

RAPPORT D'ACTIVITE ANNUEL
CONTRAT D'OBJECTIFS - PROMOTION DU TOURISME
SPL DU TERRITOIRE DE DEAUVILLE

ANNEE 2019

SOMMAIRE :

Préambule	p.3
I) Nombre, qualification et formation des personnels affectés à la mission	p.4
II) Note de couverture des assurances souscrites	p.5
III) Bilan des actions menées au regard des missions confiées	p.6-30
1) Actions de promotion et distribution de la destination « Territoire de Deauville » et des infrastructures confiées à la SPL, en France et à l'étranger	p.6-13
2) Actions de communication, valorisation et mise en marché de produits et de prestations Touristiques	p.14-19
3) Actions relatives à l'accueil et l'information des publics dans le respect des exigences du classement de l'office de tourisme intercommunal en première catégorie	p.20-26
4) Actions de fédération des acteurs économiques et institutionnels	p.26-30
IV) Compte-rendu financier	p. 31-34
1) Compte de résultat au 31.12.2019	p. 31-32
2) Immobilisations au 31.12.2019	p. 33
3) Analyse financière	p. 34
V) Conclusion	p.34

PREAMBULE :

La loi n° 2015-991 du 7 août 2015 portant nouvelle organisation territoriale de la République, a prévu le transfert de la compétence « promotion du tourisme, dont la création d'offices de tourisme » à la communauté de communes au 1^{er} janvier 2017.

Selon le Code du tourisme, les missions d'un office du tourisme relèvent de quatre catégories :

- les missions de plein droit ou obligatoires, compétence transférée à la Communauté de communes Cœur Côte Fleurie : promotion du tourisme, l'accueil et information des touristes, et ce, en coordination avec divers partenaires, publics privés du développement touristique local (deux premiers alinéas de l'article L 133-3) ; ces missions correspondent à celles accomplies jusqu'au 31 décembre 2016 par les différents offices de tourisme communaux et intercommunaux (Deauville & Villers-sur-mer & Blonville- Bénerville -Tourgeville)
- diverses missions facultatives, concernant les programmes locaux de développement touristique, l'exploitation d'installations touristiques et de loisirs, des études, des animations, l'organisation de fêtes et de manifestations culturelles, qui peuvent lui être confiées par l'autorité de tutelle ou autorité organisatrice (commune ou EPCI) ;
- des prestations « commerciales », de commercialisation de prestations de services touristiques (ventes de voyages et de séjours avec prestations annexes telles que visites de musées ou monuments touristiques). Ces missions sont confiées par la Communauté de Communes à la SPL.
- des prestations de conseil, ou consultatives sur des projets d'équipements collectifs touristiques. Ces missions sont confiées par les Communes à la Société Publique Locale de Développement Territorial et Touristique du Territoire de Deauville (SPL), par convention séparée.

Par contrat d'objectifs renouvelé le 20 décembre 2018, la Communauté de Communes Cœur Côte Fleurie a prolongé pour une période de trois ans la délégation de sa compétence « promotion du tourisme » à la SPL.

Ainsi, un contrat d'objectifs a été conclu pour la période du 1^{er} janvier 2019 au 31 décembre 2021, afin de fixer, d'un commun accord, les objectifs et les moyens consacrés aux missions de l'office de tourisme relevant de la compétence intercommunale, et les modalités qui s'y attachent, dans le respect du règlement intérieur de la SPL.

Le présent rapport annuel d'activité expose les conditions de réalisation de ce contrat d'objectifs « promotion du tourisme » pour l'année 2019.

I) NOMBRE, QUALIFICATION ET FORMATION DES PERSONNELS AFFECTES A LA MISSION

Conseil d'administration de la Société Publique Locale du Territoire de Deauville
 Philippe AUGIER, Président - Jean-Paul DURAND, Vice-Président
 Direction générale (depuis le 27 septembre 2019)
 Karine COZIEN, Directrice Générale

Office de Tourisme Intercommunal
 Territoire de Deauville
 Karine COZIEN, Directrice (depuis le 27/09/19)

Comité de développement Tourisme
 Président : Philippe AUGIER
 Référente : Karine COZIEN

Pôle Accueil / Qualité OTI - BIT 1 responsable	Pôle Communication* 1 responsable	Pôle Développement Commercial et Partenariats 1 responsable	Pôle Promotion / Distribution 1 responsable	Pôle Ressources et Moyens* 1 responsable
Conseil en séjour 11 postes + 10 saisonniers	<u>Communication - relations presse</u> 1 poste <u>Chargé contenus numériques</u> 1 poste <u>Chargée de communication</u> 1 poste <u>Traduction</u> 1 poste <u>Diffusion</u> 1 poste	<u>Partenariat :</u> <u>Editions / web,</u> <u>Conciergerie de</u> <u>destination,</u> <u>Boutique OTI / BIT</u> 2 postes	<u>Promotion et</u> <u>Produits Offres</u> <u>groupes</u> 1 poste	<u>Administration</u> <u>générale</u> 1 poste <u>Comptabilité</u> 2 postes <u>Ressources</u> <u>humaines</u> 1 poste <u>Entretien</u> <u>locaux</u> 1 poste

- 27 salariés titulaires, dont 8 Cadres, 4 Agents de maîtrise, 15 Employés.
- Et 12 salariés en contrat à durée déterminée, dont 1 Agent de maîtrise et 11 Employés

* Les Pôles Communication et Ressources et Moyens sont des pôles supports mutualisés pour la gestion de l'ensemble des concessions gérées par la SPL du Territoire de Deauville.

POLES	NOMBRE DE FORMATIONS REALISEES EN 2019	NOMBRE D'HEURES	NOMBRE D'HEURES MOYEN PAR SALARIE
Ressources et moyens	5	33	5,5
Communication	0	0	0
Accueil/qualité	12	256	21
Promotion/distribution	5	88	44
Développement commercial	2	18	6
TOTAUX	24	395	

II) NOTE DE COUVERTURE DES ASSURANCES SOUSCRITES :

En vue d'une rationalisation des garanties, les contrats courants en 2017 ont été résiliés avec un effet à échéance annuelle.

A l'issue d'une mise en concurrence, six lots ont été attribués à de nouveaux prestataires, à compter du 1^{er} janvier 2018 au plus tôt, et pour une durée de 4 ans, afin de couvrir les risques suivants :

- **Assurance des dommages aux biens et des risques annexes :**

Garanties souscrites auprès de Breteuil assurance courtage (62922 Aire sur la Lys)

- **Assurance des responsabilités et des risques annexes :**

Garanties souscrites auprès de SEPMG Merlin-Vézier-Revert (14800 Deauville)

- **Assurance des véhicules et des risques annexes**

Garanties souscrites auprès de Breteuil assurance courtage (62922 Aire sur la Lys)

- **Assurance de la protection juridique**

Garanties souscrites auprès du Cabinet d'assurance Bagot (14640 Villers-sur-Mer)

- **Assurance tous risques expositions**

Garanties souscrites auprès de la S.A.G.A (13593 Aix-en-Provence)

- **Assurance de la responsabilité des dirigeants**

Garanties souscrites auprès de Sarre et Moselle (57401 Sarrebourg)

D'autre part, afin de couvrir ses responsabilités en tant qu'opérateur de voyages et de séjour, la SPL a souscrit :

- **Garantie financière**

Garanties souscrites auprès de Groupama Assurance-Crédit et Caution (75008 Paris)

III) BILAN DES ACTIONS MENEES AU REGARD DES MISSIONS CONFIEES

1) Actions de promotion et distribution de la destination « Territoire de Deauville » et des infrastructures confiées à la SPL, en France et à l'étranger

WORKSHOPS/SALONS et PROSPECTIONS

- 29-31 janvier : **roadshow French Travel Breakfast** en Scandinavie + Finlande à Copenhague, Oslo, Stockholm et Helsinki
- 30-janvier : **salon Fraizy Voyages** en France à Pithiviers
- 07-10 février : **salon des Vacances** en Belgique à Bruxelles - Salon grand public (100.117 visiteurs)
- 24-28 février : **roadshow Destination France** au Canada à Montréal, Toronto, Calgary et Vancouver
- 19-20 mars : **workshop Rendez-vous en France** en France à Marseille
- 28 mars : **salon Visages du Monde** en France à Laval - 10 prescripteurs rencontrés représentant un total de 960 personnes
- 01^{er} au 05 avril : **roadshow Normandie** au Brésil à Fortaleza, Rio de Janeiro, Campinas et São Paulo - 78 prescripteurs rencontrés dont 58 en formation + 50 supplémentaires en webinar
- 2 avril : **workshop Creative France** aux Pays-Bas à Amsterdam
- 23 au 27 avril : **prospection + Convention IGLTA aux Etats-Unis à New-York** - 678 participants de 49 pays
- 4 au 7 juin : **prospection** au Luxembourg et en France (Grand Est)
- 17 au 20 juin : **prospection + workshop City Fair (ETOA : European Tourism Association) au Royaume-Uni à Londres** en partenariat avec Cannes
- 23 au 27 septembre : **Workshop Experience France** en Inde à Mahabalipuram (Chennai)
- 1^{er} octobre : **European Tourism Summit (ETOA)** en Suisse à Lucerne
- 4 et 5 octobre : **Workshop France Méditerranée** en France à Nîmes (marchés Italie, Espagne, Grèce, Portugal, Proche & Moyen-Orient dont Israël)
- 5 et 6 octobre : **Fêtes Normandes** en France à Evreux - 115 visiteurs renseignés
- 26 au 29 octobre : **Workshop France** en France pour le marché allemand. Lots offerts : Manoir d'Apréval + Petit Train Touristique de Deauville + Distillerie Busnel + Château du Breuil + Calvados Christian Drouin + Pôle International du Cheval + Bowling de Deauville + Héli Evènements.
- 5 au 8 novembre : **Prospection** en France à Paris/IDF - 21 prescripteurs rencontrés dont 2 réceptifs marché Sud-Coréen
- 7 novembre : **Workshop CE/ANCV** en France à Rouen
- 20 au 22 novembre : **Workshop Douce France** en Thaïlande à Phuket (marchés Asie du Sud-Est)
- 2 au 5 décembre : **workshop ILTM (International Luxury Travel Market)** en France à Cannes en partenariat avec Cannes (marché luxe international)

I. EDUCTOURS

- **Eductour multi-marchés du 15 au 17 février** : accueil de 6 agents de l'agence parisienne **Queen of Clubs**.
- **Eductour Pologne du 9 au 10 mars** : accueil du tour-opérateur **Luxury Trip**.
- **Pré-tour RDVF le 17 mars** : accueil du tour-opérateur japonais **Mille Joies Planning**.
- **Eductour Russie + Pays Baltes le 30 mars** : accueil du réceptif **MTC Group**.
- **Eductour Royaume-Uni du 8 au 10 avril** : accueil du directeur de l'agence **Eat the Culture**
- **Eductour Etats-Unis le 16 avril** : accueil de l'agent de représentation du Groupe Barrière + 9 AGV/TO
- **Eductour Golf/Belgique - 24 et 25 avril** : en partenariat avec le Groupe Barrière. Eductour en collaboration avec **Active Golf**, tour-opérateur belge, pour des capitaines d'association de golf des meilleurs clubs de golf de Belgique (Clubs Royaux*). Ces capitaines sont les personnes les

plus prescriptrices en termes de voyage golf pour les membres de leur club. Ils organisent pour leurs membres des séjours en Belgique et dans le monde, à la découverte de parcours de golf.

