

Envoyé en préfecture le 16/10/2020

Reçu en préfecture le 16/10/2020

Affiché le

**SLOW**

ID : 050-200067205-20201016-DEL2020\_123-DE




# RAPPORT D'ACTIVITÉS 2019

## OFFICE DE TOURISME DU COTENTIN



**COTENTIN**  
**UNIQUE**  
PAR **NATURE**

# UNE NOUVELLE AMBITION POUR LE TOURISME DU COTENTIN



Depuis son installation, la Communauté d'agglomération du Cotentin a affirmé son ambition politique en matière de développement touristique. Cette volonté s'est traduite de manière concrète avec la création de la SPL de Développement Touristique du Cotentin, le 1er janvier 2018 afin de porter l'Office de Tourisme du Cotentin.

Ainsi, l'Office de Tourisme apparaît comme le véritable bras armé de l'action de la collectivité pour appliquer la stratégie touristique définie par l'agglomération et adoptée à l'unanimité par les élus le 7 février 2019. Elle se fixe comme objectif de valoriser les paysages uniques et les atouts indéniables du territoire pour faire du Cotentin, une grande destination touristique européenne.

En 2019, pour sa deuxième année de fonctionnement, l'Office de Tourisme a su démontrer sa capacité à rassembler et fédérer autour de deux actions majeures, contribuant au développement de notre notoriété et notre attractivité : le lancement de notre marque Cotentin Unique par Nature et l'organisation en mai de la venue de l'Hermione, un événement d'ampleur national avec plus de 100 000 visiteurs.

Notre jeune Office de Tourisme poursuit sa structuration et a été récompensée pour son travail avec l'obtention en ce début d'année 2020 d'un classement en catégorie 2. Une première étape qui oriente son organisation pour un service de qualité. La poursuite des efforts doit nous permettre d'atteindre un classement en catégorie 1 en adéquation avec nos objectifs.






Enfin, l'Office a à cœur de permettre l'épanouissement des acteurs de l'économie touristique du Cotentin. L'écoute des besoins de nos partenaires et le soutien après la crise sanitaire seront parmi nos priorités 2020.

L'épidémie qui vient de bouleverser le monde a mis l'accent sur l'importance de l'activité touristique tant en matière économique que dans nos modes de vie. Plus que jamais, notre stratégie d'une destination « Cotentin Unique par Nature » est en phase avec les aspirations du moment.



**Geneviève GOSSELIN-FLEURY**  
Présidente de l'Office de Tourisme du Cotentin

## SOMMAIRE

	L'OFFICE DE TOURISME DU COTENTIN	4
	ACCUEIL ET DÉVELOPPEMENT DES SERVICES	11
	MARKETING	23
	INGÉNIERIE ET DÉVELOPPEMENT	45
	ADMINISTRATION ET RESSOURCES	53

# COTENTIN UNIQUE PAR NATURE

## > CRÉATION ET OBJECTIFS

### LA GENÈSE

La loi NOTRe a transféré la compétence promotion du tourisme aux EPCI à partir du 1er janvier 2017. Lors de sa création au 1er janvier 2017, la Communauté d'agglomération du Cotentin comptait 20 Bureaux d'Information Touristique gérés par 10 Offices de Tourisme aux statuts et aux tailles très différents pour un budget global d'environ 3,5 millions d'euros sur le territoire.

Face à la nécessité de créer un nouvel Office de Tourisme à l'échelle du Cotentin pour répondre aux enjeux de développement de l'économie touristique, la Communauté d'agglomération du Cotentin a souhaité créer une Société Publique Locale (SPL) pour porter son Office de Tourisme intercommunal.

Au 1er janvier 2018, les personnels des anciennes structures « Offices de Tourisme » et du Pays d'Accueil Touristique ont automatiquement été transférés au sein de la SPL de Développement Touristique du Cotentin, avec toutes les procédures administratives connexes.

La SPL de Développement Touristique devient ainsi le plus gros Office de Tourisme de Normandie, avec un effectif de plus de 50 salariés permanents et un budget prévisionnel avoisinant les 4,8 millions d'euros, quand le budget moyen d'un Office de Tourisme est de 600 000 €<sup>1</sup>.

Le territoire de compétence couvre 132 communes et près de 1 500 km<sup>2</sup>, avec un maillage de 19 Bureaux d'Information Touristique. La SPL a également la gestion de 3 équipements : le moulin à eau de Marie Ravenel à Réthoville et le phare de Carteret et le mini-golf à Barneville-Carteret.

PLUS DE 50 SALARIÉS PERMANENTS

129 COMMUNES  
(dont 2 communes nouvelles) sur le territoire de  
compétence

4,8 MILLIONS D'€ DE BUDGET PRÉVISIONNEL

20 BUREAUX D'INFORMATION TOURISTIQUE

3 ÉQUIPEMENTS

- Phare de Carteret
- Moulin à eau de Marie Ravenel
- Mini-golf de Carteret

<sup>1</sup> Source : INSTITUT D'INFORMATIONS ET DE CONJONCTURES PROFESSIONNELLES, Rapport de branche, octobre 2018 sur les données 2017 récoltées.

## **LES OBJECTIFS DE LA CRÉATION**

Envoyé en préfecture le 16/10/2020

Reçu en préfecture le 16/10/2020

Affiché le

**SLOW**

ID : 050-200067205-20201016-DEL2020\_123-DE

### **Les objectifs de l'Office de Tourisme :**

- Porter une stratégie de développement touristique, d'attractivité et de marketing territorial :
  - Mettre en oeuvre une politique de communication permettant de renouveler et développer l'image du territoire
  - Développer une nouvelle offre touristique
- Assurer le mieux possible auprès des visiteurs : l'accueil, l'information, la promotion et la commercialisation touristique des offres du Cotentin
- Organiser et soutenir les acteurs de l'économie touristique
- Permettre aux collectivités territoriales actionnaires de lui confier la gestion d'équipements par des contrats dans une relation directe et autonome

### **Le tourisme**

- Une valeur sûre de l'économie
- Vecteur d'attractivité et d'identité du territoire
- Un enjeu stratégique pour la nouvelle Communauté d'agglomération du Cotentin

## **L'OBJET SOCIAL DE LA SPL**

- Réaliser et exécuter des études répondant au besoin du développement de la promotion du tourisme, de son organisation, des besoins d'animation du territoire, ainsi que pour le compte de ses actionnaires.
- Exercer les missions d'Office de Tourisme
  - Accueil et information des touristes
  - Promotion touristique en lien avec les acteurs du secteur
  - Coordination des partenaires du tourisme local, commercialisation de prestations de services touristiques
  - Le cas échéant tout ou partie de l'élaboration et de la mise en oeuvre de la politique touristique locale et des programmes locaux de développement touristique
  - Élaboration de services touristiques.
- Assurer l'étude, la gestion, la commercialisation et l'exploitation de tout équipement touristique, culturel et/ou de loisirs.
- Concevoir et/ou mettre en oeuvre des animations, fêtes et manifestations touristiques, culturelles et/ou de loisirs.
- Accomplir toutes les opérations financières, commerciales, industrielles, civiles, mobilières ou immobilières, présentant un intérêt général pour les actionnaires, qui peuvent se rattacher directement ou indirectement à l'objet social.



## **LA DÉLÉGATION DE SERVICE PUBLIC**

Envoyé en préfecture le 16/10/2020

Reçu en préfecture le 16/10/2020

Affiché le

**SLOW**

ID : 050-200067205-20201016-DEL2020\_123-DE

Par décision en date du 7 décembre 2017, la Communauté d'agglomération du Cotentin a choisi la SPL de Développement Touristique du Cotentin en qualité de délégataire de service public pour la gestion et la mise en oeuvre des missions de l'Office de Tourisme communautaire, telles que définies par le Code du Tourisme, dont notamment :

- l'accueil, l'information et le conseil des touristes sur l'ensemble des Bureaux d'Information Touristique (BIT), par la mise en place d'une information touristique fiable et complète sur le territoire concourant au développement du territoire, sous forme matérielle (éditions etc.) ou numérique,
- la promotion touristique régionale, nationale et internationale en lien avec les instances départementales, régionales et nationales, et de façon générale avec l'ensemble des acteurs du secteur pour développer la fréquentation touristique et la notoriété du territoire,
- la coordination de la promotion des événements, manifestations et activités contribuant à la notoriété et la mise en tourisme de la destination dans le cadre de la stratégie de marketing territorial,
- la coordination des acteurs et partenaires du tourisme au plan territorial, l'animation des réseaux, des labels territoriaux, etc...,
- la conception, la production, la promotion, la commercialisation de toutes prestations (sèches ou forfaitisées) de tourisme d'agrément et de tourisme d'affaires (y compris billetteries des sites et manifestations, boutiques dans les BIT, etc.), la mise en oeuvre de partenariats, notamment sous la forme d'offres de services en commun, avec les acteurs du tourisme des territoires voisins et/ou de tout autre territoire pertinent, afin de contribuer au développement du tourisme local.

**A cet effet, la SPL est notamment chargée de :**



Réaliser et exécuter, notamment, des études et missions répondant aux besoins du développement et de la promotion du tourisme, de son organisation, ainsi qu'aux attentes d'animation et d'attractivité du territoire. Dans ce cadre, le délégataire apportera son assistance à la Communauté d'agglomération pour la réalisation des opérations préparatoires au recouvrement de la taxe de séjour.



Concevoir et réaliser des missions d'ingénierie, d'assistance et de formation visant à créer, développer, restructurer, installer des équipements ou activités concourant au développement de l'offre et de l'économie touristiques sur le territoire.

Au cours de l'année 2019, un avenant à la DSP a été établi entre la SPL et la Communauté d'agglomération du Cotentin afin que l'Office de Tourisme mette en place les conditions nécessaires à l'organisation d'un événement autour de l'accueil de la frégate "L'Hermione" du 4 au 8 mai 2019 à Cherbourg-en-Cotentin.

Par ailleurs, un contrat de concession de service public régit les relations entre la SPL et la ville de Cherbourg-en-Cotentin, un de ses actionnaires, pour l'organisation des visites guidées de la ville, moyennant l'affectation de moyens complémentaires pour cela.

## > LES FAITS MARQUANTS DE L'ANNÉE 2019



2019 représente l'année de déploiement de l'Office de Tourisme du Cotentin, après la définition de la stratégie de développement touristique par la Communauté d'agglomération du Cotentin et la création de la marque de destination, la SPL peut décliner des actions de développement touristique dans le domaine de la promotion, la commercialisation, l'animation, etc...

# > LA GOUVERNANCE ET L'ACTIVITÉ STATUTAIRE

## LE FONCTIONNEMENT

La SPL comme toute société détient un capital social qui s'élève à **760 410 euros**.

- La Communauté d'agglomération du Cotentin, actionnaire majoritaire à hauteur de **64,7%**,
- Les villes de Cherbourg-en-Cotentin, Saint-Vaast-la-Hougue, La Hague, Barneville-Carteret et la Communauté de Communes de la baie du Cotentin, chacune actionnaire, à hauteur de **5,9%**,
- **21 communes, formant une assemblée spéciale**, également actionnaires à hauteur de **0,28%** chacune.

### Composition du Conseil d'administration :

- 10 élus de la Communauté d'agglomération du Cotentin
- 1 élu de la ville de Cherbourg-en-Cotentin
- 1 élu de la ville de Saint-Vaast-la-Hougue
- 1 élu de la ville de La Hague
- 1 élu de la ville de Barneville-Carteret
- 1 élu de la Communauté de Communes de la Baie du Cotentin
- 1 élu représentant l'assemblée spéciale
- 1 représentant des socio-professionnels élu par le Comité Stratégique

## LES ÉLUS AU SEIN DU CONSEIL

Madame **Geneviève Gosselin-Fleury**, vice-présidente de la Communauté d'agglomération du Cotentin en charge du tourisme, a été élue Présidente de la SPL le 20 décembre 2017 en raison de la démission de Jean-Michel Houllégatte, à la suite de son élection au mandat de sénateur fin septembre 2017.

### Ont été élus vice-présidents :

- **Jean-Pierre Lhonneur**, Président de la Communauté de communes de la Baie du Cotentin et Maire de Carentan-les-Marais, premier vice-président de la SPL
- **Claude Dupont**, représentant la ville de Barneville-Carteret, deuxième vice-président
- **Yves Asseline**, Maire de Réville, représentant l'Assemblée spéciale, troisième vice-président
- **Elisabeth Burnouf**, représentant la Communauté d'agglomération du Cotentin, quatrième vice-présidente
- **Jean Lepetit**, Maire de Saint-Vaast-la-Hougue, cinquième vice-président

## L'ACTIVITÉ DU CONSEIL D'ADMINISTRATION

Le Conseil d'administration s'est réuni à 5 reprises en 2019

- Le 29/03/2019
- Le 11/06/2019
- Le 28/06/2019 - Assemblée Générale
- Le 11/10/2019
- Le 20/12/2019





# > LE FONCTIONNEMENT INTERNE

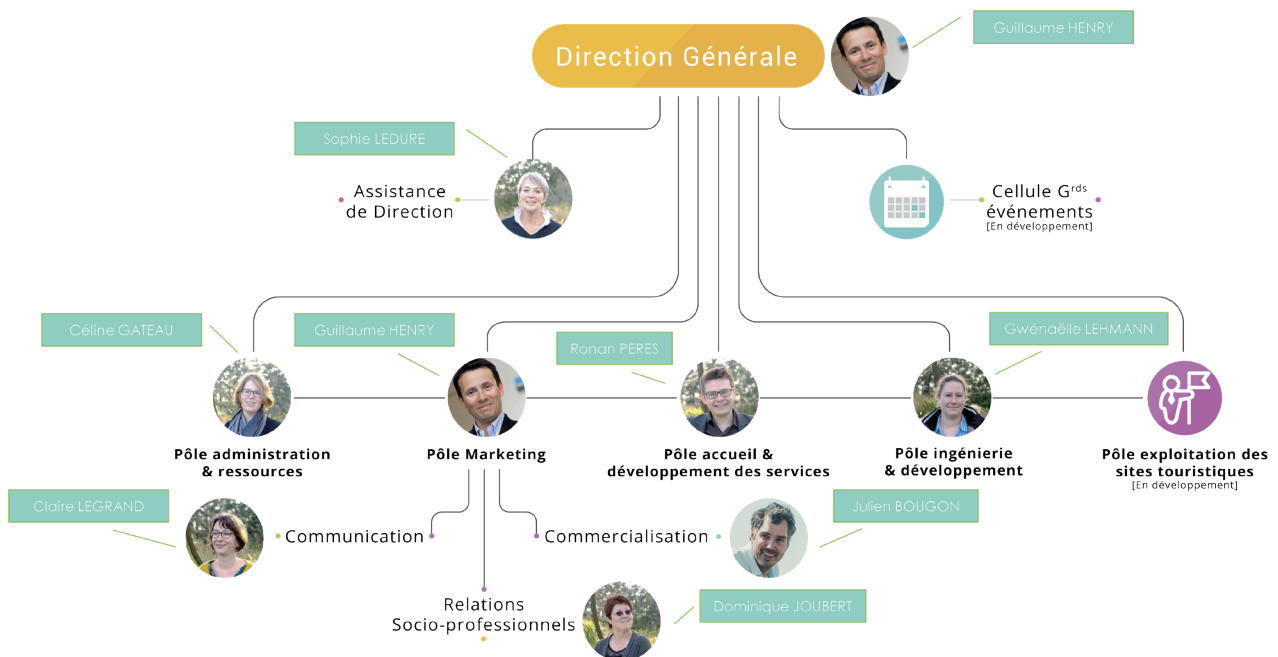


## LA DIRECTION GÉNÉRALE

Le Directeur Général est mandataire social et représentant légal de la Société. Il est investi de ses pouvoirs par le Conseil d'administration et les exerce avec l'agrément de celui-ci. En 2019, Guillaume HENRY a été révoqué par le Conseil d'administration réuni le 20 décembre. Lors de cette même séance, Yves LECLERC a été désigné pour le remplacer par intérim.

## UNE ORGANISATION À DOUBLE ENTRÉE

### Des pôles et des services opérationnelles




## L'effectif de la SPL au 31 décembre 2019



- La SPL Office de Tourisme du Cotentin compte **60 ETP**.
- **87 personnes** ont été sous contrat avec l'OT au 31 décembre 2019.

# Cinq pôles touristiques territoriaux

Envoyé en préfecture le 16/10/2020  
Reçu en préfecture le 16/10/2020  
Affiché le   
ID : 050-200067205-20201016-DEL2020\_123-DE



**CHERBOURG**

- > Quai Alexandre III
- > Port



**LA HAGUE**

- > Beaumont-Hague
- > Les Pieux
- > Goury
- > Diélette



**CÔTE DES ISLES**

- > Barneville
- > Carteret
- > Port-Bail
- > Denneville



**VAL DE SAÏRE**

- > Saint Pierre Eglise
- > Fermanville
- > Barfleur
- > Saint-Vaast-la-Hougue
- > Quettehou
- > Quinéville
- > Montebourg



**CLOS DU COTENTIN**

- > Valognes
- > Briquebec-en-Cotentin
- > Saint-Sauveur-le-Vicomte



Envoyé en préfecture le 16/10/2020

Reçu en préfecture le 16/10/2020

Affiché le

**SLOW**

ID : 050-200067205-20201016-DEL2020\_123-DE



**ACCUEIL ET DEVELOPPEMENT  
DES SERVICES**

# > LES BUREAUX D'INFORMATION TOURISTIQUE

## LA FRÉQUENTATION DES BUREAUX D'INFORMATION TOURISTIQUE EN 2019

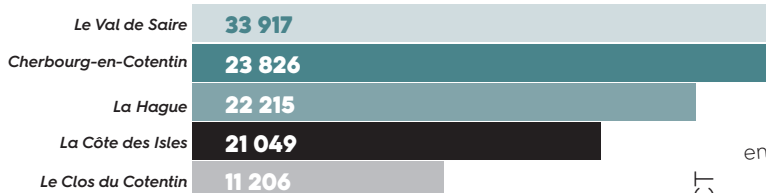
Chiffres issus des statistiques de l'Office de Tourisme, basées sur l'enregistrement des demandes à l'accueil dans le Système d'Information Touristique Tourinsoft.

