

NORMANDIE



RÉGION
NORMANDIE
www.normandie.fr

SOMMAIRE

COMMUNIQUÉ DE PRESSE p1

LA MÉTHODE EN AMONT p3

PORTRAITS D'AMBASSADEURS p6

LA MARQUE NORMANDIE p8

INTENSÉMENT NORMAND ! p10

L'ÉCONOMIE NORMANDE p12

LA RECHERCHE NORMANDE p14

L'AGRICULTURE NORMANDE p15

LA NORMANDIE RÉGION LEADER POUR LE COMMERCE EXTERIEUR p16

INVESTISSEMENTS DES ENTREPRISES ÉTRANGÈRES EN NORMANDIE p17

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

LE 23 JUIN 2017

« Normandie Région-Monde » : La Normandie lance sa stratégie pour développer son « soft power » et rayonner à l'international

Moins d'un an après le lancement d'une vaste démarche de co-construction qui a mobilisé plus de 6 000 Normands, la Région Normandie dévoile aujourd'hui sa stratégie pour promouvoir l'excellence normande à l'international et faire de la Normandie une destination première pour les investisseurs, les touristes, les entreprises, les étudiants et les talents. Avec la création d'une marque de territoire et le lancement d'une nouvelle agence de l'attractivité, la Région s'engage dans une démarche d'attractivité globale et entend faire de la Normandie une « Région-Monde ».

DEVENIR UNE « RÉGION-MONDE »

« Dans le monde concurrentiel d'aujourd'hui, un territoire doit savoir faire reconnaître ses atouts, les faire fructifier pour atteindre l'excellence et les ériger en porte-drapeau pour conquérir, attirer et faire rester. La stratégie d'attractivité que nous lançons aujourd'hui a précisément cet objectif. Nous avons tous les moyens pour faire en sorte que la Normandie soit une belle et grande région reconnue en France et à l'international » déclare Philippe Augier, pilote du projet et Maire de Deauville.

« L'ambition que la Normandie va porter dans les prochaines années sera de devenir une « Région-Monde », une région ouverte sur le monde. Elle l'est déjà par son histoire, par son économie ouverte, par ses flux... Elle est tournée de longue date vers le monde anglo-saxon. Ses horizons l'emportent naturellement au-delà des mers. Ses artistes, ses intellectuels, son rôle dans l'histoire y ont aussi contribué. La Normandie « parle » au monde, elle est la région la plus connue au monde avec la Californie, mais elle doit confirmer cette position et développer son soft power pour rayonner à l'international » déclare Hervé Morin, Président de la Région Normandie.

FÉDÉRER L'ENSEMBLE DES NORMANDS AUTOUR DE LA DÉMARCHE

Condition indispensable au rayonnement de la Normandie, l'un des principaux objectifs de la nouvelle stratégie d'attractivité normande est de fédérer l'ensemble des acteurs du territoire autour de la démarche et de donner un sens collectif à la Normandie.

Le diagnostic territorial élaboré, entre autres, à partir d'un questionnaire adressé à l'ensemble des Normands, révèle, en effet, un manque de confiance dans les atouts de la Normandie, souvent pour partie lié à une méconnaissance du territoire et de ses richesses.

« Pour faire une Normandie attractive, il faut des Normands qui connaissent leur territoire, en soient fiers et le disent ! Cette démarche d'attractivité ne fonctionnera que si les Normands s'emparent de ce projet et acceptent de le porter très haut et très loin, en remplaçant aussi souvent que possible le « je » par le « nous », l'action individuelle par le collectif. Nous devons tous être acteurs de la Normandie pour être plus forts à l'international » explique Hervé Morin.

DEUX NOUVEAUX OUTILS AU SERVICE DU DÉVELOPPEMENT DU SOFT POWER NORMAND

Normandie Attractivité

Présidée par Philippe Augier et installée au Havre, ville monde par excellence la nouvelle agence de l'attractivité normande assurera la mise en œuvre du projet « Normandie Région-Monde ».