- **Voyage de presse Corée du Sud - 23 au 29 avril** : La Normandie a accueilli quatre médias coréens : **KTX Magazine, Lonely Planet, Art travel et Mag O**. Cette opération organisée en partenariat avec Atout France Corée, Air France et les Offices de Tourisme de Rouen Normandie Tourisme et Congrès, Fécamp, Le Havre - Etrétat Normandie Tourisme, la SPL du Territoire de Deauville, Granville Terre et Mer, Destination Mont-Saint-Michel Normandie, vise à faire progresser la notoriété de la Normandie en Corée. Elle vient renforcer les actions de soutien à la commercialisation de nouveaux produits incluant la Normandie dans la programmation des tour-opérateurs coréens partenaires du CRT (**Hanah tour, KRT, Eurobike, Chalet Travel**). Cette combinaison actions presse + TO visent à offrir aux lecteurs coréens des solutions de voyage clés en main en Normandie.
- **Eductour Etats-Unis - 9 au 11 août** : Suite à nos participations annuelles aux Conventions IGLTA (International Gay & Lesbian Travel Association), nous avons reçu la conciergerie de luxe new-yorkaise **Agence V** en eductour spécialisée sur les voyages sur-mesure et uniquement haut-de-gamme pour une clientèle d'individuels ou de petits groupes.
- **Eductour France/Multi-marchés du 19 au 20 août** : accueil du réceptif **Satguru** dont l'un des bureaux est basé à Paris. Rencontré au workshop City Fair à Londres en juin 2019.
- **Eductour Grande-Bretagne du 21 au 23 août** : accueil du tour-opérateur **Holiday Luxury** rencontré lors du City Fair à Londres en juin 2019. Spécialisé dans les voyages sur-mesure « ultra-luxe ».
- **Eductour Grande-Bretagne du 25 au 28 août** : accueil du tour-opérateur **The Inspire Me Travel** rencontré à Londres lors du City Fair de juin 2019.
- **Eductour Canada - 23 au 25 septembre** : organisé en partenariat avec Atout France Canada (directrice présente) et Air Canada qui a financé les billets d'avion (représentant présent) + 5 tour-opérateurs
- **Eductour Inde - 1^{er} au 3 novembre** : accueil du TO indien **Prerika Maheshwari**, Directrice Loisirs de **Vibrant Holiday** rencontré lors de notre présence au workshop Inde 2018, et en 2019.
- **Eductour GB/multi-marchés - 13 novembre** : accueil de **Secret Escapes** rencontré lors de la prospection à Londres en 2019. Principal prescripteur spécialiste de ventes privées d'hébergements Haut-de-Gamme à destination d'une clientèle britannique (mais également Bénélux, Allemagne et France).
- **Eductour France - 26 novembre** : accueil des responsables de groupes de l'agence de voyages **Aiglons** basée en Normandie, rencontrée en prospection en 2013 et en 2016.
- **Eductour Italie/multi-marchés - 22 au 24 décembre** : accueil du TO italien **I.D.I. Travel** rencontré lors de l'ILTM 2018 + workshop France-Med 2019. Prescripteur membre Virtuoso sur le marché Etats-Unis mais également Amérique du Sud et Russie.

RETOMBEES DES ACTIONS CONNUES :

- **Suite ITB en Allemagne en 2013 avec CDT** : nouvelle programmation du TO **TransEuro Tours** pour 35 à 40 pax du 17 au 19 mai 2019.
- **Suite eductours 2013/2016/2018** : programmation d'un séjour sur-mesure par le réceptif parisien **Paris Etoile Voyage** pour un groupe de 26 personnes en septembre 2019.
- **Suite prospection 2014** : programmation par l'agence **V comme Voyages**, dans leur brochure 2020 d'un séjour en Normandie incluant Deauville pour le nouvel an.
- **Suite prospection 2014 et eductour 2015** : programmation par l'agence de voyages **Fairplay Voyages** d'une journée excursion le 14 mai 2020 pour un groupe de 30 personnes.
- **Suite prospection en 2016** : programmation d'un séjour sur-mesure par **Dunois Voyages** pour un groupe de 36 personnes du 28 au 29 sept 2019.

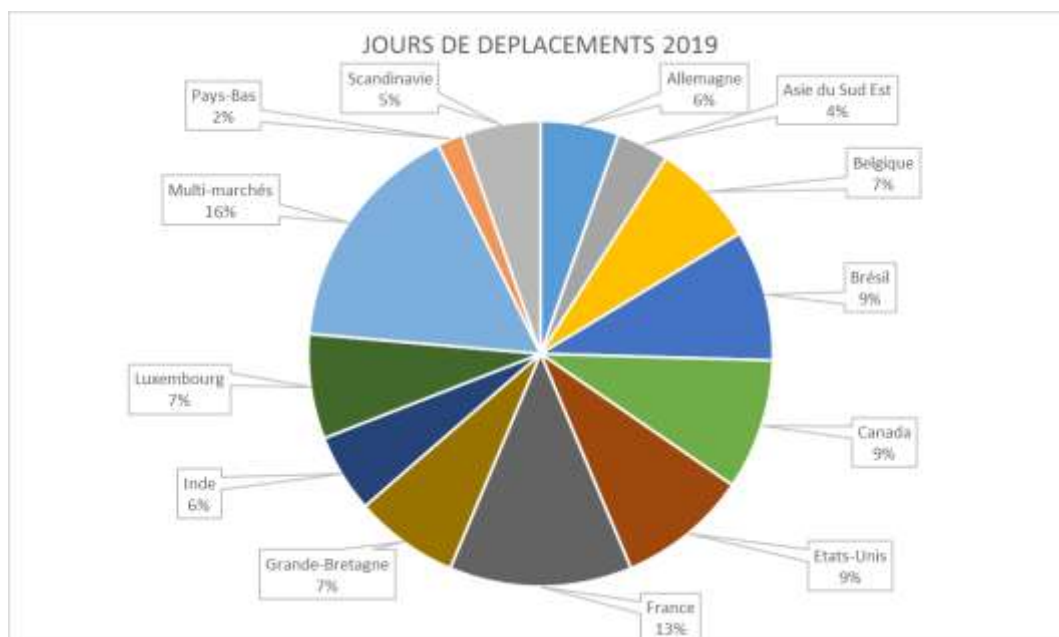
- **Suite prospection en 2016 + participation au salon Fraizy en janvier 2019** : programmation par l'agence de voyages **Fraizy Voyages** de plusieurs circuits en 2019 et 2020
 - o Journée à Deauville pour 30 personnes en septembre 2019.
 - o Journée bord de mer à Deauville pour 25/40 personnes en mai 2020.
 - o Journée bord de mer pour un club 4ème âge. Sans date pour le moment.
 - o Journée à Deauville le 16 mai 2020
 - o Journée bord de mer en Normandie en juin ou septembre 2020.
- **Suite prospection AGV/autocarites/réceptifs Centre-Val-de-Loire 2017** : programmation d'un circuit à vélo en Normandie avec étape à Deauville par l'agence **Loire Valley Travel**.
- **Suite prospection 2017 et eductour 2018** : programmation par l'agence belge **Viamundi** d'un séjour pour un groupe de 44 personnes du 14 au 15 septembre 2019.
- **Suite prospection agences de voyages/réceptifs/autocaristes Rhône-Alpes 2018** : programmation de l'agence de voyages **Bresse Voyage** pour 2020.
- **Suite workshop Experience France en Inde 2018** : accueil d'un séjour d'inspiration des designers **Shivan & Narresh** (<https://www.shivanandnarresh.com/history.html>) entre le 28 octobre et le 9 novembre 2019 incluant Paris, Cannes, Deauville, Chantilly & Champagne et ce afin de préparer les événements en 2020 (défilé de la Fashion Week notamment) et de mettre à l'honneur la destination France.
- **Suite roadshow Calvados 2018 en Grande-Bretagne** :
 - o articles parus de **France Media** (<https://www.francetoday.com/travel/travel-features/48-hours-in-deauville/>) - en attente contre-valeur et informations de diffusion du Pôle Communication.
 - o Nouvelle programmation de **Sovereign Tourism** du 01 au 08 juin 2019 pour 30 pax incluant 5 nuitées à l'Hôtel Normandy Barrière + dîners aux restaurants Le Jardin/La Belle Epoque/Le Meeting.
- **Suite Essence of Luxury 2018 à Deauville** : programmation du **TO indien Footprint Leisure** de 3 familles et 2 petits groupes (GIR)
- **Suite workshop Experience France en Inde 2018** :
 - o Nouvelles programmations des **TO Experiential Travel Journeys, Holidays @Leisure, Insight Vacations et de Trafalgar** (ces 2 derniers TO étant basés à Londres et rencontrés lors des prospections à Londres)
 - o Nouvelle vidéo de mise en avant du **TO Mercury Travel**
 - o Venue de la **bloggeuse Prach Joshi** et mise en avant de Deauville sur son compte Instagram (2867 abonnés).
- **Suite prospection Canada 2018 + roadshow Destination France Canada 2019** :
 - o 2 nouvelles programmations du **TO Vélo Québec Voyages** = 13 jours à vélo au départ de Saint-Malo jusqu'à Saint-Arnoult via Villers-sur-Mer du 28/07 au 11/08 + du 11 au 25/08.
 - o 2 nouvelles programmations du **TO Tours Chanteclerc** = 12 jours de Nantes jusqu'à Mulhouse via Deauville du 08 au 19/09 (Bretagne-Normandie-Alsace) + 8 jours de Nantes jusqu'à Paris via Deauville du 08 au 15/09 (Découverte de la France du Nord).
 - o programmation de **Merit Travel** (Toronto) en hébergement au Kyriad Saint-Arnoult (6 nuitées) du 05 au 11 juin 2019
 - o 2 programmations de **Special Travel International** (Vancouver) avec 2 nuitées à La Closerie du 5 au 7 juin 2019 et 4 nuitées au Trophée du 4 au 8 juin 2019.

