



Contexte et problématique : La Manche enregistre un déficit de notoriété et d'attractivité que des enquêtes auprès de touristes, habitants et chefs d'entreprise ont démontré : la Manche subit son image, elle n'est pas reconnue pour ses atouts, ni pour ses réussites. C'est dans ce contexte que le Conseil départemental a mis en place une stratégie de marketing territorial visant à affirmer l'image de la Manche, tout comme son dynamisme économique et ainsi la faire rayonner.

Des axes de valorisation du territoire sont identifiés auprès de 4 cibles prioritaires :

- Faire de la Manche un territoire accueillant et privilégié pour les nouveaux talents (salariés et porteurs de projets) en valorisant le cadre de vie et les opportunités professionnelles.
- Développer l'offre de soins sur le territoire en attirant de nouveaux professionnels de santé et en favorisant leur installation.
- Déployer la stratégie de croissance touristique sur les marchés cible.
- Créer un « esprit Manche » pour fédérer des réseaux d'influenceurs constitué d'habitants, médias et entrepreneurs.

Concept : Un travail de positionnement marketing et d'expression de marque pour incarner le territoire a été réalisé en collaboration avec l'agence DGC communication (Saint-Lô).

Porteur de sens et de valeurs, le positionnement marketing repose sur deux axes majeurs :

- La Manche est un territoire radical et singulier, avec une nature à l'état brut, préservée, caractérisée par la force des éléments, la beauté des paysages et l'empreinte maritime prépondérante.

- La Manche est un territoire maritime comme nulle part ailleurs, une presqu'île dotée de 360km de côtes, avec un lieu unique et emblématique rayonnant sur le monde : le Mont Saint-Michel.

Une signature « La Manche, changez de point de vue » a été retenue, basée sur plusieurs éléments fondateurs. Une plateforme de marketing territorial destinée à tous les acteurs de la démarche d'attractivité propose des outils opérationnels aux partenaires afin qu'ils puissent engager une communication positive et maîtrisée sur la Manche.

Supports développés :

- Le code de marque : outil clé de la démarche, il fixe les règles et les usages de la marque de territoire. Il est remis à tous les adhérents, partenaires et acteurs de la démarche.
- La vidéo de lancement de la démarche d'attractivité : diffusée sur le web et les réseaux sociaux depuis le printemps 2017 (près de 250 000 vues).
- Le kit de communication à destination des adhérents de l'agence d'attractivité : outils marketing, photothèque et supports de communication sont mis à disposition des acteurs pour engager une communication sur le territoire.
- Le kit de communication auprès des habitants : autocollant pour les voitures, éventails, bracelets sont diffusés lors de manifestations locales afin de renforcer le sentiment d'appartenance et de fierté du territoire.

