

Rapport d'activité

Assemblée Générale 2019

L'année 2018 en bref	3
Le Conseil d'Administration de SMA	4
L'équipe au 31 décembre 2018	5
Les moyens financiers et mouvements RH 2018	6

1/ L'appui aux territoires et porteurs de projet

1.1 Appui aux communes	7
1.2 Appui aux Établissements Publics de Coopération Intercommunale	8
1.3 Appui aux autres porteurs de projet publics	10
1.4 Appui aux porteurs de projet privés	11

2/ Les actions de développement

2.1 Développement touristique	15
2.1.1 Mise en tourisme des loisirs de pleine nature	15
2.1.2 Tourisme culturel	16
2.1.3 Tourisme fluvial/ fluvestre	17
2.1.4 Tourisme d'affaires	17
2.1.5 Tourisme de découverte économique	18
2.1.6 Qualification de services	18
2.1.7 Observation touristique	18
2.1.8 Dispositif ambassadeurs	18
2.2 Animations et professionnalisation	19
2.2.1 Professionnalisation des acteurs du développement touristique	19
2.2.2 Autres animations territoriales et des acteurs du développement	20

3/ Les actions de promotion & communication

3.1 Les datas	21
3.2 Collection de brochures 2018	22
3.3 Le web et le E-Marketing	23
3.4 Iconographie	24
3.5 Les actions vers la presse et les médias	25
3.6 Les salons pros et grand public	26
3.6.1 Les salons grand public	26
3.6.2 Autres opérations et salons vers les professionnels	26
3.7 Le Tour Voile	27

L'année 2018 en bref

Une année de consolidation du projet SMA

La fusion qui a donné naissance à SMA début 2017 a nécessité un travail de renforcement d'identité et de positionnement en tant qu'agence d'attractivité qui doit s'affirmer dans un paysage institutionnel mouvant. En 2018, la clarification de son objectif est passée par la rédaction synthétique du triptyque des ambitions qu'elle accompagne : attractivité résidentielle, des entreprises et bien sûr attractivité touristique.

En 2018, le recentrage progressif sur ce triptyque s'est traduit par l'arrêt de certaines activités (gestion du label CléVacances, pilotage du Fonds Mutualisé de Revitalisation) et la concentration des moyens sur une offre de services à faire connaître et à développer. Des modifications d'organigramme et la formation à de nouveaux métiers se font donc petit à petit.

De même, l'action de communication de SMA se concrétise de plus en plus dans le e-marketing et le digital en général.

Les résultats obtenus continuent de démontrer l'utilité de l'outil qui veut coïncider le plus fortement possible avec les besoins des territoires.

Les temps forts de l'association en 2018

Voici les principaux jalons qui ont marqué l'année de travail de SMA :

- **Janvier 2018** : mise en ligne du premier site institutionnel de SMA : actus, équipe, offres d'installation y sont valorisés : www.seine-maritime-attractivite.com
- **16 février 2018** : réunion des partenaires et adhérents de SMA pour présenter la stratégie et les actions de l'agence sur le site de Digital Manufacture Innovation d'Arques-la-Bataille.
- **20 mars 2018** : lancement de saison et bourse d'échange de documentation touristique à l'abbaye du Valasse : plus de 200 participants.
- **28 mai 2018** : AG à la salle de la ficelle de Goderville.
- **8 et 9 juillet** : prise en main du Tour Voile de Dieppe.
- **Septembre 2018** : séminaire de rentrée pour l'équipe de SMA dans les locaux de Seine Innopolis au Petit-Quevilly.



Le CA de SMA au 31/12/18

Membres du conseil d'administration

Conseillers départementaux

Alain Bazille Conseiller Départemental du Canton de Fécamp	Bastien Coriton Conseiller Départemental du Canton de Notre-Dame-de-Gravenchon	Michel Lejeune Conseiller Départemental du Canton de Gournay-en-Bray Président délégué au tourisme de SMA	Dominique Metot Conseiller Départemental du Canton de Bolbec
Alban Bruneau Conseiller Départemental du Canton du Havre 3	Christine De Cintré Conseillère Départementale du Canton de Rouen 2	Jean-Christophe Lemaire Conseiller Départemental du Canton de Dieppe 2	Christelle Msica-Guérout Conseillère Départementale du Canton du Havre 6
Jean-François Bures Vice-Président du Département Conseiller Départemental du Canton de Rouen 1 Président de Seine-Maritime Attractivité	Mamadou Diallo Conseiller Départemental du Canton de Rouen 3	Yvette Lorand Pasquier Conseillère Départementale du Canton de Neufchâtel-en-Bray	Patrick Teissère Conseiller Départemental du Canton du Havre 5
Jean-Louis Chauvency Conseiller Départemental du Canton de Saint-Valery-en-Caux Président délégué au développement local de SMA	Catherine Flavigny Conseillère Départementale du Canton de Mont-Saint-Aignan	Denis Merville Conseiller Départemental du Canton de Saint-Romain-de-Colbosc	

EPCI

Bruno Bienaimé Vice-Président au tourisme de la Communauté d'agglomération Dieppe Maritime	Gérard Charassier Président de la Communauté de communes Yvetot Normandie Trésorier de Seine-Maritime Attractivité	Gérard Colin Président de la Communauté de communes Côte d'Albâtre	Gérard Picard Président de la Communauté de communes Falaises du Talou	Jean-Luc Cornière Président de la Communauté de communes Terroir de Caux
--	--	---	---	---

Communes

Olivier Bureaux Maire de Longueville-sur-Scie	François Delnott Maire de Saint-Denis-le-Thibout	Emmanuel Gosse Maire de Mesnil-Raoul	Joël Lefebvre Maire de Touffreville-la-Corbeline	Luc Piquet Maire de Douvrend
--	---	--	---	--

Institutionnels

Christophe Doré Président de la CMA76 Trésorier-adjoint de Seine-Maritime Attractivité	Dominique Garçonnet Elu de la CCI Rouen Métropole	Yoann Lavernhe Vice-Président de Caux Seine Développement	Sébastien Levasseur Vice-Président de la Chambre d'agriculture de la Seine-Maritime	Émilie Tolian Présidente de l'ADRESS
--	--	--	--	---

Acteurs du tourisme

Guy Pessiot Vice-Président de l'OT Rouen Normandie tourisme et Congrès	Jean-Baptiste Gastinne Vice-Président de l'Office de tourisme de l'agglomération havraise	Christelle Leblanc Présidente de l'ADTER Secrétaire de Seine-Maritime Attractivité	Marie-Agnès Poussier-Winsback Vice-Présidente du Comité Régional de Tourisme	Edouard de Lamaze Président de l'Office de tourisme Normandie Caux Vexin
--	--	--	--	--

Membres qualifiés

Jean-Claude Brubion Président des Abbayes de Normandie – Route historique	Alain Robert Président de l'Office de tourisme de Forges-les-Eaux	Henry Decaens Vice-Président de l'OT Rouen Normandie tourisme et Congrès	Philippe Augier Président du pôle attractivité du territoire du Pôle métropolitain de l'Estuaire de la Seine
---	---	--	---

L'équipe et les moyens au 31/12/18

Organigramme

Xavier Prévotat
Directeur

Astrid Duchaussoy
Assistante
des Directions

Pôle Administration et Finances

Mélanie Biville
Responsable de pôle

Josette Lourmière
Adjointe à la
responsable
administrative
et financière

Charlène Gest
Assistante
Ressources humaines

Bernadette Beaucamp
Accueil physique,
accueil téléphonique

Christelle Bonnet
Accueil & assistante
bases de données

Christine Comès
Comptable

Pôle Développement

Bruno Morin
Responsable de pôle

Yann Leroux
Responsable adjoint
Développement
touristique

Stéphanie Viot
Chargée d'affaires
Implantation
d'entreprises

Clémence Thomas
Chargée de mission
Développement
touristique

Chloé Villain
Chargée de mission
Développement
touristique

Marion Lautier
Chargée de mission
Développement local
et Financements
européens

Christel Leroux
Assistante technique,
Ingénierie des aides

Fabien Le Ruyet
Chargé d'études

Isabelle Darmois
Chargée de veille
et d'informatique

Laurence Pentecote
Animation du réseau
Ambassadeur76 et
Tourisme culturel

Pôle Promotion / Communication

Estelle Clabaux
Responsable de pôle

Hakim Salah
Responsable adjoint
Stratégie
e-marketing

Arnaud Beauvois
Chargé de
développement
numérique,
Place de marché

Ophélie Hebert
Chargée
de communication
digitale

Christelle Laporte
Chargée
de communication
et d'édition

Isabelle Dubos
Assistante
offres d'implantation,
Bourse des locaux

Ingrid Millot
Chef de projet
Stratégies numériques
infra et supra
départementales

Carole Gelle
Assistante
de communication,
qualification du S.I.T.

Nathalie Mayeu
Assistante
de communication,
qualification du S.I.T.