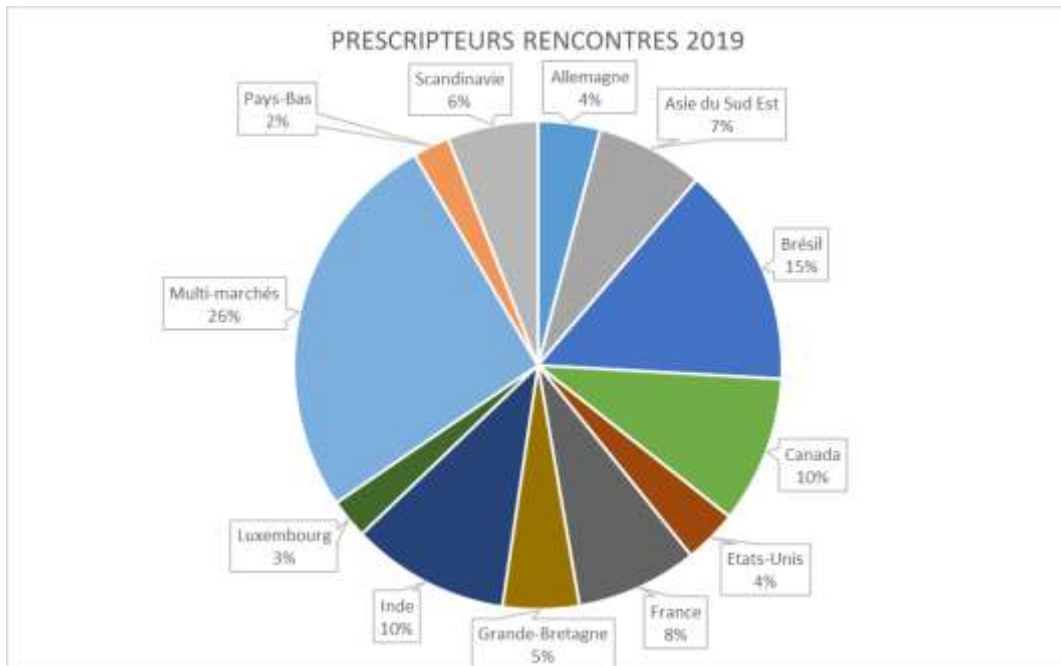
- **Suite prospection en novembre 2018 et eductour en février 2019** : programmation par le réceptif **Queen of Clubs** d'un séjour pour un groupe de 14 personnes à Deauville en juin 2019 et plusieurs demandes :
 - o Famille 6 pax américains - location villa 9 au 15 juin 2019
 - o Groupe de 14 pax qui loue une villa à Deauville du 18 au 22 mai 2019 - soirée costumes d'époque + dégustation aux Caves Morny
- **Suite workshops Atout France Scandinavie 2018 + 2019** : programmation par le tour-opérateur **Cities Tours** d'un séjour en Normandie de 50 pax du 20 au 25 mai 2019 avec les 5 nuitées à l'hôtel Almorla.
- **Suite prospection en novembre 2018 + RDVF 2019** : programmation par le réceptif **KTS** d'un séjour pour un groupe de 30/40 brésiliens en juin 2019 + un groupe de 6/8 personnes en mai 2019 avec nuitée Hôtel Barrière Le Royal Deauville.
- **Opération marketing/sponsoring mise en place avec Atout France Inde** : évènement Longchamp Million du **17 février 2019**. Il s'agit d'une course hippique qui a eu lieu à l'hippodrome de Mumbai qui était sponsorisée par Longchamp Inde et sur laquelle Atout France était partenaire. 200 à 250 personnes invitées par Longchamp et Atout France : RP, clients Longchamp, prescripteurs, leaders d'opinion. A cette occasion l'office de tourisme était mis en avant par Atout France en tant que partenaire aux côtés du Groupe Barrière qui a offert 2 nuitées B&B à l'Hôtel Barrière Le Normandy Deauville pour 2 personnes + Un jour aux courses (Alexandra Rosa) qui a offert une découverte des entraînements hippiques à l'hippodrome de Deauville-La Touques.
- **Suite à notre participation au Salon Visages du Monde à Laval en mars 2019** : programmation d'un circuit « une journée à Deauville » en brochure 2019/2020.
- **Suite roadshow Normandie au Brésil 2019** :
 - o **Viagem e Turismo** : un des plus gros magazines de tourisme mensuel à destination du grand public brésilien. C'est actuellement le magazine tourisme le plus important du Brésil qui écrit des articles selon les tendances des demandes de leur public. Confirmation de l'attrait de plus en plus important de la région Normandie au Brésil.
 - <https://viagemeturismo.abril.com.br/materias/um-roteiro-pela-normandia-de-giverny-ao-monte-saint-michel/?fbclid=IwAR2Ujuew6RTZwMTegzYcVqf8Q-Z7sleM8tl0B9Uo50Q6F-Yum4JgXOwAnfQ>
 - o **Vem Tambem**
 - <https://www2.vemtambem.com/noticia/revistas/75436/revista-venmtambem-12a-edicao.html> (contre-valeur 1.800€)
 - <https://www.vemtambem.com/agentes-de-viagem-de-fortaleza-se-rendem-aos-encantos-de-paris-e-da-normandia/>
 - <https://www.vemtambem.com/venmtambem-participa-de-almoco-de-divulgacao-de-novos-destinos-da-franca/> (contre-valeur 4.000€)
 - https://issuu.com/venmtambem/docs/revista_digital_-_12_edicao/34 (contre-valeur 1.500€)
 - o **Marcia Travessoni** (contre-valeur totale 40.000€) :
 - <https://marciatravessoni.com.br/viagens/o-luxo-dos-hoteis-e-casinos-do-grupo-lucien-barriere-em-deauville/>
 - <https://marciatravessoni.com.br/viagens/cinema-beleza-e-moda-na-surpreendente-cidade-de-deauville-na-riviera-parisiense/>
 - <https://marciatravessoni.com.br/canal-mt/viagem-ao-coracao-da-normandia-ii-os-highlights-da-passagem-por-deauville/>
 - <https://www.youtube.com/watch?v=JUEawMJ3UNw>
 - <https://marciatravessoni.com.br/revista/revista-marcia-travessoni-edicao-13/>
 - + posts Instagram et facebook
 - o 16 pax programmés par **Golf Travel** avec hébergement à l'Hôtel du Golf Barrière du 30/08 au 07/09.

- 37 dates programmées par le TO **EGP Viagens** pour l'année 2020 avec nuitées à Saint-Arnoult et/ou Deauville (Campanile / Ibis Styles Deauville).
- Nouvelle programmation de **Viajoteca** : <https://www.viajoteca.com/bate-e-volta-de-paris/>
- **Suite prospection Etats-Unis 2019 (New-York)** : nouveaux séjours du grossiste **Global Consolidated Services** en partenariat avec le réceptif **Flying Europe Incoming** incluant Londres, Jersey, Deauville et Paris avec un nouveau contracting hébergement avec Mercure Deauville Centre.
- **Suite City Fair 2019 à Londres** : programmation du **TO italien VIT Incoming** et 3 groupes confirmés pour la découverte du territoire de Deauville en 2020.
- **Suite prospection 2019 à Londres + eductour 2019**: programmation de **Secret Escapes, une des plateformes de ventes privées** les plus puissantes sur le marché britannique mais aussi en Allemagne, en Italie, en Espagne et en France. Suite à l'eductour, contractualisation effective avec Villa Augeval Hôtel et les Manoirs des Portes de Deauville et en cours avec Hostellerie du Vallon.
- **Suite workshop Experience France en Inde 2019** : Programmation du **TO Flamingo Travels** d'un séjour avec nuitée(s) à Deauville en mars 2020.
- **Prix de l'Ambassadeur - Taj Mahal Palace à Mumbai** : 5ème édition de cet évènement qui a eu le **21 novembre 2019** en présence de 150 invités : directeurs de tour-opérateurs et agences de voyages, journalistes & influenceurs, représentants des opérateurs de l'État (Consulat, Business France, Alliance Française...). Atout France Inde nous a sollicité pour mettre en avant la destination du Territoire de Deauville au travers d'une remise de prix qui a récompensé des tour-opérateurs et agents de voyages. Lot offert par le Groupe Barrière.
- **Suite workshop France-Med 2019** : nouvelle programmation de Deauville du TO espagnol **Sendas de Europa**
- **Les Trophées de la Communication et de la Presse en Normandie** : opération organisée par l'association le Club de la Presse et de la Communication de Normandie. 4^{ème} édition qui a eu lieu le **5 décembre 2019** à Rouen, en présence de 140 invités. Cet évènement récompense des agences de communication, des entreprises, des institutions régionales, des journalistes et des indépendants normands pour leur talent et leur créativité dans les domaines de la communication et des médias, et cela dans 10 catégories. 83 candidatures ont été reçues cette année. Ce sont les plus de 500 adhérents du Club (professionnels des médias et de la communication en Normandie) qui votent en ligne pour élire le gagnant de chacune d'elles. Visibilité de la destination du Territoire de Deauville en tant que partenaire de la remise de prix. Partenaires lots : Hôtel Le Chantilly ** + restaurant La Flambée + Hôtel Le Trophée *** + Ibis Styles Deauville Villers Plage ***.
- **Suite European Tourism Summit ETOA 2019 + prospection Paris/IDF 2019** : programmation du TO **ACIS** pour un séjour de 2 nuits en mai 2020 pour un groupe de 36 américains.
- **Mise en avant de Deauville par l'agence de voyages et autocariste HB Evasion** : programmation d'un circuit en Normandie dans la brochure GIR 2020. Evènement spécial le 14 décembre pour présenter la nouvelle brochure en présence de 100 clients individuels.

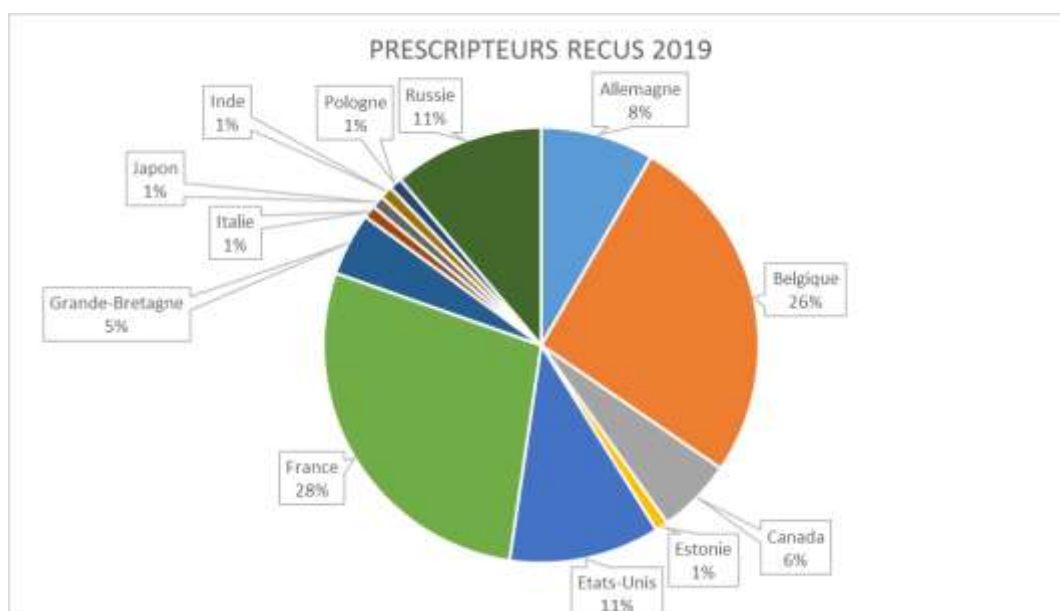
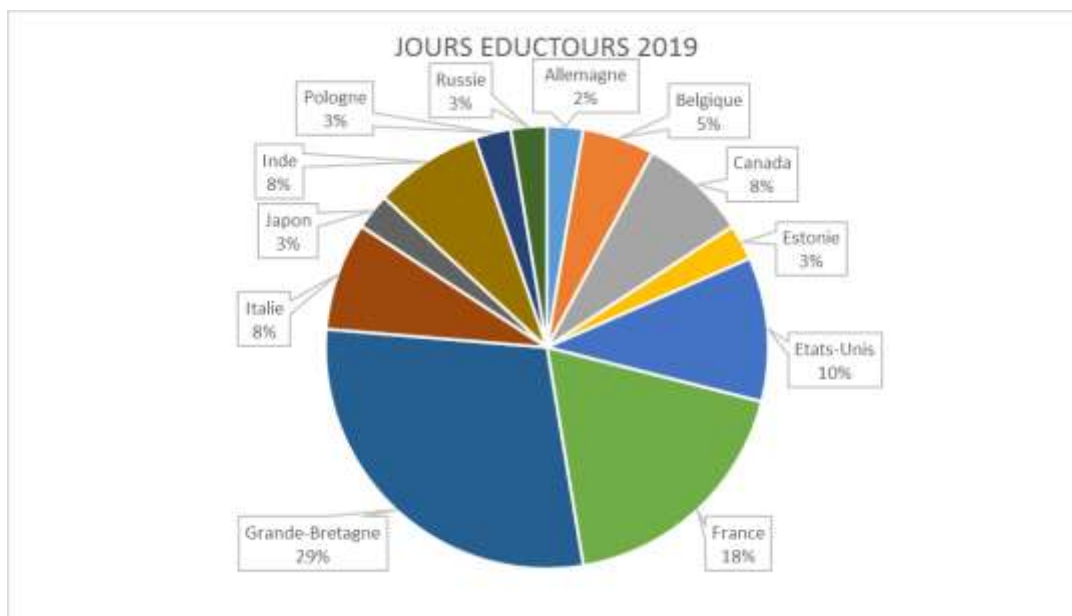
Statistiques

