

Les actions de communication et de promotion

Tourisme de Mémoire

OFF-LINE

- Impression des éditions D-Day et FR, GB et NL sur 2 ans



- Encart dans guide de la Guide de la Route de la Libération

ON-LINE

- Lancement du nouveau site mi-avril avec un travail de fond sur les pages DDAY
<https://www.normandie-tourisme.fr/decouverte/histoire/d-day-et-bataille-de-normandie/>
- Les tops 10 d'ouvertures de sites et en plein air y compris les sites d-day après confinement
<https://www.normandie-tourisme.fr/expos-et-visites-en-plein-air-en-famille/>
<https://www.normandie-tourisme.fr/idees-activites-en-famille-a-la-mer/>

et pour les vacances de la Toussaint

<https://www.normandie-tourisme.fr/10-sites-ou-musees-a-visiter-en-famille-en-toute-confiance/>

- Le Scoring et le guide D-Day restent très importants. La hiérarchisation dans le guide D-Day a été fait dans la refonte du site en prenant appui au Scoring, les sites ayant une pleine page dans le guide sont bien référencés comme incontournables sur le site internet. (la demande avait été faite lors de la réunion du 5 novembre 2019)
<https://www.normandie-tourisme.fr/decouverte/histoire/d-day-et-bataille-de-normandie/les-incontournables-du-d-day/>

- Mise en avant par les Expériences Normandes
 - o Jeep sur les traces de la 101^e Airborne
 - o Balade Gourmande des Plages du Débarquement

<https://www.normandie-tourisme.fr/notre-balade-gourmande-a-velo-avec-un-guide-local/>

- Fat bike sur omaha Beach (à venir)

- Mise en avant de l'agenda du 76è Anniversaire du DDAY et DDFN
- Mise en avant du Forum NPP

<https://www.normandie-tourisme.fr/evenement/forum-normandie-pour-la-paix/>

Campagne de Communication estivale pour le rebond

The poster features a scenic view of the Normandy coast. At the top right is the 'NORMANDIE' logo with a wave icon. The main headline reads 'NORMANDIE, ailleurs c'est ici!' in large white letters. Below it, a white box contains the text 'ARROMANCHES-LES-BAINS'. A central white-bordered photo shows a harbor with a large shipwreck, with the text 'ÎLE DE PORTLAND - DORSET' below it. The bottom left shows the 'RÉGION NORMANDIE' logo, the hashtag '#CetEteEnNormandie', and the website 'www.normandie-tourisme.fr'. The bottom right shows the 'NORMANDIE TOURISME' logo.

Campagne reprise par les territoires

Notamment OT Isigny-omaha

NORMANDIE, ailleurs c'est ici !

NORMANDIE

OMAHA BEACH



RÉGION
NORMANDIE

#IsignyOmahaTourisme

www.normandie-tourisme.fr

NORMANDIE
TOURISME

NORMANDIE, ailleurs c'est ici !

NORMANDIE

POINTE DU HOC



RÉGION
NORMANDIE

#IsignyOmahaTourisme

www.normandie-tourisme.fr

NORMANDIE
TOURISME

Presse :

Encart dans la vélomaritime

<https://www.normandie-tourisme.fr/wp-content/uploads/2020/05/dp-velomaritime.pdf>



Vestiges du port artificiel d'Arromanches-les-Bains 18

Regard sur l'histoire

Entre Longues-sur-Mer et Arromanches-les-Bains, on peut admirer les vestiges du port artificiel d'Arromanches-les-Bains. Les structures de béton que l'on aperçoit font la taille d'un immeuble de six étages. Aujourd'hui, il n'en reste plus qu'une vingtaine et en 1944 ces pontons formaient une digue de 8 km. Afin de protéger le port artificiel, les pièces ont été acheminées par voie de mer dès le lendemain du 6 juin 1944. Ainsi, Arromanches fut le site le plus actif de l'été 44 pour acheminer le matériel et les hommes participant à la Bataille de Normandie.

velo.calvados.fr



Omaha, Utah, Gold, Juno, Sword

Depuis Bayeux, on rejoint à bicyclette les principales Plages du Débarquement et on découvre une région à jamais marquée par les événements du 6 juin 1944. Elles s'appellent Omaha Beach, Juno Beach, Gold Beach, Sword Beach, Utah Beach. Elles ont toutes vu débarquer des milliers de jeunes soldats des forces alliées américaines, anglaises, canadiennes...