L'agence prolongera la démarche engagée depuis juin 2016 par la Mission Attractivité Normandie (MAN) et pilotera la politique de la promotion et la valorisation de la Normandie, ainsi que sa mise en visibilité auprès des acteurs régionaux, nationaux et internationaux :

- Gestion de la marque territoriale
- Travail d'influence au niveau mondial
- Articulation des diverses démarches d'attractivité et de promotion du territoire
- Travail sur les synergies et animation du réseau des ambassadeurs de la Normandie
- Détection et impulsion de projets
- Accompagnement des grands événements normands
- Création d'outils d'aide à la décision

Pour atteindre ces objectifs, l'agence Normandie Attractivité s'appuiera sur les forces vives du territoire (entreprises, associations, organismes publics...), mais aussi sur les collectivités.

La marque « Normandie », un nouveau porte-drapeau pour la région

La marque « Normandie » doit permettre de porter un discours unique sur la Normandie et de donner une image d'unité. Elle a vocation à être utilisée par tous les acteurs privés et publics qui souhaitent se référer au territoire pour promouvoir leurs activités sur la scène nationale ou internationale.



Version nationale



Version internationale

Capitalisant sur la notoriété internationale de la Normandie, la marque se compose du seul nom du territoire régional. Avec une typographie puissante, conquérante mais accueillante par sa rondeur ainsi que des jeux de couleurs et de textures modulables à l'infini, le logo se veut facilement personnalisable et incarne les valeurs de la Normandie : attachement à la Normandie, ouverture au monde, partage, audace, développement durable...

LA MÉTHODE EN AMONT :

**UNE DÉMARCHE DE CO-CONSTRUCTION
QUI A MOBILISÉ PLUS DE 6 000 NORMANDS !**



En juin 2016, une équipe projet baptisée Mission Attractivité Normandie (MAN) a été créée au sein du Conseil régional de Normandie. Pilotée par Philippe Augier, celle-ci avait pour mission de poser les fondations de la future agence de l'attractivité normande en engageant le dialogue avec les Normands. Cette démarche collective s'est effectuée en 3 étapes...

OCTOBRE-NOVEMBRE 2016

Réalisation d'un diagnostic territorial auprès de tous les Normands (enquête par questionnaire ouvert à tous, groupes de travail « Normandie Labs »...) complété par une analyse des données existantes sur le territoire, pour comprendre ce qui fait l'identité de la Normandie, ses valeurs, ses forces, ses faiblesses.

DÉCEMBRE - JANVIER 2017

Analyse par le Comité stratégique de la MAN des résultats de la consultation et élaboration d'une stratégie d'attractivité avec l'appui du cabinet CoManaging, spécialisé en marketing territorial.

AVRIL-MAI 2017

Création de la marque « Normandie » par MMAP, agence de conseil en marketing et communication.



LA DÉMARCHE EN QUELQUES CHIFFRES :

- 9 groupes de travail baptisés « Normandie labs » réunissant plus d'une centaine d'acteurs
- 5 forums publics (Rouen, Caen, Saint-Lô, Alençon et Evreux) sur le rayonnement de la Normandie mobilisant plusieurs centaines de personnes
- Plus de 4700 réponses au questionnaire
- 6 réunions du comité stratégique
- Déjà 1 500 ambassadeurs
- Près de 1 800 abonnés sur twitter
- Près de 1 200 « J'aime » sur facebook

LES MEMBRES DU COMITÉ STRATÉGIQUE

Philippe Augier, Président de la Mission Attractivité Normandie (MAN), Maire de Deauville

Marie-Agnès Poussier-Winsback, Vice-Présidente de la Région Normandie, en charge de l'attractivité du territoire, du tourisme et du nautisme

Catherine Morin-Desailly, Présidente de la Commission Culture, Tourisme et Attractivité du territoire, présidente de l'opéra de Rouen

Bernard Cauvin, Président de la Cité de la mer (Cherbourg)

Daniel Delahaye, Directeur général de la coopérative Isigny Sainte Mère, Président du Club Chine-Normandie