PAR PAYS	2019			
	NB JOURS en déplacement	%	NB PRESCRIPTEURS RENCONTRES	%
Allemagne	3	5%	22	4%
Asie du Sud Est	2	4%	38	7%
Belgique	4	7%	0	0%
Brésil	5	9%	78	15%
Canada	5	9%	52	10%
Etats-Unis	5	9%	19	4%
France	7	13%	43	8%
Grande-Bretagne	4	7%	27	5%
Inde	3	5%	56	11%
Luxembourg	4	7%	14	3%
Multi-marchés	9	16%	139	26%
Pays-Bas	1	2%	13	2%
Scandinavie	3	5%	32	6%
TOTAUX	55	100%	533	100%





PAYS	2019			
	NB JOURS en eductours	%	NB DE PRESCRIPTEURS	%
Allemagne	1	3%	9	8%
Belgique	2	5%	28	26%
Canada	3	8%	6	6%
Estonie	1	3%	1	1%
Etats-Unis	4	11%	12	11%
France	7	18%	30	28%
Grande-Bretagne	11	29%	5	5%
Italie	3	8%	1	1%
Japon	1	3%	1	1%
Inde	3	8%	1	1%
Pologne	1	3%	1	1%
Russie	1	3%	12	11%
Total	38	100%	107	100%



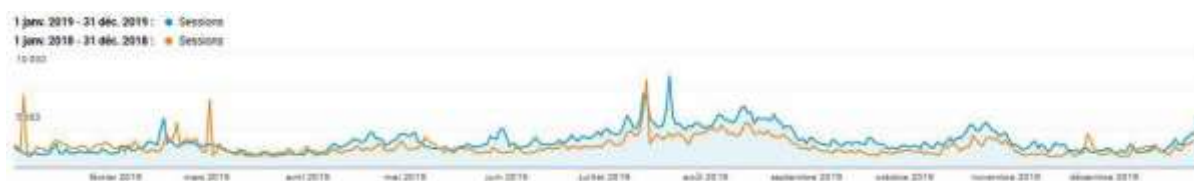
CHIFFRE D'AFFAIRES

- VISITES GUIDEES GROUPES
 - o Nombre de visiteurs : **814**
 - o CA : **5.994,61€ HT**

- SECTION INTERNET PROFESSIONNELS & GROUPES
 - o Nombre de partenaires : **38**
 - o CA : **20.400 € HT**

Le site Internet www.indeauville.fr

- 566 000 visiteurs, en hausse de 17%
- 1 972 520 pages vues en 2019, en hausse de 19%
- 845 484 connexions.
- Top de fréquentation : 6728 visiteurs le dimanche 21 juillet 2019
- 85 000 visiteurs étrangers dont 25% sont Américains, 17% Belges, 12% Anglais, 8% Allemands
- Les connexions sur mobile ont progressé fortement passant de 46% à 58%.
- Les connexions sur ordinateurs sont de 34%, sur tablette de 8%
- 14349 abonnés à la newsletter « Ma semaine InDeauville », en progression de 23%.
- Un taux d'ouverture deux fois supérieur à la moyenne : 30.19% (taux moyen 18.2%, source étude IBM 2018)
- 43700 pages indexées sur Google, soit le double de l'année dernière. Un grand nombre de pages augmente statistiquement les chances de correspondre à une expression recherchée par un internaute.



Top 15 des connexions : l'agenda, porte d'entrée du territoire

- 1 - Agenda global 104 910	- 9 - Page Deauville 15 402
- 2 - Piscine olympique 47 534	- 10 - Restaurant Le Jardin 15 087 fois
- 3 - Page Villers-sur-Mer : 43 487	- 11 - Festival Planches Contact 14 272
- 4 - Agenda des courses : 25 728	- 12 - Festival Harry Potter 13 408
- 5 - Rubrique Où dormir : 20 268	- 13 - Les Franciscaines 12 113
- 6 - La Villa Strassburger 19 295	- 14 - Fête de la Coquille 11 629
- 8 - Rubrique plages 17 480	- 15 - Les cinémas 10 793

Les réseaux sociaux

- 43 779 abonnés tous réseaux confondus, en progression de 17%
- Instagram, le réseau leader en progression : 15 068 abonnés, en progression de 41%
- Une forte production de contenus : 1491 publications, 2 777 364 personnes touchées dont 1 367 150 sur Twitter, 171 157 personnes ont interagi (likes, commentaires, partages)
- Les vidéos, le format le plus impactant. 13 vidéos figurent dans le Top 15 des posts les plus performants dont les 12 premières places.

Apport de visibilité aux partenaires socio-professionnels

L'office de tourisme est une plateforme d'échanges pour tous les socioprofessionnels du territoire où ils disposent de véritables outils de mise en visibilité de leurs services, offres, produits et bénéficient de toute l'action de valorisation du territoire par les équipes d'experts.

- 518 partenaires associés à la SPL par la publicité
- Nombre de produits proposés : 366 packs web, 258 insertions publicitaires dans nos éditions
- En 2019, les pages activités et prestataires touristiques du site Internet ont été vues 378 006 fois (contre 269 000 en 2018, soit une progression de 40%)

Visibilité des partenaires publicitaires : un véritable apport d'affaires

- Les partenaires sont recommandés auprès des visiteurs des six bureaux d'information touristique.
- Leurs brochures sont diffusées dans les six bureaux d'information touristique.
- Ils sont référencés sur le site Internet avec une fiche dédiée à leur établissement
- Leurs événements sont annoncés sur l'agenda du site Internet
- En fonction de leur activité, les partenaires sont valorisés dans les guides du territoire et dans les pages « Découvrir » du site internet
- Les entreprises partenaires sont représentées lors des opérations de promotion et communication menées par les équipes de l'office de tourisme à l'étranger et sur le marché français, et lors des opérations presse.

Retombées sur la fréquentation des événements

Si les événements ont un effet économique fort - augmentation de notre visibilité, acquisition de nouveaux segments de clients, confortement d'une image dynamique, activité redoublée - ils sont aussi vecteurs de paix, créent du lien social, invitent à découvrir, se cultiver, progresser, rencontrer, partager... Une culture que la SPL travaille année après année en accompagnant les organisateurs d'événements, en organisant un nombre important de manifestations, en mettant en œuvre des plans de valorisation de son calendrier, premier atout du territoire.

Retour sur un an d'événements en chiffres :

➤ FEVRIER

Journée Harry Potter - Deauville

4 000 fans au C.I.D. le 16 février (2000 en 2018)

Rendez-vous du Modélisme - Villers-sur-Mer

23 et 24 février

3 500 personnes

➤ AVRIL

Exposition Playmobil® - Villers-sur-Mer

20 au 22 avril

6 000 personnes

Festival de Pâques - Deauville

20 avril au 4 mai

3 299 spectateurs ont assisté à 9 soirées de concerts exceptionnels (+3%)

➤ MAI

Festival Livres et Musiques - Deauville

Du 3 au 5 mai

3 000 jeunes pour la journée scolaire

9 000 visiteurs sur les 3 jours de Festival

Villers Games - Villers-sur-Mer

4 et 5 mai
1 500 personnes

Festival Chope ta Mousse - Villers-sur-Mer

31 mai et 1^{er} juin
1 300 entrées payantes pour la 1^{ère} édition

➤ **JUIN**

Triathlon international de Deauville Pays d'Auge - Deauville

Pour sa 8e édition, en juin, dernier, le triathlon a rassemblé 6 937 inscrits et 18727 accompagnants et 10 000 spectateurs (en 2018, 5 798 inscrits et 15 369 accompagnants). L'impact économique est fort avec des retombées économiques estimées à 1 298 474 €, dont 485 000 € en hébergement, 458 000 € en restauration et 354 000 € en consommations diverses. L'événement est devenu le premier triathlon de France.

Les Médiévales de Touques - Touques

3 000 personnes les 29 et 30 juin

➤ **JUILLET**

La Normandique - Villers-sur-Mer

7 juillet
600 marcheurs (500 en 2018)

Fête de la mer - Villerville

Environ 800 personnes ont assisté au défilé et à la bénédiction en mer du 21 juillet

Pique-nique géant - Villers-sur-Mer

600 personnes le 28 juillet

Ville'Art'Ville

27 juillet au 4 août
6 000 personnes sur 9 jours

➤ **AOÛT**

Fête du village - Villerville

1 000 personnes le 11 août

Salon du livre - Villers-sur-Mer

2 200 entrées sur 1 journée le 18 août (1 800 en 2018)

Un Festival à Villerville

29 août au 1^{er} septembre
+1000 personnes ont assisté aux représentations théâtrales

Festival Août Musical - Deauville

2 653 spectateurs ont assisté aux 9 concerts de l'été, avec une moyenne de 300 spectateurs par concert, soit +3%

➤ SEPTEMBRE

Festival du Cinéma Américain

45 ans de Festival

25 ans de Compétition

10 ans de Deauville saison

74 films présentés, dont 37 films en avant-première

144 séances

Plus de 70 heures de Game Of Thrones

60 000 spectateurs

Retombées médiatiques :

46 539 participants dont 41 créateurs de contenus (blogueurs, journalistes...),

13 981 internationaux et 28 000 abonnés dans les différentes communautés digitales

Retombées économiques localement : 16 480 322 € de chiffre d'affaires généré pendant la semaine, a permis de maintenir 338 emplois locaux, et rapporté une taxe de séjour de 111 753 € et 260 € de taxe

21 kms, mer, monts et marais

28 septembre

520 coureurs pour cette 2ème édition (400 en 2018)

➤ OCTOBRE

Fête de la coquille et des fruits de mer - Villers-sur-Mer

26 et 27 octobre

- entre 30 000 et 35 000 visiteurs (dont environ 20 000 le samedi).

- 140 exposants

- environ 20 tonnes de coquilles vendues

- 501 visiteurs aux 12 démonstrations culinaires

- 600 kg d'oranges distribués par les Gilles

- 200 baptêmes d'hélicoptère

- 12 groupes à l'escape game

- Posts sur les réseaux sociaux : 189,1k personnes touchées sur Facebook + 4 399 impressions sur Instagram

- 4 vidéos réalisées : 512 vues sur Youtube + 127 sur IGTV + 6 929 vues sur Facebook

- 20 articles dans les médias régionaux + 5 passages radio en interview

➤ NOVEMBRE

+15 000 visiteurs au Centre International de Deauville

le premier week-end de novembre

Deux salons grand public, l'un dédié aux vins et aux terroirs, l'autre à l'habitat et la décoration, organisés en même temps, ont accueilli chacun près de 8000 visiteurs.

Le 1er Marathon international InDeauville

Le Territoire de Deauville a accueilli le 17 novembre pour la première fois un marathon, venant ainsi enrichir son offre d'événements sportifs. Avec 6000 inscrits dès sa première édition, le 1^{er} Marathon International in Deauville, organisé par l'association Sports et Loisirs en Normandie avec le soutien de 350 bénévoles, était complet dès septembre, s'inscrivant déjà dans le top 10 des marathons en France. Quatre épreuves étaient proposées pour ouvrir l'événement à tous : marathon, marathon en relais par équipes de 2 ou 4, semi-marathon, 5 km. Le parcours a mené les coureurs à travers les chemins et routes du territoire et le long de la plage.

