Le Bien-être et l'art de vivre - Les Savoir-faire - Les 500 ans du Havre - L'Offre scolaire - Le Littoral et les stations balnéaires - Le Tourisme spirituel - Les Illustres normands - L'Hôtellerie de plein air - Le Tourisme d'affaires <p>Au total, 304 tour-opérateurs et journalistes internationaux parcourent ces itinéraires. Les 5 CDT -qui organisent et financent les pré-tours avec leurs partenaires locaux- mobilisent avec le C.R.T. des moyens humains importants pour être à la hauteur, avec notamment :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Un accueil spécifique à l'aéroport Paris-CDG pour un bon accueil dès l'arrivée - 23 tour leaders (experts de la destination) pour accompagner les pré-tours - De nombreux prestataires engagés pour assurer le meilleur accueil - Les autocaristes normands pour assurer des déplacements très confortables <p>Mise en place de l'accueil des tour-opérateurs dans les hôtels, avec les Ambassadeurs hôtels. Remises des packs d'accueils et badges soirées et salon.</p> <p>La soirée normande d'accueil le 27 mars</p> <ul style="list-style-type: none"> - Les tour-opérateurs, organisateurs et partenaires se retrouvent à l'Abbatiale Saint-Ouen pour un cocktail-concert et discours de bienvenue du Président Hervé Morin - Déambulation-spectacle dans les rues médiévales, avec la compagnie Oneiric Ways Project. Cette promenade onirique et festive fait découvrir l'exceptionnel patrimoine de la ville dans une ambiance poétique et rythmée - Dîner « la Normandie de la terre et de la mer » dans 19 restaurants de la Place du Vieux-Marché

LA PROMOTION

Le salon « Rendez-Vous en France » (suite)

DATES	CALENDRIER DE REALISATION 2017
Mars (suite)	<p>Le salon, les 28 et 29 mars, au Parc des Expositions de Rouen</p> <ul style="list-style-type: none"> - Le Parc des Expositions transformé et adapté pour favoriser les affaires - 928 tour-opérateurs et prescripteurs de voyages, venus de 67 pays - 20 400 rendez-vous préprogrammés sur la plateforme on-line de Atout France - 2 000 repas servis dans un temps record aux 2 déjeuners - Un stand Normandie - Rouen de 50 m², identitaire et moderne - 740 exposants français, dont 97 exposants normands - L'Espace café mis aux couleurs des grands événements normands et du Mont-Saint-Michel - Une grande soirée « France » au Zénith de Rouen le 28 - Les Calvados présents pour la 1^{ère} fois à la soirée France - Des référents disponibles pour accompagner les délégations depuis leurs hôtels - Un service de navettes par car pour assurer les déplacements <p>La soirée de clôture rouennaise le 29 mars au Panorama XXL Soirée festive de remerciement pour l'implication professionnelle des partenaires normands de l'événement, ainsi que pour plus de 350 tour-opérateurs. L'IDAC est présent avec les cocktails normands.</p>
Avril	<p>Envoi d'un message de remerciements à l'ensemble des partenaires normands de l'événement et à Atout France, et diffusion du lien vers la galerie de photos Flickr.</p>
Juin	<p>Diffusion de la vidéo-mémoire « Rendez-Vous en France 2017 », réalisée pendant l'événement, de l'accueil à l'aéroport jusqu'à la soirée de clôture.</p> <p>Dernier Comité de Pilotage « pré-tours » C.R.T. / CDT, au Havre, pour le bilan de l'opération suite aux retours des questionnaires qui avaient été adressés aux tour-opérateurs et auxquels 50% des tour-opérateurs en pré-tours ont répondu.</p> <p>Réunion de bilan avec les tour leaders, au Havre : retours d'expériences afin d'améliorer les process en termes d'accueil.</p>

LA PROMOTION

5.17. Le C.R.T. et les 500 ans du Havre

DATES	CALENDRIER DE REALISATION 2017
Toute l'année	<p>Le C.R.T. mobilise l'ensemble de ses outils : e-letters pro et grand-public sur l'ensemble des marchés, mise en avant de l'événement sur tous ses sites web, mise en avant de l'événement sur les réseaux sociaux pour l'ensemble des communautés animées par le C.R.T. (Facebook, Twitter...), dossiers de presse, manuels de ventes,...</p> <p>Le C.R.T. promeut aussi l'événement par des opérations spécifiques :</p> <p><u>Opérations multi-marchés</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Lors du salon « Rendez-Vous en France » 2017 : Pré-tours au Havre et évocation de l'événement sur l'Espace-café et le stand du C.R.T. • Organisation au Havre du 3^{ème} Forum de la Destination Impressionnisme, en septembre 2017 à l'occasion de l'exposition « <i>Impression(s), soleil</i> » <p><u>En France</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Journée Presse « Destination Régions » à Paris le 29 novembre 2016, avec l'Office de Tourisme du Havre • Depuis début novembre 2016, mise en avant de l'événement sur le site web grand public du C.R.T. • Mise en avant de l'événement auprès des 150 000 fans de notre communauté sur Facebook • Mise en valeur dans l'Espace Normandie, sur l'Aire autoroutière de Vironvay (A13), depuis avril • Mise en avant dans le cadre de la campagne digitale avec Solocal Group (Mappy et Pages Jaunes) <p><u>En Grande-Bretagne</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Mobilisation de l'antenne Presse du C.R.T. à Londres : démarchage presse du 16 au 18 janvier 2017 et nombreuses interventions tout au long de l'année, avec des retombées remarquables... • Mise en avant dans la campagne Atout France/C.R.T. « #FeelNormandy » • Exposition dédiée à bord du navire « <i>Etretat</i> » de Brittany Ferries qui assure la traversée Portsmouth - Le Havre, pour la saison 2017 <p><u>En Allemagne</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Mobilisation de l'antenne du C.R.T. à Francfort : démarchage de tour-opérateurs avec l'Office de Tourisme du Havre du 22 au 24 novembre 2016 (région de Munich) et soutien pour la Conférence de presse de l'Office de Tourisme du Havre le 16 janvier 2017 sur le salon CMT de Stuttgart <p><u>En Belgique</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Présentation à la Presse dans le cadre du Plan d'actions <p><u>Aux Pays-Bas</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Workshop presse à Amsterdam le 16 février avec l'Office de Tourisme du Havre