Ivan Saliba
Chargé
de développement
Presse et promotion

Christelle Feron
Assistante
de promotion

Marie-Hélène Priou
Chargée
de développement
Promotion

Bertrand Dupont
Agent de diffusion
et Événementiel

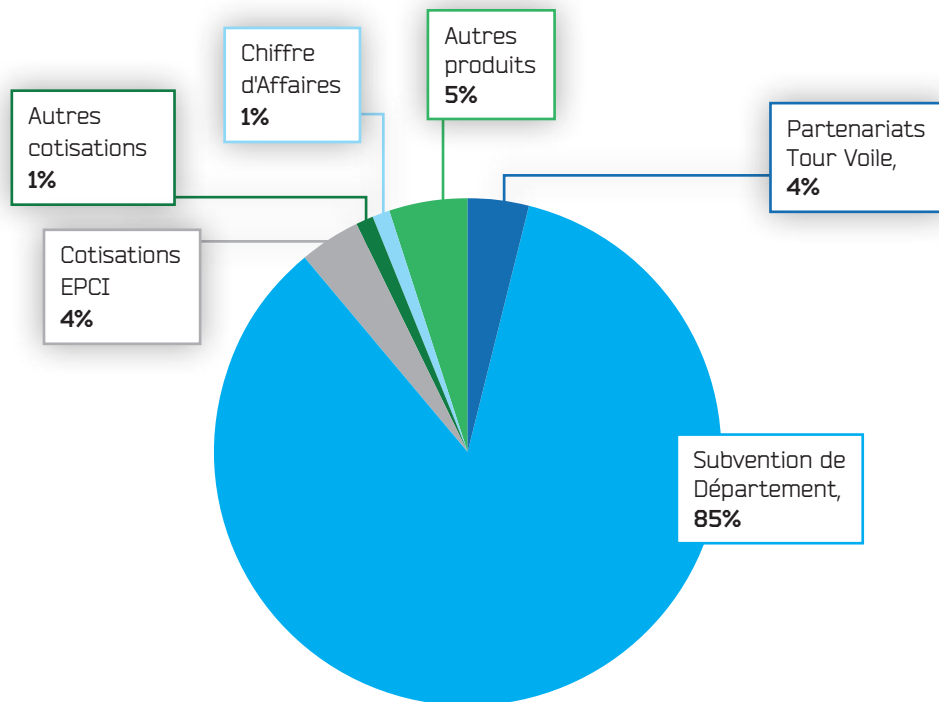
Pôle Ingénierie

Jérôme Laguerre
Responsable de pôle

Vladimir Hue
Chargé d'opération

Les moyens financiers

L'association fonctionne grâce à une subvention départementale qui représente 85% de ses ressources. La participation des territoires (déterminée par leur population et plafonnée à 15 000 € pour les EPCI) et le chiffre d'affaires généré, viennent compléter les produits perçus. Le budget de l'agence est de 3 263 000 € en 2018.



Stagiaires accueillis en 2018

5 stagiaires ont apporté leur concours à l'activité de SMA sur les thèmes suivants :

- **Tourisme et loisirs de pleine nature**, stage de Master 2 d'avril à août
- **Stage de soutien au Tour Voile** de mai à juillet.
- **Contribution au dispositif Ambassadeur** en mai et juin.
- **Étude sur le foncier économique** d'avril à juillet.
- **Tourisme de découverte économique** de mars à juillet.

Mouvements RH en 2018

- Le départ en retraite de **Michel Robac**, agent polyvalent et le départ d'**Élodie Cambon** (pôle ingénierie) en avril.
- Le départ de **Sylvie Bronchain** en août, ses fonctions ayant été reprises par **Stéphanie Viot**.

Et le recrutement de 4 nouveaux salariés :

- **Arnaud Beauvois** est venu remplacer **Laura Del'Imagine** sur le poste de développement des sites web et la Place de Marché de SMA.
- **Ophélie Hebert** est venue renforcer l'équipe à partir du mois de mai comme chargée de communication digitale. Elle met en place notamment le travail de rédaction de contenus pour tous les supports digitaux web et réseaux sociaux.
- **Bertrand Dupont**, nouvel agent polyvalent est venu remplacer Michel Robac à partir de juin.
- Enfin, **Christine Comès** a intégré l'équipe comme comptable, à la fin de l'année.

1/ L'appui aux territoires et porteurs de projet

Principaux résultats :

119 nouveaux projets engagés dont :

- 41 nouveaux projets communaux
- 19 nouveaux projets intercommunaux ou d'autres catégories de porteurs publics
- 59 nouveaux projets ou besoins de porteurs de projet privés.

Volet essentiel de l'action de SMA, l'accompagnement et l'appui aux porteurs de projet publics ou privés représentent une partie importante de l'activité de l'agence. Le principal objectif de cette mission est de faciliter l'émergence d'une offre nouvelle tout autant que de renforcer ou améliorer l'offre existante.

1.1/ Appui aux communes

41 communes ont bénéficié d'un accompagnement ou d'une intervention de SMA sur l'année. En voici la liste :

- **Quiberville** : assistance des élus locaux dans la définition d'un nouvel hébergement de plein air.
- **Cany-Barville** : conseil en vue de la labellisation Accueil Vélo du camping Le Clos des Charmilles.
- **Valmont** : conseil pour la mise en place d'aménagements autour de la Véloroute du Lin et pour la mise en place d'un circuit du patrimoine (création de panneaux respectant la charte départementale de signalétique touristique).
- **Villequier / Rives-en-Seine** : accompagnement de la commune pour la réhabilitation de la maison des pilotes en halte multiservices sur la Seine à Vélo.
- **Commune de Saint-Aubin-le-Cauf** : accompagnement de la commune pour la réhabilitation de la maison de garde barrière en halte multiservices sur l'Avenue Verte London-Paris.
- **Dieppe** : participation au COPIL du projet de requalification du Mémorial du 19 août 1942 à Dieppe, lui permettant une montée en qualité et une augmentation de son attractivité.
- **Bois-Hérault** : accompagnement et animation de la démarche de transition énergétique lancée par la commune : bornes de recharge électrique, isolation énergétique du bâti, méthanisation...

- **Gournay-en-Bray, Écretteville-les-Baons, Rives-en-Seine, Saint-Étienne-du-Rouvray, Neufchâtel-en-Bray, Bolbec, Port-Jérôme-sur-Seine, Saint-Pierre-Lès-Elbeuf, Lillebonne et Yquebeuf**, soit 10 communes retenues au titre de l'appel à projet WIFI4EU permettant un soutien financier de l'Union Européenne pour équiper des espaces publics en WIFI suite à l'information diffusée par SMA, commune par commune.

En matière d'ingénierie bâtiments et voirie, 120 dossiers sont en cours de suivi au 31 décembre parmi lesquels 24 ouverts en 2018 dont 8 sur des projets de bâtiment neuf et 11 en voirie. Les églises représentent environ un quart de l'ensemble des dossiers actuellement en cours de traitement. Pour rappel cette mission consiste à apporter une assistance aux collectivités (essentiellement des communes de moins de 5 000 habitants) qui souhaitent réaliser des travaux d'entretien, de rénovation, de transformation ou encore de construction neuve. L'agence intervient souvent après le passage du Conseil d'Architecture d'Urbanisme et d'Environnement dont le rôle est de cadrer les travaux nécessaires pour les élus. SMA accompagne donc la phase amont des travaux pour la sélection d'un maître d'œuvre et/ou des entreprises nécessaires au chantier.

Voici la liste des communes nouvellement accompagnées en 2018 :

- **Thiouville** : démolition/reconstruction d'une salle polyvalente.
- **Életot** : réhabilitation d'un bâtiment en maison de services.
- **Életot** : réhabilitation d'un bâtiment en commerce.
- **Valmont** : aménagement d'un quartier d'habitation.
- **Luneray** : aménagement du centre bourg.
- **Vattetot-sous-Beaumont** : restauration de l'église.
- **Préaux** : aménagement de voirie.
- **Doudeville** : restauration de l'église.
- **Valmont** : réhabilitation d'une salle communale.
- **Blangy-sur-Bresle** : réhabilitation d'une friche industrielle en centre technique communal.
- **Canouville** : rénovation de la salle des fêtes.
- **Houpeville** : restauration de l'église.
- **Luneray** : projet de construction d'une salle culturelle.
- **Forges-les-Eaux** : aménagement de la traversée du centre-ville.
- **La Crique** : rénovation de la salle polyvalente.
- **Sainte-Agathe-d'Aliermont** : aménagement de voiries.
- **Croisy-sur-Andelle** : aménagement de voirie.
- **Critot** : aménagement du centre bourg.
- **Vattetot-sous-Beaumont** : aménagement du centre bourg.
- **Grémonville** : travaux de voirie.
- **Grémonville** : transformation d'un bâtiment en halles commerciales.
- **Anceaumeville** : construction d'une école.
- **Sauqueville** : travaux de voirie.



1.2/ Appui aux Établissements Publics de Coopération Intercommunale

- **Communauté d'Agglo Havraise** : accompagnement pour la mise en tourisme de la Seine à Vélo.
- Accompagnement de la **Communauté de Communes 4 Rivières en Bray** dans l'application de la charte graphique départementale pour sa carte des itinéraires de randonnée.
- Accompagnement de l'**Agglomération Fécamp Caux Littoral** dans l'application de la charte graphique départementale pour ses fiches de randonnée.
- **Agglo Caux Vallée de Seine** : conseils pour le développement de services touristiques sur la portion locale de la Seine à Vélo.
- **Office de Tourisme Terroir de Caux** : accompagnement dans la création d'un circuit du patrimoine dédié à Emma Bovary, notamment dans la création de panneaux respectant la charte départementale de signalétique touristique.
- **Office de Tourisme des 4 Rivières en Bray** : accompagnement à l'édition d'une carte de valorisation des boucles locales de randonnée.
- **Communauté de communes Campagne de Caux** : accompagnement et AMO au projet de transformation du Clos Measure de Saint-Maclou-la-Brière (rédaction du cahier des charges).

■ Études

La capacité d'études de l'agence constitue une offre de service indispensable aux territoires qui souhaitent apporter un éclairage particulier sur un sujet en amont de la mise en œuvre de leur stratégie de développement ou d'attractivité.

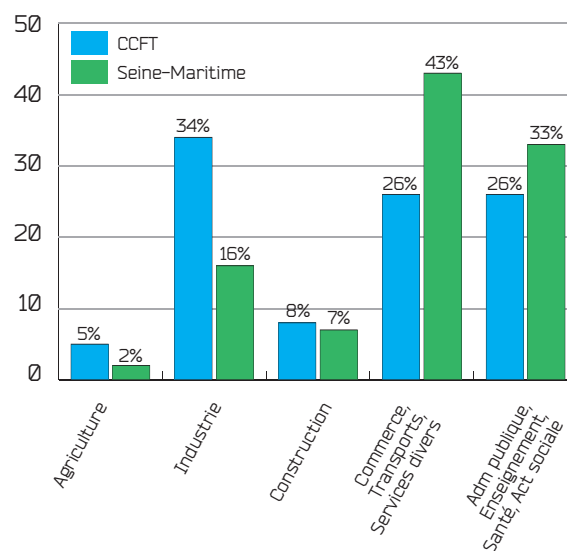
- **Communauté d'Agglomération Dieppe Maritime** : étude d'opportunité pour le développement d'une activité de construction / réparation navale bois (2017-2018).
- **Communauté de communes Yvetot Normandie** : identification et recensement des sites en friche sur le territoire communautaire.
- **Communauté de communes Falaises du Talou** : analyse du tissu économique et identification de sites en friche.
- **Département de Seine-Maritime / CC des Villes Sœurs** : étude sur le poids de l'économie du tourisme.
- **État des lieux du foncier d'activités de Seine-Maritime par EPCI** (actualisation de l'observatoire des zones d'activités et de la bourse des terrains disponibles). Ce document disponible en téléchargement sur le site web de SMA présente un panorama complet de la situation des capacités d'accueil des ZA départementales.