Chiffres clés :

- Des participants venus de toute la France : 30 % de Normandie, 35 % de la région parisienne, 18 % des Hauts-de-France

- Mais aussi des Etats-Unis, de Grèce, du Maroc, du Portugal, d'Italie... et même du Burundi et d'Australie.

- 6000 inscrits = entre 15 000 et 20000 personnes : 1 inscription à un événement sportif = 3 personnes en moyenne qui se déplacent (participant et accompagnants) et profitent des hébergements, restaurants et commerces

➤ AU COURS DE PLUSIEURS SEMAINES

Micro-Folie - Deauville

En 9 mois d'activité, la micro-fole a vu passer 20 987 personnes sur 189 jours d'ouverture, soit en moyenne 122 personnes par jour. Elle sera réouverte aux Franciscaines.

Aux courses - Deauville / Tourgéville

65 961 spectateurs ont assisté aux courses de l'hippodrome de Deauville-La Touques soit +15.6%, une première après 10 ans de baisse continue. En hausse également, les paris : +8.6%.

Au Meeting de Clairefontaine : 70 755 entrées enregistrées sur 18 journées de courses soit +5 % des entrées payantes. Les paris sont également à la hausse : +9%

Le centre d'entraînement de l'hippodrome de la Touques couronné en 2019

Pour la deuxième année consécutive, **Jean-Claude Rouget**, entraîneur installé à Deauville depuis août 2018, est n°1 français des entraîneurs de courses de plat en nombre de victoires.

A 21 ans et passée d'apprentie à pro que depuis un an, la jockey deauvillaise Coralie Pacaut a été sacrée fin décembre meilleure femme jockey française et décroche ainsi la cravache d'or féminine avec 71 victoires en 2019 et se classe 12^e ex aequo au classement mixte.

Apéro-danses et apéro-jazz - Touques

200 personnes par soirée (18 soirées en tout)

3 grandes expositions de l'été - Touques

3 000 visiteurs pour chaque exposition (Dessin satirique, Salon des Antiquaires et Exposition Couleur Lin).

Au Polo - Deauville

10 000 personnes ont assisté aux matches de la saison (18 jours de compétition en août) contre 12 000 visiteurs sur 25 jours en 2018.

Au Pôle International du Cheval Deauville-Longines - Saint-Arnoult

23 000 personnes ont assisté aux 3 grands événements de l'été :

- > 5000 spectateurs pour le Jump'in
- > 3000 spectateurs pour le Concours de dressage international
- > 15000 spectateurs au CSI Longines

Festival Sable Show - Villers-sur-Mer

+11 000 spectateurs ont assisté aux 13 concerts organisés du 12 juillet au 23 août, une moyenne de 900 personnes par concert.

Festival Planche(s) Contact poursuit sa progression - Deauville

L'édition 2019 en quelques chiffres :

- + 15 000 visiteurs accueillis (12 100 en 2018)
- 1 rétrospective et 6 commandes photographiques
- 1 carte blanche
- 5 jeunes talents de la photographie
- 4 expositions en plein air
- un nouveau lieu avec la Villa Strassburger
- 9 expositions dans le Off

Le Centre International de Deauville en 2019

126 événements accueillis

262 jours d'occupation

313 jours d'exploitation comprenant l'événement, son installation et son démontage
taux d'occupation est de 28,28 % (27,2 % pour les centres de congrès en France) », 128 000 personnes accueillies

En 2020 : à fin janvier déjà 76 événements confirmés

3) Actions relatives à l'accueil et l'information des publics dans le respect des exigences du classement de l'office de tourisme intercommunal en première catégorie

- **Nombre d'heures d'ouverture des points d'accueil : rappel des heures d'ouverture de chaque B.I.T.**

LIEU	HORAIRE OUVERTURE DES BIT			
Deauville		Toute l'année	En juillet et août	
	Lundi au samedi	10:00-18:00	9:30-19:00	
	Dimanche & jours fériés	10:00-13:00/14:00-18:00	10:00-18:00	
Blonville/Mer		D'avril à septembre	En juillet et août	D'octobre à mars
	Lundi au samedi	10:00-13:00/14:00-18:00	10:00-19:00	10:00-13:00/ 14:00-18:00
	Dimanche & jours fériés	10:00-13:00/14:00-18:00	10:00-18:00	Fermé (sauf vac. scol. de la Toussaint)
Villers/Mer		D'avril à juin, septembre et octobre	En juillet et août	Novembre à mars
	Lundi au samedi	10:00-13:00/14:00-18:00	9:30-19:00	10:00-13:00 / 14:00-18:00
	Dimanche & jours fériés	10:00-13:00/14:00-18:00	10:00-18:00	Fermé le dimanche (hors vac. scol.)
Villerville		Mai, juin, 1ere quinz sept.	En juillet et août	Vac. scol zone C
		Sam et dim. 10:00-13:00/14:00-18:00	Lun, mar, merc, sam, dim 10:00-13:00/14:00-18:00 Je, ven, 14:00-18:00	Du vend. Au lundi 10:00-13:00/ 14:00-18:00
Tourgéville			6 juillet-1 septembre	
	Vendredi au lundi		13:30-18:00	
Touques		29 avril au 01 septembre		
	Du jeudi au lundi	10:00-13:00/14:00-18:00		



Le pôle accueil, dirigé par une responsable de pôle, est composé de 11 collaborateurs à l'année et jusqu'à 20 collaborateurs en été.

ANALYSE DE LA FREQUENTATION DE L'OTI

Total de visiteurs entrants :

Deauville	Villers/Mer	Blonville	Villerville	Touques	Tourgéville	Total SPL	Rappel 2018	Evolution
39158	67226	14337	2582	1967	1004	126274	124401	+1.5 %

Origine des visiteurs renseignés au guichet :

	Deauville	Villers/Mer	Blonville	Villerville	Touques	Tourgéville
Nbre français	16846 (78%)	16103 (94.5%)	6627 (94.5%)	1144 (83.3)	1039 (85.7%)	448 (91.2%)
Nbre étrangers	4729 (22%)	917 (5.5%)	379 (5.5%)	230 (16.7%)	173 (14.3%)	63 (8.8%)

	Total OTI
Nbre français	42207 (87%)
Nbre étrangers	6471 (13%)
Total	48678

Même répartition entre les visiteurs français et étrangers que pour l'année 2018

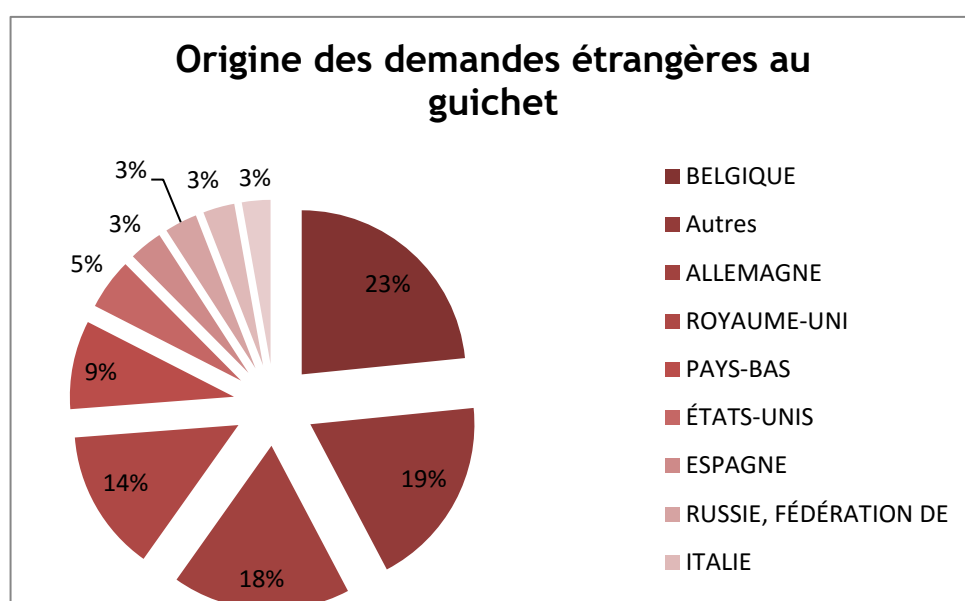
La provenance de tous les clients accueillis en 2019 à l'Office de Tourisme du territoire de Deauville



Principales nationalités renseignées au guichet

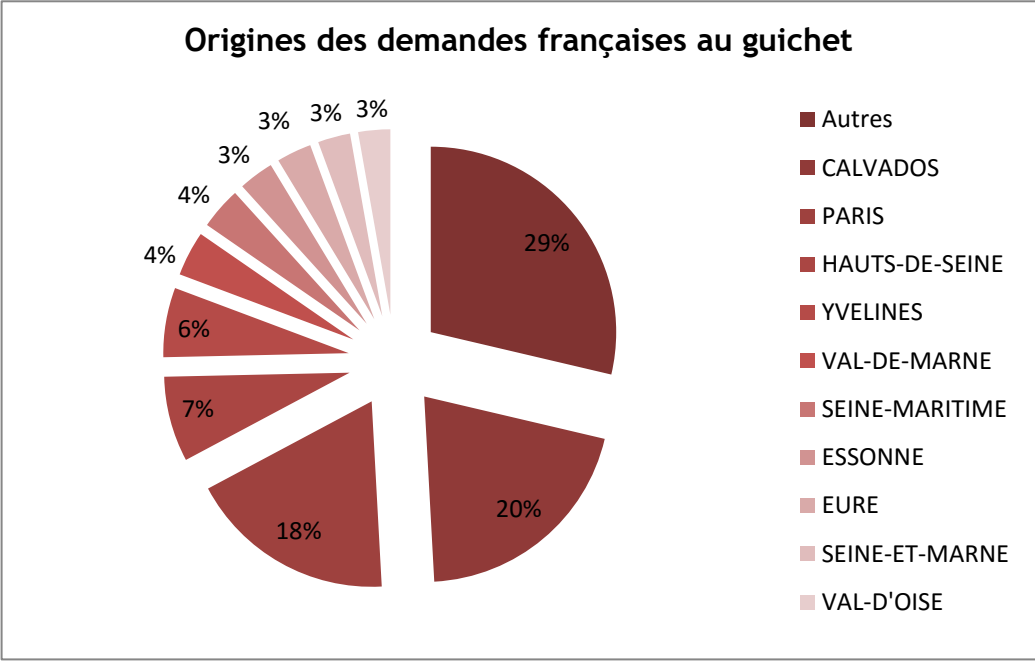
Nombre de demandes guichet par nationalité (nombre de personnes)		Dont Deauville	% demandes Deauville
BELGIQUE	2731	1912	70%
ALLEMAGNE	1924	1344	70%
ROYAUME-UNI	1628	1156	71%
PAYS-BAS	1031	702	68%
ÉTATS-UNIS	597	509	85%
ESPAGNE	433	374	86%
RUSSIE, FÉDÉRATION DE	372	333	90%
ITALIE	356	288	81%

Le quatuor de tête accueilli au guichet de l'OTI reste le même qu'en 2018 : Belgique, Allemagne, Royaume Uni et Pays Bas. Ces clientèles continuent d'être accueillies majoritairement au BIT de Deauville dans les mêmes proportions qu'en 2018.