Une halte dans les nombreux musées permet de mieux comprendre les enjeux de cette opération militaire et les moyens mis à disposition. Les cimetières militaires, qu'ils soient américains, canadiens ou allemands témoignent de l'ampleur et de la violence des combats. Sans oublier une visite à Sainte-Mère-Église et son célèbre clocher. Ce parcours de 6 jours entre terre et mer est chargé d'histoire, de la conquête de l'Angleterre de 1066 à la libération de 1945.

abicyclette-voyages.com - À partir de 795 €

- Mention du Monument britannique de Ver-sur-Mer dans le DP

Accueil Presse

- Accueil de Brice Charton, Histoire et Patrimoine en septembre

<https://pronormandietourisme.fr/2020/09/14/journaliste-brice-charton/>

Campagne RS

Time travel

<https://pronormandietourisme.fr/?s=timetravel>

<https://pronormandietourisme.fr/tag/d-day/>

Réseaux sociaux

- Sur Facebook :

<https://www.facebook.com/normandie.tourisme/posts/10157697216824355>

<https://www.facebook.com/normandie.tourisme/posts/10157694608614355>

<https://www.facebook.com/normandie.tourisme/posts/10157608842984355>

- Sur twitter :

<https://twitter.com/Normandie/status/1311321208458280960>

<https://twitter.com/Normandie/status/1271339519737036800>

<https://twitter.com/Normandie/status/1268477787561697283>

Salon :

Pro en février LRE à Bruxelles

ANCV Paris annulé cause COVID

Salon CE Lille annulé cause COVID

FêNO Rouen annulé cause COVID

Salon ANCV Normandie annulé cause COVID

Pendant le confinement du printemps

Suivi téléphonique et échange sur projet de réouverture

Propositions aux partenaires de suivre les sessions de formation quant à leur réouverture du printemps (prestation proposée par CRT et présentée par un pharmacien hospitalier)

Jeudi 7 mai (sites extérieurs) - Mercredi 13 mai (réunion sites culturels)

Samedi 16 mai (sites extérieurs et sites culturels) - Mercredi 20 mai (sites culturels)

Vendredi 22 mai (sites culturels)

Marché anglophone

Online et offline :

Nous continuons bien évidemment de promouvoir cette thématique porteuse sur les marchés anglophones via le biais de plusieurs actions :

-Achat d'une pleine page de publicité dans le magazine [Victory 75](#), qui sera imprimé et distribué outre-Manche ce mois-ci.

<https://www.victory75.co.uk/>



-Publication au moins une fois par mois d'un post D-Day sur Facebook.

Exemple : vendredi 6 novembre, une photo du cimetière Américain accompagnée d'un message empathique a été postée et a déjà été vue par près de **50000 personnes** !

-Mise en avant de la thématique dans l'article '10 good reasons to visit Normandy in 2021' : <https://en.normandie-tourisme.fr/10-good-reasons-to-visit-normandy-in-2021/>

-Mise en avant de la thématique dans le cadre d'une campagne digitale de notoriété de notre destination qui sera déployée aux Etats-Unis au mois de décembre

-Participation récente à plusieurs webinars qui traitent de la thématique auprès de la force de ventes de TO et professionnels américains

-Mise en avant du British Normandy Memorial dans les outils online et offline (rédaction d'une nouvelle page à ce sujet sur le site web).

-Mise en avant du Centre Juno Beach dans une Eletter destinée aux professionnels du tourisme, canadiens francophones

-Mise en avant de la thématique dans le nouveau manuel de ventes anglophone dédié aux professionnels du tourisme : adressé par email, dans Eletters PRO (6 200 contacts), via notre site web voyageurs

-Suivi en cours avec [Agence de voyage australienne](#) spécialisée (>[Military](#) tours depuis Adélaïde) qui envoie un groupe de 30 pax en novembre 2021 ou avril 2022 – intérêt fort pour la Seconde Guerre mondiale,

Accueil

Accueil d'un Vlogger américain Carlos Volpe, (d'origine mexicaine). Découverte de nombreux lieux en Normandie pendant le 1^{er} confinement. Post de vidéos sur sa chaîne YouTube et de photos sur son compte Insta

www.youtube.com/Volpewhereareyou (411k abonnés)

www.instagram.com/Volpewhereareyou (42k abonnés)

Nous l'avons orienté sur des prestataires D-Day et des vidéos ont vu le jour et de nombreuses vues enregistrées :

<https://www.youtube.com/watch?v=w26Y6OGLCPE&t=903s> (Jeep > 31 000 vues)

<https://www.youtube.com/watch?v=YSiJlej2DNY> (D-Day at Juno Beach > 11 000 vues)

https://www.youtube.com/watch?v=ZNG_meAeiUo (Omaha Beach > 9 900 vues)

<https://www.youtube.com/watch?v=wxDxnH72wm8> (Dieppe > 9 300 vues)

<https://www.youtube.com/watch?v=KVksVKBrzg0> (D-Day invasion > 9 200 vues)

<https://www.youtube.com/watch?v=RHHc3PF5fuQ> (Utah Beach > 6 600 vues)

Pour 2021,

Notre plan d'actions est en cours

Nous devons soutenir en 2020 un eductour de nos partenaires qui devaient suivre le roadshow au Canada. Tout s'est arrêté mais nous serons toujours un soutien à l'organisation d'un éductour sur le même principe en 2021.