Il permet d'appréhender la quantité et la localisation des terrains immédiatement constructibles et ainsi de suivre précisément cet aspect essentiel de l'attractivité économique de notre département.

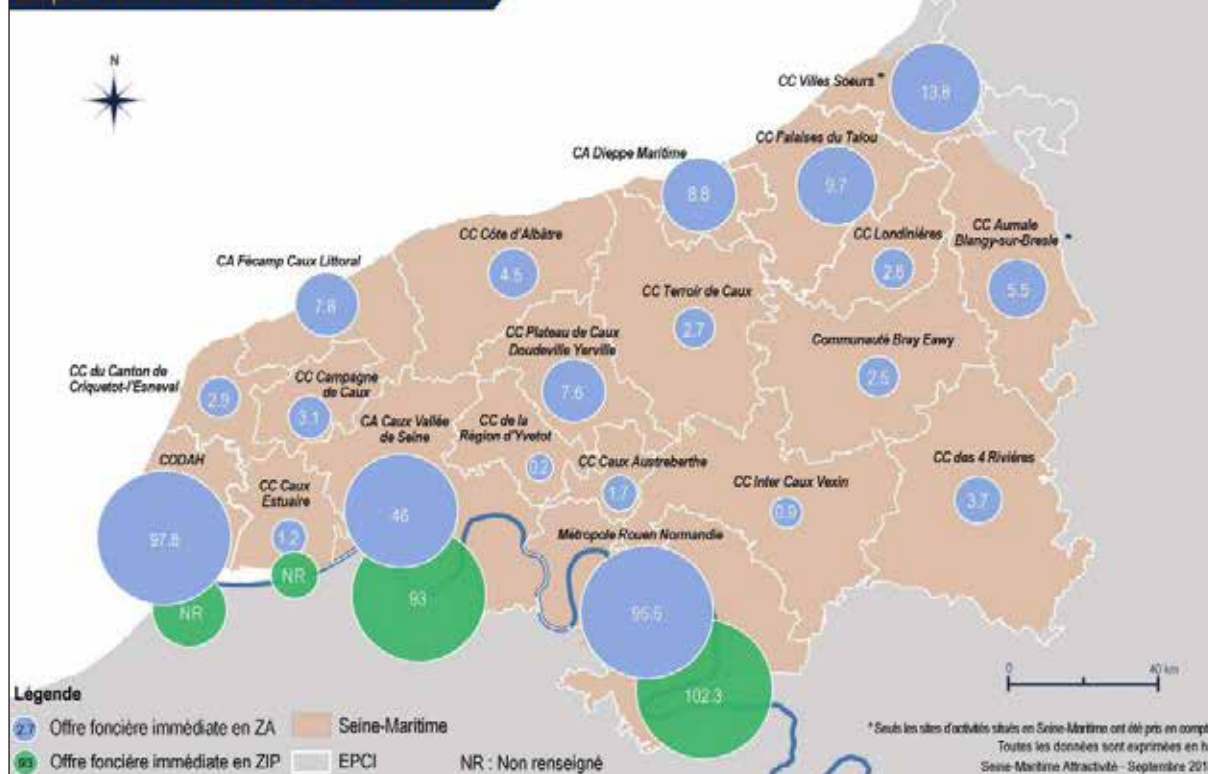


■ Répartition des emplois par secteur d'activité en 2015

CC Falaises du Talou : 5 739 emplois
Seine-Maritime : 499 569 emplois



L'offre foncière immédiate en 2018 Département de la Seine-Maritime



■ Zones d'activités : aménagement et gestion durable de zones d'activités

- **Communauté de communes Campagne de Caux** : recueil de perception des entreprises de la ZA de Goderville / Bretteville-du-Grand-Caux dans le cadre des projets de requalification et d'extension de la ZA.
- AMO et appui opérationnel apportés à l'**agence Caux Seine Développement** dans le cadre du déploiement de la méthodologie de Gestion Durable de Zone d'Activités sur la Zone d'Activités de Port Jérôme 2 à Notre-Dame-de-Gravenchon.
- **Communauté de communes Yvetot Normandie** : diagnostic et analyse de zones d'activités du périmètre communautaire.



1.3/ Appui aux autres porteurs de projet publics

- **PETR du Pays de Bray** : accompagnement pour la réalisation d'un état des lieux de la mise en tourisme de l'Avenue Verte London-Paris.
- **Office de Tourisme Terroir de Caux** : accompagnement dans la création d'un circuit du patrimoine dédié à Emma Bovary, notamment dans la création de panneaux respectant la charte départementale de signalétique touristique.
- **Vallée de la Saône** : participation à la réunion et intégration de l'agence au projet INTERREG « PACO » Promouvoir l'Adaptation aux Changements Côtiers 2019-2022.
- Coordination et animation du **projet Experience du programme INTERREG** porté par le comté de Norfolk au Royaume-Uni. Le travail accompli a nécessité une mobilisation de plusieurs membres de l'équipe sur plusieurs semaines pour évaluer l'intérêt de ce projet pour la Seine-Maritime. Après rédaction d'un projet complet et l'établissement d'un budget prévisionnel, l'agence a préféré abandonner l'idée d'une implication dans ce projet jugé trop chronophage et impactant pour la trésorerie de SMA.

- **Conservatoire du Littoral** : apport d'expertise au COPIL de requalification du site du Phare d'Ailly à Sainte-Marguerite-sur-Mer et de la Grange Monet à Hautot-sur-Mer.

1.4 Appui aux porteurs de projets privés

- **Coffee Bike Normandie** : accompagnement d'un porteur de projet privé de location de vélo sur Fécamp.
- **Agence de Voyages KUONI** : appui dans sa recherche d'un prestataire de balades à vélo accompagnées en Vallée de Seine. Prestataire trouvé et un emploi créé d'avril à octobre 2018. Opération relancée en 2019.
- **London-Paris à la carte** : projet d'une agence réceptive sur l'itinéraire de l'Avenue Verte London-Paris.
- **Manoir du Catel à Écretteville-les-Baons** : projet de réouverture des douves, aménagement d'un parking et création d'un labyrinthe végétal.
- **Le Grenier de la Mothe** : visite conseils pour le repositionnement du lieu vis-à-vis d'une clientèle de tourisme d'affaires. Suivi des porteurs du projet.
- **ANIDER (Association normande pour la prise en charge de l'insuffisance rénale)** : accompagnement de l'association dans ses projets touristiques en lien avec sa stratégie (plusieurs réunions).

- **PME Développement** : SMA assure la gestion administrative, technique et financière du fonds qui fonctionne sur le support d'une association représentée par des chefs d'entreprise et des territoires éligibles (Partie Nord du Département). En 2018, 4 Conseils d'Administration ont été organisés ; 18 dossiers ont été présentés dont 15 validés pour un montant global d'avances remboursables de 440 000 € / 120 emplois maintenus et 15 créations d'emplois soutenues.

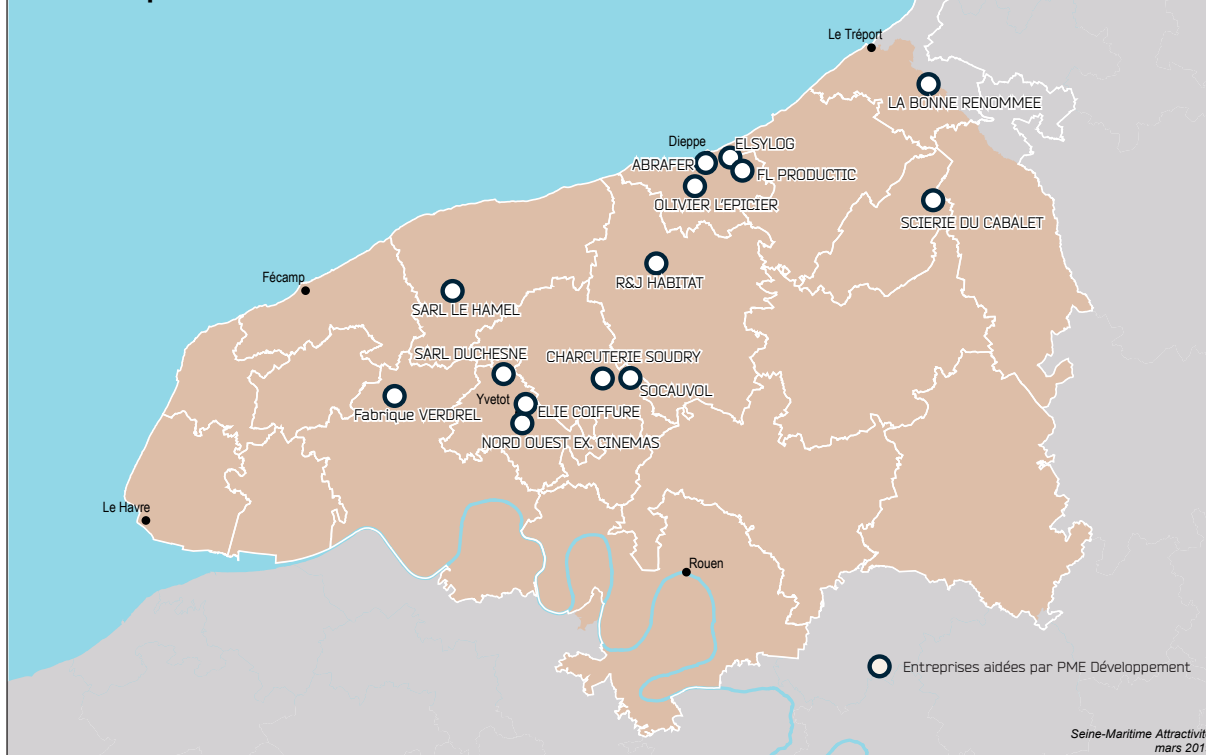
L'AG s'est tenue à Dieppe en novembre et a bénéficié d'une intervention du cluster d'entreprises Dieppe Navals, spécialisé dans les activités nautiques et marines.



