

**Assemblée Générale  
Club « D-Day »**

Mardi 31 janvier 2017  
Airborne Museum  
Sainte Mère Eglise - 14h30



Compte-rendu

**Etaient présents :**

Musée du Débarquement Arromanches – Frédéric SOMMIER  
Musée du Débarquement Arromanches – Isabelle MARIE  
CdC Côte d’Albatre – Aurélie BOUTEILLER  
Manche Tourisme – Angela FLAMBARD  
Overlord Museum – Audrey ZEVACO  
OT de Caen – Florence NIKOLIC  
Musée de Utah Beach – Séverine LETOURNEUR  
Musée de Utah Beach – Marion COQUOIN  
ONACVG 50 – Thomas POUTY  
Memorial de Caen – Jean-Yves ANDRE  
Bayeux Museum – Fanny GARBE  
Fédération des Guides de Normandie – Anne GOSSELIN  
Fédération des Guides de Normandie – Noémie de GOUSSENCOURT  
Fédération des Guides de Normandie – Corinne JOIMEL  
Batterie d’Azeville – Claire PONS  
OT Ouistreham Riva Belle – Emmanuelle HARDOUIN  
Musée America Gold Beach – Jean-Pierre DUPONT  
Musée America Gold Beach – Gérard RUETTE  
Musée Memorial Omaha Beach – Catherine CHARTIER  
Musée Memorial Omaha Beach – Valérie TUNY  
Musée Batterie de Merville – Pascaline DAGORN  
ONACVG – Julia QUELLIEN  
ONACVG – Clarisse CHEVALIER  
ONACVG 14 – Franck LECONTE  
Mémorial de Mont-Ormel – Stéphane JONOT  
CdC Baie du Cotentin – Jacky MAILLARD  
Région Normandie – Sandrine FANGET  
Région Normandie – Isabelle LEBRETON  
OT IGI – clémence FOSSE  
OT Bayeux – Didier LLORCA  
NST – Vincent HUET  
Seine-Maritime Attractivité – Xavier PREVOTAT  
CREACOM Production – Philippe MINOT  
ONACVG 76 – Charlotte DANET

Airborne MUSEUM – Magali MALLET  
Airborne MUSEUM – Clémence TREOL  
Musée de la Bataille de Tilly sur Seules – Stéphane JACQUET  
CRT Normandie – Grégory DELAHAYE  
CCI ouest Normandie – Denis MARION  
OT Baie du Cotentin – Maryline LEMOUTON

#### **Membres Excusés :**

CDT 14 – Karl JOLY  
Manche Tourisme – Benjamin TETARD  
Conseil Départemental de l'Orne – Patrick VILLE  
Centre Juno Beach – Nathalie WORTHINGTON  
Mémorial Pegasus – Beatrice LECONTE  
CRT Normandie – Jean-Louis LAVILLE

### **Ordre du jour :**

- I/ Evolution du Club D-Day en Cluster**
- II/Points sur adhésion Club D-Day**
- III/Bilan des actions 2016**
- IV/Budget 2017**
- V/Actions 2017**

## **I/ EVOLUTION DU CLUB EN CLUSTER D-DAY**

### **❖ Le Cluster : un outil au service d'une stratégie**

Travailler conjointement la qualification de l'offre et la promotion  
Associer nos compétences et définir ensemble une meilleure stratégie en s'appuyant sur le Contrat de Destination Tourisme de Mémoire.

Les enjeux :

Structurer l'Après Contrat de Destination

Pérenniser les actions

S'ouvrir à de nouveaux acteurs

L'organisation du Cluster :

Un cluster de professionnels avec différents statuts

Des partenaires ayant envie de contribuer à notre démarche et proposer leur expertise au service de la destination (CCI, DRAC, ESPE ...)