Par ailleurs, nous serons aussi soutien à l'initiative de nos partenaires pour lier la WWI (Vimy) avec la WWII.

salon French Affairs US : Mise en avant de la thématique et des nouveautés pour la presse (British Normandy Memorial).

Marchés européens :

Année tournée majoritairement vers l'impressionnisme avec le Festival Normandie Impressionniste, et vers la Côte d'Albâtre avec Fécamp Grand'Escale.

Il faut également tenir compte de la conjoncture sanitaire, qui a obligé à annuler plusieurs actions (notamment actions presse, accueils, communiqués...) sur toute la période printanière. Toutefois, de belles visibilitées demeurent sur la thématique DDAY sur les différents marchés suivants :

Allemagne

PRO : **Edition professionnelle 2021** (en cours d'adaptation de [la version anglaise](#) en allemand) : Mise en avant de la thématique dans l'argumentaire de vente de la Normandie + parmi les sites Incontournables de la Normandie.

GRANDPUBLIC **Web**

- Mise en avant de la visite virtuelle du musée du Débarquement d'Arromanches sur notre page « Visites virtuelles » pendant le confinement - <https://de.normandie-tourisme.fr/virtuelle-besichtigungen/>
- ⇒ Présentation de cette page dans notre newsletter du 05/05/2020 (cf ci-joint) envoyée à nos 3.354 abonnés germanophones

- Refonte du site web : Adaptation de la rubrique D-DAY sur le site web en allemand - <https://de.normandie-tourisme.fr/entdecken/geschichte/zweiter-weltkrieg-d-day/>
 - Fréquentation du site web allemand : 323.118 visites en 2019
 - Fréquentation de la rubrique depuis la mise en ligne du site, le 15 juillet 2020 : 8.249 pages vues par 5.570 visiteurs uniques
- ⇒ Cette rubrique est la 6^e page la plus vue de notre site web en allemand depuis sa refonte le 15 juillet (devant les pages qui concernent le Mont-Saint-Michel !).



Wir vermissen Sie in der Normandie!

Zurzeit erleben wir alle eine völlig neue Situation. Die Normandie ist ohne Sie nicht dieselbe und wir vermissen Sie sehr! Wir würden Sie nur zu gern zu uns nach Frankreich einladen, doch aktuell können wir Ihnen nur sagen: Bleiben Sie zu Hause, schützen Sie sich und Ihre Lieben und besuchen Sie die Normandie später, wenn Reisen wieder möglich sind. Wenn Sie die Normandie, diesen wunderschönen Fleck in Nordwestfrankreich, wieder besuchen können und möchten, dann heißen wir Sie herzlich willkommen. In der Zwischenzeit bringen wir mit diesem Newsletter und unserer Webseite die Normandie mit Rezepten, Videos und virtuellen Besichtigungen zu Ihnen! Hören Sie rein in unsere Playlists auf Spotify und Deezer und träumen Sie sich ans Meer nach Frankreich.

⇒ _____

Italie / Espagne

PRESSE

- Mise en avant du D-DAY Festival dans l'agenda des événements du **dossier de presse** en espagnol, tiré à 60 exemplaires (ci-joint si besoin)
- ⇒ Présentation de ce dossier de presse lors du **Médiatour** du 22 au 24 janvier 2020 à Milan, Bologne, Rome et Naples (59 journalistes rencontrés)
- ⇒ Présentation de ce dossier de presse lors du **Médiatour** des 28 et 29 janvier 2020 à Madrid et Barcelone (37 journalistes rencontrés)

GRANDPUBLIC

Web

- Mise en avant de la visite virtuelle du musée du Débarquement d'Arromanches sur notre page « Visites virtuelles » pendant le confinement - <https://es.normandie-tourisme.fr/prepara-tu-estancia/datos-practicos/aviso-coronavirus/visitas-virtuales/>

- ⇒ Présentation de cette page dans notre newsletter du 06/05/2020 (cf ci-joint) envoyée à nos 261 abonnés hispanophones
- ⇒ Présentation de cette page dans notre newsletter du 05/05/2020 (cf ci-joint) envoyée à nos 2.893 abonnés italophones

- Refonte du site web : Adaptation de la rubrique D-DAY sur le site web en espagnol -
 - Fréquentation du site web espagnol : 271.774 visites en 2019
- ⇒ Cette rubrique est la 5^e page la plus vue de notre site web en allemand depuis sa refonte le 14 octobre 2020.

