

# COUTANCES TOURISME

Rapport d'activité • 2021





## \_ sommaire

<b>Le mot de la présidente .....</b>	<b>3</b>
<b>L'année 2021 en quelques chiffres .....</b>	<b>3</b>
<b>L'accueil, l'accompagnement des visiteurs et la vente .....</b>	<b>4</b>
L'accueil physique .....	4
L'accueil virtuel .....	4
L'expertise touristique auprès des professionnels et des partenaires locaux .....	5
Les prestations et produits boutique .....	6
La marque Qualité Tourisme : Pour Qui, Pourquoi, Comment ? .....	7
<b>La communication et la promotion de la destination .....</b>	<b>8</b>
La promotion .....	8
La communication digitale .....	9
Les éditions .....	9
<b>L'observation de l'activité touristique .....</b>	<b>10</b>
Flux Vision Tourisme .....	10
La fréquentation de la destination .....	10
La taxe de séjour .....	11
Ouvertures d'hébergements .....	11
Nombre d'hébergements actifs en 2021 .....	11
Hébergements actifs par nature d'hébergement .....	12
Tableau de la répartition par type d'hébergement .....	13
<b>L'animation de la destination .....</b>	<b>14</b>
Les animations portées par Coutances Tourisme .....	14
La promotion des animations .....	15
<b>La vie de l'Office de Tourisme .....</b>	<b>16</b>
Missions de l'EPIC .....	16
Six bureaux dont trois ouverts toute l'année .....	16
Vie administrative .....	17
La comptabilité publique et la maîtrise budgétaire .....	17
<b>Retour sur les 5 projets phares de 2021 .....</b>	<b>18</b>
<b>La stratégie 2021 - 2024 .....</b>	<b>19</b>
Accueillir, développer l'attractivité et la notoriété de la destination .....	19
Affirmer nos singularités et nos filières .....	19
Optimiser l'organisation touristique sur le territoire pour gagner en efficacité .....	19

# LE MOT DE LA PRESIDENTE



... Malgré des conditions sanitaires toujours compliquées, le territoire communautaire a attiré et la saison touristique 2021 se termine finalement sur une note plutôt positive (!)...

Dans ce contexte si particulier, il nous était impératif de disposer d'outils digitaux performants et attractifs car leurs usages s'accroissent. La priorité de l'année était donc de **sortir le nouveau site internet de destination**. Une **plus grande place a été donnée aux médias**. A l'instar du slogan repensé lui aussi « **l'essentiel grandeur nature** », de **nombreuses photos** ont été intégrées pour illustrer les valeurs simples de la vie et la place prédominante de notre nature

préservée. Instance plus ergonomique, parcours visiteur repensé et totalement remodelé, nouveaux affichages des offres d'hébergement... Bientôt un e-shop et un module de découverte pour les groupes...

**Nous avons par ailleurs étendu le réseau de bornes tactiles touristiques à Saint-Sauveur-Villages et Cerisy-la-Salle**, proposant aux touristes de passage sur le territoire l'accès **7j/7** à de **l'information de qualité et à jour**. Deux nouvelles webcams ont été installées sur Gouville-sur-Mer ainsi que sur Hauteville-sur-Mer. Une nouvelle vidéo de la destination a été tournée et sera lancée pour la promotion de la saison 2022.

Un autre leitmotiv de l'année a été l'obtention de la marque **Qualité Tourisme™**, **seule marque d'État attribuée aux professionnels du tourisme** pour la qualité de leur accueil et de leurs prestations. Il s'agit donc d'une reconnaissance nationale qui garantit un accueil d'excellence au sein de nos 6 bureaux.

Coutances mer et bocage a reconnu et fait appel à nos compétences afin de nous confier la **gestion de la commercialisation des gîtes communautaires**. Charge à nous d'améliorer la qualité de nos prestations ainsi que les recettes liées à cette activité commerciale importante.

Comme le disait Winston Churchill : *Pour s'améliorer, il faut changer. Donc, pour être parfait, il faut avoir changé souvent*. Par conséquent, de nombreux autres projets arrivent afin de continuer à nous améliorer et à améliorer les services que nous offrons aux usagers. En 2022, nous allons faire évoluer notre guide de destination, la digitalisation de notre activité va se poursuivre avec la mise en place de l'accès aux disponibilités de dernières minutes des hébergements touristiques, et nous travaillons également sur la mise en place de la vente en ligne de tous nos services de prestations et de billetteries.

Dans l'intervalle, le bureau de Coutances tourisme, son comité de direction et moi-même restons à votre disposition pour toute aide/accompagnement souhaité.

**Valérie LECONTE,**  
**Présidente de l'EPIC,**  
**Vice-présidente de Coutances mer et bocage.**



## L'année 2021 en quelques chiffres

**308 jours (+ 36%)**

d'ouverture cette année  
pour le bureau de  
Coutances

**(et 27 jours de télétravail  
en confinement)**

**39 596 (+ 10%)**

visiteurs reçus

**22 075 (+ 6%)**

demandes traitées

**42 (+ 16%)**

classements de meublés  
de tourisme

**403 682 (+ 25.6%)**

pages vues sur le site  
internet

**+ de 22 632 (+ 8,8%)**

abonnés sur les réseaux  
sociaux

**2 573**

**(soit 25 730 €)**

chèques évasion 50  
distribués par Coutances  
Tourisme (au bureau de  
Coutances)

**112 000 € (+ 55%)**

de chiffre d'affaires  
(prestations et produits)

**10 356,50€ (+ 67%)**

de chiffre d'affaires pour  
les produits boutique

# L'ACCUEIL, L'ACCOMPAGNEMENT DES VISITEURS ET LA VENTE

## L'ACCUEIL PHYSIQUE

Coutances Tourisme, c'est 6 bureaux d'information touristique, 14 personnes employées (13,7 ETP) dont 8 chargées des missions d'accueil. Le service a été ouvert 308 jours (et 27 jours de télétravail en confinement) en 2021, 6 j/7 de septembre à juin et 7 j/7 en juillet et août.

En 2021, 8 postes de saisonniers ont été pourvus dans le cadre du dispositif d'accueil estival sur Coutances mer et bocage :

- Un saisonnier de cinq mois et un saisonnier de deux mois au bureau d'Agon-Coutainville.
- Un saisonnier de deux mois à Coutances.
- Trois saisonniers de deux mois aux bureaux de Hauteville-sur-Mer, Blainville-sur-Mer et Gouville-sur-Mer.
- Deux saisonniers de deux mois à la cathédrale de Coutances et à l'espace Saint-Nicolas.

## L'ACCUEIL VIRTUEL

### \_ UN ACCUEIL NUMÉRIQUE

Six écrans permettent de diffuser la même information simultanément dans les accueils d'Agon-Coutainville, Blainville-sur-Mer, Coutances, Gavray-sur-Sienne, Gouville-sur-Mer et Hauteville-sur-Mer (affiches de manifestations, agenda, vidéos...). 597 affiches diffusées en 2021.

### \_ VISITES VIRTUELLES

2 637 (+ 9.8%) consultations sur l'année.

Visites virtuelles des sites suivants : château de Gratot, Ermitage St-Gerbold, Mausolée Letenneur, moulin de Gouville-sur-Mer, église de Savigny et château de Regnéville-sur-Mer.