LE DÉVELOPPEMENT

6. QUALITE DE L'ACCUEIL

6.1. Label des Villes et villages fleuris

DATES	CALENDRIER DE REALISATION 2017
Mai	Proclamation du Palmarès 2016 des Villes et Villages Fleuris , à l'Hôtel de Région à Caen, en présence de Marie-Agnès Poussier-Winsback, Vice-Présidente de la Région et 1 ^{ère} Vice-Présidente du C.R.T. 323 villes et villages normands sont désormais labellisés (contre 309 communes en 2015). Rencontre avec le Président du Conseil National des Villes et Villages Fleuris. Proposition d'un nouveau règlement régional des Villes et Villages Fleuris aux Départements.
Août	Tournée du jury 2017

LE DÉVELOPPEMENT

6.2. Normandie Qualité Tourisme

Les professionnels normands, conscients de l'enjeu crucial que représente la qualité, s'engagent envers leurs clients à travers la démarche « Normandie Qualité Tourisme » à :

- Les accueillir convenablement en toutes circonstances.
- Les satisfaire grâce à une prestation conforme à leurs engagements.
- Promouvoir les produits et l'offre touristiques de la Normandie.

Pour cela, ils ont satisfait à plus de 250 critères d'un audit mystère externe, renouvelé tous les 3 ans, et font l'objet d'un contrôle permanent au moyen de questionnaires de satisfaction mis à la disposition des clients dans tous les établissements labellisés.

DATES	CALENDRIER DE REALISATION 2017
Mars	Comité Régional de gestion et d'attribution des marques Qualité dans le Tourisme , à Hérouville-Saint-Clair. Un visuel NQT est intégré dans le diaporama photos diffusé sur le stand Normandie – Rouen lors du salon Rendez-Vous en France à Rouen.
Avril	Participation au Comité de pilotage de la marque Qualité Tourisme , à Paris. En plein accord avec le C.R.T., la CCIR Normandie assure désormais le financement direct de la Carte régionale annuelle des adhérents NQT.
Juin	Comité Régional de gestion et d'attribution des marques Qualité dans le Tourisme , à Hérouville-Saint-Clair.
Juillet	Participation à la journée Normandie Qualité Tourisme à l'hippodrome de Deauville Clairefontaine De nombreuses animations et un dispositif de communication, notamment avec un stand, sont mis en place, avec pour objectif : faire la promotion de la Normandie et valoriser le label et des établissements labellisés Normandie Qualité Tourisme. Participation au Comité de pilotage de la marque Qualité Tourisme , à Paris. Une nouvelle procédure Qualité Tourisme est définie pour application en 2018, afin de favoriser de nouveaux partenariats.
Septembre	Participation à la commission de labellisation Camping Qualité
Octobre	Comité Régional de gestion et d'attribution des marques Qualité dans le Tourisme , à Hérouville-Saint-Clair.
Décembre	Comité de pilotage Normandie Qualité Tourisme , à Caen

LE DÉVELOPPEMENT

7. OBSERVATOIRE DE L'ACTIVITE TOURISTIQUE

7.1. Les études

L'observation économique est la clé de voûte de la promotion. En effet, en passant d'un marketing de l'offre à un marketing de la demande, il devient essentiel de mieux appréhender les caractéristiques, les évolutions et les tendances de chaque marché.