# 112 213

demandes sur l'année 2019 dans les 20 Bureaux d'Information Touristique (BIT)

(106 665 en 2018, soit une augmentation de 5%)

Fréquentation BIT 2019	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	TOTAL
BIT Barneville-Carteret (bourg)	354	471	486	1 018	675	794	1 493	1 215	569	291	114	142	7 622
BIT Barneville-Carteret (Carteret)	0	0	0	262	731	865	2 174	2 397	754	307	93	83	7 666
BIT Port-Bail-sur-Mer (Denneville)	0	0	0	0	0	0	57	140	0	0	0	0	197
BIT Port-Bail-sur-Mer	113	229	245	660	424	537	1 462	1 245	308	190	87	64	5 564
BIT Beaumont-Hague	232	294	323	447	563	478	1 076	1 400	485	221	110	98	5 727
BIT Diélette	0	0	0	0	0	0	225	202	0	0	0	0	427
BIT Goury	0	209	0	790	1 140	1 682	2 448	3 720	1 801	205	33	0	12 028
BIT Les Pieux	149	204	210	304	378	443	791	865	368	168	88	65	4 033
BIT Port-Cherbourg-en-Cotentin	0	0	0	0	0	0	628	300	134	0	0	0	1 062
BIT Quai Alexandre III	840	914	1 524	1 738	3 729	2 026	3 119	5 246	1 695	1 258	434	241	22 764
BIT Barfleur	145	269	287	1 087	1 487	1 839	2 000	2 367	1 122	288	83	79	11 053
BIT Fermanville	0	3	4	38	32	31	203	223	37	0	0	0	571
BIT Montebourg	0	17	33	57	130	173	239	147	97	88	78	52	1 111
BIT Quettehou	131	176	209	333	134	539	943	896	384	208	115	77	4 145
BIT Quinéville	0	0	0	0	18	326	537	484	0	0	0	0	1 365
BIT St-Pierre-Eglise	8	11	4	84	82	64	153	177	64	12	0	0	659
BIT St-Vaast-la-Hougue	287	396	496	1 083	1 296	1 656	3 064	3 927	1 749	582	261	216	15 013
BIT Bricquebec-en-Cotentin	29	22	37	158	193	266	417	534	288	29	17	13	2 003
BIT Saint-Sauveur-le-Vicomte	19	25	28	208	280	464	768	1 211	252	76	11	20	3 362
BIT Valognes	238	245	275	445	512	591	1 077	1 153	575	254	239	237	5 841
<b>TOTAL</b>	<b>2 545</b>	<b>3 485</b>	<b>4 161</b>	<b>8 712</b>	<b>11 804</b>	<b>12 774</b>	<b>22 874</b>	<b>27 849</b>	<b>10 682</b>	<b>4 177</b>	<b>1 763</b>	<b>1 387</b>	<b>112 213</b>



### TOP 5 des demandes à l'accueil

- 1 Sites et lieux de visite (27%)
- 2 Renseignements pratiques touristiques (20%)
- 3 Services et prestations de l'OT (11%)
- 4 Manifestations (10%)
- 5 Randonnées (5%)

L'ORIGINE



85% DES VISITEURS SONT FRANÇAIS

44% d'entre eux sont originaires de Normandie  
 14% de l'Île de France  
 6% des Hauts de France  
 5% des Pays de la Loire  
 5% de Bretagne



15% DES VISITEURS SONT D'ORIGINE ÉTRANGÈRE

### COTENTIN (TOUS LES TERRITOIRES)

33% d'entre eux sont originaires du Royaume-Uni  
 19% d'Allemagne  
 16% de Belgique  
 8% des Pays-Bas  
 8% des Etats-Unis

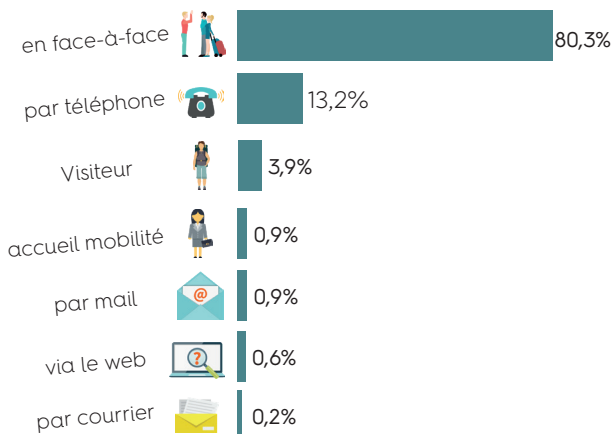
### COTENTIN (HORS CHERBOURG) <sup>12% D'ÉTRANGERS</sup>

26% d'entre eux sont originaires du Royaume Uni  
 25% d'Allemagne  
 21% de Belgique  
 8% des Pays-Bas  
 3% d'Italie

### CHERBOURG (UNIQUEMENT) <sup>25% D'ÉTRANGERS</sup>

47% d'entre eux sont originaires du Royaume-Uni  
 18% des Etats-Unis  
 8% d'Allemagne  
 6% de Belgique  
 5% d'Espagne

LES MODES DE CONTACT



## LA BOUTIQUE ET LA BILLETTERIE

En 2019, le service « boutique-billetterie » s'est structuré, avec la mise en place d'une stratégie commerciale correspondant à la marque « Cotentin Unique par Nature » et le développement des produits dérivés de la marque (badges et sacs). Par ailleurs, la billetterie s'est développée avec la vente en ligne pour répondre à la demande des clientèles de réserver sur internet.

Cette deuxième année du service « boutique-billetterie » a été marquée par le développement des produits en vente dans les bureaux d'accueil et le nombre croissant de conventions de billetterie signées pour l'animation touristique du territoire. 66 conventions de billetterie ont été signées (56 en 2018). Le dépôt-vente a représenté 1,41 % du chiffre d'affaires de 2019, il concerne essentiellement des produits « textile ».



**544 024,12 € TTC**

DE CHIFFRE D'AFFAIRES GÉNÉRÉ  
PAR LA BOUTIQUE ET  
LA BILLETTERIE

soit + 73,9 % par rapport à 2018



443 111,54 € pour la billetterie



100 912,58 € pour la boutique



**725**

RÉFÉRENCES DE PRODUITS SUR  
L'ENSEMBLE DES BOUTIQUES

540 en 2018

*Produits « art de la table », « Box » (coffrets cadeaux), carterie, librairie, produits du terroir, souvenirs, articles textiles et topoguides.*

Les billets **Manche Iles Express** représentent 28% des ventes de la billetterie et ceux de **La Cité de la Mer** 8%. L'une des nouveautés était la vente dans les bureaux d'accueil des entrées pour l'Airborne Museum, avec un petit nombre de billets vendus pour cette première année.



## > LES ÉQUIPEMENTS EN GESTION



### LE PHARE DE CARTERET



Ouvert de février à novembre

**14 528** visiteurs (+24%)

Propriété de Phares et Balises, avec une Autorisation d'Occupation Temporaire de la ville de Barneville-Carteret et gestion par convention avec la SPL

Les visites du phare ont été autant plébiscitées en haute saison (2 000 visiteurs en plus sur juillet et août) qu'en basse saison.

Le public a notamment pu apprécier les nouveautés telles que l'exposition extérieure « le littoral normand vu du ciel » du photographe Frédéric Larrey, l'ouverture des jardins du phare et le premier événement « Les 180 ans du Phare de Carteret ».



### LE MOULIN À EAU DE MARIE RAVENEL DE RÉTHOVILLE



Ouvert d'avril à septembre

**3 387** visiteurs (+12%)

Propriété de la Communauté d'agglomération du Cotentin et gestion par convention avec la SPL

Les mois ayant vu les plus fortes hausses

- **mai (48%)**
- **avril (30%)**
- **juillet (22%)**

Le mois de septembre est le seul en diminution (-2,7%) malgré des Journées Européennes du Patrimoine bien fréquentées (565 visiteurs estimés, contre 515 en 2018).

En matière d'animations, le moulin a accueilli **88 enfants** dans le cadre de ses ateliers Pain et a proposé la vente de pain sur 7 dimanches d'été.

Il a participé aux deux Journées du Patrimoine Meunier les 19 mai et 23 juin.

Il a accueilli le Tatihou Tour le 23 août dans le cadre du Festival de musique de Tatihou pour un concert avec **60 personnes**.

## > LES ANIMATIONS ET MANIFESTATIONS



### CAMPAGN'ART, le 16 juin à Fermanville



**16<sup>e</sup> édition**  
**Près de 6000 visiteurs**



**25 accueillants et 28 lieux d'exposition**



**135 exposants** : peintres, calligraphes, sculpteurs, photographes, potiers, graffeurs, créateurs de mode, bijoux, luminaires... Des comédiens et des musiciens déambulent à travers les rues.

Dans le cadre d'un petit village typique du Val de Saire, les jardins de Fermanville s'ouvrent aux artistes et artisans d'art et se transforment en galerie à ciel ouvert pour les passionnés comme pour les néophytes !

28 exposants étaient dans le village de l'artisanat créé cette année pour pallier les demandes de plus en plus nombreuses. Les animations liées au 75<sup>e</sup> anniversaire du Débarquement ont été aussi très appréciées !



### PLANTES ET SAVEURS D'AUTOMNE au Manoir du Tourp, les 14 et 15 septembre à La Hague



**15<sup>e</sup> édition**  
**3 312 visiteurs** (1 374 en 2018, 2 325 en 2017) sur les 2 jours



**41 exposants** : plantes, matériel de jardin, artisanat et produits du terroir... 13 nouveaux exposants étaient présents.

Au programme :

- des conférences de Michel PELTIER,
- un stand de conseils de Christophe GUERRAND,
- deux balades « découverte des plantes » qui ont affiché complet,
- des animations sur la nature.

#### Un réel succès pour ces nouvelles animations !!

Le soleil durant ces deux jours, les températures clémentes voire chaudes, ont contribué à la réussite de la manifestation.



### LES 180 ANS DU PHARE DE CARTERET, le 6 juillet



**1<sup>ère</sup> édition**  
**890 visiteurs**



**12 animations**  
(concerts, contes, visites, expositions...)



**13 exposants**  
(SyMEL, La Marine Nationale, Phares et Balises, la SNSM...)

Le soleil était au rendez-vous pour ce premier événement autour du phare organisé sur le thème de la nature, de la mer et des phares.

Des visites étaient également proposées en soirée pour une découverte nocturne du Cap de Carteret et de ses alentours.

#### Un joli coup de projecteur pour ce jeune phare de 180 ans !





## LE COTENTIN À VOS PIEDS, entre Pâques et septembre



**327 personnes**



**7 balades**

**18 Sorties**

d'environ 4h (dont 2h30 de marche effective)

Les sorties ont été ponctuées de visites, de rencontres et de dégustations de produits du terroir. Les balades étaient organisées sur les 5 territoires du Cotentin, pour partir à la découverte :

- de Port-Bail et ses havres de prés salés,
- d'Auderville et ses chemins de la Liberté,
- de Jobourg et ses paysages de cinéma,
- de Gréville-Hague et son peintre Jean François Millet,
- de Saint-Vaast-la-Hougue et ses parcs à huitres,
- de Brix et ses terres de légendes.



## LA PROGRAMMATION FAMILLE PLUS, pendant les vacances scolaires en Côte des Isles



**124 participants aux ateliers**

(828 en 2018)



**24 ateliers** (45 en 2018)

- les 12 ateliers faïenciers ont réuni 98 enfants (8 en moyenne)
- les 4 ateliers cartonnage ont réuni 17 enfants (4 en moyenne)
- les 8 ateliers créateurs ont accueilli 9 enfants (1 en moyenne).

L'Office de Tourisme a organisé une **chasse aux œufs** le 21 avril 2019 auprès de 88 enfants. Il a aussi proposé 3 spectacles familiaux : « M. Végas » (57 personnes), « Victor et le dernier dragon » (79 personnes), « Petite Ombre » (68 personnes), soit **204 personnes** au total.

Les sorties nature dédiées au jeune public font également partie de la programmation labellisée.



## LES SORTIES NATURE, pendant l'été en Côte des Isles



**528 participants**

(578 en 2018)



**21 Sorties**

21 sorties nature ont été proposées en 2019 (23 en 2018).

- 9 sorties ont été réalisées par le guide Simon BONNEVILLE et ont accueilli 244 personnes (soit 27 en moyenne pour une jauge de 30).
- 12 sorties étaient réalisées par le Centre Permanent d'Initiatives pour l'Environnement du Cotentin permettant d'accueillir 284 personnes (soit 23,6 en moyenne pour une jauge de 30).



## LES RANDONNÉES PÉDESTRES, toute l'année



**2 304 randonneurs**

(1950 en 2018)



**48 randonnées**

(50 en 2018)

A la différence de 2018 où les randonnées se concentraient sur le Clos du Cotentin, en 2019, les sorties se sont déroulées sur l'ensemble du Cotentin.





## LES VISITES DE L'AÉROPORT, d'avril à novembre dans le Clos du Cotentin Saire



**144 visiteurs pour 4 visites**

(219 en 2018 pour 7 visites)

Cette visite guidée atypique proposée avec l'aéroport de Cherbourg-Maupertus permet de découvrir l'aérogare, les pompiers, la tour de contrôle et l'aéro-club, en terminant par un goûter.

En moyenne **48 visiteurs** contre 31 visiteurs en 2018.

A noter qu'un quart des visiteurs sont des enfants.



## LES VISITES DE LA HOUGUE, en juillet et août à Saint-Vaast-la-Hougue



**75 visiteurs pour 4 visites**

(110 en 2018 pour 9 visites)

La visite guidée du Fort de la Hougue retrace l'histoire de la bataille de la Hougue et de la construction de la tour par Vauban, les différents éléments du Fort (porte aux dames, batteries) et de son environnement : Tatihou, Saint-Vaast et l'ostréiculture.

Ces visites étaient proposées pour la deuxième saison, elles étaient commentées par un guide de l'Office de Tourisme.



## LES BALADES GUIDÉES EN CARRIOLES, en juillet et août dans le Clos du Cotentin



**220 visiteurs pour 8 journées**

(232 en 2018)

L'histoire de Valognes se laisse conter au pas du cheval, avec le commentaire d'un guide du Pays d'Art et d'Histoire.



## > LES ANIMATIONS EN PARTENARIAT

### LES VISITES GUIDÉES DE CHERBOURG-EN-COTENTIN

toute l'année



La programmation de visites guidées à Cherbourg-en-Cotentin fait l'objet d'une concession de service public avec la ville, actionnaire de la SPL. Dans ce cadre et sur la base d'un programme en concertation avec la ville, l'Office de Tourisme contractualise avec les guides, gère l'ensemble de la communication et la mise en œuvre de l'opération.

La ville de Cherbourg a versé une subvention de 11 056 €.

Les visites se répartissent en trois catégories :

#### Les visites mensuelles

Chaque mois, entre janvier et juin puis entre octobre et décembre.

Au total, **437 visiteurs** (contre 379 visiteurs en 2018 avec une visite en moins) ont pu découvrir ou redécouvrir Cherbourg, soit 54 personnes en moyenne sur les 8 visites effectuées. Un franc succès car la jauge est de 50 personnes par visite.

#### Les estivales

En juillet et en août, elles prennent le relai de la programmation l'été, avec 5 thématiques proposées chaque semaine sur 2 mois.

Ces visites ont reçu **1 019 visiteurs** au total soit 24 visiteurs en moyenne, en baisse par rapport à 2018 (1 575 visiteurs).

#### Les Journées Européennes du Patrimoine

En septembre, une programmation spécifique est proposée, en 2019 les visites ont reçu **288 visiteurs** (contre 453 l'année précédente).



### FÊTE MÉDIÉVALE, le 15 août à Saint-Sauveur-le-Vicomte



Près de 8 000 visiteurs

Une manifestation organisée au château de Saint-Sauveur-Le-Vicomte par l'association « Vikings et Vicomtes » avec le soutien de l'Office de Tourisme.

Au programme, des animations diverses : campements médiévaux, spectacle de fauconnerie, chevalerie, marché du terroir (40 exposants), jeux normands, ferme pédagogique... Le service du patrimoine de la Communauté d'agglomération du Cotentin était également présent. Les visiteurs ont beaucoup apprécié de déambuler dans les cours du château et le Pré de l'Hospice au rythme de l'époque médiévale. Une belle journée au château de Saint-Sauveur-le-Vicomte !



### LES VISITES DE L'ANDRA, au départ de Cherbourg-en-Cotentin en juillet et août



Dans La Hague, en bus au départ de Cherbourg-en-Cotentin, deux parcours thématiques comprenant la visite du centre de stockage des déchets radioactifs que l'on découvre à chaque sortie :

- « Patrimoine de la Hague », visite du Manoir du Tourp les mardis (7 sorties effectuées sur 9 proposées initialement, 48 participants en tout),
- « Des étoiles aux atomes » visite de Ludiver les jeudis (7 sorties effectuées sur 9 proposées initialement, 46 participants en tout).

Au total **94 participants** sur les 14 sorties, plus qu'en 2018 (72 participants sur 11 sorties effectuées).

# L'ESCALE DE L'HERMIONE, DU 3 AU 7 MAI À CHERBOURG-EN-COTENTIN

Envoyé en préfecture le 16/10/2020

Reçu en préfecture le 16/10/2020

Affiché le

**SLOW**

ID : 050-200067205-20201016-DEL2020\_123-DE



## Présentation et objectifs de l'opération

La célèbre réplique de la frégate du Marquis de La Fayette avait choisi Cherbourg-en-Cotentin et le Cotentin dans la Manche pour effectuer du 3 au 7 mai la première escale de son voyage « Normandie Liberté 2019 ». Elle n'était pas revenue en Normandie depuis son voyage inaugural en Amérique en 2015 et sa bannière 2019 bénéficiait également de l'effet « 75<sup>e</sup> anniversaire du D-Day ». Son grand voyage s'est achevé à l'Armada de Rouen en juin.

### Les objectifs de la manifestation :

- Créer un **événement vecteur d'attractivité** pour le territoire autour d'un navire mythique amarré en centre-ville, avec une programmation d'animations festives et populaires, accessibles à tous,
- **Mobiliser les acteurs du territoire** (collectivités, institutions, associations, etc...) à l'unisson de l'Hermione,
- Affirmer le **positionnement maritime du Cotentin** à travers cette manifestation,
- Célébrer **l'amitié franco-américaine** et la liberté en ouverture des cérémonies du 75<sup>e</sup> anniversaire du débarquement en Normandie.

## Une organisation confiée à la SPL de Développement Touristique du Cotentin

A l'initiative de cette escale, la Ville de Cherbourg-en-Cotentin, la Communauté d'agglomération du Cotentin et le Conseil départemental de la Manche ont soutenu financièrement cet événement dont l'organisation a été confiée à la SPL via un contrat de concession.

L'organisation de l'escale s'est articulée autour d'un comité de pilotage, composé d'élus et membres de la SPL et des collectivités, réuni chaque mois pour évoquer et acter les choix sur l'organisation générale. La SPL a créé en parallèle des comités techniques thématiques liés aux différents aspects de la manifestation pour sa bonne organisation : maritime, logistique et sécurité, communication, animations événementielles, commercial.

## Le déroulement de l'opération

Suite aux intempéries, le commandant de bord de l'Hermione a fait le choix d'arriver le vendredi 3 mai en soirée, au lieu du samedi 4 mai au matin. La parade a été réorganisée, la communication et le dispositif de sécurité adaptés.