Entreprises soutenues au titre de PME Développement

Entreprise	Commune	EPCI
FABRIQUE VERDREL	Yébleron	Caux Vallée de Seine
ABRAFER	Dieppe	Dieppe Maritime
ELSYLOG	Martin-Église	Dieppe Maritime
FL PRODUCTIC	Martin-Église	Dieppe Maritime
OLIVIER L'ÉPICIER	Saint-Aubin-sur-Scie	Dieppe Maritime
SCIÉRIE DU CABALET	Preuseville	Londinières
SOCAUVOL	Vibeuf	Plateau de Caux Doudeville Yerville
CHARCUTERIE SOUDRY	Yerville	Plateau de Caux Doudeville Yerville
R&J HABITAT / 2	Bacqueville-en-Caux	Terroir de Caux
R&J HABITAT / 3	Bacqueville-en-Caux	Terroir de Caux
LA BONNE RENOMMÉE - JM LECONTE	Incheville	Villes Sœurs
SARL DUCHESNE	Autretot	Yvetot Normandie
NORD OUEST EXPLOITATION CINÉMAS	Yvetot	Yvetot Normandie
JEAN-LUC ÉLIE COIFFURE	Yvetot	Yvetot Normandie

PME Développement : Entreprises bénéficiaires en 2018



■ FMR 76

Après avoir géré ce fonds d'avances remboursables depuis sa création (plus de 3 millions d'euros de fonds privés prêtables issus des revitalisations industrielles et gérés par une association + une fiducie), SMA a géré la transmission de cet outil fin juin à l'association FMR elle-même. Le FMR est donc

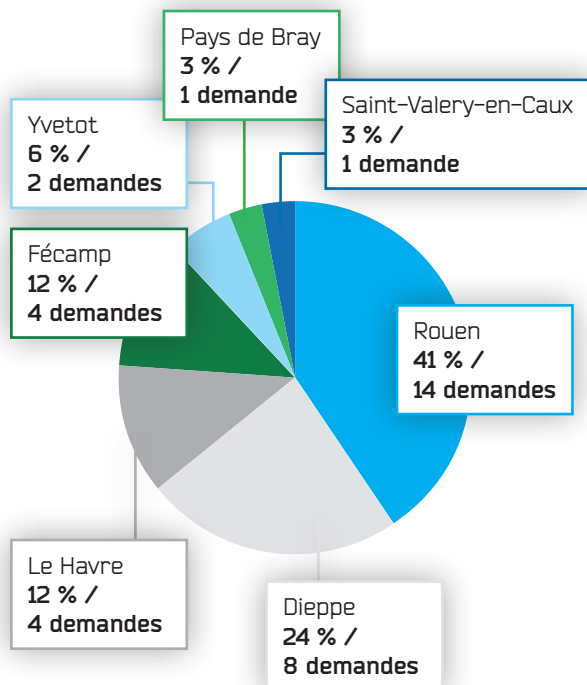
devenu autonome avec un salarié en propre recruté courant 2018. Cette transmission a été réalisée dans d'excellentes conditions évitant toute rupture d'action de cet outil précieux au développement des TPE PME et permettant à SMA de se recentrer sur ses actions d'appui aux territoires et porteurs de projet. Cette mission occupait un demi ETP dans l'équipe depuis 2017.

Solutions d'implantation – Bourse des locaux et Invest

Bourse des Locaux

Cet outil est une base de données en immobilier d'entreprise recensant plusieurs centaines de locaux à travers la Seine-Maritime dans le cadre d'un partenariat avec les autres agences de développement et la CCI de Rouen. Les offres sont valorisées par une présentation en ligne (site web de SMA), l'édition d'une brochure spécifique en couleur trois fois par an, et une réponse sur mesure apportée aux entrepreneurs en recherche d'une solution aussi bien immobilière que foncière le cas échéant.

34 entreprises ont été renseignées sur l'année dont voici la répartition par grand secteur :



> 1 installation à Ambrumesnil (Carrosserie Magot) découlant directement de l'accompagnement de l'agence.

La bourse des Locaux

Mars 2019 | Sélection de locaux d'entreprise en Seine-Maritime proposée par Seine-Maritime Attractivité

En bref : La Communauté de communes des Villes Sœurs

5
locaux
disponibles

21 501 m²
disponibles en immobilier
d'entreprise

13 ha
d'offre
foncière disponible

Sommaire

- Carte des secteurs | p.2
- Locaux disponibles | p.3
- Entreprises / Bureaux | p.6
- Bureaux | p.7
- Centres locaux et pôles d'entreprises | p.7
- Opportunités foncières | p.8

A VENDRE Réf. 0279-1

Dieppe – ZA Eurochannel

Axe Dieppe / Le Tréport

1 960 m²
700 000 €

Beau bâtiment à usage industriel de 1 960 m² édifié sur un terrain de 4 841 m².

- Hall d'accueil
- Mezzanine de 200 m²
- Ateliers de 1 760 m²
- Parking 30 places, portail mécanique, alarme anti-effraction. Disponible en juillet 2019.

A VENDRE Réf. 0279-35

Saint-Nicolas-d'Aliermont

2 300 m²
575 000 €

Grand bâtiment abritant les ateliers de l'ancien lycée professionnel Honoré Poins de St-Nicolas-d'Aliermont sur un terrain de 5 471 m².

- 5 ateliers de fabrication mécanique et d'électronique
- Bureaux
- Salles de réunion

Invest

Ce dossier représente la capacité d'action de SMA en matière de valorisation de l'offre territoriale d'installation (locaux, terrains et actifs disponibles dont des activités à reprendre) auprès d'investisseurs déclarés ou potentiels. Ce travail nécessite de tisser un réseau de nombreux partenaires parmi lesquels les territoires eux-mêmes, mais aussi les acteurs du foncier et de l'immobilier d'entreprise, autant de partenaires avec lesquels il faut entretenir des relations de confiance.

SMA répond à certaines fiches d'information émises par Business France et passant par l'Agence de Développement de Normandie. Les offres d'installation disponibles (terrains et bâtiments) et les externalités valorisables (aides, vivier d'emplois disponibles, énergies, services) sont mises en avant au travers d'un document synthétique conçu en lien avec les territoires concernés. D'autres marques d'intérêt de prospects issues du propre réseau d'acteurs de SMA sont par ailleurs traitées par l'équipe.

> 40 contacts invest ont été pris en charge sur l'année, faisant l'objet d'une réponse dont 25 demandes d'immobilier d'entreprise et 14 demandes de foncier. Parmi eux, 13 dossiers étaient issus de Business France. Le travail de suivi de ces différents prospects est stratégique et peut s'étaler sur plusieurs années.

2/ Les actions de développement

Travail conjoint avec le Département

Les services départementaux ont été restructurés courant 2018, la Direction du développement économique faisant place à la Direction de la Cohésion des Territoires dirigée par Olivier Laleuw. Les dispositifs gérés par le Département permettent de soutenir financièrement les collectivités (communes et EPCI pour l'essentiel) et aménageurs.

Une relation fluide et solide existe avec la DCT, gage d'une complémentarité claire entre le Département, qui définit sa politique de financement et met en œuvre ses dispositifs financiers et SMA qui représente son bras armé pour le développement.

Le PDDT voté en 2016 a fléchi un certain nombre de priorités qui se traduisent par le développement et la structuration de filières ou de thématiques particulières. SMA a la mission de mise en œuvre d'une partie importante de ce plan de développement touristique qui se traduit dans une partie de ses actions de développement.

- 18 réunions avec le Département sur le suivi du projet de développement touristique 2016-2021
- 3 réunions avec la Direction des Sports (Mise à jour des chartes départementales de randonnée) et 1 CDESI
- 2 réunions avec la Direction de l'Environnement (Restauration du Sentier du Littoral/GR21 et Valorisation des ENS avec le Pôle Promo/com')
- 2 réunions avec la Direction des Ports, Bacs et Voies Vertes (Projets de Véloroutes)
- 1 réunion avec la Direction de la Communication
- 2 réunions avec le Pôle Aménagement et Mobilité
- 1 réunion du Comité de Gestion de la Démarche UNESCO – Clos Masure portée par le Département
- 3 réunions avec la Direction de la Cohésion des Territoires
- 4 présentations conjointes SMA/DCT sur le territoire des dispositifs de soutien financier du Département aux actions touristiques et de l'offre de service de SMA aux porteurs de projet touristique

Nationalement, SMA est membre depuis 2017 du COPIL du Club Ingénierie et Développement Touristique de Tourisme & Territoires. Les travaux 2018 de ce groupe de travail constitué de 10 destinations départementales sont voués à l'amélioration des pratiques d'accompagnement de porteurs de projets par les Agences Départementales par le biais d'échanges d'expériences et de production d'outils partagés. En 2018, l'agence a participé à 4 journées techniques de

mise en place du Club Ingénierie et Développement, qui a été lancé officiellement le 2 avril à Paris. Il regroupe aujourd'hui une quarantaine d'agences départementales adhérentes. Enfin l'agence anime certains partenariats avec des entreprises, groupes ou associations lui permettant d'agir en relation et d'ajouter ses expertises aux moyens d'actions de ses partenaires : agences de développement, agence d'urbanisme, CAUE, Engie, GRDF, FRTP, etc.