Des adhérents : prestataires et sites

Des membres de droit

Des groupes de travail spécifiques comme au sein du club

Validation par l'assemblée de l'installation du Cluster D-Day

Mise en place des nouveaux statuts en 2017

Continuité des actions

## II/ POINTS ADHESION CLUB D-DAY

- ❖ 2015 : 46 membres mais adhésion gratuite
- ❖ 2016 : 34 membres (musées, offices de tourisme, guides)
  - 14 partenaires membres du Comité de pilotage et du Club D-day
  - 20 partenaires membres du Club
- ❖ Objectif 2017 : minimum 34 voire plus
- ❖ Rappel sur la Charte d'engagement :
  - Le CRT anime le club
  - Les établissements signataires contribuent au développement de la filière
  - Le membre du club accepte les règles de fonctionnement
  - Le club réunit chaque année une Assemblée Générale
  - Le suivi opérationnel est assuré par un comité e pilotage
  - Adhésion au club avec signature de la Charte d'Engagement

## III/ BILAN DES ACTIONS 2016

### ❖ Guide « D-DAY », édition 2016

Le Guide D-Day est paru en mars 2016, regroupant **l'ensemble de la filière Tourisme de Mémoire**

Tirage : 300 000 exemplaires

150 000 Français

120 000 Anglais

30 000 Néerlandais

Très bien accueilli et attendu

Visuel émotion sur la page de Couverture



### ❖ Les sites internet

Un site internet touristique

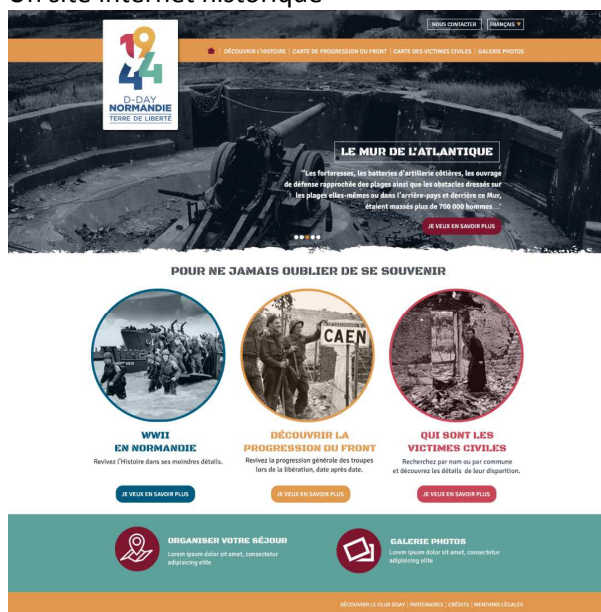




### Un site internet responsive

- Une frise chronologique
- Présentation des Plages du Débarquement
- Présentation des Lieux de visite
- Présentation des Evènements
- Présentation de l'histoire (lien vers le site internet historique)

### Un site internet historique



### Un site internet responsive

- L'Histoire du Débarquement
- La carte de la progression du front
- La carte des victimes civiles
- Les grandes étapes du Débarquement
- Images et vidéos d'archives

### ❖ Les éléments de communication et d'information

- Un 16 pages special Normandie
- Un encart dans le Petit Futé Spécial Normandie
- 4 pages D-Day dans le guide des restaurants du Calvados
- Une double page dans le Top Evasion
- Une page dans le magazine Energie
- Impression d'une carte paysage 800X600, 200 exemplaires à disposition des partenaires
- La seconde de couverture dans le programme « un été 44 »

44 | CULTURE | SPECTACLES

« Un été 44 »  
entre ombre et lumière

ERIC MANDEL

Une comédie musicale sur la Seconde Guerre mondiale et la Libération? Sur le papier, le sujet laissait présager le pire. Comment retracer en chansonnettes cette période sombre de l'histoire abondamment célébrée ces deux dernières années sans verser dans les bons sentiments et le pathos grandiloquent? Et pourtant, *Un été 44* se révèle une bonne surprise. Initié par Valéry Zeitoun, ancien directeur de label chez Universal, reconverti dans la production de spectacle (*Les Vieilles Canailles*, avec Johnny Hallyday, Eddy Mitchell et Jacques Dutronc, c'est lui), ce show évite bien des écueils, à commencer par la surenchère d'effets spectaculaires. Une mise en scène sobre mais habile avec Marisa Berenson pour narratrice sur écran géant, nous fait voya-



Un spectacle porté par de jeunes comédiens-chanteurs convaincants. PHOT

ger des caves normandes sous les bombardements aux lampions de la capitale libérée.