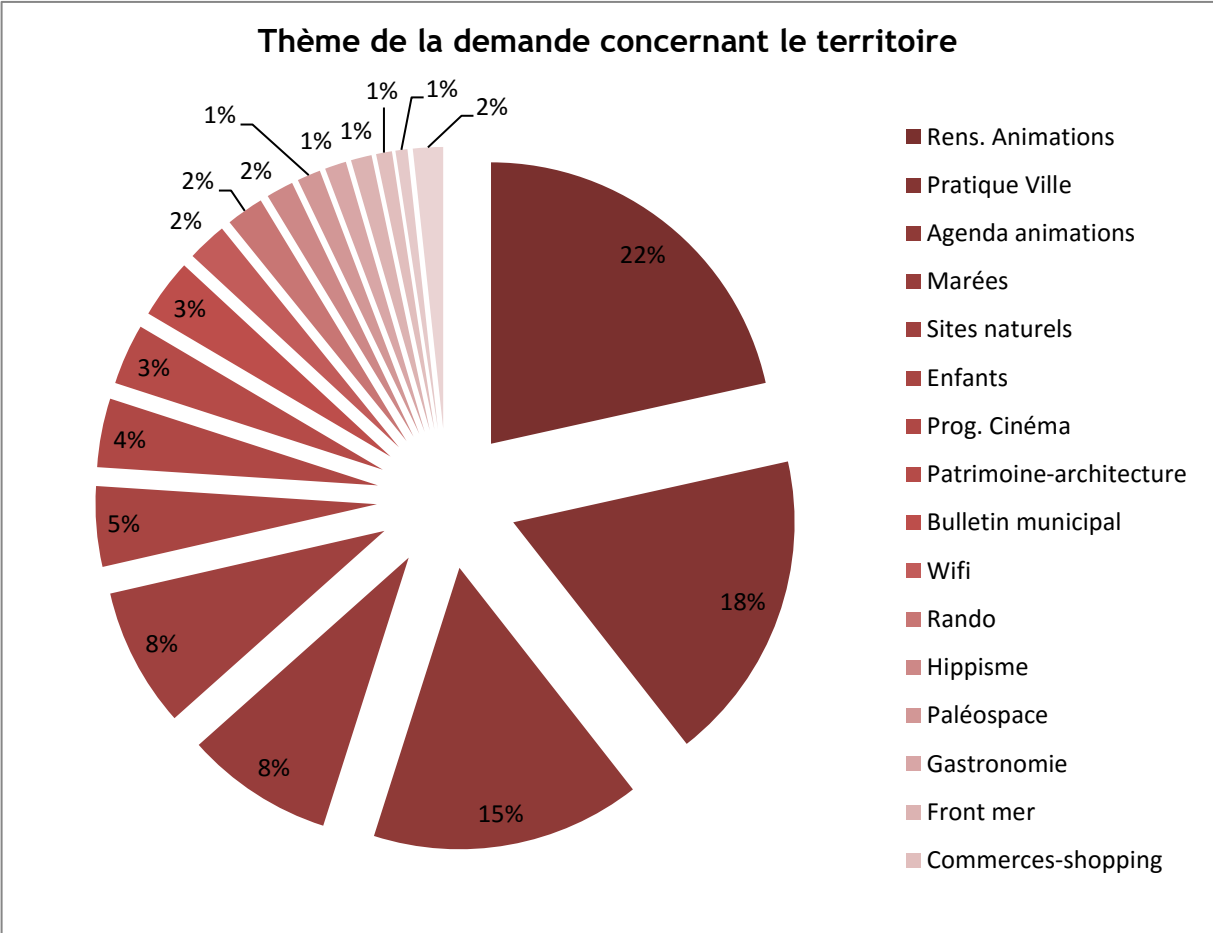
Principales clientèles françaises renseignées au guichet

Nombre de demandes guichet par département (nombre de personnes)	
CALVADOS	8246
PARIS	7282
HAUTS-DE-SEINE	3001
YVELINES	2441
VAL-DE-MARNE	1577
SEINE-MARITIME	1475
ESSONNE	1233
EURE	1225
SEINE-ET-MARNE	1140
VAL-D'OISE	1124



Par rapport à 2018, le trio de tête est le même mais la clientèle locale prend la 1ère position. (rappel 2018 : PARIS - CALVADOS - HAUTS DE SEINE)

Thème de la demande au guichet



Les demandes au desk n'évoluent pas par rapport à 2018, les informations liées aux événements sur le territoire sont majoritaires tout au long de l'année.

MESURE ET ANALYSE DE LA SATISFACTION DE LA CLIENTELE

Via la collecte de :

- 993 questionnaires satisfaction réalisés par les différents BIT
- 13 réclamations enregistrées sur l'ensemble des bureaux
- 272 remarques ou suggestions récupérées
- 129 remarques orales pertinentes consignées par les conseillers en séjour à la suite de l'échange qu'ils ont eu avec le client

L'analyse de la satisfaction est transmise aux élus et représentants des socio-professionnels de la Destination, via la réunion annuelle du Groupe Qualité de Destination, pour prise de décision et définition de plan d'action dans les villes

Le classement Marque Qualité Tourisme

Fin 2019, est parue la réforme de la grille de classement Marque Qualité Tourisme (marque portée par l'OTI depuis juin 2018). Quels impacts pour l'OTI ?

→ Un classement valable 5 ans (et non plus 3 ans),

Sous condition de succès à l'audit mystère dans tous les Bureaux d'Information Touristique au printemps 2021 et de réussite de l'audit complet avant juin 2021.

Ensuite l'OTI sera marqué pour 5 ans et devra se conformer à un audit mystère tous les 2 ans ½ à « mi-parcours ». Cet audit portera sur : l'accueil client (sur place au desk / à distance : tel, @, courrier), l'espace boutique et les locaux, les éditions, le site web

CONNAISSANCE DE NOS CLIENTELES

- Enregistrement des données clients renseignés au desk dans notre logiciel de Gestion Relation Client Tourinsoft®
- Participation à l'enquête clientèle réalisée par Calvados Attractivité via la collecte de près de 300 questionnaires en dehors des murs de l'OTI venant s'ajouter à ceux réalisés par le cabinet d'étude Marketing On Demand.
- Signature d'une convention annuelle de partenariat technique et financier avec Calvados Attractivité « Flux Visions Tourisme » pour une étude des comportements de clientèle sur notre territoire. Il s'agit d'une solution innovante développée par Orange, coconstruite avec Tourisme & Territoires (réseau national des destinations départementales), aujourd'hui utilisée par plus de 50 départements.

Cette solution permet de convertir des millions d'informations techniques du réseau mobile Orange, en indicateurs statistiques afin d'analyser la fréquentation de territoires et le déplacement des populations. Développée en accord avec la CNIL grâce à une anonymisation des données, elle fait l'objet de nombreux travaux de recherches et développements depuis 2012.

Une segmentation (qualification d'un mobile en « touriste », « résident », ...) est effectuée en tenant compte de l'adresse de facturation et des durées et fréquences de séjours.

Un redressement est effectué pour passer de x mobiles à y personnes en tenant compte d'un ensemble de facteurs comme le taux d'équipement en mobile et la part de marché d'Orange.

ACCUEIL HORS LES MURS

L'accueil par l'Office de Tourisme s'inscrit aujourd'hui dans une véritable stratégie globale de diffusion de l'information touristique sur tout le territoire et à toutes occasions pour aller au-devant du client.

En 2019, l'OTI a initié cette démarche :

- 8 août, French Fab Tour
- les 6 & 7 septembre 2019 lors du Festival du Cinéma Américain au Centre International de Deauville
- 5 et 6 octobre, Fêtes Normandes à Evreux
- 15 et 16 novembre, Stand Marathon InDeauville au village de retrait des dossards



DEPLACEMENTS EXTERIEURS

Journées rencontres des professionnels du tourisme, Cabourg, Mars.

(Stand OTI et Paléospace mutualisé)

CONNAISSANCE DU TERRITOIRE POUR LES EQUIPES D'ACCUEIL

Au cours du dernier trimestre, mise en place des eductours pour les conseillers en séjour afin de leur permettre une connaissance fine du Territoire de Deauville.

- 1er éductour : 12 décembre 2019

Visite du Paléospace et test grandeur nature de la visite sur tablettes, découvertes des hôtels Outremer (Villers/Mer), Novotel et Augeval (Deauville), visite guidée de la Villa Strassburger (Deauville).

LES BOUTIQUES DE L'OTI

L'office de tourisme intercommunal dispose de 4 boutiques (Blonville-sur-mer, Deauville, Villers-sur-Mer et Villerville) - des boutiques éphémères (Tourgéville Plage -Touques et sur les événements) - + de 1100 références - 1 boutique partenaire (Arqana) - près de 50 dépôts-ventes de produits avec des artisans pour la plupart locaux et 60 billetteries d'événements - une dizaine d'animations.

En 2019, les boutiques de l'OTI ont encaissé 259 064.65 € pour la SPL soit une hausse de 8.4 % des recettes par rapport à 2018.

Les recettes des boutiques de l'OTI, constituées des marchandises en vente dans les BIT, représentent 181 603.21 € soit une hausse de 16,7 % des recettes pour l'OTI du Territoire de Deauville par rapport à 2018.

L'objectif des boutiques des bureaux d'informations touristiques est double : elles permettent d'abord, **d'augmenter la part d'autofinancement de la SPL** (voir bilan comptable). Mais, elles **valorisent aussi le territoire** en permettant aux visiteurs et aux habitants de se l'approprier, en leur proposant :

- des créations uniques, fabriquées en France et inspirées par les univers thématiques de chaque commune dont tous les visuels sont créés en interne.
- des produits des artisans et artistes locaux pour promouvoir les savoir-faire comme la maroquinerie de Corinne Rault de Villerville, les caramels Les Bâtons de Tourgéville, le cidre de La Villa Strassburger de Deauville, la spiruline d'Akal Food de Saint-Pierre Azif, les photos de Bab XIII de Touques et de Michel Tréhet de Trouville-sur-Mer, les affiches de Benoit Millet de Villers-sur-Mer, etc.
- des livres pour illustrer l'histoire, le patrimoine et toutes les thématiques fortes du territoire
- des billetteries de spectacles, activités, animations, titre de transports, etc.

4) Actions de fédération des acteurs économiques et institutionnels

Fédération des acteurs économiques du territoire

La SPL a mis en place une offre commerciale à destination des socioprofessionnels du territoire. Celle-ci leur permet de bénéficier de l'expertise de nos équipes pour la mise en visibilité de leurs offres et services et s'articule, en 2019, autour de **2 axes** :

► **Visibilité WEB sur le site www.indeauville.fr** via un pack-web, espace dédié à chaque établissement partenaire avec toutes ses informations (coordonnées, liens vers les site internet, e-mail, réseaux sociaux, texte-descriptif de l'établissement, géolocalisation, liste de services proposés, capacités, tarifs, photos, vidéo, brochures en téléchargement, disponibilités pour les hébergeurs, lien vers centrales de réservation pour les hébergeurs, etc.).

AUGEVAL HÔTEL ***
Hôtel

Réunissant deux villas de charme classées « remarquable » et « exceptionnelle », cet hôtel entouré d'un jardin et agrémenté d'une piscine chauffée est un cocon proche de l'hippodrome de la Touques. A la frontière de la mer et de la campagne, l'atmosphère estivale enveloppe les 42 chambres auxquelles s'attachent un service personnalisé. On apprécie tout particulièrement le sauna, le hammam, la table hydrojet et les massages qui composent le nouvel espace de relaxation.

Disponibilité Réserver

AJOUTER AU CARNET

15 avenue Hocquart de Turtot
14800 DEAUVILLE
Tél. : 02 31 81 13 18

Envoyer un mail
Voir le site web

Capacité :

Aux alentours

En 2019, les prestations des socioprofessionnels ont en plus été reprises et positionnées dans les univers thématiques du site, pour encore plus de visibilité.

► **366 packs-web** ont été mis en ligne sur www.indeauville.fr.