### \_ DES WEBCAMS POUR CONTEMPLER LA MARÉE

42 086 (+ 9%) consultations sur l'année.

- Agon-Coutainville au centre nautique,
- Gouville-sur-mer à la station SNSM,
- Hauteville-sur-Mer au poste de secours.

PROJET FÉVRIER 2022 : installation d'une webcam dans notre bocage à Montpinchon.

### \_ LE WIFI GRATUIT

1 982 (+ 377%) connexions ont été enregistrées dans les 6 bureaux.

### \_ 8 BORNES TACTILES EXTÉRIEURES ALLUMÉES JUSQU'À 23H ET 7J/7 !

110 676 (+ 117%) consultations enregistrées depuis l'installation.

Coutances Tourisme vient de se doter d'un réseau de huit bornes tactiles extérieures qui permettent l'accès 7j/7 à de l'information de qualité y compris pendant les périodes de fermeture des bureaux d'information touristique. Chaque bureau de la destination en est équipé : Coutances, Agon-Coutainville, Hauteville-sur-Mer, Blainville-sur-Mer, Gouville-sur-Mer, Gavray-sur-Sienne ainsi que les communes de Cerisy-la-Salle et Saint-Sauveur-Villages. On peut y consulter les horaires des marées et la météo, trouver où manger, où dormir, accéder à l'offre d'activités et de lieux de visite, des informations sur la pêche à pied ou encore envoyer une carte postale virtuelle à ses proches...



### \_ LA BASE DE DONNÉES TOURISTIQUES

Depuis 2012, Coutances Tourisme travaille avec le logiciel Tourinsoft et partage ses bases de données avec Attitude Manche. Des photos, traductions, mises à jour de tarifs, de contenus descriptifs... sont mutualisés et alimentent les pages web des sites internet. Ce système permet de croiser les informations de plus de 3 000 fiches du territoire. Tous nos terminaux publics sont alimentés par ces flux html partagés.

Coutances Tourisme accompagne les professionnels porteurs de projets et les renseigne sur les démarches à effectuer pour leur installation, leurs demandes de classements et de labellisations d'hébergements touristiques. Par ailleurs, plusieurs rendez-vous personnalisés ont été organisés auprès des prestataires concernant la place de marché (plate-forme de disponibilité et de réservation qui remontent sur notre site internet).

### **\_ LE CLASSEMENT DES MEUBLÉS DE TOURISME**

Coutances Tourisme continue de proposer le service de classement de meublé. Les demandes ont été cependant, ralenties par le confinement et le contexte sanitaire.

Malgré tout, en 2021, ce sont 42 décisions de classements qui ont été validées pour une recette de 6 540€.

Demandes d'informations	65
Classements validés	42
Classements non-validés	0
Taux de concrétisation	65 %

### **Typologie des classements**

1*	2*	3*	4*	5*
0	17	21	3	1

Les propriétaires semblent apprécier ce nouveau service proposé par l'EPIC et cela permet de garder un contact de qualité avec eux. Les questionnaires de satisfaction sont plutôt positifs quant à l'appréciation de la prise en charge de ce service, du délai de prise en charge de la demande, du déroulement de la visite et des échanges avec le référent lors de la visite. Seule la grille de classement est jugée trop rigide avec certaines exigences qui ne sont plus d'actualité.

### **\_ UNE DESTINATION LABELLISÉE TOUTOURISME !**

Comme il n'est pas toujours aisé d'organiser son séjour, ses visites ou encore ses activités accompagnés de son adorable animal, Coutances Tourisme s'est engagé dans la démarche du Toutourisme. Nous mettons donc à disposition de nos visiteurs aide, conseils et listing de partenaires engagés (hébergements acceptant les animaux, plages autorisées, toutoubar, les lieux de visite autorisés, les vétérinaires du territoire...).



## LES PRESTATIONS ET PRODUITS BOUTIQUES

En raison de la crise sanitaire COVID-19, de nombreux partenaires de Coutances Tourisme ont dû renoncer à leur programmation événementielle 2021 et/ou rester à l'arrêt comme notamment Manche Iles Express avec qui l'EPIC conventionne la vente des traversées vers les îles anglo-Normandes. Le chiffre d'affaires de la régie de Coutances Tourisme a réussi tout de même à réaliser des ventes à hauteur de **112 052,40 €**. Depuis juillet 2021, Coutances Tourisme a repris la commercialisation des visites individuelles du service patrimoine et musée ainsi que la commercialisation des gîtes communautaire de Coutances mer et bocage.

L'EPIC dispose à l'heure actuelle de **six boutiques** (dans chacun de nos bureaux) avec **une centaine de références** produits (produits identitaires, cartes postales, fiches de randonnée, disque de stationnement...) et une boutique saisonnière (à la cathédrale).

Un plan de développement boutique est mis en œuvre depuis 2020, il vise à déployer un espace boutique dans chacun de nos bureaux d'information touristique adapté aux attentes clientèles autour d'une gamme de produits identitaires choisis avec soin : objets éco-responsables, papeterie, bières locales, cartes postales etc... Livres régionaux, produits enfants, et d'autres nouveautés viendront étoffer la boutique en 2022. Une sélection des produits sera également en vente sur le nouvel e-shop de notre site internet.

	<b>Recettes</b>	<b>pour EPIC</b>	<b>pour prestataires</b>
<b>Produits boutique</b> (cartes postales, fiches de randonnée, produits heula, disque de stationnement...)	10 366,50 €	10 366,50 €	/
<b>Dépôt-vente</b> (produits des Amis de la cathédrale, billetterie Cité de la mer, produits Jazz sous les pommiers...)	2 408,25 €	243,51 €	2 164,74 €
<b>Autres recettes</b> (traversées vers les Îles Chausey...)	22 509,15 €	2 250,92	20 258,23 €
<b>Recettes gîtes communautaires</b> (locations, options et taxe de séjour)	24 655,50 €	-	24 655,50 € (dont 22 278,44 € pour la CMB)
<b>Recettes visites du service patrimoine et musée</b>	9 836,50 €	-	9 836,50 €
<b>Animations billetteries</b> (audioguides, régie publicitaire, Attelages des grandes marées, Lande Musicale, Maunakea, Service Culturel Agon...)	32 590,50 €	3 953,30 €	28 637,20 €
<b>Prestations Coutances Tourisme</b> (Classements meublés de tourisme, animations public individuel, régie publicitaire)	9 686,00 €	9 686,00 €	/
<b>TOTAL =</b>	<b>112 052,40 €</b>	<b>26 500,23 €</b>	<b>85 552,17 €</b>



## **\_ LA DÉMARCHE QUALITÉ TOURISME, C'EST QUOI ?**

C'est un label d'État attribué aux professionnels du tourisme pour la qualité de leur accueil et de leur service sur l'ensemble du parcours client, dans le but de renforcer la compétitivité de la destination.

Une démarche Qualité est un projet de l'office de tourisme mis en œuvre pour maîtriser, assurer et planifier la qualité.

## **\_ LES OBJECTIFS**

- Améliorer la qualité des services via un système d'écoute clientèle,
- Pérenniser la qualité des services,
- Un gage de confiance pour les visiteurs,
- Se remettre en question pour être plus performant,
- Satisfaire le visiteur et lui donner envie de consommer sur le territoire.