Un casting impressionnant d'auteurs-compositeurs

Durant deux heures, on suit le destin de trois sœurs et de leur cousin, Petit René, qui rêve de résistance sans oser rejoindre le maquis. On croise un GI durant le Débarquement, un soldat allemand qui n'a rien d'un salaud, tous plongés dans le tourbillon de l'histoire même si ses pages les plus noires (la violence de l'Épuration, les camps de la mort) sont forcément érudées. On reste dans un divertissement grand public, sans être lénifiant pour autant. La peur, la mort, l'amour interdit entre une Française et un Allemand, l'exode sont également évoqués au fil de tableaux qui alternent scènes de comédie et musique jouée en direct par un groupe de quatre musiciens.

Porté par de jeunes comédiens-chanteurs convaincants, *Un été 44* séduit surtout par la qualité de ses chansons écrites par un casting impressionnant d'auteurs-compositeurs: Maxime Le Forestier, Erick Benzi, Jean Fauque (parolier de Bashung), l'immense Claude Lemesle, François Bernheim, Alain Chamfort sans oublier Charles Aznavour et Jean-Jacques Goldman, qui offre la chanson de clôture d'un spectacle populaire et de bon goût.

*Un été 44*, Le Comedia, Paris (75010). Jusqu'au 26 février 2017 puis en tournée dans toute la France à partir du 6 mai. Rens. : 01 42 38 22 22 et e-comedia.fr

Laissez-Vous Tenter @LVT\_RTL - 37 min  
#UnEte44 : "Un des meilleurs spectacles de la rentrée, Barbara Pravi est magnétique", dit @StevenBellery dans #LaissezVousTenter ❤️  
Vous et Barbara Pravi



www.normandie-dday.com

www.normandy-dday.com

**Carte Les musées, sites naturels et cimetières militaires**

LES ALLIÉS PRÉPARENT LE D-DAY

- Le Havre
- Le Havre - Musée de la Libération
- Le Havre - Musée de la Résistance
- Le Havre - Musée de la Normandie
- Le Havre - Musée de la Normandie
- Le Havre - Musée de la Normandie
- Le Havre - Musée de la Normandie
- Le Havre - Musée de la Normandie
- Le Havre - Musée de la Normandie

OMAHA BEACH

- Omaha Beach
- Omaha Beach
- Omaha Beach
- Omaha Beach
- Omaha Beach
- Omaha Beach
- Omaha Beach
- Omaha Beach
- Omaha Beach

JUNO BEACH

- Juno Beach
- Juno Beach
- Juno Beach
- Juno Beach
- Juno Beach
- Juno Beach
- Juno Beach
- Juno Beach
- Juno Beach

LA NORMANDIE EST ÉTALE EN CINQUANTE JOURS DE LA GUERRE

- La Normandie
- La Normandie
- La Normandie
- La Normandie
- La Normandie
- La Normandie
- La Normandie
- La Normandie
- La Normandie

❖ **E-letters :**

Trois E-letters Grand Public ont été envoyées

- **mai 2016** : « un nouveau musée, unique au monde ! » 2600 contacts
- **juin 2016** : « Le débarquement, c'est ce week end ! » 2800 contacts
- **octobre 2016** : « Tout pour une visite inoubliable ! » 1680 contacts

❖ **Création de contenu en partenariat avec l'agence « Les conteurs »:**

Afin de développer la notoriété et l'image de la Normandie, l'Agence Les Conteurs a créé du contenu d'expériences en se rendant sur différents sites et musées.