2.1/ Développement touristique

2.1.1/ Mise en tourisme des loisirs de pleine nature

Cette mission de SMA se décline autour des itinérances à pied (randonnée, mais aussi itinéraires et balades thématiques), à cheval et à vélo avec un fort développement des pratiques depuis quelques années. Le nautisme est intégré depuis 2017 avec le lancement par SMA du label Balades et randos nautiques générant de bonnes retombées en 2018.

Mise en tourisme de l'offre de randonnée inscrite au PDESI

- 25 offres de randonnée pédestre et circuits découvertes ont bénéficié d'une valorisation par le biais de repérages terrain.
- Valorisation de 2 randos coups de cœur sur le site Internet de promotion touristique de SMA.
- Réalisation de 5 reportages photos dédiés à la randonnée et au VTT, réalisés sur 6 jours en collaboration avec l'Office de Tourisme des 4 Rivières en Bray, Caux Seine Tourisme, l'Office de Tourisme Terroir de Caux, l'Agglomération Fécamp Caux Littoral et le CDRP 76 dont 2 uniquement pédestres (Agglo Fécamp Caux Littoral et GR@2) et 3 multi-pratiques (Caux Vallée de Seine, Terroir de Caux, 4 Rivières en Bray).
- Collaboration régulière avec le CDRP 76 sur l'inscription des PR et GR@ au PDESI et sur les projets de mise en tourisme en cours ou à venir.
- Participation à une réunion d'information dédiée au GR@ littoral normand organisée par la FF Randonnée (présentation du projet de dynamisation de l'itinéraire, de ses modalités de mise en œuvre...).
- Participation à une réunion technique organisée par le CDRP 76 dédiée au GRP Vallée de l'Andelle.
- Participation à la réunion du groupe de travail mis en place par le CDRP 76 dédié à la mise en tourisme du GR@ 210 et suivi du projet et des actions.
- Achat groupé de licences Cirkwi avec 4 partenaires, initié par SMA (Office de Tourisme Terroir de Caux, PETR Plateau de Caux Maritime, Communauté de Communes de la Côte d'Albâtre. Communauté de Communes Plateau de Caux Doudeville-Yerville). Organisation par SMA de 2 sessions de formation à l'utilisation des modules de diffusion Cirkwi.
- Poursuite de la collaboration initiée avec les éditions Ouest-France et les Offices de Tourisme du littoral dans le cadre de la réalisation

d'un guide dédié à la randonnée sur la Côte d'Albâtre (parution en mars 2018, tirage à 2000 exemplaires).

- 6 nouvelles boucles VTC inscrites au PDESI et valorisées sur notre site internet de promotion touristique.
- 15 boucles VTT repérées.
- 3 boucles équestres repérées.



Tourisme à vélo

- Animation du groupe marketing de l'Association de l'Avenue Verte London-Paris : 7 réunions techniques interdépartementales en 2018. Visibilité de l'itinéraire lors d'actions BtoB (Rendez-vous en France 2018 à Paris), réalisation du dossier de presse 2018, puis sélection d'une agence presse professionnelle, préparation des éléments de mise à jour de la carte de l'itinéraire, travail du back office du nouveau site Internet.
- Suivi du projet « Seine à Vélo » au sein du groupe marketing du Comité d'itinéraire animé par le Département de l'Eure : 3 réunions techniques en 2018. Objectif : inauguration de l'itinéraire en juin 2020.
- Suivi du projet « EV4 – Véloroute du Littoral/ Véloroute du Lin » au sein du groupe promotion & communication et du groupe services, intermodalité et observation du Comité d'itinéraire animé par Calvados Attractivité : 6 réunions techniques en 2018.

Objectif : inauguration au printemps 2020.

- « EV4 – Véloroute du Littoral/ Véloroute du Lin » entre Dieppe et Fécamp : intervention lors de la réunion départementale de sensibilisation des élus et acteurs locaux au nouveau parcours aménagé par le Département de la Seine-Maritime.
- Mise en tourisme du produit touristique « Le Tour de la Seine-Maritime à Vélo » : boucle de 325 km empruntant les 4 véloroutes de la Seine-Maritime. Travail préparatoire à l'édition d'un guide sur le sujet.
- Accompagnement des actions presse du CRT Normandie sur le marché du tourisme à vélo : accueil de bloggeurs vélo, préparation d'un accueil presse individualisé sur le marché allemand.
- Participation de SMA à l'inauguration de la Véloroute du Lin le 8 septembre 2018 à Cany-Barville (tenue du stand).



■ Tourisme à cheval

- Démarchage tour-opérateurs sur le salon du cheval pour la commercialisation de la Chevauchée en Vallée de Seine en 2019-2020.

■ Nautisme

- Déploiement du label « Balades et randos nautiques en Seine-Maritime » : 22 offres proposées par 9 partenaires. Au total, près de 600 créneaux de sorties prévus, 349 sorties nautiques réalisées soit 5 093 personnes bénéficiaires au total (chiffre d'affaires estimé à 114 000 euros).

Ce label a pris une ampleur supplémentaire en 2018 après l'amorçage de l'action l'année précédente. Véritable vecteur de nouvelles offres pour nos habitants et nos visiteurs, ce label apporte aussi une professionnalisation et une ouverture au tourisme des professionnels ou associations du nautisme de la Seine-Maritime.

- Réunion avec le représentant du label Balades et randos nautiques et Calvados Attractivité lors du Salon Nautique.
- Amélioration de la visibilité des activités nautiques en Seine-Maritime : 1 reportage photo thématique (Dragon Boat en partenariat avec le Club de Canoë-Kayak de Belbeuf)
- Participation à deux réunions dédiées à la construction de l'axe tourisme du Plan Nautique Normand organisée par la Région Normandie.
- Participation à l'Assemblée Générale du Comité pour le Tourisme et les Sports Nautiques.
- Rencontre avec la Ligue de Voile de Normandie. Intervention et participation de SMA aux Assises Régionales du Développement organisées par la Ligue de Voile de Normandie (présentation du plan d'actions mis en œuvre par SMA dans le cadre du déploiement du label Balades et randos nautiques).
- Tour Voile 2018 à Dieppe : tenue du stand Tourisme et valorisation des sorties labellisées Balades et randos nautiques.
- Salon Nautique 2018 à Paris : tenue du stand avec les autres départements côtiers normands.



2.1.2/ Tourisme culturel

■ Impressionnisme

- Nettoyage des 29 tables de lecture impressionnistes implantées sur la Côte d'Albâtre et en Vallée de Seine.



- Suivi des actions du Contrat de Destination "Normandie – Paris-Ile-de-France : Destination Impressionnisme". Notamment co-pilotage de l'action n°8 de sensibilisation et de professionnalisation des acteurs touristiques à l'impressionnisme. Mise en place d'un programme interrégional d'éductours. Contribution technique au guide touristique de la destination. Participation aux ateliers expérientiels lors du Forum de la Destination, à Auvers-sur-Oise le 2 octobre 2018.

■ Tourisme de mémoire

- Contribution technique et financière au Guide du Visiteur régional "Tourisme de mémoire en Normandie".
- Participation aux Rencontres Régionales du Tourisme de Mémoire, le 16 mars à Caen.
- Participation aux réunions du COPIL du Projet de nouvelle signalétique d'interprétation des sites du tourisme de mémoire, dans le cadre du Contrat de Destination "Tourisme de Mémoire en Normandie". 2 réunions.



■ Normandie Médiévale

- Suivi des travaux de la Région Normandie sur le récit scientifique de la destination "Normandie Médiévale".



■ 2.1.3/ Tourisme fluvial/fluvestre

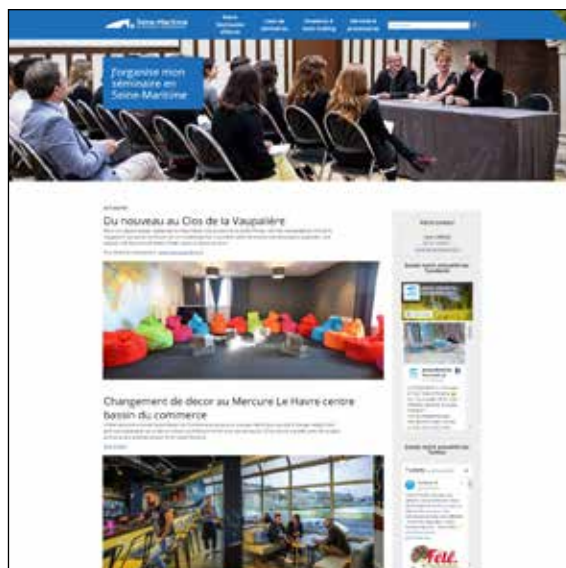
- Participation à la 3^e édition des "Rencontres du Tourisme Fluvial" de VNF, en février 2018 à Bordeaux. Opération BtoB qui a permis la tenue de 12 rendez-vous pros avec des opérateurs de la Vallée de la Seine fluviale et fluvestre.

- Suivi des relations créées lors des Rencontres VNF, avec l'appui à l'Agence de Voyages KUONI dans sa recherche d'un prestataire de balades à vélo accompagnées en Vallée de Seine. Prestataire trouvé et 1/2 emploi créé d'avril à octobre 2018. Opération relancée en 2019.
- Adhésion et suivi de l'activité du Club Croisière de l'OT du Havre. Contribution aux réflexions de développement des retombées économiques menées par le Club Croisière de l'OT de Rouen.



■ 2.1.4/ Tourisme d'affaires

- Adhésion au Cluster "Normandie Meetings and Events" du CRT Normandie, qui a permis le contact avec 14 entreprises souhaitant se réunir en Normandie et demandant des devis aux prestataires locaux.
- Travail de qualification des lieux de séminaires en Seine-Maritime sur la base du référentiel normand du Cluster. 15 sites répertoriés et valorisés sur le site Internet régional.
- Travail sur le back office du site Internet dédié à l'organisation de séminaires en Seine-Maritime mis en ligne à l'hiver 2018-2019.
- Participation au Club Tourisme d'affaires de l'OT de Rouen.



