



COUTANCES TOURISME

Rapport d'activité · 2025



SOMMAIRE

.Le mot de la présidente	3
.Le territoire	4
.Le fonctionnement	5
COMITÉ DE DIRECTION	5
MISSIONS	5
.L'équipe	6
PÔLE ACCUEIL	6
PÔLE COMMUNICATION, COMMERCIALISATION ET NUMÉRIQUE	6
PÔLE DIRECTION	6
.L'observatoire	7
LES TENDANCES NATIONALES	7
CHIFFRES CLÉS DE LA MANCHE	7
COUTANCES MER ET BOCAGE, OUTILS D'ANALYSE DE TENDANCES	8
FRÉQUENTATION DES BUREAUX D'INFORMATION TOURISTIQUE	9
.Les hébergements	11
TAXE DE SÉJOUR	11
MEUBLÉS ET CLASSEMENTS	11
.La commercialisation	12
RÉPARTITION DU CHIFFRE D'AFFAIRE	12
ÉVOLUTIONS 2020-2025	13
VENTE DE VISITES GUIDÉES	14
.Le digital	15
ROADBOOK	15
SITE INTERNET	15
BORNES TACTILES	16
.La communication	16
ÉDITIONS	16
ENCARTS PUBLICITAIRES	18
CAMPAGNES DE PROMOTION MULTICANAUX	18
MÉDIAS	19
RELATIONS PARTENAIRES	20
.Les filières	22
RANDONNÉE PÉDESTRE	22
VÉLO	22
TRAIL	23
ÉQUESTRE	23
.L'animation de la destination	23
ZIC SUR LE ZINC	23
JAZZ IN COUETTE	24
PROJETS CONJOINTS	24
.La stratégie 2026 - 2032	24

.Le mot de la présidente

L'année écoulée marque une étape structurante pour Coutances Tourisme. Elle a été à la fois une année de **consolidation, d'évolution et de projection**, traduisant notre capacité à nous adapter aux mutations du tourisme tout en restant fidèles à nos missions de service public.

Parmi les faits marquants, la généralisation de l'outil numérique de conseil en séjour, le **RoadBOOK**, constitue une avancée majeure. Cet outil, désormais pleinement intégré à nos pratiques, permet d'enrichir l'expérience des touristes avant, pendant et après leur séjour. C'est une plus-value pour nos visiteurs et un outil efficace pour nos conseillers en séjour, en offrant une information personnalisée, accessible et évolutive, en phase avec les usages actuels.

Cette année a également été déterminante avec la validation de la **stratégie de Coutances Tourisme**. Ce schéma directeur, partagé avec nos partenaires et nos élus, engage notre structure pour les six années à venir. Il trace une feuille de route claire, ambitieuse et réaliste, plaçant la qualité de l'accueil, l'innovation et la transversalité au cœur de notre action.

Les chiffres de fréquentation témoignent eux aussi des évolutions en cours. Si nous constatons une légère baisse de la fréquentation physique dans nos bureaux d'information touristique, celle-ci est largement compensée par une augmentation significative de la consultation de notre site internet. Cette tendance confirme **l'évolution des pratiques touristiques** et nous encourage à poursuivre le développement de services mixtes, alliant accompagnement **humain et performance numérique**.

Enfin, l'année a été riche en **projets transversaux** menés avec différents services de la collectivité. Ces collaborations renforcent la cohérence de l'action publique et démontrent que le tourisme est un levier partagé, au croisement de la culture, du développement économique, du sport et de la transition écologique.

C'est donc une bonne année qui nous permet d'aborder l'avenir avec confiance, engagement et ambition collective.

Valérie LECONTE,

Présidente de Coutances Tourisme,
Vice-présidente de Coutances mer et bocage.



.Le territoire

Qui sommes-nous ?

Coutances Tourisme est l'office de tourisme de la communauté de communes **Coutances mer et bocage**, au cœur de la Manche, qui regroupe 48 communes et 48 500 habitants. Le territoire s'étend entre bocage normand et littoral de la mer de la Manche, offrant une diversité de paysages où se mêlent prairies, haies bocagères, villages ruraux, plages de sable fin et côtes sauvages. Le siège de l'intercommunalité se trouve à Coutances, ville centrale connue pour sa cathédrale Notre-Dame et son label *Pays d'Art et d'Histoire*. C'est un territoire authentique, marqué par **une nature sauvage et préservée**, rythmé par la respiration des marées et **un patrimoine riche et typique**. Un équilibre entre énergie et douceur, où l'art de vivre normand s'exprime dans toute sa simplicité : nature généreuse, patrimoine remarquable, traditions locales et plages infinies.

L'ESSENTIEL GRANDEUR NATURE



.Le fonctionnement

La compétence tourisme est gérée par l'**Etablissement Public Industriel et Commercial (EPIC) Coutances Tourisme Portes du Cotentin**, son fonctionnement est régi 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...).