DATES	CALENDRIER DE REALISATION 2017
Janvier	<p>Réunion sur la co-réalisation d'une étude juridique sur les plates-formes de locations entre particuliers, dans les bureaux d'Atout France. La réunion a pour objectif d'évaluer la faisabilité de réalisation d'une étude sur les outils et procédures dont disposent les Maires des communes de plus ou de moins de 200 000 habitants, notamment pour le contrôle des offres, ainsi que pour la perception de la Taxe de séjour, afin de dresser l'état du Droit mais aussi de formuler des recommandations.</p> <p>Réunion de préparation sur l'étude des retombées économiques du tourisme (emplois touristiques, CST et richesse dégagée), avec l'Insee à Rouen.</p> <p>Réalisation de l'évaluation du 950^{ème} anniversaire de la Bataille d'Hastings Un questionnaire est diffusé à 85 contacts organisateurs d'évènements labellisés– 950^{ème} Anniversaire de la Bataille d'Hastings (certains évènements étaient organisés jusqu'à fin 2016).</p> <p>Définition et signature avec l'INSEE de la convention d'application 2017 sur les enquêtes de fréquentation dans les hébergements.</p>
Février	<p>Participation à la Commission Observation de Destinations Régions, à Paris.</p> <p>Mise à jour des données 2016 Normandie du Tableau de Bord de la fréquentation britannique dans le Grand Ouest (Normandie, Bretagne, Pays de la Loire), réalisé dans le cadre du Contrat Grand Ouest.</p>
Avril	<p>Etude sur les investissements touristiques en Normandie pour la période 2014-2016. Le C.R.T. commande cette étude pour la 4^{ème} fois et dispose ainsi d'une observation continue sur les 10 dernières années.</p> <p>Mise à disposition de la Région, des CDT, des partenaires, de l'ensemble des résultats.</p> <p>Réception des résultats de l'étude « Reflet » du C.R.T. Bretagne sur les profils, comportements et flux touristiques dans la Baie du Mont-Saint-Michel, grâce à une extension de l'étude, commandée par le C.R.T. et Latitude Manche (3 points d'enquête ajoutés pour l'interrogation des touristes : Avranches, Granville et Villedieu-les-Poêles, sur 8 vagues d'enquêtes), en complément du point d'enquête du Mont-Saint-Michel, déjà intégré à l'étude.</p>
Mai	<p>Résultats de l'étude 2016 sur les Voyages des Français en Normandie (enquête « Suivi de la Demande Touristique » par TNS Sofres pour la DGE) Sur la base des nouvelles régions, la Normandie se place désormais au 7^{ème} rang des régions pour les courts séjours et au 9^{ème} rang pour les longs séjours.</p>
Juin	<p>Rencontre avec l'IESA (l'Institut d'Etudes Supérieures des Arts), à Paris, pour le projet d'étude sur l'impact économique de l'Impressionnisme dans le cadre du Contrat de Destination.</p> <p>Participation à la Commission Observation de Destinations Régions, à Paris.</p> <p>Participation à la réunion de réflexion sur l'étude du public allemand, à la Région à Caen, dans le cadre du Cluster D-Day.</p>

LE DÉVELOPPEMENT

Les études (suite)

DATES	CALENDRIER DE REALISATION 2017
Juin et septembre	Réunions avec l’Insee à Rouen sur les premiers résultats de l’étude des retombées économiques du tourisme (emplois touristiques, consommation et richesse dégagée)
Octobre	Réunion de bilan de saison avec les partenaires normands , au Havre, suivie par une réunion des observatoires C.R.T. / CDT Présence à la réunion de restitution de l’étude sur les clientèles touristiques de La Hague-Cap Cotentin, ainsi que de l’étude Flux Vision Orange par Latitude Manche
Novembre	Participation à la Commission Observation de Destinations Régions , à Paris
Décembre	Réunion « observatoires touristiques locaux » C.R.T. / CDT / OTN afin d’échanger autour des sujets de l’observation touristique à l’échelle des nouveaux OT fusionnés en Normandie.

LE DÉVELOPPEMENT

7.2. La diffusion des données

DATES	CALENDRIER DE REALISATION 2017
Février	Diffusion des résultats de l'évaluation du 950^{ème} anniversaire de la Bataille d'Hastings , à l'occasion de l'Assemblée Générale du Cluster Normandie médiévale, à Fécamp.
Avril	Diffusion de l'étude sur les investissements touristiques en Normandie pour la période 2014-2015-2016.
Juillet	Edition des Chiffres clés du tourisme normand en 2016 Les fiches détaillées et thématiques en lien avec la brochure, sont publiées régulièrement tout au long de l'année sur le site professionnel du C.R.T. Publication de la 1^{ère} note de conjoncture de la saison pour les mois de mai et juin. Publication de l'étude 2016 sur les Voyages des Français en Normandie (enquête « Suivi de la Demande Touristique » par TNS Sofres pour la DGE).
Août	Publication de la note de conjoncture du mois de juillet
Septembre	Publication de la note de conjoncture du mois d'août
Octobre	Publication de la note de conjoncture du mois de septembre et bilan de saison
Novembre	Diffusion de l'étude Insee/C.R.T. sur les retombées économiques du tourisme en Normandie en 2014. Réalisée tous les 3 ans, cette étude comporte 3 volets (la consommation, les emplois et la richesse dégagée par les activités du tourisme) et souligne la contribution du secteur à l'activité économique.