2.1.5/ Tourisme de découverte économique (TDE)

- Réalisation d'un diagnostic de l'offre de TDE en Seine-Maritime, via l'accueil d'une stagiaire de Licence 3 Tourisme de Découverte Economique. 120 entreprises, musées et lieux techniques référencés.
- Animation d'un club filière TDE visant à établir une stratégie locale de développement de la visibilité de ces offres de visites pour les touristes.

2.1.6/ Qualification de services : déploiement de marques et labels touristiques, animation de réseaux

- **Rando Accueil** : 3 labellisations en 2018 sur le GR® 210 (chambre d'hôtes La Vassonvillaise à Vassonville, Hôtel Windsor à Dieppe et Hôtel Le Vieux Carré à Rouen).
- **Accueil Vélo** : 79 labellisés sur les 4 véloroutes de la Seine-Maritime (10 nouveaux labellisés en 2018).
 - > 22 labellisés sur Véloroute littoral – EuroVelo 4.
 - > 22 labellisés sur Véloroute du Lin.
 - > 11 labellisés sur La Seine à Vélo.
 - > 53 labellisés sur l'Avenue Verte London-Paris, (Certains prestataires se situent sur plusieurs véloroutes).
 - > 17 visites de 1^{re} labellisation ou de renouvellement de la marque. Suivi de l'actualité et des évolutions de la marque nationale.
- **Normandie Accueil Cheval** : 9 labellisés en Seine-Maritime.
- **Tourisme & Handicap** : 128 labellisés en Seine-Maritime au 31 décembre 2018. Réalisation de 3 journées d'évaluations terrain en 2018, soit 4 évaluations de sites touristiques. SMA est également membre de la commission territoriale de labellisation « Tourisme & Handicap », qui examine les dossiers de candidatures (2 réunions en 2018).
- **Balades et randos nautiques** : 22 sorties labellisées en 2018 dans 9 structures partenaires (Sensation Large ; Cercle de la Voile de Dieppe ; Surf'in Pourville ; Communauté de Communes de la Côte d'Albâtre ; Club Nautique Valeriquais ; École Municipale de Voile de Fécamp ; AFDAM – Association Fécampoise de Développement des Activités de Mer/Office de Tourisme de Fécamp ; Centre Nautique Paul Vatine ; Club de Canoë-Kayak de Belbeuf).
- **Marque Parc Naturel Régional** : participation aux comités d'attribution de la marque.
- Accompagnement de la ville de Neufchâtel-en-Bray dans la démarche de labellisation **Village Étape**.

2.1.7/ Observation touristique

- Production du Bilan annuel de l'observatoire touristique départemental, les "Chiffres clés touristiques 2017" (22 pages de données statistiques, cartographiques et d'études qualitative).
- Rédaction de 5 notes de conjoncture lors de la saison touristique 2018 afin de connaître la tendance de fréquentation de la destination et l'indice de satisfaction des prestataires touristiques. Périodes d'enquêtes : mai-juin, juillet, août, septembre, octobre-vacances de la Toussaint.
- Réponse à une vingtaine de porteurs de projets touristiques en demande de données de cadrage de certaines filières ou activités : diffusion des "chiffres clés 2017" et réponses personnalisées.
- Organisation et animation du Club filière Observation touristique, réuni le 15 novembre au Parc de Clères.
- Travail préparatoire à l'engagement de la Seine-Maritime à l'observation de ses destinations via la solution Flux Vision Tourisme d'Orange.



2.1.8/ Dispositif ambassadeurs

1338 cartes ambassadeurs, soit une moyenne de 111 cartes créées par mois.

6 conférences proposées :

- Le 7 juin, sur le thème des Clos Masures (40 participants).
- Le 12 juin, sur le thème de la Bataille de l'Été 1944 en Vallée de Seine (106 participants).
- Le 19 juin, sur le thème de l'érosion du trait de côte en Seine-Maritime (63 participants).

- Le 25 juin, sur le thème des jardins (95 participants).
- Le 18 octobre, une présentation de l'exposition "Cités Jardins /Cités de Demain (34 personnes).
- Le 24 octobre, sur le thème de la production du Cidre (45 participants).



2.2 Animations et professionnalisation

2.2.1/ Professionnalisation des acteurs du développement touristique

■ Clubs filières

Le but de cette offre de service est d'améliorer la qualité d'accueil, favoriser un bon niveau de connaissance des bonnes pratiques, apporter des conseils et assurer des accompagnements personnalisés.

- Organisation et animation de **clubs filières**. Ces clubs rassemblent des professionnels de la filière touristique, qu'ils soient spécialistes du développement, de l'accueil, ou prestataire/ entreprise du secteur. Ils sont intégralement préparés et animés par SMA qui s'associe à certaines occasions à des partenaires. Y sont abordés des points d'avancement de certaines questions ou dossiers ainsi que les problématiques spécifiques (état des connaissances, nouvelles pratiques, nouveaux acteurs, outils mis en place, etc.)
 - > **Club Randonnées** (35 participants), le 16 octobre à Dieppe,
 - > **Club Nautisme** (23 participants), le 16 octobre à Dieppe,
 - > **Club Observation Touristique** (22 participants), le 15 novembre à Clères,
 - > **Club Tourisme de Découverte Économique** (21 participants), le 15 novembre à Clères.
- Organisation et accompagnement d'éducteurs qui permettent de se placer du point de vue du visiteur tout autant que d'appréhender professionnellement la visite ou la destination avec leurs enjeux d'attractivité. Ce sont des démarches typiques dans le monde des professionnels du tourisme.

En 2018, les thèmes couverts par ces éducteurs ont été les suivants :

- Le 31 mai, **Parcs et Jardins** (34 participants).
- Le 12 juin, **Balades et randos nautiques** (25 participants).
- Le 26 juin, organisation d'un éducteur sur la **Véloroute du Lin** entre Cany-Barville et Fécamp (32 participants).
- Le 20 septembre, éducteur interrégional Impressionniste sur l'archipel "**Rouen et les boucles de Seine**" (22 participants).



2.2.2/ Autres animations territoriales et des acteurs du développement

Parmi les animations portées par SMA figurent notamment les **Matinales d'Experts** ou **MEETUP** qui rassemblent tous les acteurs intéressés par un thème ou une problématique de développement local.

■ Meet Up

MEET UP tenues en 2018 :

- Territoires en transition : Développement économique et marketing territorial le 5 avril 2018 / 19 participants.
Intervenants : ADEME (Éric Prud'homme) / Dieppe Maritime (Nicolas Gaillet) / Association des entreprises Parc Eurochannel (Pascal Mendes).
Visite : l'Estran cité de la mer.
- Renouvellement / Réhabilitation / Extension ZA le 10 juillet 2018 à Saint-Romain-de-Colbosc (Caux Estuaire) / 26 participants.
Intervenants : CAUE (Boris Menguy) / SMA / Région Normandie (Virginie Grenet) / Département de la Seine-Maritime (Olivier Laleuw) / Communauté de Communes Caux Estuaire (Aurélie Simion).
Visite : Parc Éco Normandie
- Écretteville-les-Baons : Présentation de la solution BioGNV le 6 novembre 2018 / 70 participants.
Intervenants : SMA / GRDF (Pierre-Yves Hureau) / SCEA du Mont aux Roux (Mathieu Deschamps) / Groupe GSET (Frédéric Pigassou).
Visite : Unité de méthanisation du Mont aux Roux.

Sur le modèle des éductours touristiques, des déplacements terrain sont organisés sur des thématiques de développement local à destination des élus ou d'un public de techniciens territoriaux et parfois à l'extérieur de notre département comme cette année en Vendée.

2 ont été tenues en 2018 :

- **3/05/2018 / Mesnières-en-Bray** : Projet communal de transition écologique (conservation et mise en valeur de la biodiversité) – 8 participants
- **24/10/2018 / Mortagne-sur-Sèvre (Vendée)** : Présentation d'une station de méthanisation et d'installation d'une station bioGNV – 16 participants
- **Organisation de la visite Ministérielle** de Sébastien Lecornu à l'occasion du lancement officiel du programme de transition écologique de la commune de Bois-Hérault le 26 mai 2018. Cette journée a nécessité plusieurs semaines de préparation et matérialise l'accompagnement que SMA assure pour la commune sur un moyen/ long terme.



■ Trophées du Développement Durable®

- SMA assure un appui opérationnel auprès de l'agence Caux Seine Développement et de l'agglo Caux Seine pour la bonne tenue des trophées du Développement Durable : un audit des candidats seinomarins a donc été assuré ainsi qu'une participation au jury.



3. Les actions de promotion & communication

- 7 brochures et 525 700 exemplaires édités
- Nombre de reportages photos réalisés par un photographe extérieur : 12 reportages
- 238 accueils et contacts presse (solicitation des journalistes) selon la répartition suivante :
 - > 84 accueils de journalistes français dont 8 voyages presse et 44 accueils individuels / 58 accueils de journalistes étrangers
- 7 Salons Pro et Grand Public
- Site web Attractivité : + de 14 400 sessions, 40 000 pages vues
- Site web touristique : + de 844 000 sessions, + de 1 729 000 pages vues
- PDM : + de 161 000 € de retombées économiques sur le territoire
- Tourinsoft : 11 offices de tourisme participant à l'ouverture de la saisie, 10 ateliers dispensés
- 1^{re} Tenue par SMA du Tour Voile à Dieppe

3.1 Les datas / système d'information touristique normand SITN

Depuis 2013 et la signature par les agences départementales et le CRT d'un contrat juridique sous forme de consortium, les acteurs départementaux et normands ont réalisé un travail de fond afin de protéger les données, d'harmoniser et de marketer l'offre normande.

En 2018, un événement important est intervenu puisque la proposition faite en 2017 de confier progressivement la saisie des données aux offices de tourisme s'est concrétisée.