Pour obtenir la marque Qualité Tourisme, il faut répondre à un certain nombre de critères (audit complet avec 231 critères) et obtenir un total de plus de 80%.

Auparavant 1 seul audit était réalisé tous les 3 ans par un auditeur agréé. Aujourd'hui, un audit en 2 parties (audit complet + visites mystères) est réalisé tous les 5 ans.

**Nous avons obtenu la marque qualité Tourisme le 10 septembre 2021 avec une moyenne de 90.45%.**

## **\_ POURQUOI OBTENIR LA MARQUE QUALITÉ TOURISME ?**

Actuellement classé en catégorie III, l'obtention de la Marque Qualité Tourisme permettrait un classement en catégorie I, nécessaire pour la commune d'Agon-Coutainville qui souhaite obtenir le classement «Station classée Tourisme».

## **\_ SATISFACTION CLIENTÈLE**

Le Dispositif qualité est composé de 3 questionnaires et de remarques orales.

- Le questionnaire de satisfaction (576 récoltés sur l'année 2021),
- Le questionnaire de satisfaction des prestations achetées (61 récoltés sur l'année 2021),
- Le questionnaire sur les bornes tactiles (222),
- Remarques orales (115 remarques positives et 97 remarques négatives).



# LA COMMUNICATION ET LA PROMOTION DE LA DESTINATION

## LA PROMOTION

### \_ LES RELATIONS PRESSE

En 2021, nous avons continué à développer davantage les relations presse et notre stratégie d'influence. La structure a prolongé son adhésion à l'outil Hors Antenne CISION (base de données payante de contacts presse en France).

En collaboration avec Attitude Manche, trois accueils presse ont été réalisés :

- Télématin : un reportage sur la pêcherie La Maillard à Hauteville-sur-Mer,
- Moto Magazine : reportage dans la Manche illustré dans un hors-série,
- Le Routard : mise à jour des informations pour l'édition 2022.

### \_ PRESSE ÉCRITE

#### Achat d'encarts dans des magazines nationaux / promotion générale de la destination :

- Magazine Passion rando (magazine de la FFrandonnée) : 2<sup>ème</sup> de couverture, pleine page dans le hors série « Les plus belles randonnées » où la Normandie était mise à l'honneur - paru le 15 avril 2021. [tirage 15 000 ex]
- Magazine Carnets de Voyage : 2e de couverture, pleine page – paru le 5 avril 2021. Le magazine contenait un reportage de 4 pages sur Coutances, son patrimoine historique et culturel et ses environs. [audience : 480 000 lecteurs]

#### Achat d'encarts dans presse locale / promotion événements :

- Aux arts – agenda de l'été : page pour l'exposition estivale à l'espace St Nicolas + page pour Zic sur le Zinc – parution fin juin / validité : juillet-août. [tirage : 35 000 ex]
- Ouest-France – supplément été : deux pages pour l'exposition estivale. Parution 58 770 ex juillet- 59365 ex en août.

### \_ CAMPAGNES DE PHOTOGRAPHIES

- Aymeric Picot, photographe de Cherbourg. Suite et fin du reportage engagé en 2020 : journée sur le thème « plage » et « vélo » avec figurants.
- Thibault Poriel, photographe breton. Reportage général du territoire pendant 3 jours - 90 photos acquises.
- Dans le cadre de l'accueil d'un couple de blogueurs les Samfaitvoyager en novembre : achat de 10 photos

### \_ CAMPAGNE MULTICANAL DE PROMOTION

Choix de l'annuler – les raisons : la covid + les réservations sur la destination étaient déjà au beau fixe.

### \_ ACCUEIL BLOGUEURS

Afin d'engager une stratégie d'influence, Coutances Tourisme met en place des collaborations avec des blogueurs. En 2021, trois collaborations ont été réalisées :

- Hellolaroux sont suivis par 44K abonnés et témoignent d'un taux d'engagement de 2,3%. 3 jours en autonomie (20 au 22 mai) : Hambye, balade en stand up paddle sur la Sienne, Regnéville-sur-Mer, Coutances, pointe d'Agon, rencontre ostréiculteur Jean Rouvière « Les huîtres du père Gus », balade à cheval en fin de journée ;
- Nos curieux voyageurs sont suivis par 92K abonnés. 2 jours (20 au 21 mai) en autonomie : La pointe d'Agon, la Poulette, les cabines de Gouville, la côte des Havres, Coutances, Regnéville-sur-Mer ;
- Samfaitvoyager sont suivis par 17,8K abonnés et témoignent d'un taux d'engagement de 13%. 3 jours sur notre destination (27 au 29 octobre) : découverte en autonomie : Coutances, Hambye, Gratot, la pointe d'Agon, Regnéville-sur-Mer, la Poulette et les cabines de Gouville-sur-Mer.

### \_ PASSAGES RADIO

- France Bleu Cotentin : durant la saison 2021, l'équipe Coutances Tourisme a pu faire la promotion du territoire et de ses atouts à travers une dizaine de passages radio,
- Tendance Ouest : achat de 50 spots pub pour assurer la promotion de Zic sur le Zinc,
- France Bleu Cotentin : achat de 53 spots pub pour assurer la promotion de l'exposition estivale.



## \_ STRATÉGIE DIGITALE

Depuis 2016, Coutances Tourisme s'est doté d'une stratégie digitale globale, alliant stratégie web sociale, référencement, et différentes actions programmées jusqu'en 2024.

## \_ WWW.TOURISME-COUTANCES.FR

- 181 095 sessions (+ 12%) / 122737 utilisateurs (+ 5 %),
- 403 682 pages vues (+ 25.6%),
- Top 3 des pages vues : Page accueil / nos webcams / Webcam Gouville-sur-Mer,
- 154 tchats en ligne.

## \_ LES POSTS, ARTICLES ET NEWSLETTERS

393 posts ou articles ont été écrits et diffusés en actualités sur [www.tourisme-coutances.fr](http://www.tourisme-coutances.fr) et/ou les réseaux sociaux (127 sur Instagram, 187 sur Facebook, 79 en actu sur le site).

## \_ LES RÉSEAUX SOCIAUX

Les réseaux sociaux sont des supports incontournables pour communiquer. Coutances Tourisme possède une page Facebook et un compte Instagram et anime ses deux pages en respectant les lignes éditoriales établies :

- Facebook : 15 125 j'aime (+ 4,25%) . Création de contenus photos, vidéos, articles, des campagnes digitales et de sponsoring,
- Instagram : 7 026 abonnés (+18,94%) . Une galerie de photos de très grande qualité, des paysages et des expériences. Les photos postées sont des photos de notre photothèque mais également des photos d'autres comptes en repost. En 2021, la community manager a été de plus en plus in situ pour prendre des vidéos en temps réel et les poster en story. Elle a également créée des Reels sur Instagram. Création pour la troisième année consécutive d'un jeu concours sur Instagram (le but est de gagner des abonnés très rapidement et facilement),
- LinkedIn : 463 abonnés. Actualité de la destination et offres d'emplois.

## \_ PERFORMANCES VIA GOOGLE MY BUSINESS

- Nombre total de recherches : 559 589 (+ 215%).
- Nombre total de vues (+ 57.5%) : 894 388 (+ 255%) transformées en 2 370 (+ 12%) appels téléphoniques, 5 702 (+ 237.6%) demandes d'itinéraires et 4 847 (+ 57.6%) visites sur le site web.
- Nombre de vues dans Google Maps : 760 124 .