Luc Lesenecal, Président des Tricots St James et fédérateur du pôle d'excellence Tourisme de savoir-faire

Lamri Adoui, Président de Normandie Université

Pascal Buléon, géographe, président de la Maison de la Recherche et des Sciences de l'Homme de l'Université de Caen Normandie

Sébastien Windsor, Président de l'IRQUA Normandie, Président de la Chambre d'agriculture 76

Nicole Gourmelon, directrice générale du Crédit agricole Normandie

Jean-Claude Lechanoine, ancien président de la CCI Normandie

Florence Mas, Directrice régionale de la Caisse des dépôts et consignations

Jacques Belin, Directeur Général du Centre International de Deauville, Ceser, président du Pôle TES

Richard Mamez, PDG des Lampes Berger

Thierry Frébourg, professeur de médecine - spécialisé en génétique, CHU de Rouen

Alain Cribier, professeur de médecine - spécialisé en cardiologie, coordinateur du Medical Training Center - Rouen

Christophe Guyomard, producteur de télévision

Annie-Claude Gaumont, Vice-présidente de Normandie Université

Jean-Philippe Dupont, directeur SNCF Mobilité pour la région Normandie

Gilles Sergent, Président du MEDEF Normandie, PDG de Recrea

Vianney de Chalus, Président de la CCI Normandie, PDG de CHALUS CHEGARAY & Cie

Jean-Louis Louvel, Président de Rouen Normandy Invest (RNI), PDG de PGS

Gérard Mestrallet, Président du directoire d'ENGIE

PORTRAITS D'AMBASSADEURS

ETUDIANTS, ENTREPRENEURS, CRÉATEURS DE « PÉPITES » NORMANDES, ILS SONT AMBASSADEURS DE LA NORMANDIE EXPLIQUENT LEUR ENGAGEMENT !



« POUR QUE LES INITIATIVES SUR LE TERRITOIRE NORMAND GAGNENT EN VISIBILITÉ »

Bruno Slagmulder,
acteur et cultivateur
de safran.

POURQUOI LA NORMANDIE ? :

«Le safran normand est reconnu comme étant un safran d'exception. Des artisans et des chefs de renom font appel à moi pour utiliser et travailler mon safran et les produits que je commercialise. C'est le cas notamment du chef étoilé Sylvain Sendra et également du chef de la présidence de l'Assemblée nationale Thierry Delalande» .

QUI SUIS-JE ? :

« Acteur et aujourd'hui cultivateur, je me suis installé dans l'Orne en 2011 pour cultiver « l'épice aux mille vertus » : le safran. J'ai eu le sentiment que je venais de découvrir un trésor. J'ai trouvé ça beau, magnétique et mystérieux ».

MON RÔLE D'AMBASSADEUR :

« En tant qu'ambassadeur de la Normandie, j'encourage vivement mes amis et relations à s'engager avec moi dans la démarche afin de créer de l'échange entre ambassadeurs et de donner plus de visibilité aux initiatives sur le territoire normand ».



« DONNER ENVIE AUX JEUNES DE RESTER EN NORMANDIE »

Aliona Balanel,
étudiante étrangère.

QUI SUIS-JE ? : « Je suis d'origine moldave et actuellement étudiante en aménagement de l'espace et urbanisme à l'université Le Havre Normandie ».

POURQUOI LA NORMANDIE ? :

« Fascinée par la Normandie, je voyais cette région comme le terrain le plus propice à ma formation ».

MON RÔLE D'AMBASSADRICE :

« Je souhaite mieux connaître le territoire normand afin de pouvoir participer à son rayonnement. En tant qu'étudiante étrangère, mon rôle d'ambassadrice serait de faire connaître aux jeunes le dynamisme et les atouts de la Normandie pour leur donner envie d'y rester ».



« BIENVENUE DANS LE FUTUR DE LA CULTURE »

Simon Lecoeur et Geoffrey Mameau,
créateurs de l'application Handy Town.