► Encarts publicitaires dans les éditions généralistes :

- au dos des Plans des communes de Blonville-Bénerville-Tourgéville, Deauville, Touques-St Arnoult, Villers-sur-Mer et Villerville



- dans le Carnet d'adresses (guide-répertoire des adresses utiles du territoire comprenant l'ensemble des informations nécessaires à un séjour (hébergements, activités, infos pratiques...))



- dans les Calendriers trimestriels des événements du territoire.



► Les éditions du budget Promotion du Tourisme de la SPL ont comporté **223 insertions publicitaires**.

Outre cette offre commerciale, la SPL a souhaité établir **une véritable relation de partenariat**, avec les socioprofessionnels qui s'associent à elle pour l'attractivité du territoire.

Elle a ainsi développé des prestations pour permettre aux socioprofessionnels partenaires de bénéficier- en plus de la visibilité apportée par les flux générés par l'office de tourisme (126 000 personnes accueillies dans les bureaux d'information touristique, en progression de +1.5% par rapport

à 2018 / 566 000 visiteurs sur le site Internet, en hausse de 17% par rapport à 2018) - d'un apport d'affaires supplémentaires via :

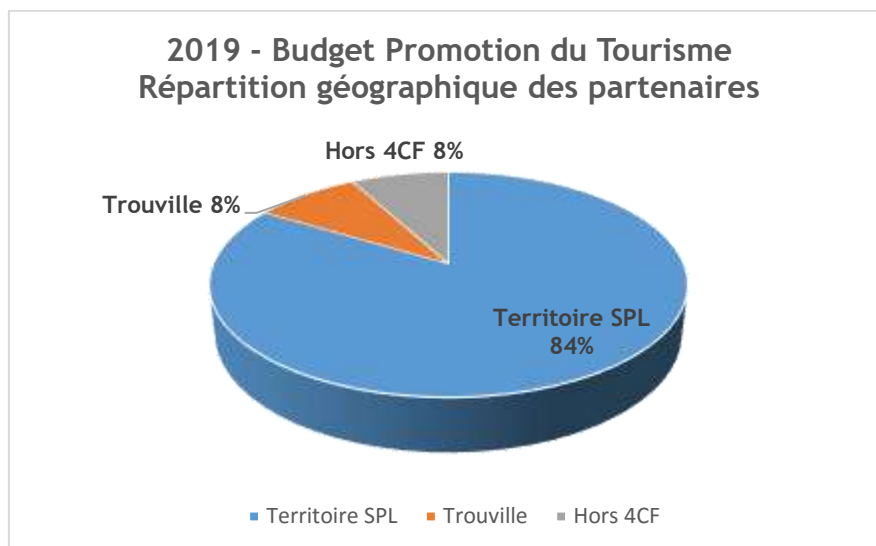
- Une diffusion importante des éditions : dans les 6 bureaux d'information touristique et dans près de 300 points de diffusion réguliers, dans et hors territoire.
- Un espace de diffusion des brochures des socioprofessionnels partenaires dans chaque bureau d'information touristique.
- Les partenaires sont recommandés auprès des visiteurs des 6 bureaux d'information touristique.
- Les entreprises partenaires sont représentées lors des opérations de promotion et communication menées par nos équipes sur les marchés français et étrangers et lors des opérations presse.

Partenariat 2019 : nombre d'annonceurs sur les supports (éditions et web au 31 décembre 2019 inclus) et répartition professionnelle.

► Nombre d'annonceurs sur les supports : **482 annonceurs** (Territoire et hors territoire)

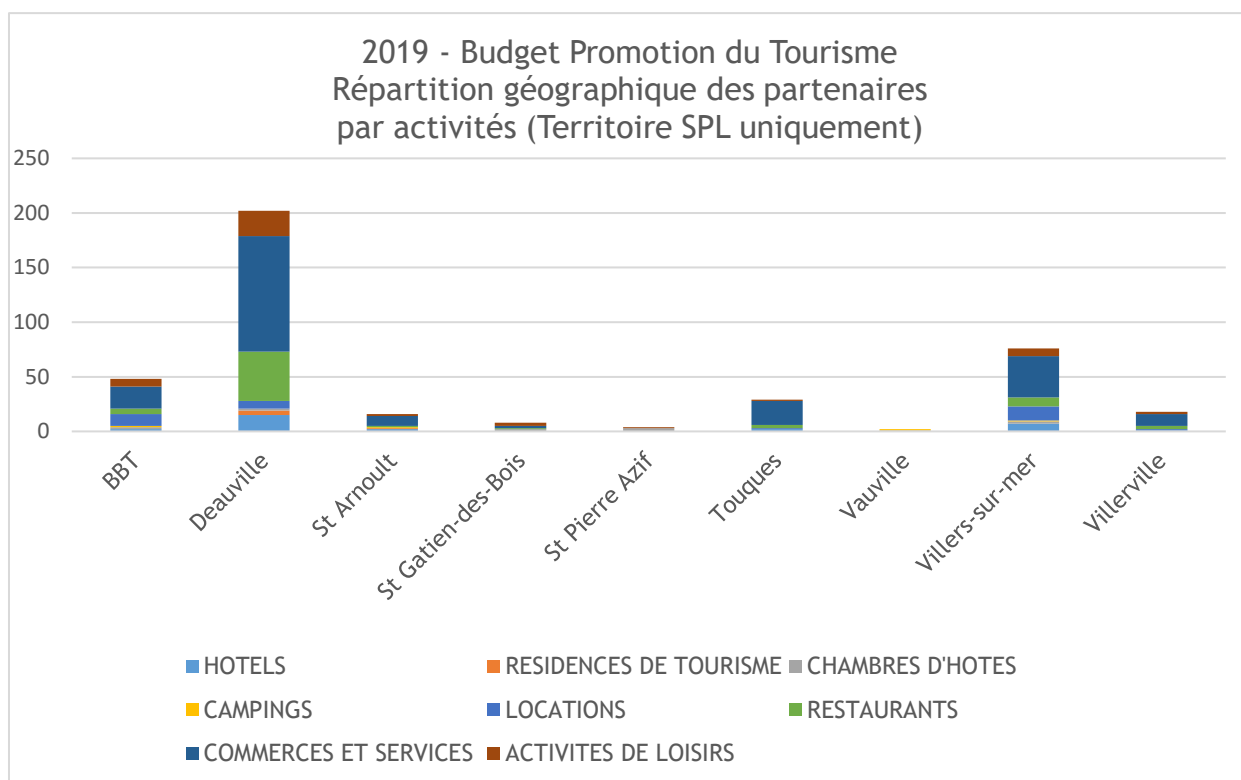
	TOTAL	Territoire SPL	Trouville	Hors 4CF
Budget Promotion du Tourisme	482	403	41	38

[2018 : 404 annonceurs - +19.31%]

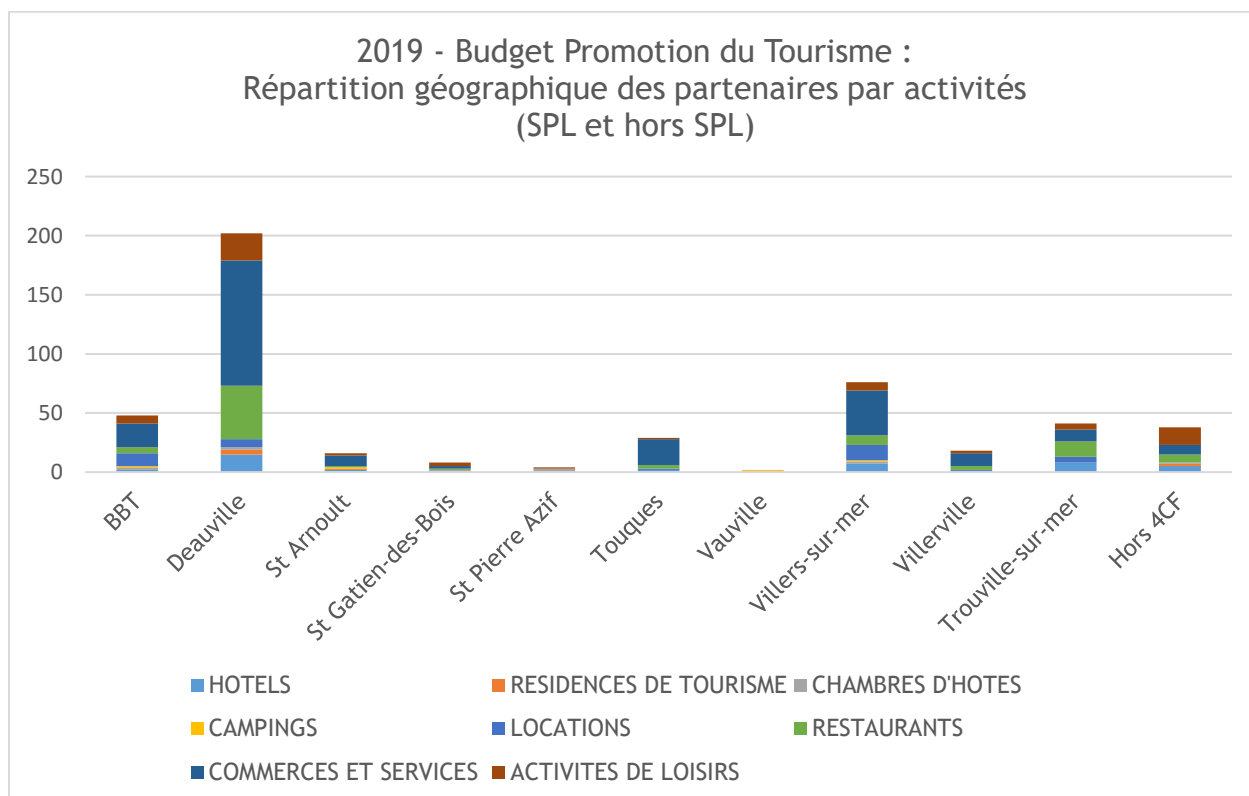


Trouville et Hors 4CF : sans démarchage - adhésion volontaire

► Partenaires SPL 2019 : Répartition par communes touristiques membres de la SPL

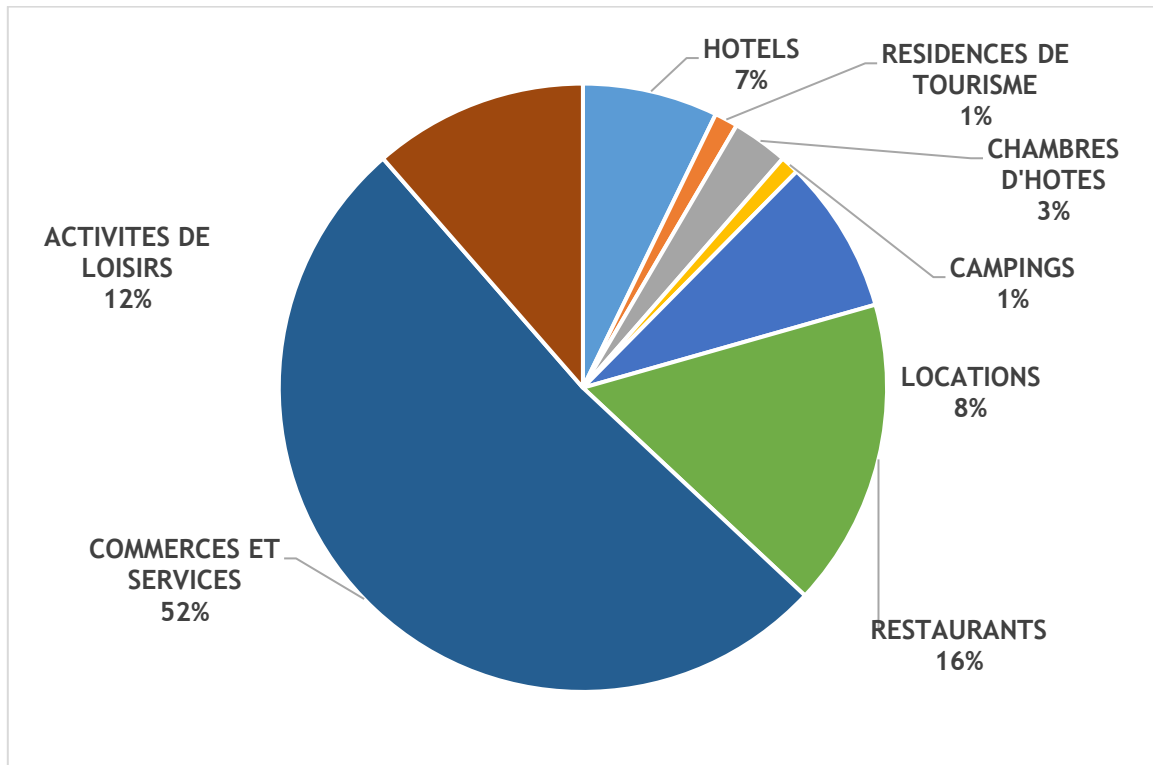


► Partenaires SPL : Répartition par communes touristiques (SPL et hors SPL)

