



CONCEPT

Proposer une communication **coordonnée** et **fédératrice** en Normandie autour du 80^e anniversaire du D-Day et de la Bataille de Normandie.

CONTEXTE

La Normandie garde à jamais les traces de cette histoire, et depuis bientôt 80 ans se souvient et rend hommage à ces héros qui, nombreux, ont perdu la vie dans notre région pour libérer l'Europe.

Pour le 80^e anniversaire, plus que jamais, **la Normandie toute entière** se mobilisera pour honorer les derniers vétérans (98 ans pour les plus jeunes), qui viendront, comme chaque année se recueillir sur les plages du Débarquement. Pour tous les Normands, ce sera l'occasion une nouvelle fois de **célébrer et de commémorer cet événement historique** qui a changé l'Europe et la face du monde.

Au-delà des journées des 5 et 6 juin, cet anniversaire se déroulera **tout au long de la saison touristique 2024**, et sur tout le territoire normand. Moment fort de ce programme, le mois de juin bien entendu, avec la venue de nombreux chefs d'Etat et de gouvernement.

Mais le 80^e anniversaire du D-Day et de la Bataille de Normandie marque incontestablement **un tournant**. Avec la disparition des derniers vétérans, une page se tourne. Le tourisme du souvenir et de la commémoration va céder sa place à un tourisme d'histoire auquel la Région Normandie souhaite associer les **jeunes générations**.

Avec 94 sites et lieux de visites mémoriels, 44 musées, 21 mémoriaux et sites naturels et 29 cimetières, le tourisme de mémoire reste la première motivation de visite en Normandie.

OBJECTIFS

Principaux objectifs :

- **Coordonner** la communication à l'échelle régionale.
- **Fédérer** les acteurs Normands autour d'une identité illustrant une réflexion sur la transmission de la mémoire et sur les valeurs de Paix, de Réconciliation et de Liberté.
- **Mobiliser le territoire et les jeunes** : encourager l'organisation de manifestations et de projets, mais aussi les encadrer et les promouvoir de façon coordonnée.
- **Positionner** la Région Normandie comme un acteur majeur sur cet anniversaire.

RÉALISATION DE L'OPÉRATION

La Région Normandie a démarré la communication 2 ans avant, afin de fédérer bien en amont les territoires et les professionnels du tourisme.

Juin 2022

- Réalisation d'un [document](#) pédagogique à l'usage des professionnels du tourisme pour leur donner les connaissances essentielles.
- ➔ **Objectif** : sensibiliser et mobiliser les professionnels du tourisme.
- [Création du logo 80^e](#) et de sa charte. Mis à disposition de tous ceux qui souhaitent être ambassadeurs de cet anniversaire : Offices de tourisme, collectivités, acteurs du tourisme, commerçants, etc.
- Dévoilement du logo via un [teaser vidéo](#) en version française + anglaise.
- ➔ **Objectif** : positionner la Région Normandie comme acteur majeur et poser les premières fondations de la communication avec un logo fédérateur.

Juin 2023

- Dévoilement du visuel et du [kit de communication](#) aux professionnels. Déploiement de nombreux outils prêts à l'emploi ou à personnaliser : affiche, presse, réseaux sociaux, logo, signalétique, décoration...
- Lancement du site internet dédié : <https://80e-normandie.fr/>
- Mise en place d'une rubrique « témoignages » sur le site afin d'associer le grand public.
- Mise en place de boutiques officielles et de produits dérivés 80^e.
- Collaboration avec Jamy Gourmaud et son média en ligne « [Epicurieux](#) » en collaboration avec l'influenceur Bruno Maltor.
- Mise en place d'un label et 1^{ère} labellisation
- ➔ **Objectif** : fédérer en proposant une communication coordonnée tout en continuant de sensibiliser sur le sujet.

2024 Les temps forts à venir (Communication en cours)

- Création d'un spectacle original son et lumière avec l'embrasement des plages du Débarquement.
- Organisation de visites gratuites pour les Normands des principaux sites du Débarquement et de la Bataille de Normandie.
- Collaboration avec une artiste et des jeunes normands pour créer la chanson du 80^e. Cette action s'inscrit dans le prolongement du Prix Liberté qui est remis chaque année en Normandie à une figure actuelle d'un combat pour la liberté.
- Création d'un livre composé de 80 cartes postales écrites par des jeunes à des acteurs du Débarquement, des civils, des résistants, des objets, etc.
- Organisation d'un colloque international sur le patrimoine de la reconstruction.
- Organisation des rencontres nationales du Tourisme de Mémoire avec le Ministère des Armées.
- ➔ **Objectif** : Mobiliser le territoire et les jeunes

CIBLES

Cibles principales :

- Période 2022-2023 : Les collectivités territoriales – Les professionnels du tourisme – Les porteurs de projets
- 2024 : Le grand public : Les Normands - Les touristes français et étrangers

Cibles secondaires :

Les organismes publics, les chambres consulaires, les commerçants et les acteurs privés.

MOYENS (sur 2022-2024)

Moyens humains dédiés à la Communication

En interne : 1 chargé de Communication (non dédié au 80^e)

En externe (avec agences) : Environ 8 personnes (non dédiées au 80^e : cheffe de projet, graphiste, monteur, caméraman, motion designer, Responsables communication)

Intervention d'une agence :

Agence audiovisuelle (vidéo Teaser logo) : [Image in France](#) (Caen)

Agence conception graphique : [Dbcom](#) (Le Havre)

ÉVALUATION

Dans la mesure où la communication est en cours et dont les principaux outils ont été dévoilés en juin dernier, il est difficile de dresser une véritable évaluation. Il est possible néanmoins d'avoir quelques indicateurs :

- Vidéo sur le Débarquement avec **Jamy** : + 209 K vues.
- Vidéo **teaser logo** : + de 5 200 vues.
- **Site internet 80^e** : + de 8 000 visites uniques **en 3 mois**, de juin à mi-octobre 2023 (Cibles : pros & partenaires) - Page la plus consultée : **espace Communication.**
- **+ 500 demandes de téléchargement** du kit de communication de fin septembre à mi-octobre soit 25/jour.
- **Posts sur les réseaux sociaux** (Diffusion du teaser, appels à labélisation d'évènements, diffusion du kit de communication...) : + de 150 000 impressions et près de 2 300 interactions (likes, commentaires et partages).