Les premiers jours d'escale se sont déroulés comme prévu, le succès était au rendez-vous avec la presse et auprès des visiteurs avec **3 800 visites sur le samedi 4** (après-midi) et le dimanche 5 mai (journée complète). Les 3 visites VIP et 2 des 3 soirées privatives vendues se sont bien déroulées.

A nouveau en raison des conditions météorologiques, le bord de l'Hermione a pris la décision de sortir du bassin du commerce le mardi 7 mai à 11h au lieu du mercredi 8 mai en soirée. Sa sortie a été organisée et le feu d'artifice avancé, la communication et le dispositif de sécurité ont dû s'adapter et avec d'autres conséquences, en particulier l'annulation des visites du mardi et mercredi (5 000 prévues) et la soirée du mardi soir. Un système de remboursement pour le grand public a été mis en place dès le mardi 7 mai à 9h. Le village a fermé le 7 mai au soir, puis a été démonté les 8 et 9 mai.

## Les chiffres clés



**Fréquentation escale de Cherbourg : + DE 100 000 VISITEURS** du 3 au 7 mai

Dieppe 40 000 visiteurs (10 au 13 mai) / Ouistreham 36 000 visiteurs (du 14 au 17 mai)



**+ DE 40 ACTEURS** du territoire mobilisés sur l'opération, tous domaines confondus



**100 BATEAUX** dans la grande rade de Cherbourg lors de la parade de l'Hermione



**Un village étendu sur un linéaire de + DE 400M**

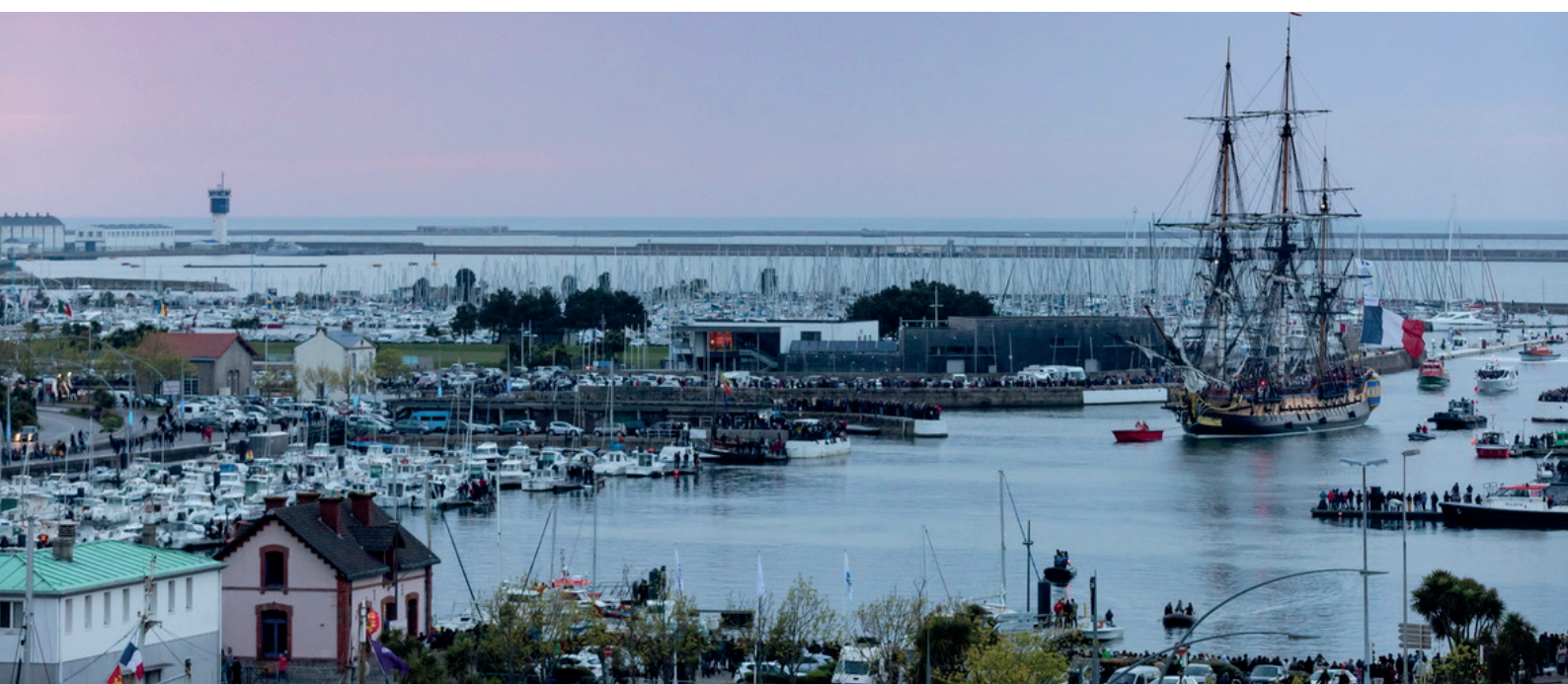
Quai Alexandre III, en centre-ville



**+ DE 150** retombées presse (tous médias confondus)



**401 378 PERSONNES ATTEINTES** par la communication sur les réseaux sociaux





## Le bilan financier

### **Un bilan globalement positif**

Le retour global est positif avec une fréquentation importante sur les 4 jours malgré les changements, de bonnes retombées presse et la compréhension des raisons du départ anticipé, le déclenchement de sollicitations extérieures pour les acteurs présents sur le village suite à l'escale.

L'événement a été fédérateur : plus de 100 acteurs du territoire se sont rassemblés autour d'un but commun, l'effervescence du centre-ville était perceptible lors de l'escale.

Le territoire a affirmé un positionnement fort, tourné vers la mer, avec un intérêt marqué par le grand public pour les événements à caractère maritime et un territoire en capacité d'accueillir les grands événements en centre-ville.

D'autre part, au cours de l'année 2019, a été signé entre la Communauté d'Agglomération du Cotentin, représentée par Madame Geneviève GOSSELIN-FLEURY et la SPL, un avenant à la délégation de service public (DSP) pour confier à la SPL l'organisation de l'ensemble des actions nécessaires pour créer un événement autour de l'escale de la frégate « l'Hermione » à Cherbourg en Cotentin du 4 au 8 mai 2019. Une concession de service public avec la commune de Cherbourg-en-Cotentin, représentée par Monsieur Michel LOUISET, administrateur de la société, a également été établie pour l'organisation de cet événement.

Pour mener à bien cette opération, la Communauté d'Agglomération a versé une subvention forfaitaire d'exploitation de 160 000 € à la SPL, la commune de Cherbourg-en-Cotentin, a pour sa part, versé une subvention de 80 000 €. Ces subventions ainsi que les recettes propres générées par les animations, étaient censées couvrir l'ensemble des dépenses inhérentes à cet événement.

En raison, du départ précipité du bateau, l'ensemble des animations prévues n'ont pu se tenir et les recettes générées n'ont pas été à la hauteur des espérances pour couvrir l'ensemble des frais.

A l'heure de l'incident, on estimait à un peu plus de 45 000 € la perte pour la SPL, entre les frais engagés non remboursés, les ventes de billets à devoir rembourser aux clients. Cependant, à l'issue d'une réclamation portée auprès de l'association Hermione-La Fayette, cette dernière a proposé à la SPL une transaction amiable en lui octroyant un geste commercial de 20 000 € sur l'affrètement du bateau.

Au final, l'opération s'est soldée par un juste équilibre du budget de l'ordre de 293 000 €.

## > PARTICIPATION À DES ÉVÉNEMENTS

L'Office de Tourisme du Cotentin participe à certaines manifestations organisées sur la destination ou à l'extérieur, afin de promouvoir le Cotentin ou d'assurer un accueil touristique.

### La Journée Départementale des Professionnels du Tourisme (JDPT), le 2 avril à Saint-Lô



Cette bourse départementale réunit l'ensemble des Offices de Tourisme du département, des sites, des lieux de visite, des prestataires de loisirs. C'est avant tout l'occasion pour les structures d'échanger leur documentation avant la saison. L'Office de Tourisme du Cotentin y était présent au côté de ses 2 sites (moulin et phare). Cette journée, qui rassemble et facilite les rencontres entre les professionnels du tourisme, permet aussi, depuis quelques années, de recruter des saisonniers en participant au jobdating. Toutefois en 2019, ce jobdating a été organisé en amont le 7 mars à l'Airborne Museum.

### Le Défi des Ports de Pêche, du 5 au 11 mai à Saint-Vaast-la-Hougue

Le Défi des Ports de Pêche est un événement nautique national qui s'organise chaque année dans un port différent et qui réunit les professionnels de la filière pêche, les marins-pêcheurs et le public. En 2019, la 32<sup>e</sup> édition du Défi des Ports de Pêche s'est courue dans la baie de Saint-Vaast-la-Hougue. Sur l'eau : des régates sur des voiliers identiques entre des équipages constitués de six personnes avec un minimum de 3 marins-pêcheurs professionnels représentant des ports de l'Atlantique, de la Méditerranée et de la Manche. A terre : un village de promotion des métiers et des produits de la mer sur lequel l'Office de Tourisme du Cotentin était présent pour mettre en valeur sa nouvelle marque.



### LE D-DAY FESTIVAL NORMANDY, du 25 mai au 16 juin



L'Office de Tourisme de Bayeux est maître d'ouvrage depuis 2007 d'un concept de communication événementiel dénommé D-Day Festival Normandy. Cette opération a pour objectif de valoriser auprès d'un public touristique et régional l'offre de manifestations festives proposées chaque année autour du 6 juin.

Ce dernier propose aux Offices de Tourisme situés à l'intérieur de l'Espace Littoral du Débarquement et de la Bataille de Normandie de s'associer à lui afin de collecter les propositions disponibles et respectant les critères définis, sur chaque territoire intercommunal partenaire et de constituer un budget de communication commun. En 2019, à l'occasion du 75<sup>e</sup> anniversaire du Débarquement, l'Office de Tourisme du Cotentin a pris part à cet événementiel afin de mettre à l'honneur toutes les animations du Cotentin se déroulant du 25 mai au 16 juin.

Envoyé en préfecture le 16/10/2020

Reçu en préfecture le 16/10/2020

Affiché le

**SLO**

ID : 050-200067205-20201016-DEL2020\_123-DE



## MARKETING

- > COMMUNICATION
- > COMMERCIALISATION
- > PARTENARIATS ET RELATIONS SOCIO-PROFESSIONNELS

## > LA MARQUE COTENTIN



### La construction de la marque Cotentin Unique par Nature

Initiée à l'automne 2018, notre nouvelle marque Cotentin Unique par Nature a été inaugurée lors des Rencontres du Tourisme du 7 mars 2019 et publiée dans le bulletin officiel de la propriété industrielle par les services de l'INPI le 9 août 2019.

La construction de notre marque s'est progressivement développée sur l'ensemble de nos supports de communication interne et externe : éditions, sites Internet, réseaux sociaux, PLV, photothèque, vidéothèque, outils internes...



La vidéo de la marque a été vue plus de 240 000 fois

### LA MARQUE COTENTIN UNIQUE PAR NATURE EN QUELQUES MOTS

Pour renforcer son attractivité touristique, le Cotentin a besoin de se doter d'objectifs stratégiques en termes de positionnement pour construire une identité forte et renforcer l'attractivité unique de sa destination.

La nouvelle marque « COTENTIN » apporte de la visibilité à la destination touristique, valorise ses attraits et affirme sa différenciation.

La marque « COTENTIN » a toute sa légitimité de par son histoire riche et sa situation géographique unique comme étant la presqu'île de la Normandie. Elle peut être considérée comme l'atout nature de la Normandie. « Ce pays comme une île » exprime la singularité du territoire et un fort sentiment d'appartenance.

Cette marque de destination touristique est la vôtre. À vous, acteurs et partenaires du tourisme en Cotentin de vous l'approprier et d'en faire bon usage dans l'intérêt du territoire.

### QUEL POSITIONNEMENT POUR LE TERRITOIRE ET LA MARQUE DE DESTINATION ?

Les enquêtes clientèles, d'image, de notoriété et de satisfaction menées auprès de la clientèle touristique ont permis d'établir des diagnostics partagés du territoire. Le positionnement marketing défini du territoire s'appuie sur les axes forts d'attractivité et d'identité repérés et validés lors de ces enquêtes.

- La force de la mer et de ses paysages
- Une nature sauvage dans un littoral accidenté
- Une terre secrète, méconnue et inattendue
- Du ressourcement au dépassement de soi

RETROUVEZ NOTRE CODE DE MARQUE SUR [HTTPS://WWW.ENCOTENTIN.FR/PROS](https://www.encotentin.fr/pros)



## > LES SUPPORTS DE COMMUNICATION

Selon les usages, différentes collections de supports de communication ont été réalisées : éditions, PLV, affiches et autres goodies.

### Pour les salons, événementiels, habillage des bureaux

- 23 oriflammes
- 2 banques d'accueil
- 8 roll-up - 80\*120 cm
- 2 roll-up - 200\*200 cm
- 71 tableaux affiches - 40\*60 cm
- 40 drapeaux
- Habillage du kiosque pour l'accueil hors les murs
- Habillage véhicule en partenariat avec le camping Le Cormoran

### Pour le personnel de l'Office de Tourisme

58 doudounes

### Pour les partenaires et nos clientèles

10 modèles de cartes postales (5 pour l'année 2019 – 5 préparations 2020)	18 500
Totebags	500
Porte-clé	200
Sac en papier	6 000
Badges (badges blancs et noirs)	12 000
Stickers (différentes découpes)	25 500
Stylo (préparation 2020)	2 500
Bloc note	100
5 modèles d'affiche 40*60 cm (préparation 2020)	1 250
3 modèles d'affiche A0 (préparation 2020)	60



Cette charte a été également appliquée sur : affiche type, étiquette, flyer, communiqué de presse type, protocole d'accueil presse et de conférence de presse, carte d'invitation type... ainsi qu'aux médias de communication interne.



## > LES ÉDITIONS

Les éditions ont été en partie repensées avec la nouvelle marque. Deux agences de conception graphique travaillent avec le service communication Médiapilote et Lecaux communication pour le volet cartographique. Abaque Group assure la traduction des textes.

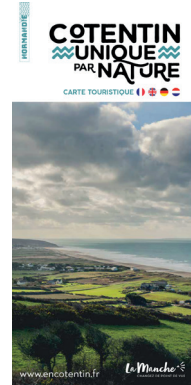
Après une impression de 5 guides touristiques en 2018, un seul et unique guide symbolise l'attachement à une seule et même structure, un seul et unique territoire, le Cotentin.



Guide touristique  
 90 000 exemplaires (FR)  
 25 000 exemplaires (GB)  
 10 000 exemplaires (NL)  
 10 000 exemplaires (All)



Magazine de destination a été repensé avec le journaliste Jean-Jacques Lerosier.  
 30 000 exemplaires (FR)  
 7 000 exemplaires (GB)  
 3 000 exemplaires (NL)  
 3 000 exemplaires (All)



Carte touristique :  
 70 000 exemplaires (FR, GB, NL, All)



Agenda de l'été  
 30 000 exemplaires (FR)

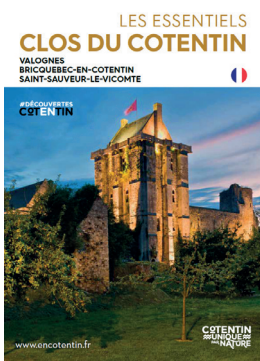


Table des marées  
 30 000 exemplaires (FR)



Livret Hôtel de Cherbourg  
 6 000 exemplaires (FR)

## LES NOUVEAUTÉS 2019



Les Essentiels du Clos (FR)  
 Cette collection évoluera en 2020 avec Cherbourg



Les plans touristiques de la Côte des Isles, du Val de Saire et de la Hague, cette collection évoluera jusqu'en 2020 avec le plan de Cherbourg

## > LA PHOTOTHÈQUE ET LA VIDÉOTHÈQUE

L'univers iconographique est essentiel dans le déploiement de la marque. Il doit être en cohérence avec le nouveau positionnement, affirmer le caractère unique et naturel. Ainsi, pour illustrer nos différentes éditions et supports, des photos à l'unité ont été achetées auprès de photographes locaux.

La vidéothèque a également été optimisée par la commande de films adaptés à divers usages (site Internet, réseaux sociaux, salons, événementiels, écrans d'affichage de nos bureaux et chez nos partenaires...).

Dans le cadre d'un marché vidéothèque, sur 2 ans, 2 agences ont été retenues :

- Pastille Prod pour la commande de rush et la création de pastille,
- Thib's Prod pour une vidéo croisière.

**Par ailleurs, le développement de notre notoriété passe aussi par une carte blanche à François Dourlen pour une vidéo unique.**

Elle permet à notre destination de bénéficier de l'influence de son réseau (Canal +, Disney, Netflix...). Cette vidéo lancée en décembre 2019 a connu un réel succès avec **PRESQUE 500 000 VUES.**



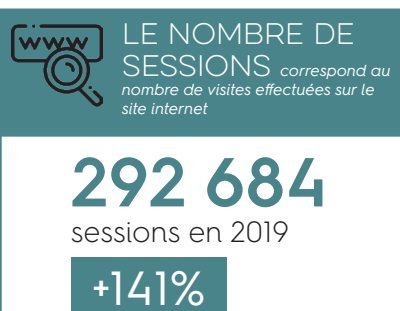
## > LA STRATÉGIE DIGITALE

### LE SITE INTERNET

Pour répondre au mieux aux attentes de ses clientèles en villégiature ou en préparation de séjour sur le territoire, l'Office de Tourisme du Cotentin souhaitait se doter d'un site internet présentant l'exhaustivité de l'offre touristique.

Depuis septembre 2019, le nouveau site arbore une esthétique graphique remarquable et se décline en sites de filières. Il est venu remplacer la présence des différents portails des anciens Offices de Tourisme.

[www.encotentin.fr](http://www.encotentin.fr)



Envoyé en préfecture le 16/10/2020

Reçu en préfecture le 16/10/2020

Affiché le

ID : 050-200067205-20201016-DEL2020\_123-DE

Site portail unique décliné selon le code marque Cotentin Unique par la conquête de l'Office de Tourisme pour valoriser les attraits du Cotentin. d'un design attractif et épuré, il répond au positionnement marketing du territoire.

Le site répond à une promesse de séjour unique. Ainsi la valorisation de l'offre passe aussi bien par la qualité des images et vidéos que par les contenus qu'il propose. Le site est alimenté par la base de données régionale Tourinsoft avec une mise en avant des partenaires de l'Office de Tourisme.



## RÉFÉRENCIEMENT DU SITE



La stratégie numérique a été accompagnée par l'agence Red Point en Assistance à Maîtrise d'Ouvrage (AMO) pour la politique de référencement du futur site Internet.

Son rôle a consisté à suivre la mise en place du site web en nous accompagnant dès la phase de production afin de répondre à nos enjeux en matière de marketing / communication adaptés aux attentes des internautes et optimisés pour le référencement naturel.