# LES ÉDITIONS

## \_ LE GUIDE DE DESTINATION

Il s'agit de notre principal outil de travail. Il nous permet de mettre à jour toutes nos bases de données (papier, site internet, table tactile...). Disponible dans nos 6 bureaux d'information , sur notre site internet et diffusé chez les prestataires touristiques et commerçants de notre territoire, il est également envoyé gratuitement par courrier sur simple demande. Le guide de destination 2021 est composé d'un magazine (25 000 ex.) qui promeut les atouts, richesses et particularités de notre territoire pour susciter l'envie de venir y séjourner et sa version bilingue – anglais - allemand (4 000 ex.) ainsi que d'un carnet d'adresses (25 000 ex.) qui détaille les coordonnées complètes de tous les prestataires touristiques (plus de 800 contacts).

## \_ LES AGENDAS / GUIDES DES ANIMATIONS

Cette année, nous avons communiqué 1 562 animations ! En partenariat avec Côté Manche, nous avons édité 4 agendas en 2021, contre 3 habituellement :

- Agenda avril-juin,
- Agenda « les estivales » - juillet-août,
- Agenda septembre-novembre,
- Nouveau \* : agenda décembre – Noël.

\*Un nouvel agenda pour mettre en valeur les festivités – animations de fin d'année a été créé pour nous permettre de récolter les renseignements plus tardivement auprès des organisateurs et ainsi être en capacité de diffuser une information plus complète et plus fiable qu'auparavant.

## \_ LE GUIDE DU PARTENAIRE

12 pages, réalisé et imprimé en interne, pour promouvoir la structure, son équipe et ses missions.

## \_ COMMUNICATION MUNICIPALE ET COMMUNAUTAIRE

Participation aux comités de rédaction et propositions régulières d'articles pour Coutances Info et Cosedia Mag.

## \_ NEWSLETTER ÉLUS

Une newsletter élus mensuelle est adressée aux élus communautaires, président et vice-présidents, membres du CODIR de l'EPIC pour communiquer sur nos chiffres clés et l'actualité du service.

# L'OBSERVATION DE L'ACTIVITE TOURISTIQUE

## FLUX VISION TOURISME

### \_ COUTANCES MER ET BOCAGE

**52 180 lits touristiques** dont **24 %** de lits marchands / **29 %** des lits touristiques de la Manche

4.2 millions nuitées dont 59% de nuitées extra-départementales

**17%** des nuitées en août

**Samedi 17 juillet** : pic de fréquentation avec 35 462 nuitées

**11 millions de visites** (journées visiteurs) dont 5,2 millions excursions et **62%** de visites extra-départementales

**16%** de la fréquentation en août

**Samedi 17 juillet** : pic de fréquentation avec 83 194 visites

**92%** de nuitées françaises

**Top dép : Manche 44%, Calvados 8%, Paris 4%**

**Top pays : Allemagne 23%, Belgique 13%, Pays-Bas 12%**

**15% des nuitées départementales**

### \_ ZOOM ZONE LITTORAL

**1.8 millions nuitées** dont **68%** de nuitées extra-départementales

**20%** des nuitées en août

**Samedi 17 juillet** : pic de fréquentation avec 20 456 nuitées

**4.5 millions visites** (journées visiteurs) dont 2.1 millions excursions et **59%** de visites extra-départementales

**19%** de la fréquentation en août

**Dimanche 18 juillet** : pic de fréquentation avec 45 022 visites

**94%** de nuitées françaises

**Top dép : Manche 34%, Calvados 10%, Paris 6%**

**Top pays : Allemagne 29%, Belgique 13%, Royaume-Uni 8%**

**8% des nuitées départementales**

**Les nuitées sur le littoral représentent 50% des nuitées de CMB.**

## LA FRÉQUENTATION DE LA DESTINATION

· 39 596 touristes cumulés sur tous les lieux d'accueil (+ 10%).

### \_ NOMBRE DE TOURISTES PAR BUREAU

Agon-Coutainville	Blainville-sur-Mer	Coutances	Gavray	Gouville-sur-Mer	Hauteville-sur-Mer
(+ 7%) 11 659	(+ 6%) 2 409	(+ 12%) 11 649	(- 7%) 1 125	(+ 16%) 3 209	(+ 14%) 9 545

· Accueil à la cathédrale 5 juillet au 27 août : 25 712 visiteurs (+18%).

· Accueil à l'Espace St Nicolas du 5 juillet au 29 août : 9 441 visiteurs.

· 22 075 demandes touristiques aux guichets (+6%).

### \_ NOMBRE DE DEMANDES PAR BUREAU

Agon-Coutainville	Blainville-sur-Mer	Coutances	Gavray	Gouville-sur-Mer	Hauteville-sur-Mer
(+ 12%) 8 190	(+ 11%) 1 595	(+ 17%) 5 725	(- 14%) 666	(- 18%) 1 384	(- 3%) 4 565

· 83,3% des demandes aux guichet, 14,6% par téléphone, 1,24% par le web, 0,29% par e-mail, 0,17% par courrier;

· Top 4 des régions françaises : Manche, Normandie, Ile-de-France, Bretagne;

· Top 4 des pays d'origine : France, Royaume-Uni, Belgique, Allemagne;

· Top 3 des thèmes de demandes : sites et lieux de visite, manifestations, hébergement (avec de l'ultra dernière minute).

## LA TAXE DE SÉJOUR

En 2021, **230 858,05 €** (+ 17%) de taxes de séjour ont été collectés. Il s'agit essentiellement de recettes liées à la collecte 2021 mais aussi de recettes collectées sur 2020 (recettes collectées au cours du dernier trimestre 2020 et reversées en début 2021 ou reversement de la collecte 2020 de quelques OTA reversée en début 2021) ou années antérieures (régularisation de retard de versement). Au total, c'est environ **209 870 €** de recettes pour la collectivité et environ **20 990 € pour le département**. On peut estimer la **collecte 2021 à environ 190 000 €**.