LES NOUVELLES ORIENTATIONS

8. LES NOUVEAUX SERVICES

8.1.L'Internet de séjour normand

DATES	CALENDRIER DE REALISATION 2017
Janvier	<p>Lancement de l'appel d'offres selon une procédure concurrentielle avec négociation pour la conception, le développement et l'exploitation d'un dispositif d'internet de séjour en Normandie.</p> <p>Lancement de l'appel d'offres et Commission d'Appel d'Offres pour la rédaction de textes.</p>
Février	<p>1^{ère} Commission d'Appel d'Offres à Fécamp, sous la présidence de Marie-Agnès Poussier-Winsback, pour la sélection des entreprises autorisées à déposer une offre A l'issue de cette commission, 4 entreprises sont invitées à présenter une offre.</p>
Avril	<p>Réception des offres, réunions de négociations à Evreux et réception des 4 offres définitives.</p> <p>2^{ème} Commission d'Appel d'Offres à Rouen, sous la présidence de Marie-Agnès Poussier-Winsback. Sélection du lauréat, le groupement d'entreprises « Agitateurs de Destinations Numériques » avec Akiani (spécialiste UX/UI).</p> <p>Mission de rédaction des descriptifs des offres touristiques normandes de la Base de données en vue de leur exploitation dans l'outil Internet de séjour normand. L'agence Aprim est sélectionnée pour cette mission à l'issue d'un appel d'offres. L'objectif est d'obtenir des descriptifs courts (entre 80 et 100 mots) pour 6 000 offres, ainsi que des phrases d'accroche (environ 10 mots) pour 1 000 offres, adaptés à une utilisation Internet de séjour.</p>
Mai	<p>Notification du marché.</p> <p>1^{ère} réunion du Comité de pilotage du projet, à Cabourg Présentation du projet par Agitateurs de Destinations Numériques et réflexion commune sur le déroulement du projet et la mobilisation des partenaires. Constitution du groupe de travail technique pour les ateliers de co-conception.</p> <p>Entretiens sur le terrain avec des touristes, par Akiani.</p> <p>Entretiens sur le terrain avec des directeurs d'Offices de Tourisme, par Akiani.</p> <p>Réunion des directeurs C.R.T. / CDT, à Caen Présentation du projet par Agitateurs de Destinations Numériques.</p>
Juin	<p>1^{er} atelier de co-conception, orientation « Profils et parcours Utilisateurs », animé par Akiani, à Caen Présentation de l'étude UX par Akiani, suite aux entretiens utilisateurs réalisés. Cadrage et co-définition des profils utilisateurs types et des parcours utilisateurs.</p> <p>2^{ème} atelier de co-conception, orientation « Base de données », animé par Agitateurs de Destinations Numériques, à Rouen Nom de domaine, stratégie de déploiement, définition des envies, validation des critères de l'algorithme. Complémentation de la Base de données.</p>

LES NOUVELLES ORIENTATIONS

L'Internet de séjour normand (suite)

DATES	CALENDRIER DE REALISATION 2017
Juin (suite)	<p>Réunion avec les directeurs des Offices de Tourisme de Normandie, à l'invitation d'OTN (Offices de Tourisme et Territoires de Normandie), à Rouen Présentation du projet par Agitateurs de Destinations Numériques.</p> <p>Atelier itération avec le groupe de travail technique, en conférence téléphonique.</p> <p>2^{ème} atelier itération avec le groupe de travail technique, en conférence téléphonique.</p> <p>Visioconférence Besoins Utilisateurs.</p> <p>1^{ère} Journée Régionale de l'Accueil, organisée par OTN (Offices de Tourisme et Territoires de Normandie) :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Présentation du projet Internet de séjour en Normandie par Agitateurs de Destinations Numériques - Atelier collaboratif (le 1^{er} du genre) animé par Agitateurs de Destinations Numériques Cet atelier a pour objectif la collecte des secrets locaux, avec l'ensemble des acteurs du tourisme présents. <p>Tests de la passerelle technologique permettant l'import de données à partir des bases de données Pages Jaunes / SoLocal Group.</p>
Juillet	<p>Ouverture du blog www.secrets-normands.com dédié à l'Internet de séjour normand. Il est destiné à tous les partenaires qui s'impliquent pour la co-construction de l'outil, et permet de suivre en permanence l'avancée du projet, de retrouver les documents essentiels ainsi que le calendrier des réunions et ateliers.</p> <p>4^{ème} Atelier arborescence et sketchnote, animé par Akiani, à Caen Premiers travaux sur l'interface, les fonctionnalités, l'arborescence et les écrans principaux.</p> <p>Atelier itération avec le groupe de travail technique, en conférence téléphonique.</p> <p>1^{er} atelier itération Sprint UX 1 (expérience utilisateur), en conférence téléphonique.</p> <p>5^{ème} Atelier collaboratif, orientation « Bases de données », animé par Agitateurs de Destinations Numériques, à Caen Point d'étape sur le développement du backoffice, l'import et la mise à jour des données, la qualification et affinage des tags.</p>
Août	<p>2^{ème} atelier itération Sprint UX 2 (expérience utilisateur), en conférence téléphonique.</p> <p>Atelier itération planches tendances (direction artistique), en conférence téléphonique.</p> <p>6^{ème} atelier collaboratif avec restitution UX (expérience utilisateurs), animé par Akiani, à Caen</p> <p>Atelier itération planches tendances (direction artistique), en conférence téléphonique.</p> <p>Atelier itération Sprint UI 1 (interface utilisateur), en conférence téléphonique</p>
Septembre	<p>Atelier itération Sprint UI 2 (interface utilisateur), en conférence téléphonique</p> <p>7^{ème} atelier collaboratif avec restitution UI (interface utilisateur), animé par Akiani, à Caen.</p> <p>Livraison du design de la Webapp.</p>

LES NOUVELLES ORIENTATIONS

L'Internet de séjour normand (suite)