## WEBCAM

Un plan d'investissement a été engagé en 2019 sur plusieurs années afin de déployer le parc des webcams sur tout le territoire.

Les webcams présentent la destination, ses attraits touristiques. Elles sont idéales pour la pratique des sports nautiques et renforcent la fréquentation de notre site.

Un marché a donc été lancé en 2019 pour la mise en place de nouvelles webcams sur les communes de Fermanville et Réville.

Ce déploiement se poursuivra en 2020 sur d'autres sites.

## LES RÉSEAUX SOCIAUX

Envoyé en préfecture le 16/10/2020

Reçu en préfecture le 16/10/2020

Affiché le

SLOW

ID : 050-200067205-20201016-DEL2020\_123-DE

Un site internet ne pourrait fonctionner efficacement sans l'interaction avec les réseaux sociaux. Ces derniers entretiennent la notoriété et la réputation numérique de la destination.

L'Office de Tourisme est présent sur les réseaux afin de promouvoir la destination et de consolider l'identité du Cotentin au travers de la diffusion de visuels de qualité et de l'animation d'une communauté autour d'un hashtag répondant à la marque : #CotentinUnique



**22 744** abonnés (+12%), **182** publications



**7 010** abonnés (+58%), **124** publications

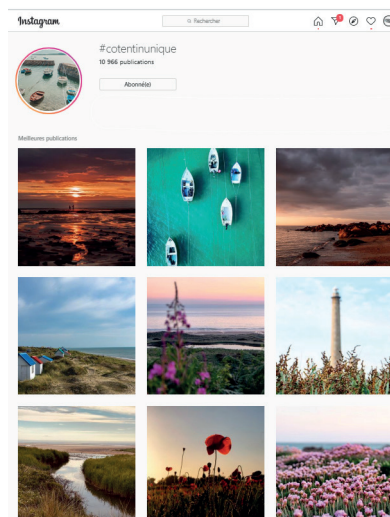


**2 463** followers (+15%), **469** publications

### Animation d'une communauté

Afin de rebondir sur le lancement de la marque, nous avons renommé tous nos comptes «CotentinUnique» et avons également choisi le #CotentinUnique pour fédérer une communauté qui s'approprie notre marque Cotentin Unique par Nature.

En complément des articles de l'Office du Tourisme, l'éditorial est enrichi par des contenus de voyageurs et de fans de Cotentin. Ainsi, les récits de voyages, albums photos et autres articles produits par des blogueurs ou médias sont relayés parmi les contenus des réseaux sociaux de l'Office du Tourisme.



sur Instagram #Cotentinunique a été tagué sur plus de 10 000 photos



## > LES RELATIONS PRESSE

Les relations presse résultent d'une collaboration avec notre agence de presse aiRPur et pour certains accueils avec Latitude Manche ou le CRT de Normandie.

### **ACTIONS PRESSE**

#### **Le dossier de presse « Le Cotentin Presqu'île Inattendue 2019 »**

L'objectif de ce dossier de presse annuel était de mettre en exergue la notion de « ici et nulle part ailleurs », pour créer cette idée de vacances exclusives avec toujours cette notion d'authenticité. Les angles proposés ont permis de déclencher un nombre important d'appels entrants.

Il a été diffusé à l'ensemble du fichier presse national et extra-régional Tourisme de l'agence : **980 contacts.**

#### **Diffusion de communiqués de presse thématiques par l'agence aiRPur :**

- D-day, Le Cotentin, Terre de mémoire... Vivre le D-Day autrement
- « Village préféré des français » : Saint-Vaast la Hougue à l'honneur !
- L'Hermione, un événement marquant !

#### **Les accueils presse : 13 journalistes de la presse nationale**

**Des programmes sur-mesure pour des articles de qualité : TFI, Echappées Belles, La Météo à la Carte, France Inter, Notre temps Jeux, Elle Magazine, Libération...**

### **Le voyage de presse du 25 au 28 juin**

Objectif :

- donner un aperçu sur 3 jours de l'offre variée du Cotentin,
- accueillir les journalistes spécialisés tourisme et leur faire vivre une expérience authentique à travers un programme alliant nature, culture, savoir-faire et produits du terroir permettant d'insister sur la diversité de l'offre du territoire.

Les médias représentés : Le Monde, Télérama Sortir, Coté Santé, Femme actuelle Jeux, L'alsace, Porsch

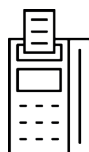
### **Les relations presse, en résumé**

La campagne relation presse orchestrée par aiRPur pour l'Office de Tourisme du Cotentin en 2019, en quelques chiffres :



**50 parutions**

sur 7 mois et 6 parutions n'émanant pas du travail de l'agence



**1 169 000 €**

d'équivalence publicitaire, uniquement sur les actions de l'agence



Cette 1<sup>ère</sup> année de collaboration avec la nouvelle entité et la prise de permis de créer « le réflexe Cotentin » auprès des médias, provoquant un

- **58% des articles** obtenus ont donné lieu à des dossiers d'au moins 1 page.
- **28 articles** sur 50 mentionnent et renvoient sur le site [www.encotentin.fr](http://www.encotentin.fr).
- Les accueils individuels et le voyage de presse ont été des leviers très « impactants » : les articles qui en découlent sont conséquents et approfondis.
- Les thématiques « culture et patrimoine », « activités/loisirs » et « événements » ont été davantage valorisées par la presse.

## > COMMUNICATION FILIÈRE ACTIVITÉS NAUTIQUES

En tant que filière majeure de la stratégie de l'agglomération, le nautisme est mis en avant dans les différents médias et éditions de l'Office de Tourisme.

Pour l'année 2019, il s'agissait de renforcer la banque d'image et le site Internet.

### LA PHOTOTHÈQUE ET LA VIDÉOTHÈQUE

Une commande de reportages photos spécifiques aux activités nautiques a été faite en 2018. Le photographe Baptiste Almodovar a été sélectionné pour réaliser 6 jours de reportage. En raison des agendas des clubs nautiques, des figurants, du photographe et de la météo, l'ensemble des journées n'a pas été programmé. Le projet a donc été réalisé sur 2019.



### SUR LE WEB

Le site Internet [www.cotentin-nautisme.fr](http://www.cotentin-nautisme.fr) était mis à jour régulièrement par des articles et des actualités. Après la mise en ligne du site [www.encotentin.fr](http://www.encotentin.fr), les informations du site nautisme ont été réintégrées dans ce nouveau portail et l'URL a été redirigé, les nouveautés nautiques ont maintenant toute leur place sur la page [www.encotentin.fr/aventure/nautisme](http://www.encotentin.fr/aventure/nautisme).

Les internautes retrouvent également, les horaires des marées, la météo, les webcam... ainsi que les actualités des structures locales.

Cette page est amenée à évoluer toute l'année.

**246 606** pages vues en 2019 (+112%)

Les comptes Facebook et Instagram permettent de promouvoir les activités des clubs nautiques du Cotentin.



**1 595** abonnés



**865** abonnés

# > COMMUNICATION FILIÈRE RANDONNÉE

En tant que filière majeure de la stratégie de l'agglomération, la randonnée est mise en avant dans les différents médias et éditions de l'Office de Tourisme.

## **SUR LE SITE INTERNET**

Un espace a été largement consacré à la randonnée sur le nouveau site à la page [www.encotentin.fr/aventure/randonnees](http://www.encotentin.fr/aventure/randonnees) sur lequel les internautes peuvent consulter de nombreux circuits, la liste des guides et associations de randonnée, des balades urbaines et de nombreux conseils pour les randonneurs. Cette page est amenée à évoluer toute l'année.

**17 906 PAGES VUES EN 2019**

## **LES ÉDITIONS**

### **Réédition du topoguide les Sentiers de découverte du Val de Saire.**

Ancienne édition de la Communauté de Communes du Val de Saire, le topoguide a été refondu au couleur de la marque en 1 000 exemplaires. Le carnet compte 16 circuits pédestres.

### **Réédition du topoguide de la Côte des Isles**

Le topoguide de la Côte des Isles a été réédité sous la chartre de la marque Cotentin Unique par Nature. La pochette comporte 10 fiches pédestres. 800 exemplaires ont été imprimés et vendus dans les Bureaux d'Information Touristique. Deux circuits (fiches 1 et 8) ont été imprimés en supplément à 2 000 exemplaires pour de la vente à l'unité.

### **Editions de fiches individuelles du topoguide Balade en Pays Viking, les Sentiers du Val de Saire**

4 000 exemplaires des fiches 3, 4, 9 et 10 ont été imprimées pour de la vente individuelle. Cette sélection concerne les circuits les plus prisés du topoguide.

**SENTIERS  
DE DÉCOUVERTE**  
DANS LE VAL DE SAIRE





## > COMMUNICATION DES ANIMATIONS ET

## EQUIPEMENTS

Chaque manifestation et équipement bénéficie de son propre plan de communication avec les mêmes outils de base : le site Internet, intégration dans nos éditions, réseaux sociaux, relations presse, création d'affiches, impression de flyers et de PLV, plan média...

Les quantités, les formats sont pensés en fonction des cibles attendues et de l'événement.

Le phare de Carteret	nombre
Flyer général - A4	15 000
Akilux - A0 - 180 ans	40
Banderole - 180 ans	3
Flyer - 180 ans - A6	10 000
<b>Le moulin à eau de Marie Ravenel</b>	
Flyer A4	10 000
Journée patrimoine A0 mai	10
Journée patrimoine A0 juin	10
Journée patrimoine A0 septembre	10
Flyer A6 moulin juillet	1 050
Flyer A6 moulin août	1 050
Flyer A6 JP mai	250
Flyer A6 JP juin	250
Flyer A6 JP septembre	250
Akilux - animation de l'été - A0	2
Affiche - animation d'été - A0	16

Campagn'art	Nombre
Akilux - A0	40
Plan du village A4 recto verso	2 500
Plan du village A0	6
Affiche A3	40
Affiche A4	150
Affiche A5	3 000
<b>Plantes et saveurs d'automne</b>	
Akilux A0	60
Affiches fluo A0	40
Affiches (35 * 50)	300
Flyer	10 000
Ticket, billetterie	3 000
Cotentin à vos pieds	
Flyer A4	5 000
<b>Autres supports liés aux animations</b>	
Flyer Andra	5 000
Visites guidées de Cherbourg	5 000

	Format de parution et type
<b>Campagn'art</b>	
La Manche Libre	module 3 col 105 - 152*105 (4 zones Cherbourg, Coutances, St Lô, Granville)
La Presse de la Manche	4 parutions 170 * 81
C'est à Cherbourg	1/4 de page se1 et 2
<b>Plante et saveur d'automne</b>	
La Manche Libre	module 3 col 105 - 152*105 (4 zones Cherbourg, Coutances, St Lô, Granville)
La Presse de la Manche	8 parutions 170 * 81
C'est à Cherbourg	1/4 de page se1 et 2
partenariat radio présence sur site de France Bleu Cotentin	
<b>Moulin à eau Marie Ravenel</b>	
La Presse de la Manche le Guide de l'Eté FR	1/2 page commune moulin et phare
La Presse de la Manche le Guide de l'Eté GB	1/2 page commune moulin et phare
Ouest France Guide de l'été	1/2 page commune moulin et phare
Supplément le tour de Normandie	1/2 page partenariat Agglomération, commune moulin et phare
<b>Phare de Carteret</b>	
La Presse de la Manche le Guide de l'Eté FR	1/2 page commun moulin et phare
La Presse de la Manche le Guide de l'Eté GB	1/2 page commun moulin et phare
Ouest France Guide de l'Eté	1/2 page commun moulin et phare
supplément le Tour de Normandie (en mars)	1/2 page partenariat Agglomération, commune moulin et phare
<b>Le Cotentin à vos pieds</b>	
La Presse de la Manche le Guide de l'été FR	1/4 page
Ouest France Guide de l'été	1/2 page

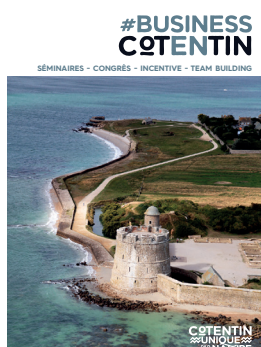
## > COMMUNICATION COMMERCIALISATION

### Les éditions

Pour illustrer les différents produits groupe et en appui des échanges lors des salons et événements organisés par le service commercialisation, entre 2019-2020, une série de brochures de 8 pages vante la destination en fonction des cibles : groupe, adulte, scolaire, séminaire...

2 brochures ont été réalisées :

- Brochure « Voyagez en Groupes », sortie début 2019, en français et en anglais, pour la promotion lors des salons professionnels et du démarchage. Elle contient une présentation du service «réceptif» et trois produits d'appels (journée/court séjour/long séjour).



- Brochure « Business en Cotentin », sortie en janvier 2019 pour le MICE (Meetings, Incentives, Congress & Events) en vue du salon PURE France. Elle contient une présentation du service MICE, des salles de réception, de la logistique hôtelière et des prestations de team-building.



### Le site internet

Sur le nouveau site [www.encotentin.fr](http://www.encotentin.fr), 2 entrées sont consacrées à notre service commercialisation :

- une entrée groupe
- une entrée séminaire

Ces espaces sont à destination d'une cible BtoB en recherche d'idées pour la création de séjours en Cotentin, les services de l'Office de Tourisme ainsi que l'offre adaptée selon cette cible y sont présentés.

## > COMMUNICATION DE LA STRUCTURE

### LA COMMUNICATION AUPRÈS DES PARTENAIRES

En 2019, **7 newsletters** ont été adressées aux acteurs du tourisme, partenaires de l'Office de Tourisme, et aux élus de la Communauté d'agglomération du Cotentin.

### LA COMMUNICATION INTERNE

Tous les mois, une **newsletter interne** est envoyée par mail à tous les collaborateurs de l'Office de Tourisme. Un protocole a été mis en place, à partir duquel tous les pôles ou services communiquent sur les dernières actualités et les actions menées ou en cours.

Une collection de supports de communication institutionnelle est réalisée pour présenter les bilans de saison, les rapports d'activité, les chiffres clés...



## SERVICE COMMERCIALISATION

En 2018, le service commercialisation avait concrétisé 29 contrats groupes et 5 individuels. En 2019, le service commercialisation a contractualisé 87 groupes.



**87 GROUPES**  
 3 871 personnes  
 1 274 nuitées

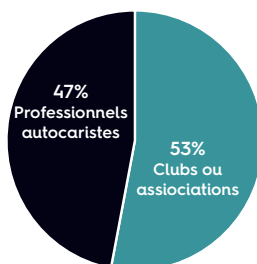


**200 000€ TTC DE CA**

## > LES GROUPES, LES SCOLAIRES ET LES INDIVIDUELS

### GROUPES ADULTES

Ce sont essentiellement des « journées » et « courts séjours », qui viennent à 70% de Normandie et Région Parisienne. La plupart des contacts (76%) arrivent par le BIT de Cherbourg.



**17 CONTRATS**  
 (25 devis)  
 Taux de transformation de 68%



**70 493€ TTC DE CA**

### SCOLAIRES

19 devis ont été envoyés pour les sorties scolaires, pour un montant total de 25 362,98 € représentant 1 096 personnes. On peut noter qu'à la suite de l'éductour réalisé pour des professeurs irlandais en novembre 2018, un premier groupe scolaire est venu en séjour sur le territoire pendant 5 jours.

En 2019, l'Office de Tourisme a principalement travaillé avec les établissements locaux. Pour 2020, les établissements français en séjour sur le territoire et les marchés étrangers (Royaume-Uni et Irlande) seront ciblés. Pour l'Irlande, au cours des deux dernières années, 1 projet Erasmus+ a été signé entre 5 établissements (2 cherbourgeois et 3 irlandais) et 2 nouveaux projets sont en cours de validation avec potentiellement 4 établissements partenaires (2 cherbourgeois et 2 irlandais).



**451 PERSONNES**  
**6 CONTRATS** (19 devis)  
 Taux de transformation de 32%



**8 968€ TTC DE CA**

## GROUPES DE RANDONNÉE

52 devis ont été envoyés à des groupes de randonnée, pour un montant total de 291 875 € représentant 1 358 personnes. La randonnée représente un beau potentiel pour l'Office de Tourisme, car les associations viennent pour du court séjour clé en main et de surcroît en dehors de la période estivale, d'avril à juin et de septembre à octobre.

La tendance pour l'année 2020 (pré-covid 19) était plutôt satisfaisante.

Envoyé en préfecture le 16/10/2020

Reçu en préfecture le 16/10/2020

Affiché le

ID : 050-200067205-20201016-DEL2020\_123-DE



33 CONTRATS (52 devis)

Taux de transformation de 6%

1 123€ TTC DE CA

## > TOURISME D'AFFAIRES

L'Office de Tourisme informe, conseille et effectue les devis. **33 dossiers MICE** (15 en 2018), ont été traités en 2019. Le service commercialisation a concrétisé 12 contrats, ce qui représente un taux de transformation de 36% et un chiffre d'affaires de 113 134€.

La clientèle contacte l'Office de Tourisme par les réseaux du service commercialisation.

### TOP 3 des produits vendus

- 1 Séminaires (42%)
- 2 Congrès (33%)
- 3 Colloques (8%)

### Clientèles

- Entreprises (42%)
- Administrations (33%)
- Associations (25%)

### Provenances

- Normandie (83%)
- Région parisienne (17%)

Le service commercialisation travaille en collaboration avec ses partenaires et ses clients afin de renforcer sa notoriété et d'assurer le rayonnement du Cotentin pour la clientèle d'affaires.

Pour cela, il fédère les acteurs du tourisme local pour plus de visibilité, d'attractivité et de développement économique.

Véritable enjeu pour la destination, **en lien avec le CRT, Latitude Manche et Atout France**, l'industrie des rencontres et événements professionnels est un secteur essentiel pour l'économie touristique. En effet, le secteur des rencontres d'affaires constitue un puissant levier de valorisation des productions, des secteurs industriels et services dans le Cotentin.



## RELATIONS AVEC LE CRT NORMANDIE

L'Office de Tourisme est adhérent du Cluster normand tourisme d'affaires piloté par la région et le Comité Régional du Tourisme (CRT). Il s'est inscrit à la plateforme BEDOUK, utilisée par 100 000 professionnels. Cette plateforme met en relation les organisateurs d'évènements avec les lieux et prestataires de services du secteur du MICE (Meetings, Incentives, Congress & Events). L'Office de Tourisme reçoit via le CRT les demandes de séminaires.