QUI SOMMES-NOUS ? :

« Normands d'origine, nous avons récemment lancé une application, Handy Town, le guide touristique qui transmet la culture sur Smartphones ! »

POURQUOI LA NORMANDIE ? :

« Notre projet est né d'une forte envie de raconter des histoires sur Rouen car on s'est rendu compte qu'on en savait peu sur notre propre ville. Notre projet vise à réconcilier les Normands avec leur patrimoine et faire rayonner la Normandie grâce à des visites patrimoniales. »

MON RÔLE D'AMBASSADRICE :

« Mettre à disposition gratuitement l'application s'intègre parfaitement à la démarche d'ambassadeur. Aujourd'hui, Handy Town fonctionne également à Deauville et bientôt dans d'autres villes normandes. »

LA MARQUE NORMANDIE

NORMANDIE : UN NOM À LA NOTORIÉTÉ PUISSANTE

Le parti pris est audacieux : pas de signature, un principe moderne d'adaptabilité et de personnalisation...

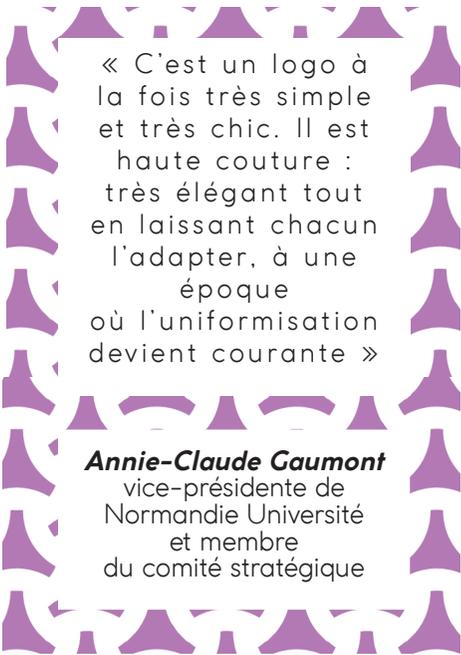


C'est dans ce mot Normandie que tout se passe. Pas de signature, pas de base-line. La formule permet de capitaliser sur la notoriété internationale de ce seul nom : tout adjectif aurait affaibli la marque. Le nom de la Normandie devient le logo de la marque. La typographie utilisée s'impose comme une image, à la fois conquérante et accueillante. Les formes sont dynamiques et épaisses, carrées et rondes : le R qui avance, le A chaumière normande, trapue et amicale. Les obliques rythment le logo en lui apportant un ancrage fort.

Clairement affirmée et reconnaissable, cette identité est aussi ludique et modulable à l'infini, par un jeu de couleurs et de textures reflétant toute la richesse et la diversité du territoire. Mais aussi toute sa continuité et sa cohérence.

Le choix entre «ie» et «y» en final permet là encore de multiplier les usages et cibles, d'être local autant qu'universel.

On est à la fois dans le nom familial qui rassure et dans l'innovation ludique. On est dans le partage : chacun peut s'approprier cette marque, s'unir sous une même bannière, la Normandie.



« C'est un logo à la fois très simple et très chic. Il est haute couture : très élégant tout en laissant chacun l'adapter, à une époque où l'uniformisation devient courante »

Annie-Claude Gaumont
vice-présidente de
Normandie Université
et membre
du comité stratégique



« C'est une marque affirmée et fondue :
fondue dans son environnement et forte
en même temps ».

Jacques Belin,
président du pôle TES, directeur général
du CID et membre du comité stratégique

« Les couleurs de ce logo Normandie sont
vivantes et dynamiques ».

Jean-Philippe Dupont,
directeur régional de SNCF Mobilités
et membre du comité stratégique

**LES VALEURS DE
LA MARQUE NORMANDIE**

**ATTACHEMENT AU TERRITOIRE
OUVERTURE AU MONDE
PARTAGE
AUDACE
DÉVELOPPEMENT DURABLE**

INTENSÉMENT NORMAND !



→ PATRIMOINE MONDIAL DE L'UNESCO

Le Mont-Saint-Michel, la cité du Havre reconstruite par Auguste Perret, les Plages du Débarquement Normandie 44 (démarche d'inscription en cours).