Tout au long de l'année, elle publie sur son blog « Les Escapades » des idées de visites.

[www.les-escapades.fr/visiter-france/normandie](http://www.les-escapades.fr/visiter-france/normandie)

<http://www.les-escapades.fr/visiter-les-plages-du-debarquement/>

Ce contenu pourra être intégré sur les sites internet du CRT.

❖ **Fiche Etude le Tourisme de Mémoire**



❖ **Salons/Workshop**

- Salon des Vacances Bruxelles – Grand Public- beaucoup de seniors
- Otan Bruxelles
- French Affair New York
- Workshop ANCV avec Manche Tourisme
- Salon CE Rouen
- Canopé Rouen
- Map Pro Paris
- 

❖ **Voyage d'études/ Eductour / Accueil**

- Eductour « Découvrir les nouveautés de la Normandie » - début novembre avec Voyagistes Français

- Voyage d'Etude « Découvrir et rencontrer les professionnels du Tourisme de Mémoire de la Première et seconde Guerre mondiale – Nord Est de la France/ Belgique et Pays-Bas – mi-novembre
- Eductour de voyageurs scolaires britanniques mi-novembre



#### ❖ Reportages vidéos sur des vétérans

- 4 reportages :
  - 1 Français du Commando Kieffer
  - 1 Combattant allemand
  - 1 franco-américain
  - 1 britannique
- 3 thèmes :
  - Une partie historique
  - Une partie touristique
  - Les valeurs fondamentales



#### ❖ Budget

**BUDGET D-DAY du CRT**

<b>RECETTES BUDGET CRT</b>	BUDGET 2016 (AG)	situation au 31-12-2016	Prévision au 31-12-2016	Observations:
CRT	191 000 €	191 686 €	113 850 €	
CDT (14-50-76)				
CD 61	2 000 €			
Adhésions des membres	7 000 €	9150	9 150 €	
Actions spécifiques	0 €	700	0 €	
<b>TOTAL</b>	<b>200 000 €</b>	<b>201536</b>	<b>125 000 €</b>	

<b>AUTRES RECETTES HORS BUDGET CRT</b>	BUDGET 2016	situation au 31-12-2016		
CDT 14	30 000 €	30000		
CDT 50	9 000 €	10000		
CDT 76	1 500 €	3000		
<b>TOTAL</b>	<b>40 500 €</b>	<b>43000</b>		

<b>DEPENSES BUDGET CRT</b>	BUDET 2016 voté lors AG	situation au 31-12-2016
<b>EDITION - Guide du Visiteur 1944</b>	<b>84 700 €</b>	<b>51 937 €</b>
Pré:Presse guide		
Traduction GB / Néerlandais		3494
impressions guide 2016		48443
Edition FR/GB/NL		
Edition Marché Allemand		
<b>ACTIONS Anniversaire du D-Day</b>	<b>10000</b>	<b>0 €</b>
opération fierté		0 €
<b>on-line</b>	<b>45 000 €</b>	<b>79 390 €</b>
Développement Site Dday		62472
Site historique DDAY		10272
Maintenance Site Histo Dday		816
Traduction contenus Gb/D/Ne/Es/lt		
Promotion on-line		
Hébergement du site		1068
contrat de surveillance Marque Jursitatent		936
escapade		3660
Noms de domaines		166