# NORMANDIE BEDOUK

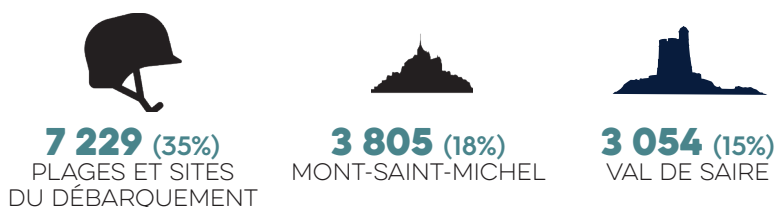
## > LES CROISIÈRES

La saison 2019 des croisières au port de Cherbourg-en-Cotentin s'est achevée le 22 décembre sur un nouveau record de fréquentation.



Cherbourg conforte également sa position de port refuge avec 11 escales imprévues cette année.

**25 % DES CROISIÉRISTES** ont choisi de partir en excursion depuis le port de Cherbourg-en-Cotentin. La destination totalise **20 793 excursionnistes**.



## **LES ÉVÈNEMENTS MARQUANTS DE 2019 :**

Envoyé en préfecture le 16/10/2020

Reçu en préfecture le 16/10/2020

Affiché le

**SLOW**

ID : 050-200067205-20201016-DEL2020\_123-DE

- Le **75<sup>e</sup> anniversaire du Débarquement**, avec une semaine d'escapes croisières consécutives, l'émouvante rencontre avec les vétérans se rendant aux cérémonies.
- La présence de **l'Hermione** pour les passagers de l'Azura, qui ont pu profiter de sa venue et des nombreuses animations en ville le dimanche 5 mai.
- La **triple escale du 5 juin** : Seabourn Ovation, Azamara Journey et le Berlin.
- La **première escale de la Compagnie Aida Cruises** avec la venue de l'AIDAdiva le 14 avril 2019.

En 2019, **86 passagers ont embarqué et 19 ont débarqué** depuis le Terminal Croisière de Cherbourg.

Les croisiéristes sont accueillis par l'Office de Tourisme au Terminal Croisière, où ils ont généré un chiffre d'affaires pour la boutique de **1 343,40 €**.

Aucune vente pour La Cité de la Mer n'a été faite puisqu'un tarif plus avantageux est proposé aux croisiéristes par leur intermédiaire.



## **> LES ACTIONS DE PROMOTION DU SERVICE COMMERCIALISATION**

### **PROMOTION GRAND PUBLIC FRANCE**

#### **Événement Armada de Rouen, en juin**

Coordonné par le CRT Normandie et Seine-Maritime Attractivité, le pavillon « Secrets Normands » dans le village du tourisme a accueilli 35 partenaires des 5 départements normands pendant les 10 jours de l'événement.

Dans le cadre de la manifestation, une rencontre avec les professionnels du tourisme (autocaristes, agences de voyages, comités d'entreprise...) a été préparée conjointement avec Manche Iles Express et La Cité de la Mer. En mutualisant les bases de données, plus de 300 invitations ont été envoyées.

#### **Salon Randofolies, en mars à Rennes**

Intéressant par la proximité de la zone de prospection, ce salon reste très abordable financièrement pour un taux de transformation intéressant. Les retours seront réellement visibles en 2021.

#### **Salon Destinations Nature, en mars à Paris**

Ce salon sport nature a lieu en même temps que le salon du tourisme. Le service commercialisation était présent sur le stand de la Normandie. Ce salon est dédié aux activités de pleine nature, aux pratiques outdoor et aux voyages hors des sentiers battus.

## **PROMOTION GROUPES**

### **Salon professionnel IFTM - TOP RESA, en octobre à Paris**

Ce salon a permis de mettre en avant la Destination Cotentin auprès des professionnels du tourisme. Les partenaires présents étaient satisfaits de cette opération commune fédérée par le service commercialisation. Ils souhaitent renouveler l'expérience.

### **Démarchage BtoB : autocaristes et agences réceptives**

En novembre, 2 sessions de démarchage ont été effectuées en Normandie, Bretagne et Pays-de-Loire. 6 mises en brochures ont été obtenues, ce qui devrait naturellement entraîner une progression des devis et des ventes pour 2020 et 2021.



## **PROMOTION TOURISME D'AFFAIRES / MICE**

### **Salon professionnel Pure France, en janvier à Paris**

Pure Meetings and Events est **une rencontre interactive haut de gamme**, entre les organisateurs d'événements en France. 20 devis ont été envoyés à la suite des échanges avec les entreprises, qui ont été impressionnées par l'île Tatihou ou la gare maritime transatlantique.

### **Salon professionnel Hilton Meetings & Events, en mars à Paris**

Organisé en partenariat avec le CRT Normandie, ce salon a permis de présenter la destination Cotentin auprès de **80 entreprises**.



### **Evénement professionnel Week-end Décideurs : Le Business Cotentin vers l'international, en avril à La Cité de la Mer à Cherbourg**

L'Office de Tourisme du Cotentin et le CRT Normandie ont accueilli les représentants de quatre structures organisant d'importants événements, potentiellement intéressés par l'offre tourisme d'affaires de la Normandie et leur ont fait découvrir les espaces dédiés de La Cité de la Mer.

### **Salon professionnel Exclusiv'MICE, en novembre à Deauville**

Le salon « gold » du marché MICE (Meeting, Incentive, Congress & Events), réservé aux destinations, groupements hôteliers, lieux privés, Destinations Management Companies... La destination Cotentin et son nouveau site internet y ont été présentés par le CRT Normandie.

Une page Cotentin a été créée sur le site internet du CRT et la destination est présente dans une brochure du CRT avec les villes séminaires et les 5 bureaux des congrès (Deauville, Le Havre, Rouen, Bagnoles-de-l'Orne Normandie, et Caen-la-Mer).

## Promotion des soirées privées de l'escale de l'Hermione à Cherbourg

De décembre 2018 à avril 2019, l'Office de Tourisme a mis en place un réseau d'associations potentiellement intéressées par des soirées privées (CMN, Naval Group, EDF, ORANO, banques, etc.) pour commercialiser les espaces dédiés de l'Hermione. 3 soirées ont été vendues à des entreprises locales, auxquelles s'ajoutent la commercialisation de séjours groupes et de visites scolaires lors de l'escale.

## MARCHÉS ÉTRANGERS

### Salon professionnel Rendez-vous en France, en mars à Marseille

Organisé par Atout France, c'est **l'événement incontournable pour maintenir la France et ses destinations mondiales dans la programmation des tour-opérateurs internationaux**. Le Cotentin a pu accueillir sur son stand une vingtaine de visiteurs venus des Etats-Unis, d'Asie, d'Espagne, d'Italie...



### Eductour La Cordée Reisen (Allemagne)

Deux jours de découverte dans le Cotentin ont été organisés pour ce **grossiste allemand**, en partenariat avec Latitude Manche et le CRT Normandie. 16 responsables d'agence ont été accueillis à cette occasion. Le résultat figure dans leur brochure 2020, où un séjour a été créé avec trois jours complets sur le Cotentin : Manufacture des Parapluies, La Cité de la Mer, Cap de la Hague, cidrerie, Maison du Biscuit, phare de Gatteville, village de Saint-Vaast-La Hougue et Tatihou.

### School Travel Forum, en novembre à Birmingham (Royaume-Uni)

Le School Travel Forum est une association qui regroupe les **principaux tour-opérateurs anglais spécialisés dans les voyages scolaires**. Tous les ans, leur Assemblée Générale a lieu à Birmingham en fin d'année, cet événement est l'occasion de rencontrer les professionnels du secteur et de promouvoir la destination.

Pour sa deuxième participation, l'Office de Tourisme s'est déplacé avec le CRT Normandie et a réalisé une présentation de la destination de 20 minutes à l'ensemble des participants à l'événement.

### Media event, en novembre à Manchester (Royaume-Uni)

En partenariat avec Atout France dans le cadre du cluster Littoral, l'Office de Tourisme a participé à un **événement média** permettant de rencontrer 15 journalistes du Nord de l'Angleterre. En 2020, 2 voyages de presse sont prévus à la suite de cette action.

### Actions sur le marché irlandais

L'Office de Tourisme a réalisé 3 actions pour le marché irlandais en 2019 :

- Travel Industry Road Show (Dublin, Galway, Waterford et Cork) avec La Cité de la Mer pour rencontrer des **agences de voyages, Irish Ferries et l'Ambassade de France**.
- Participation à l'Assemblée Générale de la French Teacher Association en collaboration avec la Cité de la Mer afin de rencontrer les **professeurs de français** membres de l'association pour la promotion du territoire à destination du public scolaire.
- Actions presse avec l'accueil de **2 journalistes** en collaboration avec Irish Ferries et les partenaires du territoire.

### Seatrade Cruise Global, en avril à Miami (Etats-Unis)

Le Seatrade Cruise Global est **le rendez-vous annuel incontournable de la croisière**. Il a lieu tous les ans au printemps à Miami, capitale mondiale de l'industrie. Le Seatrade est un salon professionnel de rencontre entre les compagnies, les tour-opérateurs, les agents maritimes, les destinations, les ports ainsi que tous les autres acteurs du secteur.

Le Seatrade est l'occasion de participer aux réunions organisées avec les membres des réseaux professionnels dont le Club Croisière est membre, à savoir Atout France, French Atlantic Ports, Cruise Europe et CruiseLab, et de rencontrer les compagnies.



# SERVICE PARTENARIATS ET RELATIONS AVEC LES SOCIO-PROFESSIONNELS

## > LES OFFRES DE PARTENARIAT

### LA CAMPAGNE 2019

Durant l'année 2018, plusieurs remarques de la part des prestataires du Cotentin avaient été enregistrées. Celles-ci faisant principalement référence au montant élevé des prestations pour les hébergeurs particuliers.

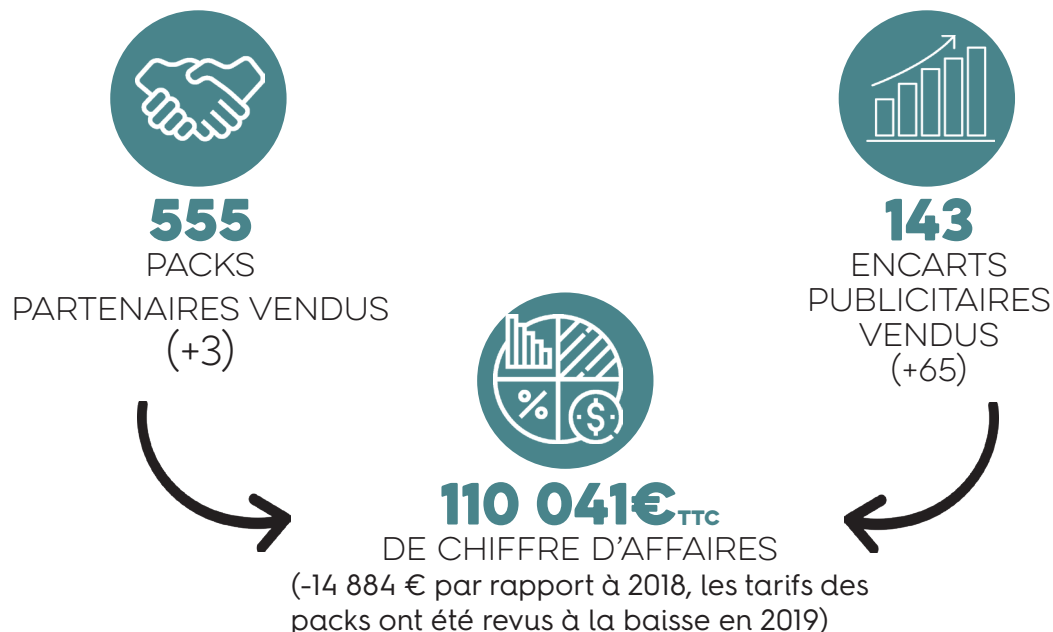
Après présentation en Comité stratégique de la SPL de la politique tarifaire 2019, le Conseil d'Administration a acté la proposition de deux packs partenaires (Web et Privilège) aux prix respectifs de 70,80 € TTC et 142,80 € TTC (pour rappel, en 2018, le pack First était à 130 € TTC et le pack Premium à 200 €).

Pour les hôtels, les campings et les aires de camping-cars, il a été décidé d'ajouter au montant forfaitaire du pack, une part variable par chambre (pour les hôtels) ou par emplacement (pour les campings et les aires de camping-cars) ; le tarif étant défini suivant le classement.

En 2019, de nouveaux services ont proposés aux partenaires en fonction du pack choisi : des visites conseil,

- la **mise à disposition gratuite du logiciel de gestion des disponibilités** pour les hébergements à la nuitée,
- la mise en ligne sur **la place de marché** (widget de vente en ligne proposé par Latitude Manche),
- des **programmes de formations et d'ateliers thématiques**,
- etc.

Autre nouveauté, un Guide du Partenaire (pour mieux connaître les services de l'OT) et un bon de commande par activité, ont été créés et envoyés uniquement en version numérique par mail aux prestataires. Une solution plus économique et plus écologique !



## > LE COMITÉ STRATÉGIQUE DE LA SPL

Indépendant de la Communauté d'agglomération et du Conseil d'Administration de la SPL, le Comité stratégique est une instance consultative. Sa mission consiste à accompagner les dirigeants dans leur réflexion et la mise en œuvre de la stratégie touristique, la définition d'un schéma d'accueil touristique adapté, d'une stratégie marketing, etc...

Constitué exclusivement de professionnels du tourisme, le Comité stratégique compte 62 membres issus des différents secteurs d'activités, représentatifs de l'offre et des territoires géo-touristiques du Cotentin et de la Baie du Cotentin.

En chiffres :

- 62 acteurs touristiques représentant la destination
- 7 collègues d'activités représentées
- 1 représentant titulaire au Conseil d'administration de la SPL (avec voix délibérative)
- 2 réunions au cours de l'année 2019

### COMPOSITION

Chaque secteur d'activité dispose d'un ou de deux représentants titulaires et suppléants avec voix consultative, qui représentent leur collège en tant que censeurs au Conseil d'administration. Le représentant au Conseil d'administration de la SPL avec voix délibérative, élu par ses pairs, est Eric PELLERIN, propriétaire du jardin botanique de Vauville.

//HÔTELLERIE// Membre titulaire | **Ludovic HAMEL**, Hôtel « Ambassadeur » à Cherbourg-en-Cotentin.  
Membre suppléant | **David HUET**, Hôtel « Mercure » à Cherbourg-en-Cotentin a donné sa démission en 2019 et a été remplacé par Virginie LEMARCHAND de l'Hôtel Ibis et Ibis Budget de La Glacerie

//HÔTELLERIE DE PLEIN AIR// Membre titulaire : **Frédéric BLET**, Camping « le Cormoran » à Ravenoville.  
Membre suppléant : **Christophe LESOUËF**, Camping « La Gallouette » à Saint-Vaast-la-Hougue

//HÉBERGEMENT PARTICULIER// Membre titulaire : **Patrick BERTHEAU**, Gîte « La Laiterie » à Tocqueville  
Membre suppléant : **Jean-Michel DARROUX**, Chambres d'hôtes « La Becterie » à Quettetot.

//RESTAURATION// Membre titulaire : **Antoine FERNANDES**, Restaurant « Le Moulin à vent » à Saint-Germain-des-Vaux  
Membre suppléant : **Philippe BATARD**, Hôtel-Restaurant « L'Auberge du Château » à Saint-Sauveur-le-Vicomte

//PRESTATAIRES DE SERVICES, D'ACTIVITÉS DE LOISIRS ET D'ACTIVITÉS COMMERCIALES// Membre titulaire : **Alain COTTEBRUNE**, Entreprise « La Verdura » à Saint-Vaast-la-Hougue  
Membre titulaire : **Didier LECOEUR**, Président de l'association des guides conférenciers du Cotentin  
Membre suppléant : **Jean-Louis LEGOUIX**, Membre du Conseil d'Administration de Cotentin Surf Club

//SITES ET LIEUX DE VISITE// Membre titulaire : **Emmanuel ALLAIN**, Musée Dday Experience à Saint-Côme-du-Mont  
Membre titulaire : **Guillaume GARBE**, Château de Carneville  
Membre suppléant : **Claire des COURTILS**, Hôtel de Beaumont à Valognes

//TRANSPORTS DE PASSAGERS// Membre titulaire : **Olivier NORMAND**, Agent commercial à Manche Iles Express  
Membre suppléant : poste non pourvu à ce jour

## ACTIVITÉS

Envoyé en préfecture le 16/10/2020

Reçu en préfecture le 16/10/2020

Affiché le

**SLOW**

ID : 050-200067205-20201016-DEL2020\_123-DE

Depuis sa création, le 14 mai 2018, le Comité stratégique s'est réuni à **cinq** reprises.

En 2019, lors des séances du 25 février et du 16 septembre, les membres du Comité ont pu aborder et échanger sur les sujets suivants :

- La **stratégie touristique** du Cotentin
- Le **plan d'actions 2019** de l'Office de Tourisme
- Le **plan départemental de signalétique touristique**, les sites concernés et le calendrier de déploiement pour le Cotentin
- La **ligne éditoriale et le nouveau site internet** de l'Office de Tourisme
- Le lancement de **la campagne partenariale 2020**
- L'organisation d'un **Workshop** en 2019 (plan d'actions du service commercialisation)
- Le **remplacement d'un censeur** suppléant en cours de mandat (secteur « Hôtellerie »).

## L'ANIMATION DU RESEAU DES PARTENAIRES

Le 17 octobre 2019, le service partenariats a organisé un **premier éductour** pour les partenaires de l'Office de Tourisme.

A cette occasion, ceux-ci ont pu rencontrer des membres de l'équipe de l'Office de Tourisme du Cotentin issus des pôles ou services partenariats, communication, e-tourisme, commercialisation.

Les 50 partenaires présents ont pu ainsi découvrir ou redécouvrir les offres du Val de Saire.

### Le programme :

- Matin : visites de « La Verdura » à Saint-Vaast-la-Hougue et de la Tricoterie du Val de Saire
- Déjeuner au Restaurant « Le Panoramique »
- Après-midi : visites du World War II Museum et de la Batterie de Crisbecq et dégustation à la Biscuiterie de Quinéville.

*A l'issue de cette journée, les participants ont vivement exprimé leur souhait de voir réitérer ce rendez-vous des professionnels.*



## **ORGANISATION DE LA 2ÈME ÉDITION RENCONTRES DU TOURISME DESTINATION COTENTIN**

Envoyé en préfecture le 16/10/2020

Reçu en préfecture le 16/10/2020

Affiché le

**SLOW**

ID : 050-200067205-20201016-DEL2020\_123-DE

La Communauté d'agglomération du Cotentin a délégué à l'Office de Tourisme l'organisation d'une rencontre annuelle avec l'ensemble des professionnels du tourisme du territoire.

Cet événement est réalisé en collaboration avec les services institutionnels de la Communauté d'agglomération.

La première édition, le vendredi 29 juin 2018 à la Cité de la Mer avait réuni près de 180 acteurs du tourisme.

La journée du jeudi 7 mars 2019 à l'espace culturel des Pieux a compté plus de 240 personnes.