→ LES GRANDS NOMS DE L'IMPRESSIONNISME

Claude Monet, Pierre-Auguste Renoir, Edgar Degas, Camille Pissaro, Eugène Boudin, Gustave Caillebotte, Berthe Morisot.

Son nom résonne dans le monde entier comme une évidence. Sur le sable normand s'est écrite l'une des plus importantes pages de l'Histoire mondiale : celle qui relate comment 156 000 hommes et femmes, en une nuit seulement, ont posé le pied ici pour ramener la démocratie et la liberté en Europe. Depuis le D-Day, la Normandie est synonyme de paix et de liberté et accueille à ce titre des millions de visiteurs chaque année.

Mais si notre région figure parmi les destinations les plus prisées au monde, ce n'est pas que pour entretenir cette mémoire.

Son littoral abrite aussi le merveilleux Mont-Saint-Michel, l'étonnante cité du Havre, Cabourg la romantique, la prestigieuse Deauville, la picturale Honfleur, ou encore les impressionnantes falaises d'Étretat... Mais une phrase ne suffira pas à recenser tous les charmes et les attraits de 640 kilomètres de littoral.

La Normandie, c'est également une terre d'abondance et de contrastes. Elle doit sa notoriété à ses paysages et à ses lumières, maintes fois célébrés par des peintres (elle est le berceau de l'impressionnisme) et écrivains de grande renommée : Claude Monet, Jean-François Millet, Raoul Dufy, Gustave Flaubert, Guy de Maupassant, Victor Hugo, Maurice Leblanc... et plus récemment : Patrick Grainville, Nathacha Appanah, Scholastique Mukasonga, Michel Bussi.

Son histoire millénaire est traversée d'aventures passionnantes, qu'il s'agisse de retracer l'épopée des

Vikings, les conquêtes normandes jusqu'en Italie et en Sicile ou encore le tragique destin de Jeanne d'Arc... Autant d'époques qui ont laissé en héritage un riche patrimoine architectural : les abbayes (de Caen, de Jumièges), le château de Falaise, la cité médiévale de Bayeux, le Gros Horloge et la cathédrale de Rouen, le Maison et le jardin de Claude Monet à Giverny, les maisons à colombage...

La Normandie est un terroir exceptionnel où fleurissent les plus belles images et les meilleurs produits : les vaches (race normande) et les pommiers, les fromages AOP (camembert, livarot, pont l'évêque, neuf-châtel), le beurre et la crème d'Isigny, les huîtres, les moules (dont la célèbre moule de Barfleur), la coquille Saint-Jacques (Dieppe, 1^{er} port de France)... Un art de vivre et une gastronomie que renouvelle sans cesse des chefs talentueux, au plus près des meilleurs producteurs.

La Normandie a su faire la synthèse parfaite entre tradition et modernité. Située entre Paris et Londres, traversée par la vallée de Seine, la Normandie occupe une place aussi unique que stratégique au cœur de l'Europe du Nord-Ouest. Ouverte sur le monde et sur l'avenir, elle a su valoriser ses atouts naturels – mer et campagne – en développant des filières dynamiques comme l'agroalimentaire, le cheval, le nautisme et désormais, les énergies marines renouvelables.

Elle s'appuie également sur l'excellence de ses industries (aéronautique et spatial, automobile, chimie-biologie-santé, énergies, flaconnage de luxe, logistique, parfumerie-cosmétique, plasturgie...), sans cesse régénérées par de fortes capacités en matière de recherche et d'innovation, qui lui valent d'être en pointe dans bien d'autres domaines : numérique, matériaux, applications liées à la santé...

Pour ces multiples raisons et bien d'autres encore, la Normandie accueille régulièrement des événements d'ampleur internationale : festival du cinéma américain de Deauville, festival Normandie Impressionniste, Armada, Tour de France, Jeux équestres mondiaux en 2014, Mondiaux de handball en 2017...