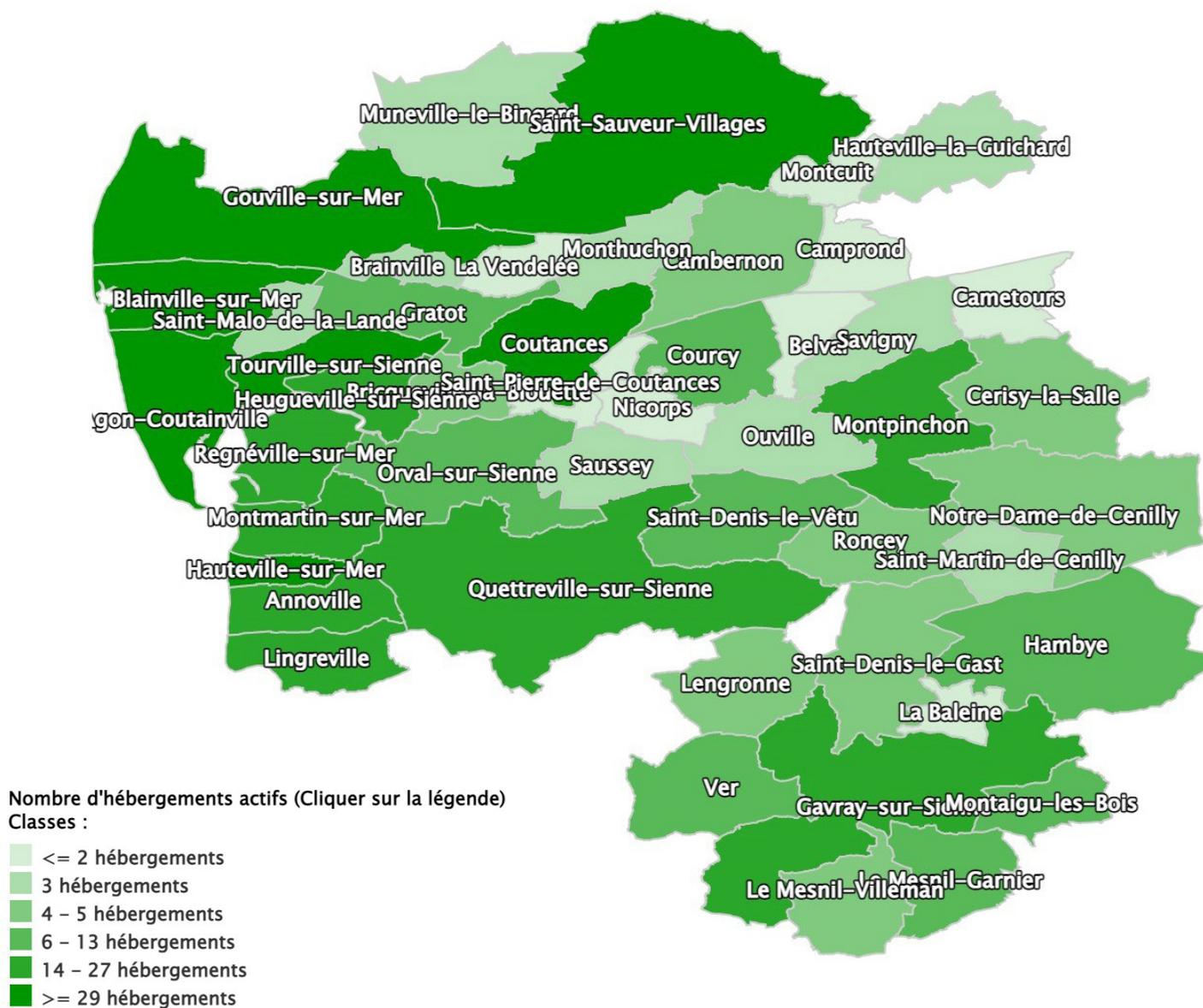
Au total, le territoire compte environ **900 hébergements touristiques** et **9 130 lits marchands**.

## OUVERTURE D'HÉBERGEMENTS

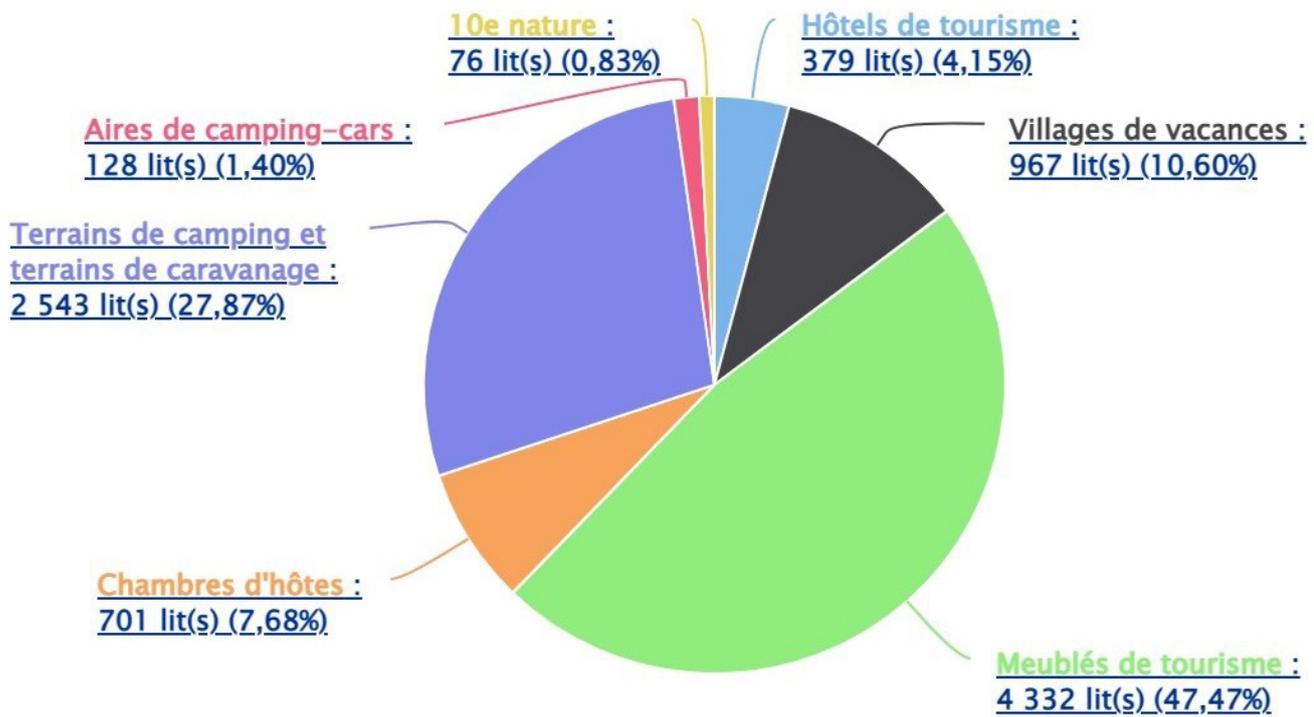
En 2021, **87 nouveaux hébergements** (80 meublés, 5 chambres d'hôtes, 1 hébergement insolite et 1 changement de propriétaire pour un hébergement collectif) ont été déclarés en mairie.

A noter, 28 hébergements ont fermé leurs portes en 2021 dont 8 chambres d'hôtes.