Au programme :

- **La stratégie touristique de la Communauté d'agglomération**
- **Tables rondes : le client au cœur des stratégies, expériences et bonnes pratiques**
- **La révélation de la Marque « Cotentin Unique par Nature »**

L'enquête menée auprès des participants a montré qu'il existe une véritable attente des professionnels du tourisme envers les actions menées par l'Office de Tourisme et le développement touristique du territoire, de l'accueil à l'image de la destination en passant par l'observation de sa fréquentation.



Envoyé en préfecture le 16/10/2020

Reçu en préfecture le 16/10/2020

Affiché le



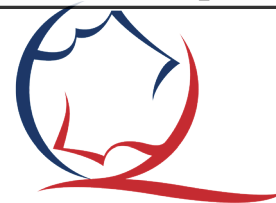
ID : 050-200067205-20201016-DEL2020\_123-DE



**INGÉNIERIE ET DÉVELOPPEMENT**

## > QUALITÉ, CLASSEMENT, LABELS

La marque **Qualité Tourisme** est un outil pour l'amélioration de la qualité de l'accueil et des prestations touristiques en France, développé par l'Etat (à travers la Direction Générale des Entreprises) dans le cadre d'un plan national. Les hôtels, les campings, les sites de visites... et les Offices de Tourisme sont tous concernés par cette démarche. Elle permet aux structures **d'améliorer leurs services** et d'en **sécuriser la gestion**, notamment à travers des référentiels dédiés à chaque activité.



QUALITÉ  
TOURISME

L'écoute et la satisfaction des clients sont au cœur du dispositif, sachant qu'un client satisfait peut être fidélisé et a aussi tendance à consommer davantage ! De plus, la marque Qualité Tourisme fait partie des éléments de « rassurance » qui mettent les clients en confiance lorsqu'ils choisissent et consomment des prestations.

### LA DEMARCHE QUALITÉ

La marque Qualité Tourisme est un élément de rassurance pour nos visiteurs, mais aussi pour les socioprofessionnels et les élus. L'objectif de l'Office de Tourisme est d'être dans une démarche continue d'excellence pour :

- **Améliorer son organisation interne, en permanence ;**
- **Renforcer sa visibilité et la crédibilité de ses services ;**
- **Renforcer le développement touristique de son territoire par la satisfaction de ses publics et les retombées économiques ainsi engendrées.**

Une animatrice Qualité a été désignée dès la mise en place de la démarche à l'Office de Tourisme. Elle travaille avec une équipe de référents Qualité pour chacune des grandes missions.

En 2019, l'animatrice Qualité a continué son travail de structuration et d'écriture des procédures avec les référents Qualité de chaque pôle / service.

Afin de mesurer l'avancée de la démarche qualité au sein de la structure et de faire un bilan des points à améliorer, **un audit Qualité interne** a été mené du 25 au 29 mars par Claire ZANIER, notre consultante Qualité, l'animatrice Qualité et la responsable du pôle. Cet audit a concerné l'ensemble des pôles / services, avec une conclusion générale très positive. La démarche est déjà bien avancée et fonctionne parfaitement sur la plupart des points relatifs à l'accueil. Pour tous les autres pôles / services, elle est en bonne voie avec des points à consolider ou à compléter.

### LE BILAN QUALITÉ 2019

L'Office de Tourisme met en permanence à la disposition des visiteurs des questionnaires de satisfaction via une application sur tablette ou sur papier dans les Bureaux d'Information Touristique, en français et langues étrangères.

515 questionnaires de satisfaction ont été récoltés en 2019. Le bilan concernant l'accueil de l'Office de Tourisme du Cotentin est positif avec **plus de 95% des visiteurs satisfaits ou très satisfaits** des services de l'Office de Tourisme.

L'équipe enregistre tout au long de l'année les réclamations et les remarques des visiteurs. Depuis le début de l'année 2019, 99 réclamations ont été traitées par nos BIT et 454 remarques ont été enregistrées, sur des sujets très divers.

Ces différents indicateurs sont analysés en vue de l'amélioration continue des services de l'Office de Tourisme et de son territoire.



**515**

Questionnaires de satisfaction



**95%**

de visiteurs satisfaits ou très satisfaits



**99**

Réclamations



**454**

Remarques

## LA SECURITÉ ET L'ACCESSIBILITÉ

Envoyé en préfecture le 16/10/2020

Reçu en préfecture le 16/10/2020

Affiché le

**SLOW**

ID : 050-200067205-20201016-DEL2020\_123-DE

L'Office de Tourisme a accueilli durant l'année scolaire 2018/2019 une stagiaire en alternance en Licence Qualité, Sécurité, Environnement.

Dans le cadre de la législation en vigueur, ainsi que des engagements relatifs à la démarche Qualité Tourisme et au Classement Préfectoral, sa mission était de mettre en conformité l'Office de Tourisme, notamment en matière de sécurité.

Le travail de la stagiaire Qualité, Sécurité Environnement avec l'animatrice Qualité et les équipes de l'Office de Tourisme a permis de réaliser un **Document Unique d'Evaluation des Risques Professionnels (DUER)**, de grande qualité et propre à la structure. Ce document obligatoire, qui sera remis à jour chaque année, répertorie et évalue les risques liés aux différents postes de travail.

Un **état des lieux de l'accessibilité aux handicaps** des BIT a également été réalisé par la coordination Handicap Normandie, avec des conseils qui ont donné lieu à de premières actions mises en œuvre par la stagiaire.

Enfin, elle a réalisé et mis en place les affichages obligatoires de sécurité dans les lieux de travail, ainsi que les classeurs sécurité et accessibilité handicap.



## **LE CLASSEMENT**

Envoyé en préfecture le 16/10/2020  
Reçu en préfecture le 16/10/2020  
Affiché le   
ID : 050-200067205-20201016-DEL2020\_123-DE

En 2019, le classement des offices de tourisme a connu une nouvelle évolution réglementaire. Elle s'appuie sur deux principes : **la simplification administrative et une meilleure articulation** avec la dénomination touristique des communes ou leur classement en station de tourisme. Désormais, un office de tourisme peut se classer en catégorie 2 ou 1 (la plus haute), la catégorie 3 a été supprimée.

### **Le classement préfectoral est une démarche volontaire qui contribue à :**

- **Renseigner et rassurer les visiteurs** sur la variété et le niveau des services qu'ils peuvent attendre de la structure, reconnue par l'Etat ;
- **Accroître la visibilité institutionnelle** de l'Office de Tourisme, pour engager une politique d'investissements, de développement ou de maintien des services ; mettre en adéquation les moyens et les ambitions.
- **Apparaître comme le moteur d'une destination structurée**, professionnelle et dynamique, pour donner de la reconnaissance à la mobilisation des acteurs du tourisme et encourager leurs efforts communs.

Les objectifs mentionnés dans la DSP de l'Office de Tourisme prévoient que la SPL de Développement Touristique du Cotentin doit atteindre la catégorie 1, après l'obtention de la marque Qualité. Cela implique le classement préalable en catégorie 2.

Un dossier de demande a donc été constitué par l'Office de Tourisme et déposé fin septembre par la collectivité à la préfecture de la Manche.

### **L'OFFICE DE TOURISME A OBTENU SON CLASSEMENT EN CATÉGORIE 2 PAR ARRÊTÉ PRÉFECTORAL LE 10 JANVIER 2020, POUR UNE DURÉE DE 5 ANS.**

#### **L'Office de Tourisme du Cotentin, classé dans la catégorie 2, s'engage à :**

- **Recevoir les visiteurs** dans un espace accessible et accueillant, dont les périodes et horaires d'ouverture sont cohérents avec la fréquentation touristique de la zone géographique d'intervention.
- **Apporter aux visiteurs une information touristique exhaustive**, qualifiée et mise à jour, accessible à la clientèle étrangère, sur des supports d'informations touristiques adaptés, complets et actualisés.
- **Être à l'écoute des visiteurs** et engagé dans une démarche promouvant la qualité et le progrès pour vous satisfaire. A cette fin, l'Office de Tourisme met à la disposition du visiteur des moyens humains et ses compétences.
- **Assurer un recueil statistique de la fréquentation touristique** du territoire et mettre en œuvre la stratégie touristique locale, au service des collectivités et des acteurs du tourisme.



**Offices de  
Tourisme  
de France**



## > OBSERVATOIRE

Outre les chiffres issus de sa propre activité et de ses services, l'Office de Tourisme du Cotentin recueille, analyse et porte à connaissance les informations pertinentes et valides pour :

- > **Orienter les décisions** et les investissements de la Communauté d'agglomération du Cotentin, de l'Office de Tourisme ou des communes mais aussi des porteurs de projets (publics ou privés),
- > **Pour mesurer l'impact** et l'efficacité des actions menées sur le développement de l'activité touristique et de ses retombées économiques.

En 2019, le Pôle Ingénierie et Développement a commencé à déployer un dispositif cohérent et global à travers **un observatoire à 360° de l'activité touristique du territoire**, avec des outils innovants comme Flux Vision et des expérimentations d'outils partagés avec les acteurs (clubs nautiques). 2 documents sur l'économie touristique, les chiffres et les clientèles de la destination ont été réalisés à partir des données d'observation.

### LES CHIFFRES-CLÉS DU TOURISME

Ils ont été réalisés pour la 2<sup>e</sup> année, sur les chiffres de 2018, avec un tirage à **500 exemplaires**.

Ils présentent un **panorama de l'activité économique et de l'offre touristique du Cotentin**.



### LE BILAN DE SAISON

Il a été réalisé en octobre avec les chiffres de fréquentation des Bureaux d'Information Touristique, des manifestations et équipements de l'Office de Tourisme, les chiffres de fréquentation des sites et lieux de visite, le ressenti des acteurs du tourisme, les nuitées marchandes issues de la taxe de séjour et les données du dispositif Flux Vision Tourisme. Il a été tiré à **500 exemplaires** et a notamment été distribué aux membres du Conseil Communautaire.



## > DÉVELOPPEMENT DES FILIÈRES THÉMATIQUES

Le développement des filières thématiques vise à élaborer les produits et prestations touristiques répondant aux demandes des clientèles d'aujourd'hui et de demain sur la destination. Pour cela, un travail est réalisé sur le contenu de l'offre et sa structuration, ainsi que la mise en réseau des acteurs, autour des filières stratégiques identifiées.

Dans le cadre de la stratégie touristique définie par la Communauté d'agglomération, **les activités de randonnée pédestre ou vélo et les activités nautiques ont été identifiées comme des filières stratégiques à potentiel de consommation touristique et d'image / notoriété du territoire (révéler et enrichir).**

### **LA FILIÈRE ITINÉRANCE ET RANDONNÉE**

À la suite d'un premier inventaire réalisé par l'Office de Tourisme en 2018 et des préconisations faites dans ce cadre, la Communauté d'agglomération du Cotentin a opté pour prendre une compétence «aménagement, balisage et entretien des itinéraires nationaux traversant le territoire (GR®223, sentier Littoral, chemin du Mont-Saint Michel et de Saint-Jacques de Compostelle), les GR de pays Tour de La Hague et Tour du Val de Saire, ceux répondants au cahier des charges des sentiers de Promenades et Randonnées (PR) et les sentiers labellisés Boucles Locales par le Conseil départemental, ainsi que la participation financière à l'entretien des voies vertes ».

La Communauté d'agglomération exerce cette compétence depuis le 1<sup>er</sup> janvier 2019 et a demandé à son Office de Tourisme la mise en œuvre d'un plan de développement de la randonnée, de l'assister dans sa maîtrise d'ouvrage et d'être son maître d'œuvre dans l'exécution des actions ou projets liés à la compétence aménagement, balisage et entretien des itinéraires communautaires.

#### **À ce titre, l'Office de Tourisme du Cotentin a réalisé les actions suivantes en 2019 :**

- Les clauses et les éléments techniques pour passer un marché d'entretien et d'aménagement des itinéraires de randonnée ont été fournies à l'été 2019 à la Communauté d'agglomération, pour lancer un marché de 11 lots, répartis géographiquement et réservés aux entreprises d'insertion.
- **Les 129 maires** du territoire ont été rencontrés lors des Commissions de territoires afin de leur présenter la nouvelle compétence, l'organisation et le contenu du marché.
- **4 conventions** ont été passées pour assurer l'entretien, l'aménagement et la valorisation des itinéraires de randonnée dans le respect des acteurs institutionnels qui y œuvrent également : Conservatoire du Littoral, SYndicat Mixte des Espaces Littoraux, Direction Départementale des Territoires Maritimes.
- **Un plan de gestion des itinéraires** a été lancé à l'automne 2019 et sera réalisé avec les Maires en 2020. Celui-ci permettra à l'agglomération de préciser ses commandes et de mieux connaître la nature des itinéraires de randonnée de sa compétence.
- **Un cahier des charges techniques** a été rédigé et la consultation lancée pour la création, la fourniture et la pose de deux passerelles, sur les communes du Rozel et de Lestre.



Un travail de **diagnostic de l'itinéraire GR®223** a été réalisé en 2017 par Littoraux (SyMEL) sur les 450 km de cheminement littoral de la Manche. Le diagnostic recense des « points noirs » comme :

- **L'absence de sentier en bord de mer,**
- **La dégradation du sentier liée à l'érosion du trait de côte,**
- **Des points de danger avec des grandes routes, des passages submersibles par grande marée,**
- **Des zones où la fréquentation a un impact négatif sur la préservation de milieux naturels fragiles.**

Au début de l'année 2019 et pour chaque point noir, l'Office de Tourisme du Cotentin a organisé des **journées terrain avec tous les acteurs concernés** (CDRP, DDTM, SyMEL, Conservatoire du Littoral, Latitude Manche, DREAL, Maires) pour discuter et acter les travaux à envisager.

- Sur la commune de La Hague, l'Office de Tourisme a réalisé un permis d'aménagement en site classé pour obtenir l'autorisation des travaux, en cours de validation par le Ministère.
- Sur la commune du Rozel, la passerelle a été commandée et sera posée au printemps 2020.

Ces actions et ces rencontres ont également permis à l'Office de Tourisme d'établir des liens avec les différents acteurs directs ou indirects de la randonnée sur le territoire et de recenser les problématiques du terrain, en vue d'un plan d'actions à définir en 2020.

**Circuit Les Landes**

Proposé par : **Cotentin unique**  
 "Ce PDF a été généré à partir de Cirkwi, la plateforme de partage d'activités touristiques qui vous fait voyager"  
[www.cirkwi.com/circuit/142263](http://www.cirkwi.com/circuit/142263)

6,61 km  
 Manche : 1h30  
 max 134 m  
 min 17 m  
 -174 m

Ce circuit vous emmène sur les hauteurs de Ferramille, dévoilant un paysage à vous couper le souffle. Ce site a toujours été stratégique comme en témoignent les vestiges de la Seconde Guerre Mondiale. Afin d'entretenir la lisse et de lutter contre les incendies, le SyMEL (Syndicat Mixte des Espaces Littoraux de la Manche) a introduit plusieurs points d'arrêt ainsi que des tables nautiques.

Mise à jour le 22/07/19 par Cotentin unique et généré par [www.cirkwi.com](http://www.cirkwi.com)

Enfin, l'Office de tourisme a ajouté tous les circuits du topoguide « Les sentiers du Val de Saire » sur **CIRKWI**.

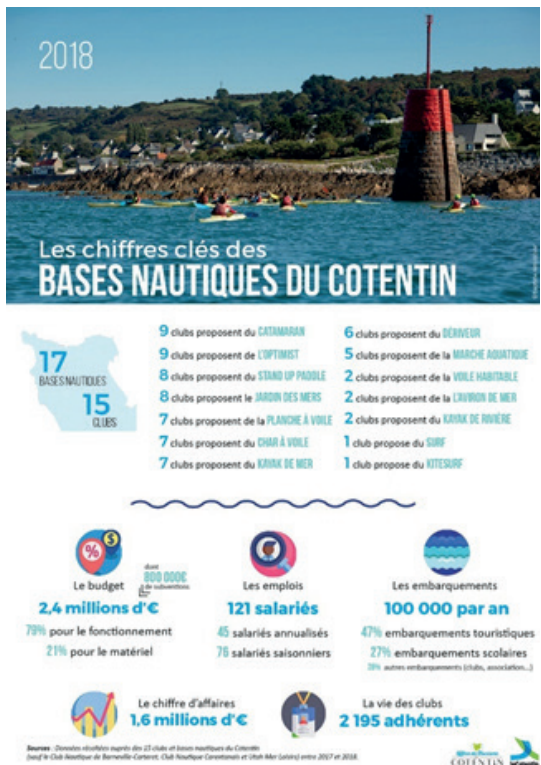
Cette plateforme permet aux randonneurs de télécharger gratuitement les tracés et les fiches topoguides du circuit choisi gratuitement. Elle permet en interne de pouvoir modifier en instantané les circuits si des modifications surviennent. Le temps de réactivité et la qualité des topoguides est donc perpétuellement à jour.

## LA FILIÈRE ACTIVITÉS NAUTIQUES

La Communauté d'agglomération a pris une compétence « coordination et mise en réseau des bases nautiques » qu'elle exerce depuis le 1er janvier 2019. L'organisation mise en place entre la Communauté d'agglomération et son Office de Tourisme pour le développement des activités nautiques est similaire à celle de la randonnée.

Dans ce cadre, l'Office de Tourisme a coordonné l'organisation d'une rencontre en février avec les bases nautiques et leur a relayé des informations ou opportunités, proposées par la Communauté d'agglomération ou d'autres acteurs institutionnels.

Pour dresser un premier panorama de l'activité des clubs nautiques, de son poids économique et social, l'Office de Tourisme a réalisé les chiffres clés du nautisme avec les données 2018.





## > ETUDES ET ACCOMPAGNEMENT AU DÉVELOPPEMENT

En plus des documents issus des travaux de l'observatoire, le pôle Ingénierie et Développement met des ressources (données marketing, études existantes, conception de cahier des charges...) et de l'expertise au service du développement touristique du territoire. Il peut effectuer des recherches et des synthèses de données personnalisées en fonction des demandes, pour les études ou projets publics comme privés.

### **ETUDES PORTÉES PAR L'OFFICE DE TOURISME**

Pour orienter ses décisions et actions ou développer ses équipements, l'Office de Tourisme commande et mène certaines études. Deux nouvelles ont été commandées en 2019 :



- Etude d'image et de notoriété du Cotentin, réalisée par le cabinet Symbial, livrée en septembre.
- Etude d'opportunité, de faisabilité et d'exploitation pour le développement touristique du Phare de Carteret, réalisée par le cabinet In Extenso, qui sera achevée en 2020.

### **L'ACCUEIL ET L'ORIENTATION DES PORTEURS DE PROJETS PRIVÉS**

Le pôle Ingénierie et Développement a répondu à **12 porteurs de projets privés** (contre 4 en 2018) pour avoir des conseils, des données marketing pour leur business plan ou être orientés vers les organismes spécialisés dans le montage de projets et de financement.