- ⇒ Refonte du site web : Adaptation de la rubrique D-DAY sur le site web en italien, qui sera mis en ligne le 28 octobre 2020.
 - Fréquentation du site web italien : 289.458 visites en 2019
- ⇒ Sur l'ancien site (en ligne jusqu'au 28 octobre), la rubrique DDAY est la 19^e page la plus vue par les internautes italophones. Nous espérons faire mieux avec le nouveau site, car la rubrique sera plus visible et mieux présentée
- Mise en avant de la thématique DDAY sur notre page Facebook en italien, avec 9.657 Fans - <https://www.facebook.com/normandia.turismo>

Belgique

Mise en avant du D-Day Festival dans le DP 2020

Pays-Bas

- Mise en avant du D-Day Festival dans le DP 2020

Accueil

Accueil de l'influenceuse néerlandaise Lady Lemonade

Une journée D-Day – Utah Beach / Airborn Museum

<https://www.ladylemonade.nl/normandie-vakantie-tips-bezienswaardigheden-doen/>

200 000 pages vues mensuelles

150 000 visiteurs uniques / mois

Instagram: 8 620 followers

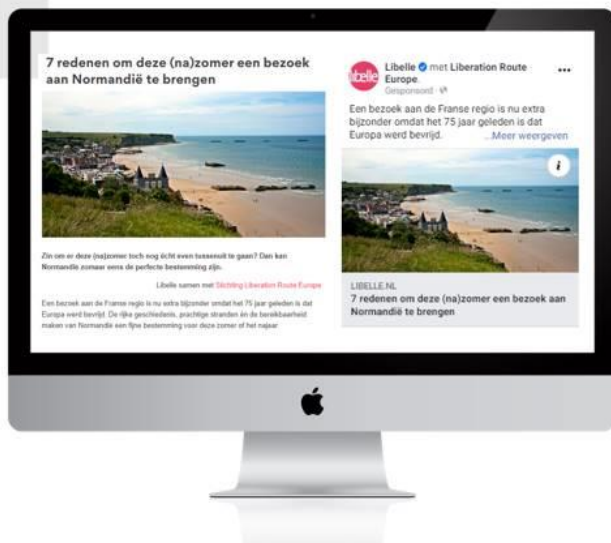
Facebook: 15 338 followers

La Campagne Europe Remembers

LIBELLE

ONLINE ARTICLE

<https://www.libelle.nl/samen-met-libelle/redenen-zomer-bezoek-normandie/>
<https://fb.me/1ScYVWh354xE>



ONLINE ARTICLE – LIVE 7 AUGUST 2020

Total views	17.003
Quality views (min 15 sec.)	12.432
Unique views	16.134
Average readingtime	02:17
Clickouts & CTR	911 5,38%
Benchmark of total views	8.000

FACEBOOK POST – LIVE 10-16 AUGUST 2020

Reach	136.259
Likes*	692
Remarks	205
Shared	70
Clicks on links	5.753
Other clicks	9.428

All the ways a message can get a response: like, awesome, stunned, funny, sad, angry

Pour 2021, dans l'hypothèse d'une reprise au 1^{er} semestre nous engageons des actions de notoriété principalement en ciblant la presse en tout début d'année pour des retombées au printemps, puis si les conditions le permettent, nous organiserons des accueils au printemps sur les orientations du CRT, le tourisme de mémoire en fait partie.

Nos partenariats avec LRE

Une TV et radio néerlandaise

<https://www.facebook.com/omroepv/videos/in-de-voetsporen-van-onze-helden-liberation-route-europe-normandi%C3%AB/834003917362949/>

<https://www.libelle.nl/samen-met-libelle/redenen-zomer-bezoek-normandie/>

Réunion le 27 février 2020 avec les sites et OT présents depuis le début (groupe de travail restreint) pour construire, échanger conjointement sur les nouvelles fiches actions Tourisme de Mémoire en Normandie, celles-ci ont été préparées en amont par I.L et D.S à la suite des commentaires de nos partenaires lors de la réunion / bilan du 5 novembre 2019. L'idée était de co-constituer avec les partenaires incontournables présents à la réunion et de faire porter par des leaders certaines fiches actions.