→ LES GRANDES DATES

Noël 1066

Guillaume de Normandie conquiert l'Angleterre

1431

Jeanne d'Arc est brûlée vive à Rouen après un procès monté par l'évêque Cauchon.

1793

Charlotte Corday assassine Marat

6 juin 1944

Débarquement des alliés en Normandie

1956

Séparation administrative de la Haute et de la Basse Normandie...

1^{er} janvier 2016

la Normandie est réunifiée



L'ÉCONOMIE NORMANDE

ELLE S'APPUIE SUR 7 PÔLES DE COMPÉTITIVITÉ :

► **Le Pôle Transactions Electroniques Sécurisées (TES)** : pôle de compétitivité sur les solutions numériques sécurisées, le pôle TES est implanté en Normandie et regroupe plus de 120 acteurs.

► **Mov'eo** : pôle de compétitivité en R&D Automobile et Transports publics, le Pôle Mov'eo est implanté sur les régions Normandie et Ile-de-France et regroupe près de 400 acteurs. Représentant plus de 70% des activités nationales de recherche-développement dans l'automobile, il développe des projets collaboratifs innovants pour renforcer la compétitivité internationale des entreprises françaises et des territoires.

► **Hippolia** : le pôle Hippolia regroupe plus de 140 acteurs et structure une filière équine qui se distingue dans la France et dans le monde grâce à ses 6 400 entreprises, ses 115 000 chevaux, ses 18 000 emplois, son 1,3 milliard d'€ de CA, ses 47 000 licenciés, ses 5 centres de recherche et ses 37 centres de formation.

► **Valorial** : Pôle de compétitivité sur l'aliment de demain, le pôle VALORIAL regroupe plus de 270 acteurs en Normandie, Bretagne et Pays de la Loire. Plus de 350 projets d'innovation accompagnés et labellisés par le pôle depuis 10 ans, et près de 600 millions d'€ investis au total en R&D !

► **Nov@log** : le pôle de compétitivité Nov@log est l'acteur de référence pour l'émergence, l'accompagnement, la labellisation et la recherche de financement de projets collaboratifs innovants, en logistique et supply chain au service du développement économique des entreprises. Le pôle NOVALOG regroupe plus de 90 acteurs sur les régions Normandie et Ile-de-France.

► **Cosmetic Valley** : 1^{er} centre de ressources mondial de la parfumerie-cosmétique en matière de savoir-faire, de recherche et de formation, c'est le plus important pôle spécialisé dans la production de biens de consommation de la filière des sciences de la beauté et du bien-être. S'étendant sur 7 départements, il regroupe 458 entreprises dont 78% de PME, 77 322 emplois, 8 universités, 226 laboratoires publics, 8 200 chercheurs et 175 projets de recherche & développement déjà labellisés.

« La Normandie, c'est la 2^e région la plus connue du monde après la Californie »

Gérard Mestrallet,
Président du directoire
d'Engie et membre
du comité stratégique
Normandie Attractivité

Marché de l'emploi

Avec des projets de recrutements en hausse de 17%, la Normandie se classe au 1^{er} rang des régions où les intentions d'embauches sont les plus fortes en 2017.



ELLE PEUT COMPTER SUR DES PÉPITES RÉPARTIES SUR L'ENSEMBLE DU TERRITOIRE :

- Les lampes **Berger** exportées dans le monde entier et produites à Bourgheroulde.
- L'entreprise **Seprolec** spécialisée dans la fabrication de cartes et d'ensembles électroniques et qui a un taux de croissance annuel de 35%.
- L'usine de production **Guy Degrenne** installée à Vire.
- Le **campus de l'Espace** à Vernon (société **Snecma**)
- L'entreprise **Cotral**, leader mondial des protections auditives, basée à Condé-Sur-Noireau.
- **Mulann Industries**, leader mondial de la bande magnétique avec 75% de parts de marché mondial, est installée à Avranches.
- Le laboratoire **Standa** basé à Caen, n°1 mondial pour la production de bactéries propioniques.
- **Thermocoax**, entreprise basés à Athis de l'Orne, leader mondial dans la fabrication de câble blindé à isolant minéral.
- Le groupe **Depestele**, basé à La Bocasse, plus gros producteur de lin au monde.
- 50 entreprise labélisées du patrimoine vivant parmi lesquelles : St-James, Guy Degrenne, Leblon-Delienne...