Ainsi, 11 Offices de tourisme sur 15 se sont engagés dès 2018. Ce travail a nécessité d'organiser 3 groupes de travail et 6 journées de formations. Au terme de ce travail, plus de 60% des offres sont désormais prises en charges par les Offices eux-mêmes et la mission de SMA est désormais d'animer ce dossier tout autant que s'assurer que la qualité des datas est bien présente. Une nouvelle catégorie d'information a par ailleurs été intégrée pour les prestations.

Aujourd'hui, avec près de 20 000 offres répertoriées sur l'ensemble de la Normandie dont plus de 4 000 en Seine-Maritime, la Base de Données Normande - Tourinsoft est la source la

plus complète d'information sur l'offre touristique régionale. Applications mobiles, sites internet ou encore éditions papiers utilisent tous cette source complète et fiable de données tout en s'adaptant aux besoins des diffuseurs.

Un travail important de coordination entre le CRT et les 5 départements normands :

- 2 journées de séminaires, 7 comités d'expertises, 8 conférences téléphoniques :
 - > Nouvelle configuration de la saisie des ouvertures accueils.
 - > Travail sur les Conditions Générales d'Utilisation.

En 2018, de nouveaux usages de la base de données sont apparus :

- Les bornes d'information de l'OT du Havre (pour tous les bordereaux).
- La Communauté de communes Terroir de Caux pour l'ajout d'un bordereau (Fêtes et Manifestations).
- L'Office de Tourisme de Fécamp pour tous les bordereaux.
- Et l'internet de séjour sous le label « Secrets Normands » permettant de renseigner le visiteur une fois sur place sur les offres disponibles et accessibles en temps réel. Ce dossier initié par le CRT nécessite une collaboration technique de SMA et des autres agences normandes au sein du consortium, mais aussi une forte implication de tous les OT normands.

3.2 Collection de brochures 2018

Les supports édités par SMA doivent :

- Renforcer notre attractivité auprès de l'ensemble de nos cibles et répondre aux attentes des différentes clientèles locales, nationales et internationales.
- Favoriser et développer la recherche et la consommation d'idées de sorties, de visites, de loisirs et de week-ends pour les clientèles cibles.
- Mettre en valeur les sites incontournables.
- Offrir des outils qualitatifs de promotion à l'ensemble de la communauté touristique de la Seine-Maritime.

En 2018, 7 brochures et documents ont été produits pour répondre aux actions de promotion et de communication de Seine-Maritime Attractivité ; la plupart de ces éditions sont également mises à la disposition de l'ensemble de la communauté touristique de la Seine-Maritime ainsi que des partenaires dont le Département lui-même (lire à la plage, gare maritime de Dieppe, sites et monuments départementaux..)

■ Les éditions grand public

- **Carte touristique** : c'est le support le plus diffusé ; elle valorise l'offre touristique du département grâce notamment à une face illustrée permettant de visualiser plus facilement les sites de visite (FR/GB/NL/D – 110 000 ex). Cette carte est déclinée sous forme de sets de table distribués à de nombreux restaurants. Le set connaît un tirage de 300 000 exemplaires.



- **Bienvenue en Seine-Maritime – Idées week-ends** : ce document vitrine présente la destination à travers ses thématiques identitaires, des expériences à vivre et des suggestions d'idées week-ends (FR – 20 000 ex.)



- **Carte des hébergements** : elle recense l'ensemble des hôtels, campings et aires de camping-cars et donne toutes les informations nécessaires pour trouver une location, chambre d'hôtes.. (FR/GB – 14 000 ex).



- **Carte des véloroutes et voies vertes** : l'offre départementale s'est fortement développée au fil des ans et devient une offre de premier plan pour notre destination ce qui explique que son tirage a été revu à la hausse (Avenue Verte London Paris, Véloroute du Val de Seine, Véloroute du Lin, Véloroute du Littoral..) : cette carte valorise l'ensemble des tracés et des prestataires labellisés Accueil Vélo. (FR/GB – 32 000 ex).



- **Guide Avenue Verte London Paris** : topoguide présentant l'étape en Seine-Maritime de l'Avenue Verte London Paris ainsi qu'une sélection d'idées de visites et de prestations labellisées Accueil Vélo sur et à proximité de l'itinéraire cyclotouristique. (BG : non réédité en 2018 car stock restant – FR : 12 500 ex)



- **Guide Balades et randos nautiques** : pour la première fois édité sous forme de brochure en raison de l'augmentation de l'offre labellisée, ce guide valorise les activités nautiques proposées par les partenaires labellisés « Balades et randos nautiques » tout au long de l'été (FR – 10 000 ex)



- **Dossier de presse** : Ce dossier présente sur 35 pages, avec une mise en valeur sous forme d'illustrations ad hoc, les nouveautés et les incontournables de notre département. C'est un support imprimé à 700 exemplaires et réservé aux journalistes et professionnels.

3.3 Le web et le E-Marketing

La digitalisation des destinations est un vecteur d'attractivité pour les territoires.

La forte croissance des usages numériques renforce notre orientation de rendre les territoires autonomes et capables de répondre aux besoins de plus en plus croissants des visiteurs. Plus de 70% des clientèles touristiques intègrent le « online » dans leurs préparations de voyages : avant, pendant et après leur séjour. La stratégie e-marketing et numérique de Seine-Maritime Attractivité s'est orientée vers un renforcement de son positionnement sur le web, rendant la destination plus lisible et visible pour les internautes : optimisation du portail touristique, actions s'appuyant désormais majoritairement sur le référencement naturel (SEO), qualification fine

de l'offre au sein de la base de données normande, consolidation et gestion des prospects, etc.

- **Site SMA : www.seine-maritime-attractivite.com**
 - > mise en ligne : janvier 2018
 - > Nombre de sessions : 14 415
 - > Nombre de pages vues : 40 418
 - > Nombre de demandes traitées via le site SMA (questionnaire mis en place sur le site) : 18
 - > Nombre de sessions sur les pages listing locaux + terrain disponible : 1 463



- **Site touristique : www.seine-maritime-tourisme.com**
Ce site web lancé en 2014 connaît une fréquentation en hausse constante dont le niveau permet une visibilité optimale de toute l'offre de notre destination. Il permet de suggérer un nombre très important de séjours ou de visites. L'amélioration de son ergonomie et de son contenu est effectuée en continu. Le site profite en outre de contenus rédigés par l'équipe ce qui génère un très bon niveau de référencement naturel. SMA n'engage ainsi plus d'argent en référencement payant depuis 2018.
 - > Nombre de sessions : 844 907
 - > Nombre de pages vues : 1 729 923
 - > Dont pourcentage page offre via tourinfo : 41,4%
 - > Nombre de sessions sur la page « je réserve » : 23 170
- **Base prospects** :
 - > Nombre de prospects sur la base : 16 347
 - > Taux d'ouverture : 29, 72%
- **Réseaux sociaux** :
 - > FB : followers : 28 002
 - > Instagram : 6 830 followers / + 8% de followers
 - > Twitter : 7 286 followers / +29% de followers



3.4 Iconographie

Des éditions attractives et une communication digitale efficace impliquent une stratégie iconographique de qualité qui doit véhiculer une image forte et identitaire de la Seine-Maritime.

En 2018, 12 nouveaux reportages ont été réalisés par des photographes professionnels.

Parfois et afin de rendre les images vivantes, l'équipe joue le rôle des figurants.

- > 10 reportages par Hugo Zangl : Jardins de Bois-Guilbert / Château du Taillis / Entreprise Dehondt / Dieppe / Dragon Boat / Ferme du coq à l'âne / Huîtres Veules-les-Roses / Pêche coquilles Saint-Jacques / Printemps / Varangeville-sur-Mer
- > 1 reportage par Simon Cordevant : Fécamp
- > 1 reportage par Vincent Rustuel : Véloroute du lin



• Place de Marché :

- > Nombre de produits touristiques réservables en ligne : + de 760.
- > 17 nouveaux prestataires connectés en 2018.
- > 12 territoires partenaires.
- > Plus de 161 000 € de retombées économiques sur le territoire.
- > Plus de 2 500 réservations, soit une hausse de 115% par rapport à 2017.

Seine-Maritime Attractivité met à disposition de la communauté touristique une Place de Marché qui est un magasin en ligne permettant de réserver ou d'acheter en ligne des prestations sur l'intégralité des plateformes Internet de la Seine-Maritime (Portail touristique de la Seine-Maritime, OTSI/ PAT adhérents du dispositif, autres prestataires ou partenaires).

S'agissant des retombées globales, le déploiement de la Place de Marché a connu une croissance de 128 % en 2018 (par rapport à 2017). Une hausse de 6 % du panier moyen a été enregistrée. Il atteint désormais 62 €.

L'évolution vérifiée sur les 5 dernières années d'activités démontre l'importance de la réservation en ligne de prestations ou produits sur nos territoires.

3.5 Les actions vers la presse et les médias

Ce travail bénéficie de l'intervention de deux collaborateurs qui se répartissent les relations presse, mais aussi du travail de l'attaché de presse de l'agence qui œuvre sur l'année selon un programme précis défini en n – 1. Cette offre de service de l'agence est partagée avec les offices de tourisme et les territoires de la Seine-Maritime. La parution réelle tarde toutefois parfois à venir : elle peut prendre entre quelques semaines et parfois plus d'une année !

- **142 accueils presse** dont 58 journalistes étrangers accueillis. Ces accueils mobilisent l'équipe qui s'efforce de les satisfaire alors même qu'ils sont irréguliers et imprévisibles. L'enjeu est d'autant plus fort que le journaliste ou le média a une forte audience.
- **L'assistance presse** consiste à répondre et traiter les demandes diverses de journalistes ou de médias souhaitant évoquer nos offres ou reprendre notre actualité sans qu'un accueil physique ne soit réalisé. Ces demandes se sont élevées à 96 en 2018 (contre 65 l'année précédente). Les demandes de visuels qualitatifs et parfois très détaillés sont les plus courantes.
- **8 voyages presse** et 44 journalistes accueillis représentant les plus grands médias nationaux. Parmi les supports les plus connus il est possible de citer notamment : Le Figaro Magazine, Pleine Vie, Échappées Belles, La Maison France 5, TV5 Monde, Télérama, RMC Découverte, Météo à la carte, Détours en France...