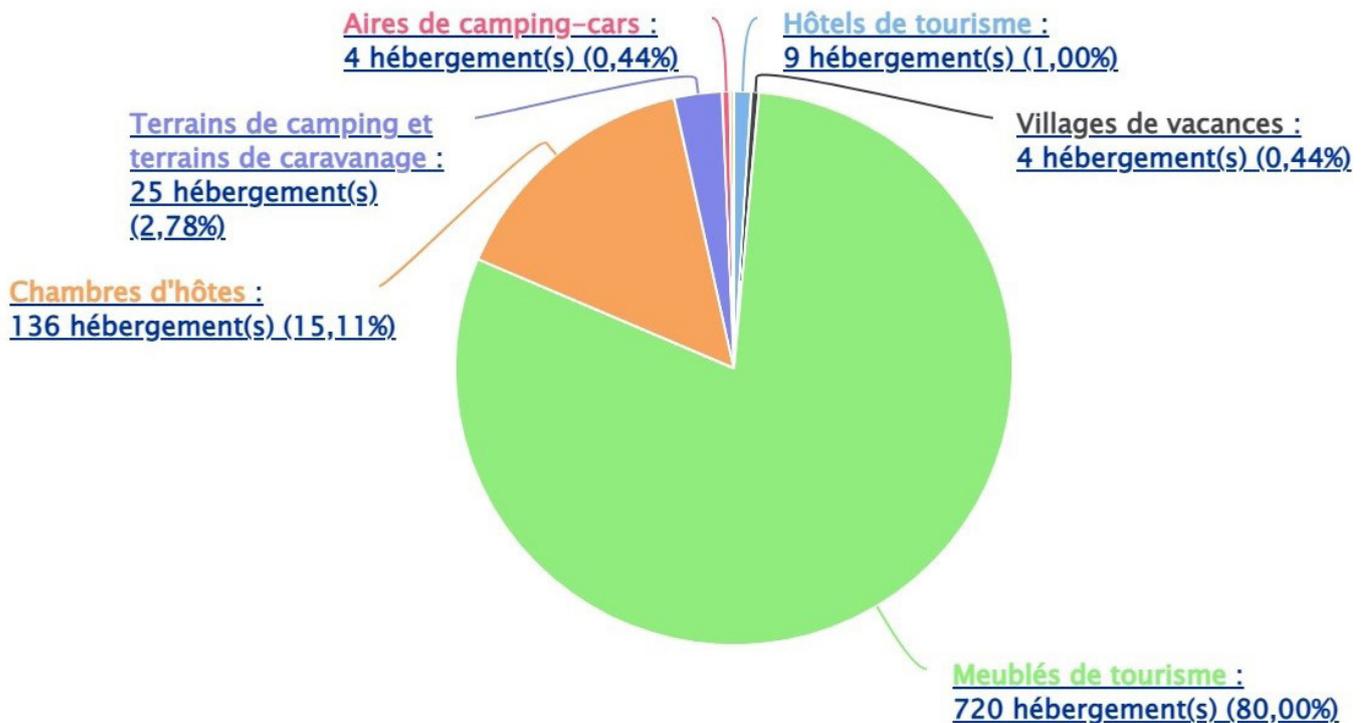
## NOMBRE D'HÉBERGEMENTS ACTIFS EN 2021



# HÉBERGEMENTS ACTIFS PAR NATURE D'HÉBERGEMENT



Nouveaux Territoires



Nouveaux Territoires

**TABLEAU DE LA RÉPARTITION PAR TYPE D'HÉBERGEMENT**

<b>Nature d'hébergement</b>	<b>Classement</b>	<b>Actifs en nombre d'hébergements</b>	<b>Actifs en nombre lits</b>
<b>Hôtels de tourisme</b>	TOUS LES HÉBERGEMENTS	9	379
	2 étoiles	2	186
	3 étoiles	3	156
	En attente de classement et sans classement	4	37
<b>Villages de vacances</b>	TOUS LES HÉBERGEMENTS	4	967
	En attente de classement et sans classement	4	967
<b>Meublés de tourisme</b>	TOUS LES HÉBERGEMENTS	720	4332
	1 étoile	11	49
	2 étoiles	71	343
	3 étoiles	116	653
	4 étoiles	17	76
	5 étoiles	2	16
	En attente de classement et sans classement	503	3195
<b>Chambres d'hôtes</b>	TOUS LES HÉBERGEMENTS	136	701
	Tarif unique	136	701
<b>Terrains de camping et de caravanage</b>	TOUS LES HÉBERGEMENTS	25	2543
	2 étoiles	3	596
	3 étoiles	1	423
	4 étoiles	1	nc
	En attente de classement et sans classement	20	1524
<b>Aires de camping-cars</b>	TOUS LES HÉBERGEMENTS	4	128
	Tarif unique	4	128
<b>10e nature</b>	TOUS LES HÉBERGEMENTS	2	76
	Auberge collective	2	76

# L'ANIMATION DE LA DESTINATION

## LES ANIMATIONS PORTÉES PAR COUTANCES TOURISME

### \_ LE FESTIVAL ZIC SUR LE ZINC

L'idée est assez simple, nous donnons rendez-vous aux touristes et aux habitants dans les bars et cafés du territoire communautaire, tous les jeudis en juillet et août, à partir de 19h30. Ils sont invités à venir boire un verre et à partager un moment convivial en famille ou entre amis en terrasse, autour d'une programmation musicale éclectique.

Cette année, 1 065 personnes sont venues assister aux concert lors des 8 dates proposées !



### \_ programme 2021

- 8 juillet - Trio Jolies Letters à La Taverne du Parvis, Coutances
- 15 juillet - Alex de Vree et Erwan Le Fichant à l'Auberge de Brothelande, Nicorps
- 22 juillet - Les P'tits Gouailleurs chez La Plancha, Coutainville
- 29 juillet - Tsunamix aux Dunes, Gouville-sur-Mer
- 5 août - Rocking Chair au Bon Vieux Temps, Montmartin-sur-Mer
- 12 août - Butternut Trio à La Cabane, Gonnevillle
- 19 août - La Mafia Normande au Krill, La Baleine
- 26 août - Jérémy Dutheil et Solal Poux chez Il é thé une fois, Coutances



### \_ EXPOSITION « QUAND JAZZ SOUS LES POMMIERS S'EXPOSE EN VILLE, 40 ANS DE FESTIVAL »

Exposition photographique grand format dans les rues de la ville et à l'espace Saint-Nicolas pour célébrer les 40 ans du festival coutançais. Du 5 juillet au 29 août.

Pour célébrer le 40<sup>ème</sup> anniversaire du festival, il a été proposé aux visiteurs de (re)découvrir le festival à travers 80 photographies déployées dans la ville et à l'espace Saint-Nicolas. À l'affiche, la transformation de la ville pendant cette semaine événement, les grands noms du jazz et de ses musiques cousines venues à Coutances, les résidents, mais aussi l'équipe et ses bénévoles, les artistes coutançais, amateurs, etc. Un parcours-programme a été édité et distribué notamment à l'office de tourisme, à la mairie...

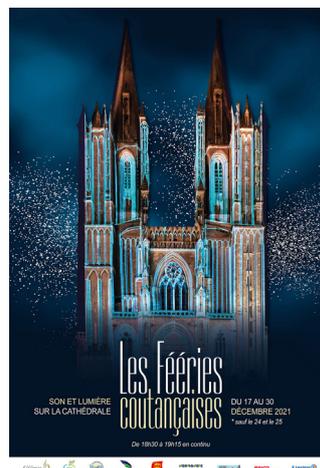
9 500 visiteurs reçus à l'espace Saint-Nicolas par un saisonnier.

### \_ L'ÉTRANGE VISITE DE COUTANCES

En saison estivale, les touristes sont invités à découvrir Coutances avec Patrick Le Blainvaux. L'étrange visite de Coutances est rythmée par l'humour mais aussi les anecdotes de Patrick sur la ville.

Passant par le jardin des plantes, la cathédrale, l'église Saint-Pierre, l'espace Saint-Nicolas et bien d'autres, c'est une visite aussi insolite que complète !

Ces visites sont proposées, par Coutances Tourisme, tous les lundis de l'été à 11h au prix de 1€.