DATES	CALENDRIER DE REALISATION 2017
Septembre (suite)	<p>2^{ème} atelier de collecte des secrets normands, à Saint-Lô, animé par Agitateurs de Destinations Numériques et en collaboration avec OTN (Offices de Tourisme et Territoires de Normandie). Une trentaine de participants participent à la présentation de l'Internet de séjour, ainsi qu'à l'atelier secrets.</p> <p>Réalisation d'un travail de qualification supplémentaire sous la forme de tags (mots-clés assignés à chaque offre) pour les offres touristiques de la Base de données normandes. Cette qualification est assurée par le C.R.T. afin d'initialiser le dispositif et permettre son bon fonctionnement au moment de son lancement pour le grand public.</p> <p>Réalisation d'un travail de vérification des informations des offres touristiques de la Base de données normande, particulièrement pour ce qui concerne les dates et heures d'ouverture et les photos. Ces vérifications sont effectuées par les Offices de Tourisme et les CDT.</p>
Octobre	<p>Intervention à l'AG d'OTN (Offices de Tourisme et Territoires de Normandie), à Giverny, pour présenter l'Internet de séjour normand et acter la collaboration d'OTN sur ce projet.</p>
Novembre	<p>3^{ème} et 4^{ème} ateliers de collecte des secrets normands, à Argentan (25 participants) et à Rouen (36 participants), animé par Agitateurs de Destinations Numériques et en collaboration avec OTN (Offices de Tourisme et Territoires de Normandie).</p> <p>Réunion sur la définition du soutien régional apporté aux Offices de Tourisme de Normandie en 2018 dans le cadre de leur accompagnement dans la mise en place d'ateliers locaux de collecte des secrets. Le C.R.T., OTN (Offices de Tourisme et Territoires de Normandie) et le service Tourisme de la Région participent à cette réunion.</p> <p>Intégration des offres de restaurants et lieux d'ambiance en Normandie de SoLocal Group, dans la base de données, pour l'exploitation dans l'outil Internet de séjour normand. Rédaction des textes de présentation de ces offres par Aprim.</p> <p>Le C.R.T. confie une mission à l'agence MMAP, créatrice de la marque et du logo Normandie, pour la déclinaison de la nouvelle marque régionale sur le site Internet de séjour.</p>
Décembre	<p>Réunion de présentation de l'Internet de séjour normand, au Grand Hôtel de Cabourg</p>

LES RESSOURCES

9. POLE RESSOURCES

9.1. Organigramme et locaux

DATES	CALENDRIER DE REALISATION 2017
Mars	<p>Départ en congé maternité de Fabienne de Chassey, Chargée de promotion Impressionnisme et Mont-Saint-Michel.</p> <p>Accueil d'Eloïse Guitton, stagiaire pour 6 mois au C.R.T., chargée au sein du service Promotion Clubs et Filières de missions sur les activités golf et vélo.</p>
Avril	<p>Départ de Margaux Wauquier, Webmestre Développement des sites web, remplacée par Laetitia Peigner, précédemment chargée de promotion tourisme de plein air.</p> <p>Nouvelle affectation de Philippe Debaize, précédemment chargé de promotion marché français, qui devient Responsable du Cluster Tourisme d'Affaires et du Club Golf.</p> <p>Changement de poste de Clélia Hebert, précédemment chargée d'études junior au service Etudes, qui rejoint le service Promotion Clubs et Filières en qualité d'assistante du Cluster Tourisme d'affaires et du Club Golf, et Impressionnisme.</p> <p>Nomination de Nadia Le Coguiec, précédemment chargée de promotion marchés étrangers en CDD, en tant que chargée de promotion marché français et Mont-Saint-Michel.</p> <p>Changement du serveur informatique du C.R.T., installation de bornes wifi supplémentaires et changement des PC du personnel.</p> <p>Ré-organisation du service Ressources Humaines, avec la mobilisation de Nathalie Dehove, en charge de l'accueil, au service Ressources Humaines / Gestion du temps pendant 2 jours par semaine, en remplacement de Stéphanie Brendle, en arrêt maladie, et mobilisation de Pedro Lopez, en charge de la logistique/documentation, à l'accueil.</p>
Juin	<p>Participation à la commission sociale et juridique de Destination Régions.</p> <p>Accueil de Caroline Berthouly, stagiaire pour 2 mois ½ au service E-marketing, chargée des conventions de diffusion Base de données.</p>
Juillet	<p>Début des travaux de réfection de la toiture du bâtiment du C.R.T., par le Conseil Départemental de l'Eure</p>
Septembre	<p>Le C.R.T. et l'Agence Normandie Attractivité lancent conjointement un appel à concurrence pour l'externalisation de la paie afin de choisir l'organisme qui sera chargé, à compter de septembre 2017, de réaliser les paies de leurs personnels respectifs. La société CETIS est sélectionnée pour cette mission.</p>
Novembre	<p>Accueil de Sinem Kara, stagiaire pour un mois au service Promotion Clubs et Filières, pour les Clubs Golf et Mice.</p>
Décembre	<p>Accueil d'Emilie Pommier, stagiaire pour un mois au service Promotion E-Marketing, pour le projet Internet de séjour.</p>

LES RESSOURCES

9.2. Organisation statutaire et financière

DATES	CALENDRIER DE REALISATION 2017
Janvier	Conseil d'administration du C.R.T. , à Caen Le Conseil d'Administration adopte le nouveau Plan Marketing 2017-2021 du C.R.T. ainsi que le budget et programme prévisionnels pour 2017.
Mai	Dépôt des dossiers de demandes de subvention pour la Destination Impressionnisme au titre du Contrat de Plan Vallée de la Seine.
Juillet	Conseil d'administration, Assemblée générale et Bureau du C.R.T. , au Havre. Le C.R.T. adhère à Normandie Attractivité.
Novembre	Conseil d'administration et Bureau du C.R.T. , à Caen