Certaines de ces retombées presse peuvent générer de véritables phénomènes particulièrement positifs pour la notoriété d'une destination ou d'un prestataire. La diffusion de certaines émissions très populaires permet de réaliser un véritable coup de projecteur très profitable en terme de fréquentation.



Les thèmes et dates de voyage en 2018 ont été :

- Littérature / 11 janvier 2018
- Nouveautés / 25 et 26 avril 2018
- Famille / 13 et 14 juin
- Jardins / 4 et 5 juillet
- La Côte d'Albâtre en arrière-saison / 29 et 30 août
- Vélo et abbayes / 11 et 12 octobre
- Patrimoine Secret de Seine-Maritime / 8 et 9 novembre
- Gastronomie / 6 et 7 décembre



3.6 Les Salons

En matière de promotion, le salon, qu'il soit grand public ou professionnel, permet de toucher les clientèles de proximité que SMA cible prioritairement. L'offre résidentielle, d'implantation ou de destination y est valorisée en B to B ou en B to C selon les stratégies de chaque salon.

Ces événements sont ouverts aux partenaires de SMA : Offices de Tourisme, EPCI, agences de développement économique, prestataires... qui peuvent ainsi partager l'espace d'exposition de la Seine-Maritime ou de la Région.

9 salons ont été fréquentés en 2018 dont 2 professionnels et 2 sur des thématiques d'attractivité économique et résidentielle.

3.6.1 Salons Grand Public

- > **Tourissima Lille** / 26 au 28 janvier / 20 000 visiteurs
- > **Destination Nature** / 15 au 18 mars / 112 000 visiteurs
- > **Salon des vacances Bruxelles** / 1^{er} au 4 février / 105 000 visiteurs
- > **Salon Agriculture** / Paris / 24 février au 4 mars
- > **Salon fiets and wandelbeurs** (Randonnées) / Utrecht/Pays Bas / 2 au 4 mars
Salon spécialisé sur les pratiques de randonnée dont les vacances à vélo pour lesquelles les hollandais sont à la recherche de grands itinéraires et de nouveautés. La Seine-Maritime y a fait bonne figure avec Latitude Manche et le CRT en présentant notamment sa nouvelle édition du Tour de la Seine-Maritime à Vélo.
- > **Emigratiebeurs** (Salon de l'émigration) / Utrecht/Pays Bas / 10 au 11 février
Cette première participation à ce plus grand salon de l'émigration d'Europe a permis de faire connaître la Seine-Maritime, son environnement économique et son art de vivre auprès de néerlandais prêts à s'expatrier. Poursuivre la présence durablement sur cet événement sera indispensable afin de poser la notoriété et les atouts de notre département au sein de la Normandie.
Pour l'occasion, SMA s'est associée au Havre Développement et à Caux Seine Développement.
- > **Salon Parcours France** (salon de mobilité professionnelle) – Paris Palais Brognart



3.6.2 Autres opérations et salons vers les professionnels

Deux événements professionnels ont été assurés par l'équipe pour promouvoir notre offre touristique :

- > **Rendez-vous France** à Paris (présence de deux personnes de SMA) 60 contacts pro
- > **Bourse d'Échanges** à l'Abbaye de Gruchet-le-Valasse le 20 mars

Organisation de la rencontre des professionnels du tourisme de la Seine-Maritime – bourse d'échanges de documents. Cette rencontre est un des rendez-vous annuels incontournables pour la communauté touristique du département, qui permet à plus de 300 professionnels du tourisme de se rencontrer et d'échanger. 85 destinations ou lieux de visite y tenaient un stand. Merci au soutien de Caux Seine Tourisme !

3.7 Le Tour Voile les 9 et 10 juillet à Dieppe

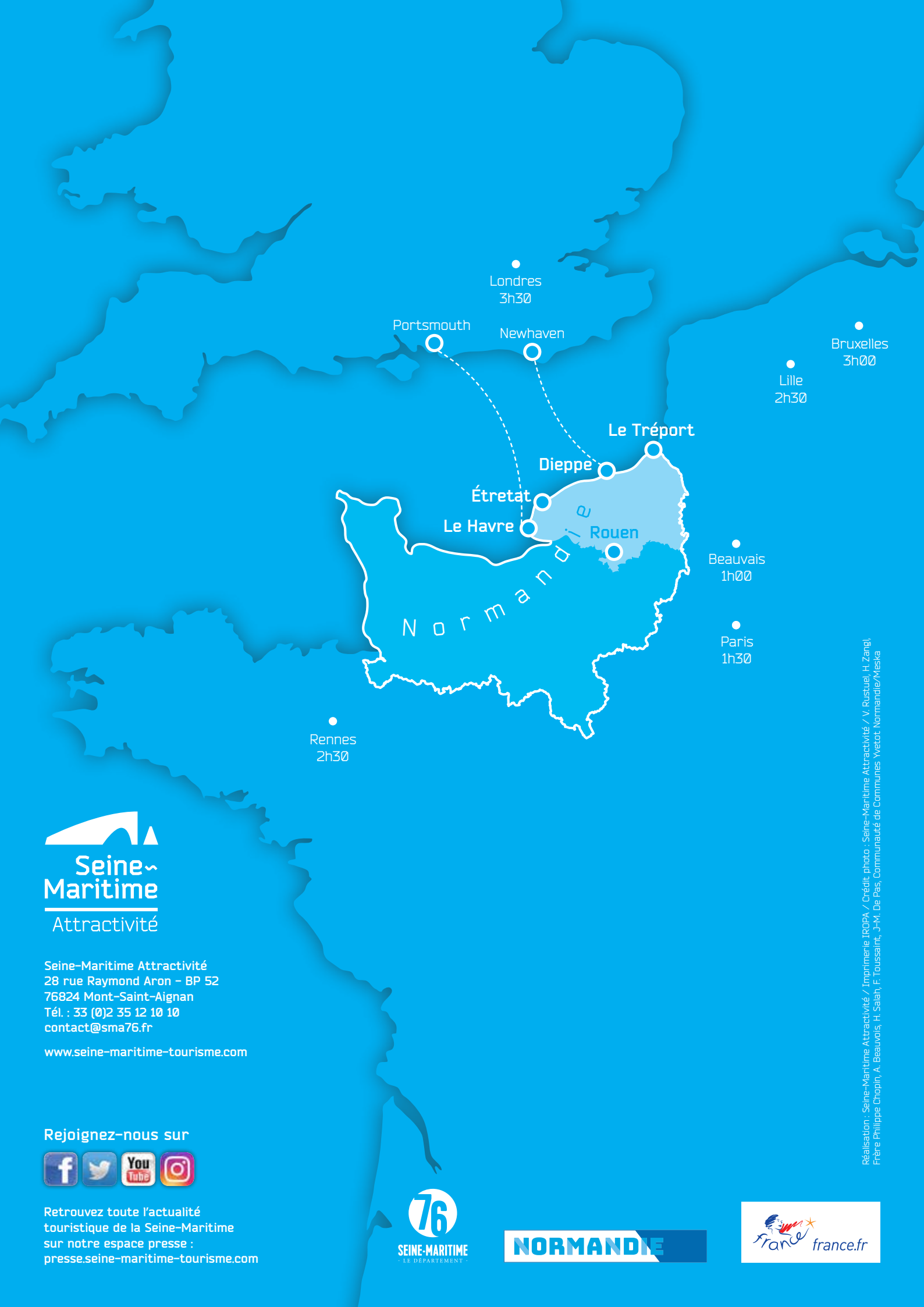
Cet événement organisé par ASO a été repris pour la première fois par SMA après plusieurs éditions gérées par la CCI de Dieppe.

Le Tour Voile fait partie des rendez-vous incontournables de la voile. Chaque année, le Tour réunit régatiers français et étrangers. Les équipages se confrontent lors de Stades Nautiques et de Raids Côtiers le long du littoral français. Durant dix-sept jours, les marins issus de tous les horizons de la voile bataillent sans répit pour remporter la compétition et ajouter leurs noms à la longue liste des vainqueurs du Tour Voile, qui illustre, avec son format mixte, les marins les plus complets. Le format du Tour Voile a évolué en 2018 et s'est intensifié : 7 actes et 15 journées de course. Une cadence effrénée où rigueur, engagement et régularité sont les clés de la réussite.

À Dieppe pour la première étape après le grand départ de Dunkerque, les Diam 24od ont navigué au pied des mythiques falaises de la Côte d'Albâtre lors des régates en Stades Nautiques et Raid Côtier.

Outre l'équilibrage du budget de cette manifestation nautique nationale de premier plan, SMA a assuré l'interface entre ASO et les instances locales tout autant que l'animation du village d'exposants tout au long des deux journées de course. Deux conférences de presse, l'une à Rouen, l'autre à Dieppe, ont été proposées aux journalistes. Plus de 50 personnes ont assisté à celle de Dieppe. La soirée des équipages a réuni près de 600 personnes dans la halle à marée du port de Dieppe le lundi 9 juillet avec animation musicale de jazz et soutien du comité du bout du quai de Dieppe. Merci encore à tous les partenaires et au port de Dieppe car cet événement a permis une animation spectaculaire du front de mer de Dieppe pendant quasiment 3 journées en tout début de haute saison touristique.





Seine~ Maritime

Attractivité

Seine-Maritime Attractivité
28 rue Raymond Aron - BP 52
76824 Mont-Saint-Aignan
Tél. : 33 (0)2 35 12 10 10
contact@sma76.fr

www.seine-maritime-tourisme.com

Rejoignez-nous sur



Retrouvez toute l'actualité
touristique de la Seine-Maritime
sur notre espace presse :
presse.seine-maritime-tourisme.com



Réalisation : Seine-Maritime Attractivité / Imprimerie IQOPA / Crédit photo : Seine-Maritime Attractivité / V. Rustuej, H. Zangl, Frère Philippe Chopin, A. Beauvais, H. Salah, F. Toussaint, J-M. De Pas, Communauté de Communes Yvetot-Normandie/Meska