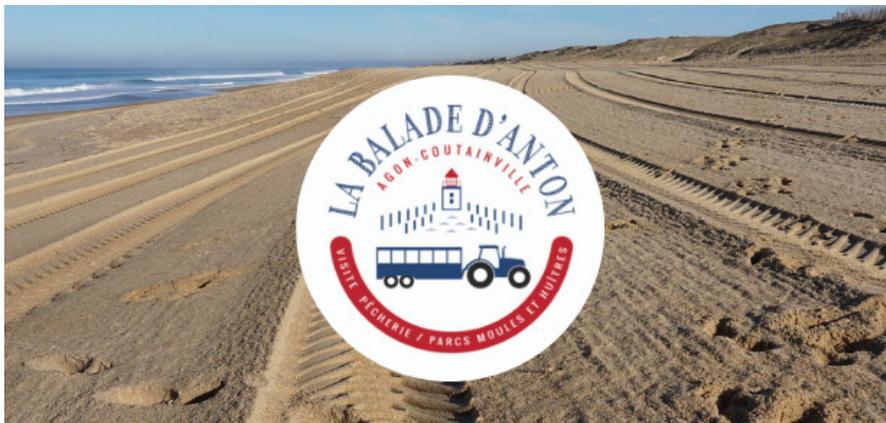
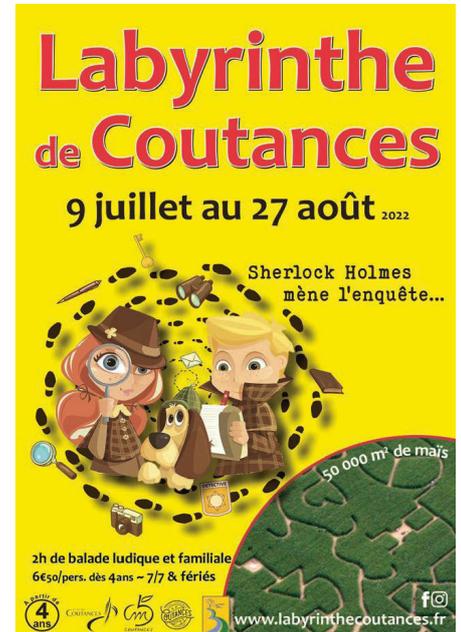
### \_ LE MAPPING

Spectacle de colorisation sons et lumières sur la façade majestueuse de la cathédrale. Cette année, réalisé par le groupe Mustang.

Le mapping, c'est tous les jours de décembre en continu sur la place du Parvis.

# LES ANIMATIONS DES PRESTATAIRES

En 2021, Coutances Tourisme a fait la promotion de plus de 1 500 animations ! Des animations de tout type tel que des sorties nature, randonnées, concerts, visites patrimoine ou encore des animations pour les enfants.



# LA VIE DE L'OFFICE DE TOURISME

## MISSIONS DE L'EPIC

L'établissement public « Coutances Tourisme Portes du Cotentin » s'est vu confier la responsabilité d'assurer les missions de service public telles que définies par l'article L.133-3 du Code du Tourisme par la communauté Coutances mer et bocage. A ce titre, il :

- assure **l'accueil et l'information** des touristes présents sur le territoire ainsi que la promotion touristique du territoire de la communauté de commune Coutances mer et bocage, en coordination avec le comité départemental du tourisme (CDT) et le comité régional du tourisme (CRT),
- **élabore et met en œuvre**, en lien avec le conseil communautaire, la **politique locale** du tourisme sur le territoire et contribue à coordonner les interventions des divers partenaires du développement touristique local,
- commercialise des **prestations de services touristiques** pour le compte de tiers, ainsi que des produits dérivés divers, anime le montage et commercialise des produits touristiques, dans les conditions prévues par la loi n 92-645 du 13 juillet 1992 fixant les conditions d'exercice des activités d'organisation et de vente de voyages et de séjours, et peut donc contribuer au développement commercial de ses partenaires,
- participe à la **promotion des manifestations culturelles ou touristiques** du territoire et peut apporter son concours ou mettre en œuvre un programme d'animations touristiques d'intérêt communautaire, peut apporter son concours à la réalisation des événements destinés à renforcer la notoriété du territoire de la communauté,
- est consulté sur des projets d'équipements collectifs touristiques.

## SIX BUREAUX OUVERTS TOUTE L'ANNÉE

### > Bureau d'Agon-Coutainville

6, place du 28 juillet

### > Bureau de Blainville-sur-Mer

12 bis, route de la mer

### > Bureau de Coutances

6, rue Milon

### > Bureau de Gavray-sur-Sienne

12, place de l'église

### > Bureau de Gouville-sur-Mer

1, rue du Nord

### > Bureau d'Hauteville-sur-Mer

30, avenue de l'Ausmele

\_deux bureaux hors les murs en saison

### > Coutances

Cathédrale Notre-Dame

### > Coutances

Espace Saint-Nicolas



Sur la communauté Coutances mer et bocage, la compétence tourisme est gérée par l’Etablissement Public Industriel et Commercial (EPIC) Coutances Tourisme. Son fonctionnement est organisé par le code du tourisme et le code des collectivités territoriales. Le régime juridique de l’EPIC est mixte : le statut d’un EPIC relève du droit public (création, organisation, contrôle...) puisqu’il a été créé par une collectivité, et l’activité d’un EPIC relève du droit privé (personnel, fournisseurs, contrats, clients...).

L’EPIC Coutances Tourisme est administré par un comité de direction de 25 membres composé de 13 élus et de 12 socioprofessionnels. Le bureau de Coutances Tourisme est organisé autour de :

- **Mme Valérie LECONTE**, vice-présidente de Coutances mer et bocage et présidente de l’EPIC,
- **M. Martial SALVI**, vice-président du collège des élus et maire de Regnéville-sur-Mer, en charge des relations avec la Culture,
- **M. Hervé AGNES**, maire du Mesnil-Villeman, président de la commission promotion,
- **M. Philippe d’ANTERROCHES**, maire de Saussey, président de la commission itinérances et développement des filières (vélo, randonnée, cheval, nautisme...).

### > en 2021 :

- 7 comités de direction.
- 63 points d’ordre du jour pour 28 délibérations.
- 23 conventions de services et billetteries pour 275 animations payantes et 26 gratuites, soit presque 5 000 personnes.

## LA COMPTABILITÉ PUBLIQUE ET LA MAÎTRISE BUDGÉTAIRE

Coutances Tourisme est une agence comptable dont l’ordonnateur est le directeur. Mme GAILLARD-PRETI a délégué, sous son contrôle, sa signature et l’administration financière de l’EPIC (sous instruction M4) à la directrice adjointe, Adeline HELAINE. Cette dernière gère deux régies : une, au titre de l’EPIC, et une autre, pour le compte de Coutances mer et bocage au titre de la perception du produit de la taxe de séjour.

### \_ SYNTHÈSE BUDGÉTAIRE

Le budget de fonctionnement de l’EPIC se monte à un peu plus de **430 000 €** auquel il convient d’ajouter **450 000 € de charges de personnel mis à disposition par Coutances mer et bocage** ainsi que les coûts liés à la mise à disposition gratuite des locaux (fluides, entretiens...). Le budget investissement s’élève quant à lui à environ 85 400 €.