Adwords, Référencement, Développement de Contenus		
<b>PRESSE</b>	<b>5 000 €</b>	<b>0</b>
Mise en avant des nouveautés D-Day		0
<b>COMMUNICATION</b>	<b>30 000 €</b>	<b>43 669</b>
encart D-Day Petit Futé		2 700
Impression Carte D-Day		2 166
impression aff Vironvay DDFN		240
Poster DDAY 53X73		89
Encart D-Day Top Evasion		1 680
Magazine Energie		1 020
Reportage Vétérans		11 508
un été 44		24 266
Campagne de communication on-line/off-line - selon supports ou marché		
<b>ACTIONS VERS LES PROS</b>	<b>14 800 €</b>	<b>22209</b>
Salons des Vacances Bruxelles		186
Salon Map Pro Septembre		4521
Salon Workshop ANCV Manche		50
Offres Scolaires		880
French Affair New York		3084
Voyages d'Etudes Sem 46		9531
Eductour TO parisiens		2902
Guides du Routard		1055
Road Show Canada		
Eductour / Study Trip		
<b>DIVERS</b>	<b>5 500</b>	<b>4 331 €</b>
Frais		4 331 €
<b>INNOVATION ET OUTILS 2016</b>	<b>5 000 €</b>	
<b>TOTAL</b>	<b>200 000 €</b>	<b>201 536 €</b>

## IV/ BUDGET 2017

<b>RECETTES BUDGET CRT</b>	BUDGET 2016 (voté en AG)	Prévision au 31- 12-2016	Prévisionnel 2017 (sous réserve)	Observations:
CRT	191 000 €	190 150 €	113 850 €	
CDT (14-50-76)				
CD 61	2 000 €	0	2 000 €	
Adhésions des membres	7 000 €	9150	9 150 €	
Actions spécifiques	0 €	700	0 €	
<b>TOTAL</b>	<b>200 000 €</b>	<b>200 000 €</b>	<b>125 000 €</b>	

<b>AUTRES RECETTES HORS BUDGET CRT</b>	BUDGET 2016	Prévision au 31- 12-2016	Prévisionnel 2017 (sous réserve)	Observations
CDT 14	30 000 €	30000	20 000 €	à régler à l'imprimeur en direct
CDT 50	9 000 €	10000	10 000 €	à régler à l'imprimeur en direct
CDT 76	1 500 €	3000	3 000	à régler à l'imprimeur en direct
<b>TOTAL</b>	<b>40 500 €</b>	<b>43000</b>	<b>33 000 €</b>	

<b>DEPENSES BUDGET CRT</b>	BUDET 2016 voté lors AG	Prévision au 31- 12-2016	Prévisionnel 2017 (sous réserve)	Observations
EDITION - Guide du Visiteur 1944	84 700 €	51 937 €	65 000 €	Plus Diffusion
ACTIONS Anniversaire du D- Day	10000	0 €	10 000 €	Opération Fierté D- day
On-LINE	45 000 €	90 898 €	7 000 €	Eletter, Vidéos vétérans
PRESSE	5 000 €	0	5 000	
COMMUNICATION	30 000 €	32 161	6 000 €	
ACTIONS	14 800 €	22209	27 000 €	WorkShop Un été 44
INNOVATION ET OUTILS 2016	5 000 €	0	0 €	
DIVERS	5 500	4 331 €	5 000 €	
<b>TOTAL</b>	<b>200 000 €</b>	<b>201 536 €</b>	<b>125 000 €</b>	

## V/ ACTIONS 2017

### LES ACTIONS PROPOSEES :

#### ❖ Guide D-Day

- 300 000 exemplaires (FR-GB-NL)
- Même visuel phare pour la couverture (visuel Emotion de la Marque D-Day)
  - Modification des 4 photos bandeau
- Pages historiques approfondies sur Dieppe
  - Encarts avec quelques évènements pour les cérémonies
  - 75<sup>ème</sup> Anniversaire du Jubilee de Dieppe le 19 aout 1942
- Une page dédiée à la Semaine acadienne (aout 2017)
- Un encart dédié à International Film Festival World War II Foundation (Tim Gray) (juin 2017)
- Un encart pour commencer à annoncer le 75<sup>ème</sup> Anniversaire du 6 juin 1944.
- Visuel D-Day Festival Normandy en dernière page de couverture

#### ❖ Le On-Line

2 voire 3 autres reportages de Vétérans à programmer en 2017:

- Un Polonais (en attente de son accord)
- Un Canadien (en recherche avec Juno Beach)
- Un Belge de la Brigade Piron (en recherche)

Utiliser un maximum ces vidéos qualitatives par des éléments de communication etc...