LES RESSOURCES

9.3. Les Bases de données

DATES	CALENDRIER DE REALISATION 2017
Janvier	<p>Comité d'expertise TourinSoft avec les CDT à Caen.</p> <p>Signature de la Convention de diffusion Normandie Culteven.</p> <p>Signature de la Convention de diffusion avec la Région Normandie pour commentjyvais.fr</p>
Mars	<p>Séminaire Comité d'expertise à Ouistreham.</p>
Avril	<p>Signature de la convention de diffusion avec Eyye.</p> <p>Signature de la convention de diffusion avec l'OT de Villedieu-les-Poêles.</p> <p>Signature de la convention de diffusion avec la Région Normandie, Service Stratégie, Europe et International</p>
Mai	<p>Réunion des Directeurs C.R.T. / CDT pour le Consortium, à Caen.</p> <p>Comité d'expertise TourinSoft avec les CDT à Caen.</p> <p>Participation réunion du E-club TourinSoft à Amiens.</p> <p>Signature de la convention de diffusion avec Pages Jaunes / Mappy</p>
Juin	<p>Réunion des Directeurs C.R.T. / CDT et collaborateurs en charge de la base de données, pour le Consortium, à Caen.</p> <p>Comité d'expertise TourinSoft avec les CDT (Skype).</p> <p>Participation au Comité national d'expertise Data Tourisme à Paris.</p> <p>Tests de la passerelle technologique permettant l'import de données à partir des bases de données Pages Jaunes / SoLocal Group.</p> <p>Signature de la convention de diffusion avec l'OT du Havre</p> <p>Signature de la convention de diffusion avec OTN</p> <p>Signature de la convention de diffusion avec les Gîtes de France de Seine-Maritime</p> <p>Signature de la convention de diffusion avec Fun Now</p>
Juillet	<p>Comité d'expertise Tourinsoft avec les CDT</p> <p>Réunion des Directeurs C.R.T. / CDT et collaborateurs en charge de la base de données, pour le Consortium, à Caen</p> <p>Signature de la convention de diffusion avec la CDC Mont des Avaloirs</p> <p>Signature de la convention de diffusion avec Tourisme et Découverte</p> <p>Signature de la convention de diffusion avec Terristoria</p> <p>Signature de la convention de diffusion avec Community App</p> <p>Signature de la convention de diffusion avec l'OT de Forges-les-Eaux</p> <p>Signature de la convention de diffusion avec Le Haras du Pin</p>
Août	<p>Signature de la convention de diffusion avec Explorateur Culturel</p> <p>Signature de la convention de diffusion avec Outdoor Passion</p>

LES RESSOURCES

Les Bases de données (suite)

DATES	CALENDRIER DE REALISATION 2017
Septembre	<p>Signature de la convention de diffusion avec la commune du Mesnil-en-Ouche</p> <p>Signature de la convention de diffusion avec l'Ot de Gournay-en-Bray</p> <p>Signature de la convention de diffusion avec Picto Travel</p> <p>Séminaire stratégique « Base de données Tourinsoft » avec les 5 CDT, à Tourgéville Ce séminaire permet un tour de table des participants sur . sa stratégie actuelle en matière de collecte / gestion et diffusion des données . sa vision du Consortium . sa vision des chantiers prioritaires pour les 1 ou 2 ans : à son niveau / au niveau régional Echanges autour des chantiers prioritaires pour 2017/2018 et élaboration d'un plan d'actions commun Echanges autour d'une charte de réseau redéfinissant les règles de fonctionnement et les méthodes de travail du consortium</p> <p>Comité d'expertise TourinSoft avec les CDT</p> <p>Participation au Club des Utilisateurs Data Tourisme, à Paris</p> <p>Signature de la convention de diffusion avec la Communauté de communes Plateau de Caux Doudeville Yerville</p> <p>Signature de la convention de diffusion avec la camping Le Cormoran à Ravenoville (50)</p> <p>Signature de la convention de diffusion avec la société OKKI</p> <p>Signature de la convention de diffusion avec La Compagnie des mobilités</p> <p>Signature de la convention de diffusion avec la CDC Argentan-Intercom</p> <p>Signature de la convention de diffusion avec la ville de Caen</p> <p>Signature de la convention de diffusion avec le Camping La Gallouette à Saint-Vaast-la-Hougue</p> <p>Signature de la convention de diffusion avec l'OT Seine-Eure</p> <p>Signature de la convention de diffusion avec Ecomouest pour le camping L'Aiguille Creuse aux Loges</p>
Octobre	<p>Signature de la convention de diffusion avec le Pays de Falaise</p> <p>Signature de la convention de diffusion avec la Mairie d'Argentan</p> <p>Signature de la convention de diffusion avec l'OT Terroir de Caux</p> <p>Signature de la convention de diffusion avec l'OT du Mont-Saint-Michel</p> <p>Signature de la convention de diffusion avec les Gîtes de France de la Manche</p> <p>Signature de la convention de diffusion avec l'OT du Tréport</p>
Novembre	<p>Participation à la réunion « Bases de données » avec les Offices de Tourisme de Seine-Maritime, organisée par Seine-Maritime Attractivité. L'objectif de la réunion est de mettre en œuvre le plus largement possible l'ouverture de la Base de données aux Offices de Tourisme pour les saisies.</p> <p>Signature de la convention de diffusion avec l'hôtel L'Augeval à Deauville</p> <p>Signature de la convention de diffusion avec Eterritoire</p>
Décembre	<p>Participation à la réunion DataTourisme à Paris au Ministère de l'Économie</p>