Dépenses prévisionnelles hors investissement	
Promotion	42 %
Réseau tourisme	1 %
Animations	7 %
Structure	30 %
Charges de personnel	13 %
Séjours	- %
Boutique	7 %

Recettes prévisionnelles hors investissement	
Taxe de séjour	30 %
Subvention	15 %
Vente prestations	3 %
Commissions dépôt	2 %
Vente boutique	3 %
Produits exceptionnels	2 %
Op. d’ordre, atténuation de charge...	60 %
Report	39 %

# RETOUR SUR LES 5 PROJETS PHARES DE 2021

## REFONTE DU SITE INTERNET DE DESTINATION WWW.TOURISME-COUTANCES.FR

À l'image des éditions papier, le **site internet de Coutances Tourisme** s'est refait une beauté. Totalement repensé, conçu et revu, il arbore désormais une identité visuelle en accord avec les éditions papier et avec la nouvelle identité visuelle de l'office de tourisme. Une plus grande place est donnée aux médias. À l'instar du slogan repensé lui aussi « **l'essentiel grandeur nature** », de nombreuses photos sont intégrées pour illustrer les valeurs simples de la vie et la place prédominante de notre nature préservée. Instance plus ergonomique, **parcours visiteur repensé** et totalement remodelé, nouveaux affichages des offres d'hébergement... Bientôt un e-shop personnalisé et la mise en avant des offres groupes et demandes de devis en ligne.

## OBTENTION DE LA MARQUE QUALITÉ TOURISME

La marque Qualité Tourisme™ est la **seule marque d'État attribuée aux professionnels du tourisme** pour la qualité de leur accueil et de leurs prestations. Il s'agit donc d'une **reconnaissance nationale** qui garantit **un accueil d'excellence** au sein de nos 6 bureaux.

## DÉPLOIEMENT DE L'OFFRE DIGITALE TOURISTIQUE

- **Extension du réseau de bornes tactiles touristiques à Saint-Sauveur-Villages et Cerisy-la-Salle** afin de proposer aux touristes de passage sur le territoire un accès 7j/7 à de l'information de qualité et mise à jour en temps réel.
- **2 nouvelles webcams** sur territoire. Après **Agon-Coutainville**, 2 nouvelles webcams ont été installées sur **Gouville-sur-Mer** ainsi que sur **Hauteville-sur-Mer** permettant aux internautes de s'évader quelques minutes pour regarder la mer mais servant aussi aux pratiquants d'activités nautiques pour la préparation de leurs sorties. Une 3<sup>ème</sup> webcam est en cours d'installation, permettant une vue sur la campagne, Coutances et sa cathédrale, Granville et la mer au loin.
- **Visite virtuelle du territoire**, offrant aux internautes une visite virtuelle globale de Coutances mer et bocage avec intégration de points 360°, des lieux de visite, des visites virtuelles existantes...

## NOUVELLE GAMME DE PRODUITS BOUTIQUE

Lancement des **nouveaux produits** estampillés dans 6 espaces boutiques repensés (suivant nouvel argumentaire et identité visuelle) : bouteilles isothermes, papeterie, tasses émaillées, sac cabas plage, cartes postales, magnets...

## NOUVELLE VIDÉO DE PROMOTION DE LA DESTINATION

Tournage confié à l'agence Blue Horizons cet été. Elle sera diffusée début d'année 2022 et illustrera la destination : paysages, littoral au rythme des marées, activités (rando, canoé, wingfoil, cheval...), patrimoine et moments de vie.

## LES PROJETS ET ACTIONS À VENIR...

- *Évolution du guide de destination,*
- *Mise en place du module de gestion des disponibilités des hébergements,*
- *Mise en place de la vente en ligne pour les services de prestations et billetteries,*
- *Achat de matériel pour la réalisation de visite virtuelle,*
- *Projet culturel et fédérateur : Les Zendurances,*
- ...

# LA STRATEGIE 2021 - 2024

## ACCUEILLIR, DÉVELOPPER L'ATTRACTIVITÉ ET LA NOTORIÉTÉ DE LA DESTINATION

### Faciliter l'accès aux services et à l'information touristique.

- Optimiser le fonctionnement des BIT, du hors murs et des services offerts aux touristes ;
- Faire de la qualité tourisme et de la relation client la clef de la stratégie ;
- Optimiser le SIT : enrichissement, prospection et évaluation au service de la qualité.

### Communiquer et promouvoir.

- Stratégie digitale (web, SEO, SEA, RS et offre guichet BIT) ;
- Outils marketing actualisés (photos, vidéos, influenceurs...) ;
- Plan de communication et relations presse ;

- Édition annuelle des guides de destination et des agendas ;
- Représentation : salons, bourses d'échange.

### Développer les services auprès des communes et des professionnels.

- Faire que chaque professionnel, chaque commune soit ambassadeur et prescripteur de la destination territoire (information / formation, goodies...) ;
- Développer l'animation de la destination de qualité et d'intérêt communautaire (lien terre / mer) ;
- Soutien aux festivals du territoire d'intérêt communautaire.

## AFFIRMER NOS SINGULARITÉS ET NOS FILIÈRES

### Désaisonnaliser l'activité touristique et développer les ailes de saison.

- Développer la réservation d'activités et/ou d'hébergement 100% réservables en ligne ;
- Développement de la commercialisation des visites groupes et coordination de l'offre hôtelière.

en itinérance, et donner accès à une pluralité d'ambiance et de sites ;

- Soutien, participation et communication sur les projets différenciant par rapport aux autres destinations touristiques : Maison des havres, recomposition littorale, renaturation...

### Affirmer l'authenticité comme marqueur phare de la destination.

- Via la commission et les plans d'action itinérance, optimiser l'accès et les déplacements pour faciliter les parcours de clientèles, en séjour ou

### Développement durable - charte du développement durable.

- Sensibiliser le personnel et les partenaires au développement durable (hébergeurs...) ;
- Évaluer nos actions et réduire notre impact (suivi-réduction des impressions, boutique...).

## OPTIMISER L'ORGANISATION TOURISTIQUE SUR LE TERRITOIRE POUR GAGNER EN EFFICACITÉ

### Assurer la mise en œuvre de la politique touristique de la communauté.

- Optimiser la gouvernance, le fonctionnement du comité de direction et des commissions ;
- Définir la politique de classements / labels de la destination ;
- Participer à la gouvernance touristique départementale et régionale.

séjour ;

- Lancer la procédure de contrôle de la taxe de séjour ;
- Réfléchir à l'opportunité de la mise en place du numéro d'enregistrement sur le territoire ;
- Optimiser la gestion et la commercialisation des gîtes communautaires.

### Qualifier le parc d'hébergements touristiques de la destination.

- Accompagner la montée en gamme des hébergements en partenariat avec Labels Manche ;
- Optimiser la collecte et le suivi de la taxe de

### Développer l'observatoire et évaluer annuellement la stratégie.

- Rapport d'activité et memento du tourisme ;
- Communication mensuelle auprès des collectivités et partenaires ;
- Utiliser l'outil Flux Vision Tourisme d'Orange, analyser et traiter les données.



---

Suivez-nous : [www.tourisme-coutances.fr](http://www.tourisme-coutances.fr)    
& partagez vos expériences : [#coutancesnormandie](https://www.instagram.com/coutancesnormandie)