Recensement des commémorations via le Comité du Débarquement = mise en ligne sur le site internet D-Day.

#### ❖ Les Salons/Workshop (présence du Club D-Day)

- à l'AG de la LRE à Bruxelles le 26 janvier 2017
- Salon de Bruxelles du 2 au 5 février 2017
- Road Show Canada du 28 février au 3 mars 2017 (4 villes du Canada)
- Map Pro à Paris du 26 au 27 septembre 2017?
- French Affair automne 2017

#### ❖ Une opération « Evènement » :

- Une soirée parisienne « **Un été 44** »
- Workshop dans un des salons du Comedia
  - Partenaires D-DAY normands
  - Voyageurs parisiens
  - Journalistes de la presse nationale
- Spectacle musical
- Vendredi 17 février 2017
- Spectacle + Business (33 personnes)

#### ❖ Accueil Presse :

- Accueil Presse britannique avec collègues du marché Grande Bretagne
- Durant le week end du 6 juin 2017
- Visite des sites D-Day

- Participations aux cérémonies commémoratives et manifestations du D-Day

❖ **Reportage photos/Vidéos**

- Durant le week end du 6 juin 2017 : reportage photos/vidéos « famille », afin d'obtenir des visuels émotion pour une large utilisation et un renouvellement de la photothèque.

❖ **3 E-letters D-Day GP prévues en 2017**

- Printemps (6 juin et D-Day festival)
- Été (axée sur les sites extérieurs)
- Vacances d'automne (idées sorties en famille)
- Chaque membre du Club D-Day recevra la première E-letter, libre à lui de s'inscrire pour recevoir les suivantes

❖ **Scoring**

- Tous les 2 ans, les sites payants du D-Day passent le Scoring
  - Notation touristique qui permet de situer le musée par rapport aux autres
  - Musée incontournable
  - Musée complémentaire
  - Mise en place d'une aide de la coordinatrice si besoin
  - Volonté collective de s'améliorer
  - Fin 2014-début 2015 premier scoring
  - 2017 renouvellement

❖ **Eductour**

Réflexion sur un **Eductour** ouvert aux membres du Club D-Day (Normandie ? Hors Normandie?)

❖ **Carte D-Day**

Mise à jour et impression de la **Carte D-Day** en 800X600

- Utilisation et distribution lors des Salons
- Utilisations (présence à l'accueil des sites) pour une meilleure visibilité du Tourisme de Mémoire en Normandie pour les Visiteurs français comme étrangers.

❖ **Groupes de Travail**

- Mise en place au printemps de 2017
- Réflexion sur le marché allemand pour la création et la conception d'un document de communication destiné au public allemand (carte-flyer?)
- Réflexion sur un pass D-Day simplifié pour 2018
- Réflexion sur le public scolaire

❖ **Le Salon Rendez-vous en France » :**

Rouen les 28-29 MARS 2017)- [www.rendezvousenfrance.pro](http://www.rendezvousenfrance.pro)

Ce salon permettra aux acteurs du tourisme français de rencontrer près de 900 tour-opérateurs de 60 pays.

23 pré-tours sont organisés en amont, du 22 au 27 mars dont un sur le thème des jardins coordonné par les Comités Départementaux de Tourisme.

A l'issue de l'assemblée générale du Club D-Day, Monsieur Denis Marion de la CCI Ouest Normandie a présenté le Réseau **Bienvenue en Normandie**.

Il s'agit d'une démarche ouverte à tous les prestataires normands qui consiste à afficher son engagement à bien accueillir et à bien renseigner nos millions de visiteurs pour mieux les fidéliser.

Pour en savoir plus : [www.bienvenue-normandie.fr](http://www.bienvenue-normandie.fr)