Seprolec
fabrique
notamment
l'électronique
d'enceintes
haut de gamme



LA RECHERCHE NORMANDE



Au printemps 2018, le Centre Européen de soin et de recherche en hadronthérapie ouvrira ses portes à Caen.

LA RECHERCHE NORMANDE EXCELLE AVEC NOTAMMENT :

- ▶ **Le GANIL** dont l'accélérateur SPIRAL2 confortera au cours de la décennie le GANIL comme l'un des grands leaders mondiaux dans le domaine de la physique nucléaire.
- ▶ **CYCERON**, une plateforme d'imagerie appliquée aux neurosciences à la cancérologie et à la cardiologie.
- ▶ **Le projet ARCHADE** qui placera la Normandie à la pointe dans le traitement du cancer grâce à l'hadronthérapie.
- ▶ **La Maison de la recherche en sciences humaines** lieu unique de rencontre et de développement de recherche pluridisciplinaire dans les domaines des sciences humaines et sociales. Une nouvelle extension inaugurée en 2015 est consacrée à la réalité virtuelle, avec la construction d'une des plus grandes salles immersives de France.
- ▶ **Le CHU de Rouen** à la pointe dans le domaine de la neurochirurgie, la génétique et la cardiologie mais aussi de la formation pour le personnel soignant avec son nouveau **Medical Training Center**, structure unique en Europe.

L'AGRICULTURE NORMANDE



LA RÉGION BÉNÉFICIE D'UN PATRIMOINE AGRICOLE ET AGROALIMENTAIRE COMPÉTITIF :

- 2/3 du territoire normand dédiés à l'agriculture
- 35 000 exploitations agricoles sur 2,2 millions d'hectares
- 68 000 actifs sur les exploitations
- 1^{ère} région productrice de lin
- 600 000 vaches laitières
- 5,2 milliards d'euros de production agricole en moyenne par an (7% de la production nationale)

C'est une filière d'excellence tirée par une agriculture et des produits de la mer de qualité.

- 25 500 emplois et 800 établissements de production
- 6,2 milliards d'euros de chiffre d'affaires
- La filière agro-alimentaire est le 3^e secteur industriel régional alliant tradition et innovation
- 14 AOP, 4 IGP et 23 labels rouges
- 1^{ère} région française pour la production de crème, beurre, fromages frais et à pâte molle de lait de vache

«Le fromage de Neufchâtel a un goût absolument délicieux. Je ne retrouve ce goût dans aucun fromage au monde».

Frédéric Roels,
directeur
de l'opéra de
Rouen-Normandie

LA NORMANDIE, RÉGION LEADER POUR LE COMMERCE EXTÉRIEUR

La Normandie figure parmi les régions leaders dans le commerce extérieur français. Elle réalise plus d'un tiers de son PIB à l'export et est la 2^e région française la plus ouverte au monde.

CHIFFRE CLÉS :

6^{ÈME} RÉGION POUR LE COMMERCE EXTÉRIEUR :

67,2 milliards d'euros (2015)

31,9 milliards d'euros d'exportation

6^E rang mondial

35,3 milliards d'euros

UNE ÉCONOMIE TRÈS OUVERTE

À L'INTERNATIONAL : **35 % DU PIB** (2013)

2^E taux d'ouverture national,

24,2% pour la France de province

L'Europe concentre **58,3%** des exportations normandes, devant l'Asie (**13,5%**), l'Amérique (**12,6%**) et l'Afrique (**11%**)

L'Allemagne est le **1^{ER}** client de la Normandie devant les Pays-Bas et le Royaume-Uni

La Normandie leader dans les exportations de produits chimiques, pétroliers, pharmaceutiques et agricoles

3 700 ENTREPRISES EXPORTATRICES (2015)

52% des entreprises exportatrices normandes ont moins de 10 salariés.