LES RESSOURCES

9.4. Les Relations avec les partenaires

DATES	CALENDRIER DE REALISATION 2017
Janvier	<p>Convention de prêt des vidéos Croisières réalisées en 2016, signées avec les membres du Club Croisières <i>Normandy Cruise Destinations</i>.</p> <p>Participation au Normandie Lab de la Mission Attractivité Normandie, à Evreux.</p> <p>Envoi d'une newsletter professionnelle à 14 000 partenaires touristiques normands pour les vœux de bonne année.</p> <p>Envoi d'une newsletter professionnelle à 14 000 partenaires touristiques normands pour l'invitation au Forum Attractivité Normandie « Comment faire rayonner la Normandie ? », à Evreux.</p>
Février	<p>Collaboration avec la CCI Normandie pour la réalisation du 1^{er} Guide « Bienvenue en Normandie » 2017, diffusé à l'ensemble des adhérents au réseau Bienvenue en Normandie. Fourniture des textes et photos du guide pour les rubriques « Les incontournables du tourisme en Normandie », « Le programme des manifestations 2017 », « Les 500 ans du Havre » et « Le tourisme normand en quelques chiffres ».</p> <p>La CCI Normandie est invitée à venir présenter la démarche « Bienvenue en Normandie » aux professionnels du tourisme à l'occasion des Assemblées Générales des Clubs du C.R.T. : Parcs et Jardins, Hôtels et Restaurants de charme, Golfs, et D-Day.</p> <p>Participation aux Assises des campings normands, à Deauville</p> <ul style="list-style-type: none"> - Participation à l'Assemblée Générale de la FRHPA - Participation au workshop <p>Participation à la réunion « Ambassadeurs » de la Mission Attractivité Normandie, au Havre.</p>
Mars	<p>Les Rencontres Régionales du Tourisme à Bernay, sous la présidence d'Hervé Morin, Président de la Région et du C.R.T. et de Marie-Agnès Poussier-Winsback, Vice-Présidente de la Région et 1^{ère} Vice-Présidente du C.R.T., et de 220 acteurs du tourisme normand. A cette occasion, Hervé Morin a présenté l'avancement des chantiers prioritaires, lancés en février 2016 dans le cadre de la nouvelle politique régionale en faveur du tourisme et de l'attractivité du territoire.</p> <p>Participation au Comité de pilotage de la Route des Fromages, à Neufchâtel en Bray.</p> <p>Rencontre avec le directeur général d'Airbnb France, avec Marie-Agnès Poussier-Winsback, Vice-Présidente de la Région et 1^{ère} Vice-Présidente du C.R.T., ainsi qu'une délégation de représentants du tourisme normand, à l'occasion de la publication d'une étude sur l'impact de la communauté Airbnb sur les territoires.</p> <p>Participation à la réunion de restitution de l'étude sur le parc à thème Viking, à l'agglomération d'Evreux.</p> <p>Participation à la réunion sur le nouveau Plan tourisme du CDT du Calvados, à Caen.</p> <p>Participation à l'Assemblée Générale de Seine-Maritime Attractivité (SMA), à Rouen.</p> <p>Participation à la réunion de lancement de la candidature de la Normandie / Axe Seine à l'Exposition Universelle de 2025, à Rouen, et apport d'informations et de données pour le dossier de candidature.</p> <p>Signature avec Atout France et l'ensemble des C.R.T. de la convention de financement du salon « Rendez-Vous en France » 2017.</p>

LES RESSOURCES

Les relations avec les partenaires (suite)

DATES	CALENDRIER DE REALISATION 2017
Mars (suite)	<p>Envoi d'une newsletter professionnelle à près de 15 000 partenaires touristiques normands sur les Rencontres Régionales du Tourisme à Bernay, le salon Rendez-Vous en France 2017 à Rouen, la marque « Les voyages impressionnistes, instants de bonheur », la première Assemblée Générale du Cluster Normandie médiévale, la soirée spectacle « Un Eté 44 » à Paris avec le Cluster D-Day et le nouveau Plan Marketing 2017-2021 du C.R.T.</p>
Mai	<p>Tournage d'une séquence Caen/croisières pour complément de la vidéo Croisières.</p> <p>Rendez-vous avec la CCI de Dieppe (CCI Rouen Métropole - Délégation de Dieppe), ainsi qu'avec les services de la ville de Dieppe pour un point sur les aménagements de Dieppe en faveur du tourisme ainsi que sur la Solitaire du Figaro à Dieppe en juin.</p> <p>Participation au Copil American Village (étude de faisabilité), à l'agglomération d'Evreux.</p> <p>Réunion des directeurs C.R.T. / CDT, à Caen.</p>
Juin	<p>Rencontre avec la Mairie de Ouistreham pour la présentation du projet de Centre franco-britannique.</p> <p>Dépôt des dossiers de demandes de subvention pour la Destination Impressionnisme au titre du Contrat de Plan Vallée de la Seine.</p> <p>La carte panoramique « La Normandie par le train » est installée dans le hall d'accueil de la Région, à Rouen.</p> <p>Partenariat C.R.T. / Paris Normandie pour le supplément Eté « Normandie Vacances » Fourniture du matériau nécessaire à la rédaction des rubriques sur « Les incontournables du tourisme en Normandie », fourniture du programme des manifestations 2017, des photos, de la carte touristique de Normandie. Le C.R.T. bénéficie à cette occasion d'un encart publicitaire 3^{ème} de couverture du supplément.</p> <p>Participation du C.R.T. à la 1^{ère} Journée Régionale de l'Accueil, organisée par OTN (Offices de Tourisme et Territoires de Normandie), au parc zoologique de Cerza Présentation du projet Internet de séjour en Normandie par Agitateurs de Destinations Numériques. Présentation de l'offre touristique normande.</p> <p>Participation du C.R.T. à la présentation de la nouvelle stratégie numérique pour la Normandie, organisée par la Région Normandie, à Caen. La Région y présente ses ambitions stratégiques pour la numérisation de la Normandie.</p> <p>Réunion de présentation du nouveau Musée de Fécamp, avec les équipes du C.R.T.</p> <p>Participation à la réunion du groupe de travail de l'Association Régionale des Savoir-Faire d'Excellence Normands (ARSEN) pour la mise en œuvre du plan d'actions en faveur des Entreprises du Patrimoine Vivant (EPV) de Normandie, organisée par la Région.</p> <p>Participation aux Journées Partenariales d'Atout France, à Paris Rendez-vous avec les bureaux pour l'examen des plans d'actions 2018.</p> <p>Participation à la soirée de lancement de l'Agence Normandie Attractivité et de sa marque territoriale partagée, à Saint-Arnoult.</p> <p>Participation à l'Assemblée Générale d'Eure Tourisme, à Evreux.</p> <p>Participation à l'accueil d'une délégation iranienne en Normandie, organisée par le service Action internationale de la Région, à Caen.</p>