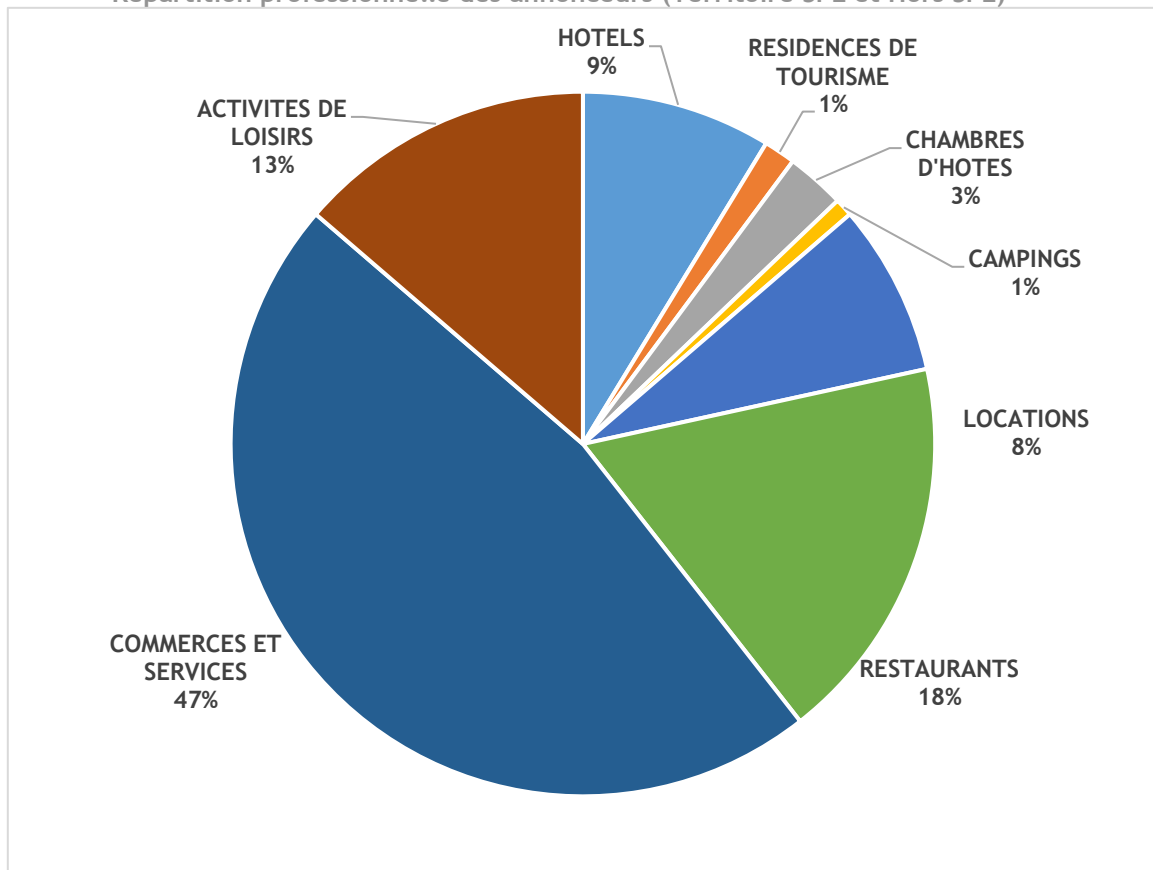


► Répartition professionnelle des annonceurs des supports de partenariat :

Répartition professionnelle des annonceurs (Territoire SPL uniquement)



Répartition professionnelle des annonceurs (Territoire SPL et Hors SPL)



IV) COMPTE-RENDU FINANCIER

1) Compte de résultat au 31 décembre 2019

COMPTE DE RESULTAT en euros ht				
PROMOTION DU TOURISME	<u>REALISE</u> <u>2017</u>	<u>REALISE</u> <u>2018</u>	<u>BUDGET 2019</u>	<u>REALISE 2019</u>
CHIFFRE D'AFFAIRES retraité	1 573 611	1 487 539	1 619 155	1 700 532
Espaces Publicitaire	268 008	159 123	250 000	224 225
Ventes boutiques	68 843	86 327	110 000	84 300
Visites Guidées	4 600	8 499	29 000	5 867
Marché Billeterie	2 004	0	0	0
Divers (Refacturations ...)	0	3 433	0	5 984
Subventions	1 230 155	1 230 155	1 230 155	1 380 155
Achats consommés	30 204	41 677	35 000	39 435
MARGE GLOBALE	1 543 407	1 445 862	1 584 155	1 661 096
Charges de fonctionnement	427 762	392 425	445 730	379 635
Etudes et prestations	19 696	5 195	47 800	21 554
Achats fournitures	26 146	24 782	18 543	23 162
Services Extérieurs (Entretien, loyers, maintenance, assurances...)	150 555	153 532	146 694	129 830
Autres Charges Externes (Publicité, Honoraires, Frais Télécom, Personnel mis à disposition...)	231 365	208 916	232 693	205 089
VALEUR AJOUTEE	1 115 644	1 053 437	1 138 425	1 281 461
Impôts et taxes	103 541	119 843	50 348	64 156
Charges de personnel	940 224	1 093 686	1 060 777	1 175 340
EXCEDENT BRUT EXPLOIT.	71 879	-160 092	27 300	41 965
Transfert de charges	123 372	16 167	11500	12173,68
Autres produits d'exploitation	7	149	0	98,84
Dotations aux amortissements	5 025	8 867	15 200	11 127
Autres charges d'exploitation	18 893	19 384	23 500	28 974
RESULTAT EXPLOITATION	171 340	-172 027	100	14 137
Résultat financier	-15	-4	0	0
Résultat exceptionnel	-82 706	-13 855	-100	-13547,21
Impôt société	-7 632	0	0	0
RESULTAT DE L'EXERCICE	80 987	-185 886	0	590
CAPACITE AUTOFINANCEMENT	171 012	-177 019	15 200	11 716

COMPTE DE RESULTAT 2019 en euros ht			
PROMOTION DU TOURISME	RECETTES	PROMOTION DU TOURISME	DEPENSES
CHIFFRE D'AFFAIRES retraité	1 700 532	Achats consommés	39 435
dont Espaces Publicitaire	224 225	Charges de fonctionnement	379 635
dont Ventes boutiques	84 300	Impôts et taxes	64 156
dont Visites Guidées	5 867	Charges de personnel	1 175 340
dont Marché Billeterie	0	Transfert de charges	-12 174
dont Divers (Refacturations ...)	5 984	Autres produits d'exploitation	-99
dont Subventions	1 380 155	Dotations aux amortissements	11 127
		Autres charges d'exploitation	28 974
		Résultat financier	0
		Résultat exceptionnel	13 547
		Impôt société	0
TOTAL	1 700 532	TOTAL	1 699 942

2) Immobilisations au 31 décembre 2019

ETAT DES IMMOBILISATIONS ACQUISES PAR LA SPL

Désignation	Date d'acquisition	Durée d'amortissement	Quantité	Valeur d'acquisition
Installations générales, agencements				
Raccordement KNET	23/05/2017	5 ans	1	4300 € ht
Agencement RETIF	24/04/2018	10 ans	1	2742,65 € ht
Installations techniques				
Vidéoprojecteur	02/10/2019	3 ans	1	1385,90 € ht
Matériel de bureau et informatique				
Table numérique SOYHUCE	19/01/2017	3 ans	1	4600 € ht
Boîtier pare-feu	04/05/2017	3 ans	1	1251 € ht
I-Mac	04/05/2017	3 ans	3	4177,41 € ht
Commutateur-transmetteur	04/05/2017	3 ans	2	1916 € ht
HP Prodesk 400 G3	26/06/2017	3 ans	1	694,32 € ht
PC tour HP 280 G2	21/02/2018	3 ans	1	533,52 € ht
HP Probook 450 G5	01/03/2018	3 ans	1	897,78 € ht
Microsoft surface pro D	17/07/2018	3 ans	1	1581,39 € ht
HP Probook 450 G5	19/09/2018	3 ans	1	897,78 € ht
CISCO SERIES PSZ22451T13	19/06/2019	3 ans	1	895,54 € ht
CISCO SERIES PSZ23031NJ5	12/07/2019	3 ans	1	674,83 € ht
HP ELITE + ECRAN LED SAN	17/12/2019	3 ans	1	1293,80 € ht
Mobilier				
Mobilier totem	07/06/2017	10 ans	1	7100 € ht
Meuble plan droit	24/11/2017	10 ans	1	677,83 € ht
Logiciels - site Internet				
Logiciel Incafu	31/07/2017	5 ans	1	1600 € ht

3) Analyse financière des comptes arrêtés au 31 Décembre 2019 :

Le chiffre d'affaires retraité est de 1.700.532 euros. Il comprend les ventes de produits et services (320.377 euros) mais également la subvention d'exploitation (1.380.155 euros).

Les ventes de produits et services permettent de financer 20 % de l'ensemble des charges (soit 4 points de plus qu'en 2018).

Après déduction des achats consommés pour les boutiques (39.435 euros), la marge globale s'affiche ainsi à 1.661.096 euros.

Après déduction des charges de fonctionnement, on obtient **une valeur ajoutée de 1.281.461 euros.**

Après déduction des impôts et taxes et des charges de personnel, on obtient un **excédent brut d'exploitation de 41.965 euros.**

Après déduction des transferts de charges, dotations aux amortissements et autres charges, **le résultat d'exploitation s'affiche à 14.137 euros et le résultat net comptable à 590 euros.**

Le résultat quasi à l'équilibre s'explique principalement par l'effet conjugué de l'augmentation de la subvention d'exploitation et de la vente des produits et services.

V) Conclusion :

Après deux premières années de délégation de service, la SPL et la Communauté de communes ont contractualisé pour une nouvelle période de 3 ans, entre 2019 et 2021.

Après deux résultats financiers très différents liés à l'installation de la SPL, la mutualisation des offices de tourisme et une période de construction d'une nouvelle offre de produits et services, l'année 2019 se termine par un résultat quasi à l'équilibre.

Les charges et la subvention d'exploitation sont désormais stabilisées ; c'est donc le développement des produits et services qui fera globalement évoluer la tendance.

Bien entendu, c'est sans compter la crise sanitaire du Coronavirus qui aura contraint la SPL à quasi stopper toute activité commerciale entre le 17 mars et le 15 mai 2020.