- 5 de ces acteurs touristiques envisageaient de reprendre ou de créer une activité d'hôtellerie et / ou restauration
- 4 locations meublée et / ou chambres d'hôtes
- 2 développements des activités de pleine nature
- 1 d'une activité patrimoniale

### **LE CONSEIL ET LE SUIVI DES ÉTUDES OU PROJETS DES COLLECTIVITÉS**

Sur demande de la Communauté d'agglomération, l'Office de Tourisme participe à certains travaux ayant une dimension touristique : **l'étude d'aménagement commercial et du parc hôtelier, le Plan de Déplacements du Cotentin, le Plan Local d'Urbanisme intercommunal...**

Les communes qui le souhaitent peuvent également solliciter l'Office de Tourisme pour participer aux études ou projets qu'elles mènent pour des projets d'équipements touristiques, de labellisation, d'aménagement de centre-bourg ou de front de mer pour des communes touristiques... **Environ 5 à 10 études ou projets sont suivis chaque année.**

En complément, le pôle a mis à disposition des données sur l'activité touristique et les clientèles pour d'autres études en cours sur le territoire, suivies par la Direction Générale ou d'autres Pôles / Services de l'Office de Tourisme.

Envoyé en préfecture le 16/10/2020

Reçu en préfecture le 16/10/2020

Affiché le



ID : 050-200067205-20201016-DEL2020\_123-DE



**ADMINISTRATION ET RESSOURCES**

## > LES RESSOURCES HUMAINES

### LE NOMBRE DE COLLABORATEURS

Au cours de l'année 2019 :

- **87 personnes** (contre 79 en 2018) ont été sous contrat (CDI, CDD pour surcroît d'activité, saisonniers, CDD à terme imprécis) :
  - **2 mandataires sociaux** qui se sont succédés,
  - **3 salariés ont été en arrêt maladie** pour tout ou partie de l'année 2019 (remplacés par les CDD à terme imprécis),
  - **3 salariées ont été en congé maternité** pour 3 à 6 mois sur l'année 2019,
  - **1 départ à la retraite.**

Cela représente **60 ETP EQUIVALENTS TEMPS PLEIN** (contre 55,1 en 2018).

### LA PART DES FEMMES

En 2019, les femmes représentent 90,6 % des personnes en poste à la SPL (89,9% en 2018). Un nombre important de femmes, à l'instar des Offices de Tourisme de France (82 %) et de la branche tourisme en règle générale (80 %)<sup>2</sup>.



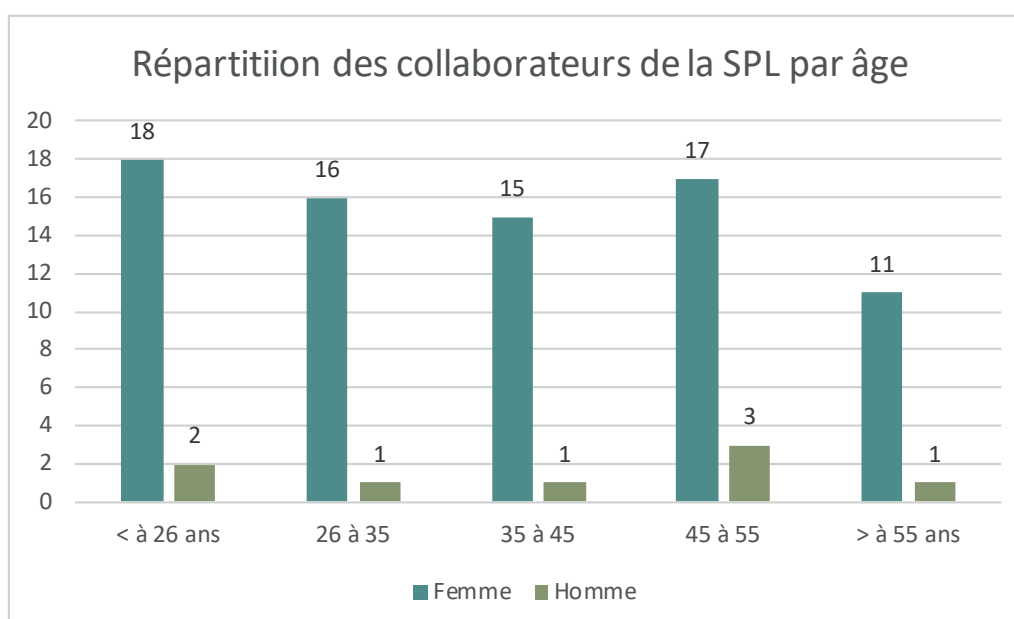
### LA RÉPARTITION PAR ÂGE

L'âge moyen des salariés travaillant dans la branche Tourisme est de 41 ans et de 39,5 ans pour les salariés des Offices de Tourisme.

Pour ce qui est de la SPL, la moyenne d'âge des 87 collaborateurs en poste est de **39 ans**, comme en 2018.

La moyenne d'âge des 54 collaborateurs permanents est de **46 ans** (44 ans en 2018) et celle des 30 salariés saisonniers de **28 ans** (27 ans en 2018).

On constate que près d'un collaborateur de la SPL sur 4 avait moins de 26 ans mais il s'agit, pour la plupart, des salariés sous contrat saisonnier. **62 % des collaborateurs de la SPL a entre 26 et 55 ans** (comme en 2018) et 14 % avaient plus de 55 ans, en 2019.



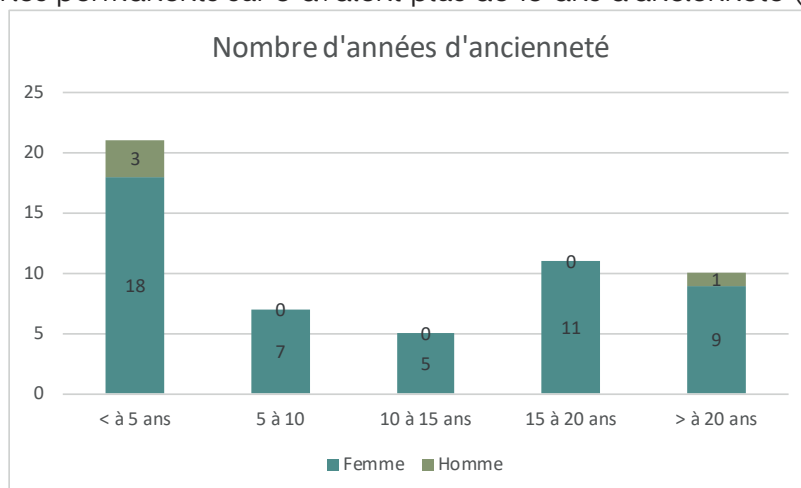
<sup>2</sup>et <sup>3</sup> Source : INSTITUT D'INFORMATIONS ET DE CONJONCTURES PROFESSIONNELLES, Rapport de branche, octobre 2018 sur les données 2017 récoltées

## LE NIVEAU D'ANCIENNETÉ

L'ancienneté moyenne des salariés de la branche tourisme est de 10,5 ans, celle des agents des Offices de Tourisme en France est de 10 ans .

La SPL se place dans la moyenne puisque l'ancienneté de ses 54 salariés permanents en 2019 était de **10,7 ans** (10,1 ans en 2018).

- Plus d'un salarié permanent sur 3 avait moins de 5 ans d'ancienneté au sein d'un Office de Tourisme (38,9 % contre 37,3% en 2018),
- Près d'un salarié permanent sur 5 avait entre 15 et 20 ans d'ancienneté (20,4% contre 23,5 % en 2018)
- Près de 2 salariés permanents sur 5 avaient plus de 15 ans d'ancienneté (38,9% contre 41,1 % en 2018).

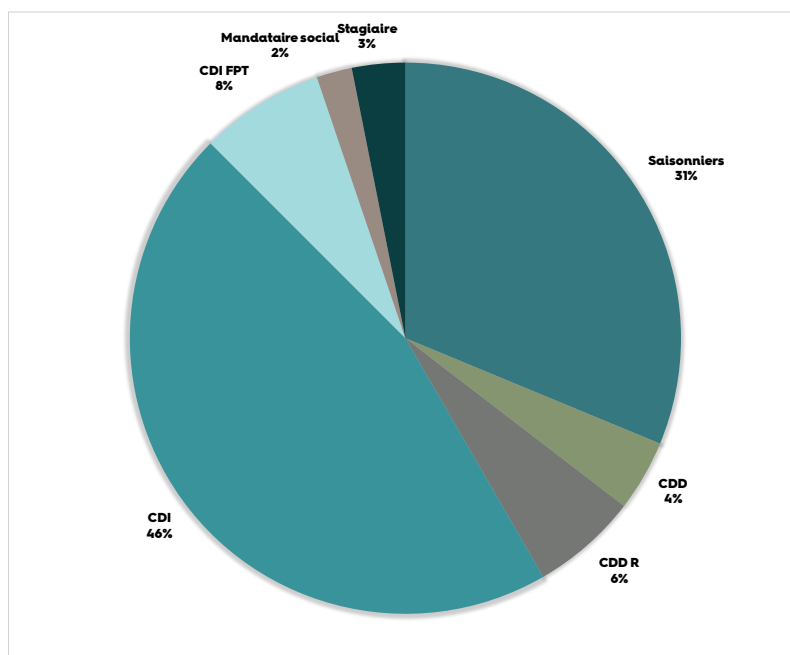


## LES CARACTÉRISTIQUES DES CONTRATS DE TRAVAIL

Dans la branche tourisme **les CDI représentent 84 %** des contrats de travail et dans les Offices de Tourisme le taux de CDI est de 81 % . Pour la SPL en 2019, le nombre de CDI représentait 53,1% des contrats de travail (59,5% en 2018), dont 7,3 % de salariés de la fonction publique territoriale en situation de détachement.

Il est à noter qu'une même personne peut avoir eu plusieurs contrats dans l'année au sein de la SPL, par exemple :

un contrat saisonnier suivi d'un CDD sans terme pour remplacement d'un agent permanent en arrêt. Les saisonniers ont représenté près de **31 % de l'effectif global** de la SPL en 2019. Ils représentent 33,5 % des effectifs pour la branche tourisme en règle générale<sup>6</sup>.



<sup>5</sup> et <sup>6</sup> Source : INSTITUT D'INFORMATIONS ET DE CONJONCTURES PROFESSIONNELLES, Rapport de branche, octobre 2018 sur les données 2017 récoltées.

## LA PART DES SALARIÉS À TEMPS PLEIN

Envoyé en préfecture le 16/10/2020

Reçu en préfecture le 16/10/2020

Affiché le

**SLO**

ID : 050-200067205-20201016-DEL2020\_123-DE

En analysant la durée du travail des 47 salariés permanents en CDI (4 collaborateurs permanents ont quitté la structure en cours d'année) et des CDD pour surcroît d'activité (un départ en retraite en juillet, 2 départs volontaires en décembre, la révocation du Directeur Général et 4 CDD pour surcroît d'activité ayant pris fin à cette date ; les CDD pour remplacement n'étant pas pris en compte) en poste au 31 décembre 2019, on peut noter que **78,7%** (77,5 % en 2018) d'entre eux occupent un poste à temps plein contre 21,3% (22,5 % en 2018) à temps partiel. 91,9% (89,5 % en 2018) des postes à temps plein sont occupés par des femmes et 100 % des postes à temps partiel sont occupés par des femmes.

## LA SITUATION PAR RAPPORT À LA GRILLE DE QUALIFICATIONS

				Hommes	Femmes		Total
46	Employés	1.1	42,9%	3	23	28,8%	28
		1.2	0,0%	0	1	1,3%	1
		1.3	0,0%	0	23	28,8%	21
29	Agents de maîtrise / Techniciens	2.1	0,0%	0	7	8,8%	7
		2.2	0,0%	0	9	11,3%	9
		2.3	14,3%	1	8	10,0%	9
		2.4	0,0%	0	5	6,3%	5
8	Cadres	3.1	0,0%	0	1	1,3%	1
		3.2	28,6%	2	3	3,8%	5
		3.3	14,3%	1	0	0,0%	1
				7	80		87

Au cours de l'année 2019, sur les 87 salariés sous contrat (dont les CDD à terme imprécis qui peuvent parfois ne remplacer que partiellement un salarié en arrêt et de ce fait ne pas bénéficier du même échelon), ce sont :

**50 salariés (57,5 %)** qui ont occupé des postes d'employés (46 en 2018 soit 55,4%) :

- 94 % détenus par des femmes (93% en 2018)
- 6 % par des hommes (7% en 2018)

**30 salariés (34,5%)** qui ont occupé des postes d'agents de maîtrise-techniciens (29 en en 2018 soit 34,9 %) :

- 96,7 % détenus par des femmes (comme en 2018)
- 3,5 % par des hommes (comme en 2018)

**7 salariés (8 %)** qui ont occupé des postes de cadres (8 en 2018 soit 9,6 %) :

détenus à 57 % par des femmes et 43 % par des hommes (à part égale pour les hommes et les femmes en 2018).

## ➤ FORMATIONS ET PARTICIPATIONS PROFESSIONNELLES

Au total en 2019, 78 heures de formation ont été suivies par 37 collaborateurs de l'Office de Tourisme à travers 9 formations différentes.

Afin de se tenir au courant des actualités sociales, les collaboratrices du pôle Administration – Finances et Ressources Humaines ont mis à niveau leurs connaissances au cours de :

- deux journées de formation en « droit social et pratique de la paie », pour deux collaboratrices,
- une journée d'actualisation des « connaissances en droit social », pour une collaboratrice.

Des formations spécifiques aux métiers et en fonction des besoins ont également été suivies.

L'équipe du service Communication a bénéficié de :

- deux formations « Word-Press e-tourisme » d'une journée, pour sept collaborateurs,
- une journée de formation intitulée « Maîtriser l'image digitale de votre marque et de votre destination » suivie par une collaboratrice.

L'équipe du pôle Ingénierie et Développement a bénéficié :

- d'une formation de deux jours pour deux collaboratrices afin de « Construire un observatoire touristique local ».





## **FORMATIONS AUX OUTILS D'ACCUEIL ET DE VENTE**

L'équipe des conseillères en séjour de l'Office de Tourisme suit régulièrement des formations ou sensibilisations aux outils d'accueil et de vente.

- une formation au « logiciel de caisse » ALOA, utilisé par l'Office de Tourisme, a été faite par la société Consonance Web les 12 et 13 mars 2019, auprès de 25 collaborateurs, destiné à l'utilisation quotidienne du logiciel,
- une formation « PSC1 » a été suivie par 7 collaboratrices pendant 1 journée afin de pouvoir en cas de besoin, assurer les premiers secours durant les randonnées organisées par l'Office de Tourisme du Cotentin.

## **FORMATION SADI**

Ce sont également 13 collaborateurs qui ont participé à la formation-action réalisée dans le cadre du Schéma d'Accueil et de Diffusion de l'Information - SADI, les 16 et 17 janvier 2019, afin de poursuivre la formation débutée en novembre 2018. Au cours de ces journées d'échanges et de retour d'expériences, chacun a pu s'impliquer dans la co-construction de la future stratégie d'accueil et le parcours du client sur la destination Cotentin, en se projetant également sur l'évolution du métier.

## **PARTICIPATIONS PROFESSIONNELLES**

Quant aux participations professionnelles, l'Office de Tourisme du Cotentin était présent, entre autres, lors du congrès du centenaire des Offices de Tourisme de France du 25 au 27 septembre 2019 à Reims.

# **> LE DIALOGUE SOCIAL**

## **L'INSTAURATION DU CSE ET SON FONCTIONNEMENT QUOTIDIEN**

Les 3 et 17 décembre 2018 se sont déroulées les élections des membres du Comité Social et Economique de la SPL. Au vu de l'effectif de la SPL, 2 sièges de titulaires et 2 sièges de suppléants étaient à pourvoir pour chacun des collèges : Employés, Agents de maîtrise-Techniciens-Cadres.

A l'issue de ces 2 tours de scrutin, tous les postes ont été pourvus. Il s'agit en l'occurrence de :

## POUR LE COLLÈGE EMPLOYÉS :

- > Mme Cécilia HESSERON, titulaire, présentée par la liste CGT,
- > Mme Céline PLANQUE, titulaire, présentée en candidat libre,
- > Mme Sarah VILLECHEVROLLE, suppléante, présentée en candidat libre,
- > Mme Steffy POITEVIN, suppléante, présentée en candidat libre.

## POUR LES AGENTS DE MAÎTRISE, TECHNICIENS, CADRES :

- > Mme Sandrine LETERRIER, titulaire, présentée par liste CGT,
- > M. Olivier GOSSELIN, titulaire, présenté en candidat libre,
- > Mme Anne GAUDAIRE, suppléante, présentée en candidat libre,
- > Mme Justine POTIER, suppléante, présentée en candidat libre.

### Dix réunions de CSE ont été organisées. Parmi les sujets évoqués, on retrouve :

- L'élection du bureau, des représentants du CSE au Conseil d'Administration,
- Le point sur les heures de délégation,
- Le règlement intérieur,
- Le budget du CSE,
- Le point sur le local, le matériel à mettre à disposition du CSE,
- Le point sur la réorganisation de la structure,
- Le Document Unique d'Évaluation des risques
- L'évocation des accords d'Entreprise sur le temps de travail, calendrier de négociation,
- La consultation sur les accords d'Entreprise,
- L'organisation de l'arbre de Noël,
- Les réponses à 61 questions posées par les collaborateurs.

Ce sont également **6 réunions de négociation** qui ont été menées entre la direction générale et la déléguée syndicale concernant les accords d'entreprise sur le temps de travail entre le mois de septembre et la fin décembre 2019.

En effet, à la constitution de la SPL, divers systèmes d'aménagement du temps de travail existaient (des collaborateurs annualisés, des collaborateurs aux horaires variables, des collaborateurs aux 39h00 avec RTT...) et ont perduré en attendant la définition de l'organisation du temps de travail propre à la SPL.

Cette négociation obligatoire, a minima tous les 4 ans, mais révisable entre temps si nécessaire, a été élaborée avec l'aide d'un cabinet d'avocat en droit social.

Sur les conseils de l'avocat, cet accord sur le temps de travail a été conçu en 4 blocs distincts :

- Le forfait jours, pour les cadres et les agents de maîtrise assimilés-cadres,
- Les horaires individualisés avec des plages horaires fixes où les collaborateurs de bureau sont forcément présents au travail et des plages horaires variables sur lesquelles le collaborateur organise son temps de travail comme il le souhaite,
- Le droit à la déconnexion des salariés en vue de mettre en place des dispositions de régulation des outils numériques afin d'assurer le respect de temps de repos, de la vie familiale et personnelle,
- L'annualisation sur la base de 1 607 heures de travail effectif (pour un temps plein) pour les collaborateurs soumis à saisonnalité (les conseillers en séjours dans les accueils, les personnes travaillant dans les sites touristiques) et les collaborateurs soumis à saisonnalité inversée (les personnes du service promotion-commercialisation et les personnes du service partenariats),

pour permettre la signature de certains blocs parmi les 4, si des points de blocage sur l'un ou l'autre des blocs venaient à se faire ressentir.