LES RESSOURCES

Les relations avec les partenaires (suite)

DATES	CALENDRIER DE REALISATION 2017
Juin	Réunion « Sécurité des sites touristiques » à la Préfecture de Seine-Maritime.
Juillet	<p>Participation à la réunion du Comité de filière « Silver Normandie » à Rouen Le C.R.T. rédige une fiche de contribution pour le programme d'actions Silver Normandie 2017-2019 pour le tourisme.</p> <p>Réunion avec les acteurs du tourisme spirituel en Normandie, à Evreux, pour un accompagnement du C.R.T. envers les principaux acteurs de la filière.</p> <p>Cette réunion est suivie d'une consultation pour une mission de rédaction des éléments de communication sur le tourisme spirituel en Normandie. L'agence Aprim (Caen) est sélectionnée à l'issue de la consultation. L'objectif est de présenter clairement les offres touristiques concernées, et d'établir le message global de la Normandie ainsi que les promesses de chaque site au regard de la thématique, afin de pouvoir aborder la question de la promotion régionalisée du tourisme spirituel.</p> <p>Participation du C.R.T. à la réunion, au Havre, sur les croisières fluviales sur la Seine, organisée par Jean-Baptiste Gastinne, Vice-Président en charge des transports et des ports à la Région Normandie.</p> <p>Envoi d'une newsletter professionnelle à 16 439 partenaires touristiques normands sur le bilan et le film du Salon Rendez-Vous en France 2017, les 500 ans du Havre, l'exposition Picasso à Rouen, le lancement de la filière Tourisme d'Affaires en Normandie, et le projet Internet de séjour normand.</p>
Septembre	<p>Participation au Comité de pilotage de la Route des Fromages, à Pont-L'Evêque</p> <p>Participation à la commission sociale et juridique de Destinations Régions</p>
Octobre	<p>Intervention à l'AG d'OTN (Offices de Tourisme et Territoires de Normandie), à Giverny, pour présenter l'Internet de séjour normand et acter la collaboration d'OTN sur ce projet.</p> <p>Participation à la formation "les financements européens dans le tourisme", organisée par Destinations Régions</p> <p>Participation à la commission sociale et juridique de Destinations Régions</p> <p>Participation au Bureau de Destinations Régions</p> <p>Le C.R.T. accueille Calvados Experience pour une présentation de ce nouveau site touristique proposant une nouvelle expérience autour de la pomme et du Calvados et dont l'ouverture est prévue au printemps 2018.</p>
Novembre	<p>Le C.R.T. confie une mission à l'agence MMAP, créatrice de la marque et du logo Normandie, pour la déclinaison « Tourisme » de la nouvelle marque Normandie.</p> <p>Participation au Comité technique marketing et communication de La Route des Fromages, à Caen. La marque et le logo La Route des Fromages sont définis, ainsi que les outils de communication.</p> <p>Participation à la Journée du Tourisme de Calvados Attractivité, à Caen</p> <p>Participation au Conseil d'Administration d'OTN (Offices de Tourisme et Territoires de Normandie), à Caen</p>

LES RESSOURCES

Les relations avec les partenaires (suite)

DATES	CALENDRIER DE REALISATION 2017
Décembre	<p>Participation à l'Assemblée Générale de l'association Normandie Sites, à Caen</p> <p>Participation à l'atelier « Guide de marque » organisée par l'Agence Normandie Attractivité à Evreux</p> <p>Le C.R.T. partenaire de l'opération « Bienvenue en France » L'association « Bienvenue en France », qui facilite le séjour des diplomates étrangers en fonction en France, organise un cocktail qui réunit les 450 Ambassadeurs et diplomates étrangers en poste à Paris, et leurs conjoints. Ce cocktail constitue l'unique occasion au cours de laquelle la communauté diplomatique est reçue par le Ministre des Affaires étrangères dans les salons du Quai d'Orsay.</p>