30% des entreprises réalisent **96%** du chiffre d'affaires à l'export régional

SUCCESS STORIES : LA NORMANDIE S'EXPORTE

DES VACHES NORMANDES PRÊTES À S'ENVOLER VERS L'IRAN !

En novembre 2016, Hervé Morin a conduit une délégation de chefs d'entreprise normands en Iran pour y nouer des partenariats économiques et promouvoir les savoir-faire normands d'excellence.

Au cours de ce voyage, le propriétaire d'un abattoir de grande capacité à Téhéran avait manifesté auprès du Président de Région son souhait d'acquérir 300 à 350 vaches normandes pour relancer son activité suite à la levée, en janvier 2015, des sanctions internationales à l'encontre de l'Iran.

Le premier embarquement du bétail est prévu dans les prochaines semaines. A terme, 20 000 têtes pourraient être commandées chaque année pour élargir son marché sur l'ensemble du Moyen Orient.

*Un potentiel
de 20 000 vaches
par an*



PETIT BONHEUR DE NORMANDIE : LA BELLE HISTOIRE DU BOULANGER-PÂTISSIER NORMAND QUI CARTONNE AU JAPON !

Dominique Doucet est né à Lisieux, où il a appris son métier de boulanger-pâtissier.

A 25 ans, il part travailler comme chef pour la société automobile Honda au Japon. Trente ans après, Dominique Doucet est à la tête de plusieurs boulangeries-pâtisseries, d'un restaurant et produit des centaines de milliers de cannelés qui font le bonheur des Japonais...

En 2015, il décide de revenir dans sa région d'origine pour ouvrir son établissement « Petit bonheur de Normandie » à Lisieux (14).

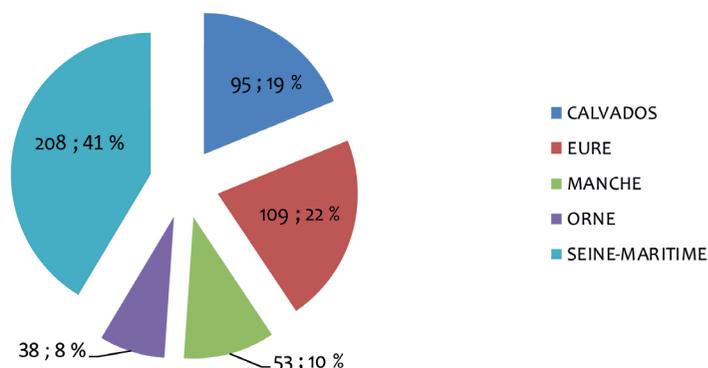
Dominique Doucet a gagné le prix « Création » des Trophées de l'économie normande 2017.

*Ses cannelés
font le bonheur
des Japonais*



INVESTISSEMENTS DES ENTREPRISES ÉTRANGÈRES EN NORMANDIE

Nombre d'entreprises
à capitaux étranger
par département



34 entreprises étrangères se sont implantées et ont investi en Normandie entre le 1er Janvier 2016 et le 31 mars 2017, permettant la création de **810 emplois**, la sauvegarde de plus de **3500 emplois** et **125 millions d'euros d'investissements**.



Contacts presse régionale :

Emmanuelle Tirilly – tel : 02 31 06 98 85 – emmanuelle.tirilly@normandie.fr
Charlotte Chanteloup – tel : 02 31 06 98 96 – charlotte.chanteloup@normandie.fr
Laure Wattinne - 02 31 06 78 96 – laure.wattinne@normandie.fr

Contacts presse nationale et internationale :

Agence BRIDGE COMMUNICATION

Francis Temman - + 33 (0)6 50 92 21 56 - francis.temman@bridge-communication.com
Christophe Ruault - + 33 (0)6 16 83 21 14 - christophe.ruaults@bridge-communication.com

Abbaye aux Dames
Place Reine Mathilde
CS 50523
14035 Caen Cedex 1
Tél. 02.31.06.98.98