La révocation du Directeur Général dans le courant du mois de décembre n'a pas permis de mener les réunions de négociation à leur terme.

3 blocs de négociation semblaient obtenir l'aval de la Déléguée Syndicale et du CSE, le forfait jours, les horaires individualisés, le droit à la déconnexion.

Le 4<sup>e</sup> bloc, à savoir celui sur la saisonnalité, posait à la mi-décembre quelques difficultés pour une partie des collaborateurs qui ne voulaient pas déroger aux dispositions de la Convention Collective.

Envoyé en préfecture le 16/10/2020

Reçu en préfecture le 16/10/2020

Affiché le

**SLO**

ID : 050-200067205-20201016-DEL2020\_123-DE



# > LE BUDGET ET LA COMPTABILITÉ

## LE BUDGET PRÉVISIONNEL

Le budget prévisionnel 2019 s'établissait en dépenses à 4 980 720 € (contre 4 354 988 € en 2018), répartis de la façon suivante :

	BP 2019	BP 2018
<b>60 - ACHATS</b>	675 450,00	583 011,00
<b>61 - SERVICES EXTERIEURS</b>	473 750,00	300 521,00
<b>62 - AUTRES SERVICES EXTERIEURS</b>	941 720,00	792 934,00
<b>63 - IMPOTS TAXES ET VERSEMENTS ASSIMILES</b>	209 400,00	185 040,00
<b>64 - CHARGES DE PERSONNEL</b>	2 561 800,00	2 344 000,00
<b>65 - AUTRES CHARGES DE GESTION COURANTE</b>	8 350,00	700,00
<b>66 - CHARGES FINANCIERES</b>	250,00	150,00
<b>67 - CHARGES EXCEPTIONNELLES</b>	1 000,00	3 200,00
<b>68 - DOTATIONS AUX AMORTISSEMENTS &amp; PROVISIONS</b>	109 000,00	134 332,00
<b>69 - IMPÔTS</b>	0,00	11 100,00
	<b>4 980 720,00</b>	<b>4 354 988,00</b>
<b>70 - VENTES PRODUITS FABRIQUES, MARCHANDISES</b>	761 370,00	647 679,00
<b>74 - SUBVENTIONS D'EXPLOITATION</b>	4 023 000,00	3 699 309,00
<b>75 - AUTRES PRODUITS DE GESTION COURANTE</b>	150,00	-
<b>76 - PRODUITS FINANCIERS</b>	300,00	-
<b>77 - PRODUITS EXCEPTIONNELS</b>	-	-
<b>79 - TRANSFERTS DE CHARGES</b>	16 750,00	8 000,00
	<b>4 801 570,00</b>	<b>4 354 988,00</b>

La clôture du 1<sup>er</sup> exercice comptable de 2018 ayant été réalisé tardivement, le budget prévisionnel de 2019 tel qu'il avait été élaboré en fin d'année 2018 et peaufiné au début de l'année 2019 ne tenait pas compte d'un certain nombre d'écritures de provisions que le cabinet d'expertise comptable a communiqué courant du mois de mai 2019 :

- Conduisant à un déséquilibre du budget prévisionnel en dépenses et recettes pour un montant approchant les 179 150 €,
- Nécessitant sur le second semestre 2019 de limiter le niveau des dépenses pour rééquilibrer le budget prévisionnel à 4 801 570 €.

## LE BUDGET RÉALISÉ

Au terme de l'exercice 2019, le compte de résultat présente la situation suivante :

- Des dépenses réalisées pour 97,6 % du budget prévisionnel, soit 4 861 357,96 € (contre 3 798 610 € et un taux de réalisation de 87,2%)
  - Pour la majeure partie (48,8 %) par les charges de personnel (contre 60,3 % en 2018), ce qui montre une stabilité de ce poste de dépenses (+ 3,6 %) au vu de l'évolution du budget pour l'exercice 2019 (+ 28 %).
  - Pour 17,1 % par les achats venant notamment majoritairement des produits de la boutique et les billets qui sont ensuite proposés à la revente (contre 11,9 % en 2018),
  - Pour 16,6 % par les autres services extérieurs et notamment les charges liées au service promotion-communication, les honoraires (contre 15,2 % en 2018),
  - Pour 10,1 % par les services extérieurs comme la sous-traitance, la maintenance ou les locations immobilières qui ont fortement augmenté en 2019 avec la prise à bail de locaux pour les services administratifs à Cherbourg et le siège de la SPL à Barneville-Carteret (contre 5,2% en 2018).

	2019		2018	
60 - ACHATS	832 904,96	125,5%	450 225,75	77,2%
61 - SERVICES EXTERIEURS	489 829,12	103,4%	198 462,36	66,0%
62 - AUTRES SERVICES EXTERIEURS	806 278,61	85,6%	578 639,17	73,0%
63 - IMPOTS TAXES ET VERSEMENTS ASSIMILES	161 272,80	77,0%	169 966,91	91,9%
64 - CHARGES DE PERSONNEL	2 373 452,10	92,6%	2 289 927,28	97,7%
65 - AUTRES CHARGES DE GESTION COURANTE	7 696,07	92,2%	1 865,60	266,5%
66 - CHARGES FINANCIERES	0		282,45	18,3%
67 - CHARGES EXCEPTIONNELLES	48 262,15	4 826,2%	0,00	
68 - DOTATIONS AUX AMORTISSEMENTS & PROVISIONS	141 662,15	130,0%	109 242,71	81,3%
69 - IMPÔTS				
	<b>4 861 357,96</b>	<b>97,6%</b>	<b>3 798 610,23</b>	<b>87,2%</b>

- Des recettes réalisées pour 101,6 % du budget prévisionnel, à hauteur de 4 877 381,57 € (contre 3 808 335 € et 87,4 % de réalisation).
  - Pour la majeure partie (80,7 %) par les subventions d'exploitation, dont 91,8 % pour la seule contribution de la Communauté d'agglomération du Cotentin (contre 84,2 % en 2018 et 83 % pour la contribution de l'agglomération). La subvention de l'agglomération a été sollicitée à hauteur de 3 612 528,50 €, soit 97,2 % ou 102 837,50 € de moins que ce que le contrat de DSP - Délégation de Service Public prévoyait (contre 3 163 981,75 € en 2018, soit 85,9% ou 521327,25 € de moins que les prévisions de la DSP).

	2019		2018	
70 - VENTES PRODUITS FABRIQUES, MARCHANDISES	897 652,82	117,9%	585 585,88	90,4%
74 - SUBVENTIONS D'EXPLOITATION	3 934 624,50	97,8%	3 206 981,75	86,7%
75 - AUTRES PRODUITS DE GESTION COURANTE	123,42	82,3%	62,67	
76 - PRODUITS FINANCIERS	1 462,17	487,4%	201,68	
77 - PRODUITS EXCEPTIONNELS	5 568,32		1 443,86	
78 - REPRISE SURAMORTISSEMENTS & PROVISIONS	4 746,67			
79 - TRANSFERTS DE CHARGES	33 203,67	198,2%	14 059,22	175,7%
	<b>4 877 381,57</b>	<b>101,6%</b>	<b>3 808 335,06</b>	<b>87,4%</b>

- Pour 18,4 % par les ventes de produits et de prestations dans les Bureaux d'Information Touristique auprès d'une clientèle individuelle et par le service commercialisation auprès de groupes (contre 15,4 % en 2018).

Le Conseil d'administration, lors de sa séance du 12 mars 2020, après avoir pris connaissance des travaux (bilan, compte de résultat) de l'exercice 2019 a validé les comptes annuels de l'exercice clos au 31 décembre 2019, ceux-ci se soldant par un bénéfice net de 16 023,61 € (contre un résultat comptable bénéficiaire de 9 724,83 € en 2018).

## **LE NOMBRE D'OPÉRATIONS TRAITÉES**

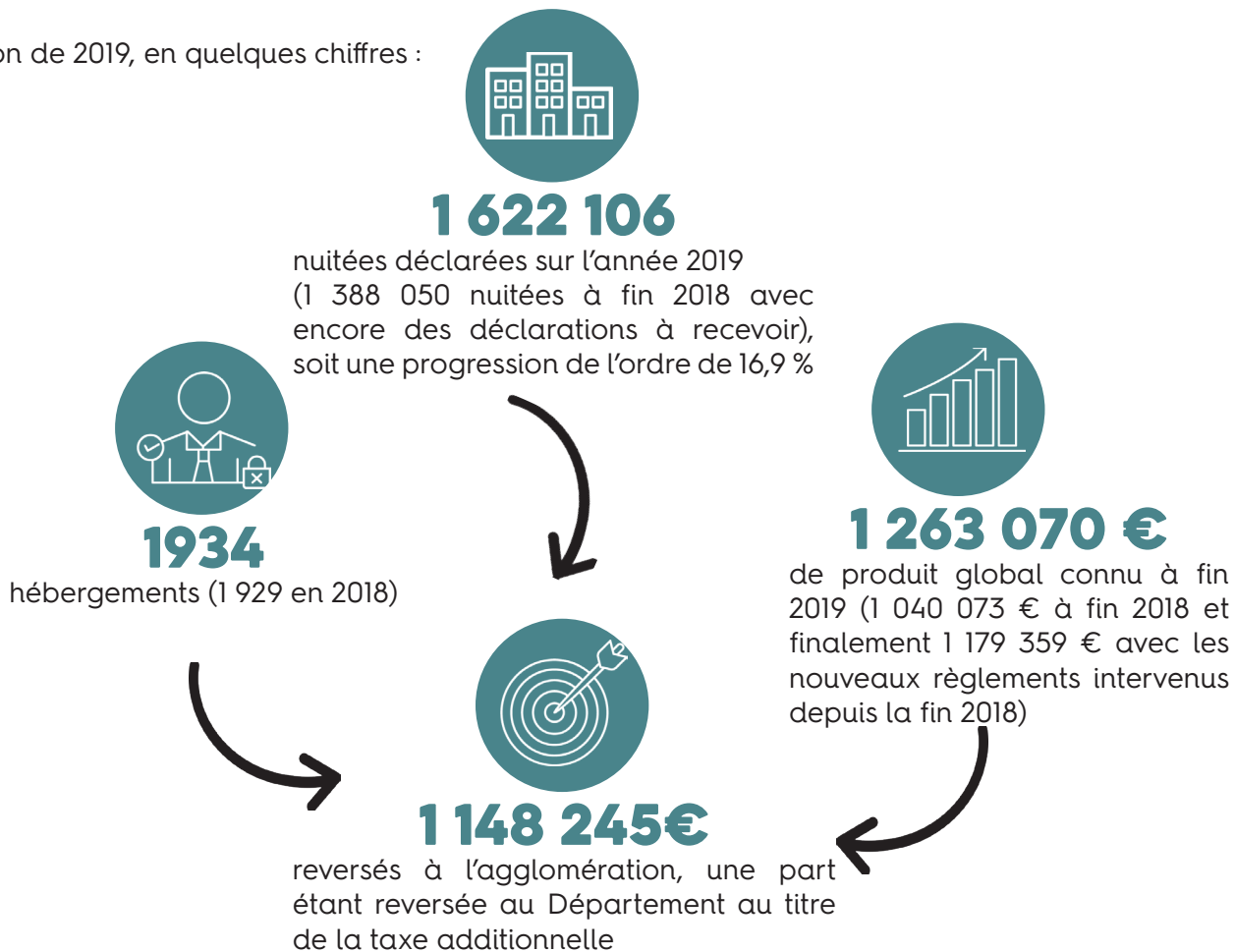
Au cours de l'année 2019, ce sont :

- 10 675 écritures comptables** (contre 7 987 en 2018) qui ont été passées par le service comptabilité,
  - dont **6 327 opérations de dépenses** (factures fournisseurs, TVA...), (contre 4 586 en 2018),
  - dont **4 348 opérations de recettes** (factures clients, partenariats, caisses, subventions...), etc., (contre 3 081 en 2018),
- 798 bulletins de salaire** qui ont été établis par le service paie (contre 732 en 2018).

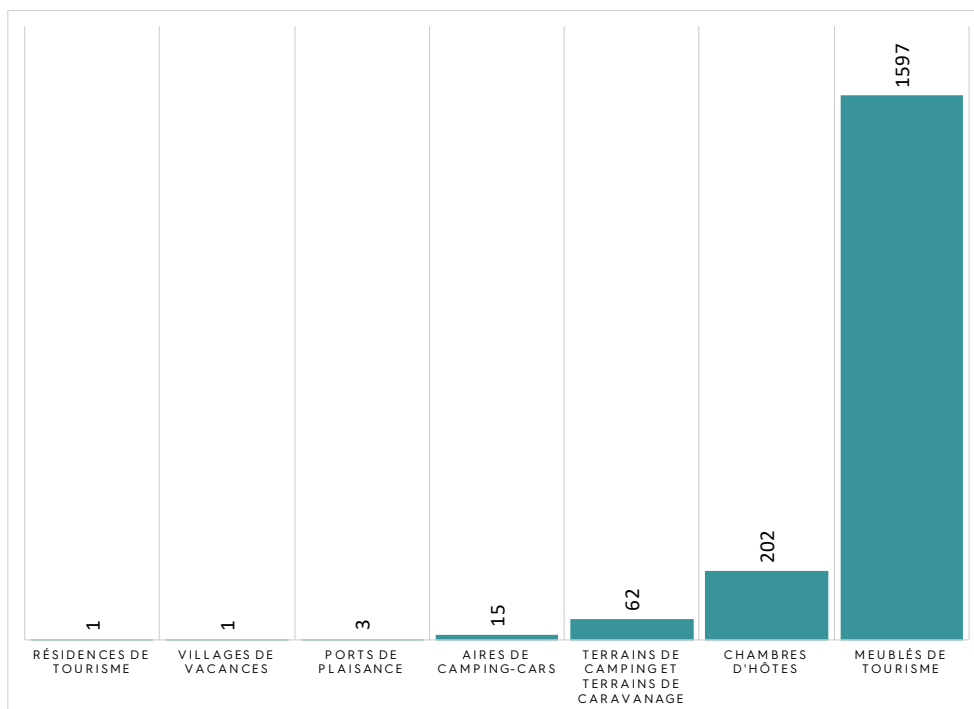
# TAXE DE SEJOUR

La Taxe de Séjour, mise en place au 1er janvier 2018 sur l'ensemble du territoire de l'agglomération a connu une **nouveauté en 2019 avec la collecte de la taxe par les opérateurs numériques**. C'est pourquoi la comparaison d'une année à une autre peut être difficile.

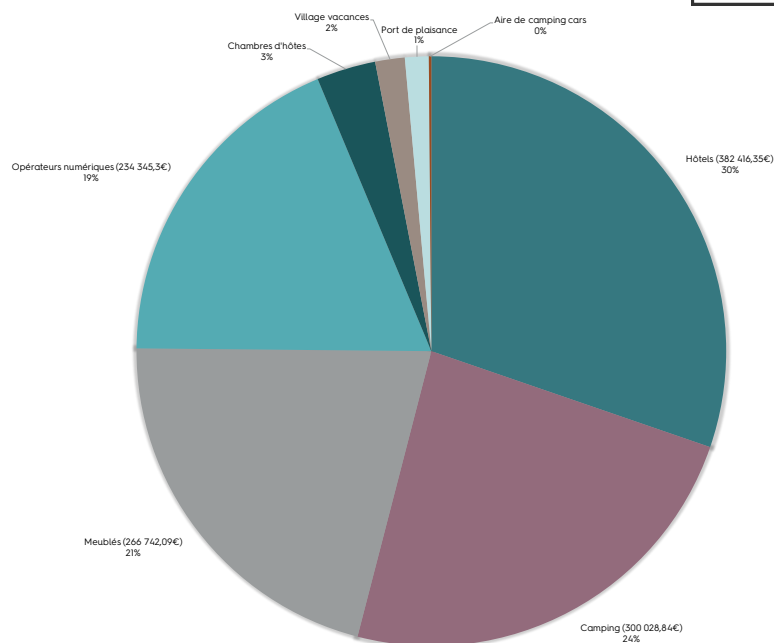
La situation de 2019, en quelques chiffres :



Cette situation est sous réserve des nouvelles déclarations qui pourraient intervenir, notamment de la part des opérateurs numériques, pour les deux derniers mois de l'année 2019 et reversés courant 2020.



Au mois de mai 2020, le bilan 2019 fait apparaître une répartition du montant de la Taxe de Séjour comme suit :



Avec une répartition des sommes collectées par les opérateurs numériques (de janvier à fin octobre 2019) de :

Abritel	42 118,49
AirBnB	109 426,21
Belvilla	2 131,89
Booking	14 881,34
Gîtes de France	59 219,5
Le Bon coin	171,76
Novasol	6 396,11

Les 5 communes qui concentrent le plus de nuitées déclarées en 2019 sont :

Rang	Top 5 des communes du Cotentin - Taxe de Séjour		Nuitées	Montants
	Commune	Nb hébergements		
1	Cherbourg-en-Cotentin	100	427 305	311 649,56 €
2	Barneville-Carteret	240	94 458	75 403,18 €
3	La Hague	200	113 916	67 336,91 €
4	Saint-Vaast-la-Hougue	103	69 306	46 500,84 €
5	Portbail-sur-Mer	82	69 046	45 188,36 €

La comparaison avec 2018 est difficile en raison de l'instauration de la collecte par les opérateurs numériques faite sur le territoire... A noter qu'ils opèrent sur des hébergements de ces mêmes communes. Un travail d'analyse et d'interprétation à des fins d'observation touristique du territoire est réalisé par l'Office de Tourisme et sera disponible dans le document des chiffres clés 2019, à paraître de septembre 2020.

Envoyé en préfecture le 16/10/2020

Reçu en préfecture le 16/10/2020

Affiché le

**SLOW**

ID : 050-200067205-20201016-DEL2020\_123-DE

# COTENTIN UNIQUE PAR NATURE



**leCotentin**  
COMMUNAUTÉ D'AGGLOMÉRATION

## OFFICE DE TOURISME DU COTENTIN

SPL de développement touristique du Cotentin - Société Publique Locale au capital de 760 410€  
siège social : 3 avenue de la république, 50270 Barneville-Carteret  
RCS CHERBOURG 832 786 594

CONCEPTION : COTENTIN TEAM OFFICE DE TOURISME DU COTENTIN 2019 | IMPRIMERIE : LE RÉVÉREND  
PHOTOS : AYVIER, PICOT / BAPTISTE ALMODOVAR, EMMANUELLE LIOT / MARIANNE LAVARDE / DAVID  
DAGUIER / THIERRY HOUVEL / MAYOL / ANNE GAUDAIRE / JÉRÔME HOUYVET

IMPRIM'VERT®