COMITÉ DE DIRECTION

L'EPIC Coutances Tourisme est **administré par un comité de direction de 25 membres** composés de **13 élus** et de **12 socioprofessionnels**.

- Mme Valérie LECONTE, vice-présidente de Coutances mer et bocage et présidente de l'EPIC,
- Mr Martial SALVI, vice-président du collège des élus et maire de Regnéville-sur-Mer, en charge des relations avec la culture,
- Mr Jean-Louis SION, vice-président du collège des socioprofessionnels, administrateur (fondateur) de l'association du cinéma le Long-Court,
- Mr Philippe D'ANTERROCHES, maire de Saussey, président de la commission itinérances et développement des filières (vélo, randonnée, cheval, nautisme...).

La directrice est en charge de la mise en oeuvre des décisions prises par le Comité de direction et du fonctionnement de l'EPIC. La gestion financière de Coutances tourisme est placée sous la responsabilité du trésor public.

MISSIONS

- * **Assurer l'accueil et l'information** des touristes présents sur le territoire ainsi que la promotion touristique du territoire de la communauté de communes Coutances Mer et Bocage, en coordination avec le comité départemental du tourisme (CDT) et le comité régional du tourisme (CRT) ;
- * **Élaborer et mettre en oeuvre**, en lien avec le conseil communautaire, la politique locale du tourisme sur le territoire et contribuer à coordonner les interventions des divers partenaires du développement touristique local ;
- * **Commercialiser** des prestations de services touristiques pour le compte de tiers, ainsi que des produits dérivés divers, animer le montage et commercialiser 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 pouvoir donc contribuer au développement commercial de ses partenaires ;
- * **Participer à la promotion** des manifestations culturelles et touristiques du territoire et pouvoir apporter son concours ou mettre en oeuvre un programme d'animations touristiques d'intérêt communautaire, ainsi qu'à la réalisation d'événements destinés à renforcer la notoriété du territoire de la communauté ;
- * **Être consulté** sur des projets d'équipements collectifs touristiques.



La qualité au cœur de notre mission :



Dans le cadre du renouvellement de la marque Qualité Tourisme (qui devient Destination d'Excellence), un audit blanc a été réalisé par Office de Tourisme de Normandie en novembre 2025. A l'issue de cet audit, Coutances Tourisme a obtenu :

- > Pilier Qualité : 90,27 %
- > Pilier Écoresponsable : 64,19 %

Ce nouveau label élève le niveau d'exigence, notamment en matière d'écoresponsabilité et d'information destinée aux publics en situation de handicap, en cohérence avec les objectifs du Plan Destination France. **L'audit définitif** (audit mystère et audit documentaire) **est prévu pour mars 2026** et aura une validité de cinq ans.



Par arrêté préfectoral, l'office de tourisme est **classé en catégorie 1, le niveau le plus élevé de la classification nationale**. Ce classement, **attribué pour une durée de cinq ans**, atteste de la conformité de l'établissement aux exigences réglementaires et qualitatives du référentiel national.



En 2025, la démarche de labellisation de la **marque d'état Tourisme & Handicap** de 3 bureaux d'information touristique (Coutances, Agon-Coutainville et Hauteville-sur-Mer) a été poursuivie pour les 4 types de handicap : auditif, mental, moteur et visuel. **Des travaux d'aménagement ont été entrepris** avec les services techniques.



.L'équipe

L'office de tourisme emploie **14 salariés permanents** (13,8 ETP). Chaque membre de l'équipe gère différentes missions de back office, 8 agents sont chargés des missions d'accueil physique, téléphonique et numérique.

Dans le cadre du dispositif estival, l'équipe a été renforcée par **11 saisonniers** (2 saisonniers de 5 mois et 9 saisonniers de 2 mois). Ce renfort a permis d'assurer l'ouverture de 4 points d'accueil en juillet et août.

6 bureaux d'information touristique ouverts à l'année,
+ **4** bureaux « hors les murs » en été,
au plus près des visiteurs.



- > Cathédrale Notre-Dame à Coutances
- > Espace Saint-Nicolas à Coutances
- > Abbaye d'Hambye
- > Château de Regnéville-sur-Mer

PÔLE ACCUEIL

- **Olia TOUGOUCHI** - responsable du bureau d'Agon-Coutainville
Classements / labels / Qualité Tourisme
- **Élise DIROU** - responsable du bureau de Blainville-sur-Mer
Conventionnement / observatoire / commercialisation
- **Juliette GABLIER** - responsable du bureau de Coutances
Gestion documentation / éditions papier
- **Marie DRONNET** - bureau de Coutances
Accueil / événementiel
- **Mathilde DUVELLEROY FORTIN** - responsable du bureau de Gavray-sur-Sienne
Agenda / communication
- **Céline DESCHAMPS** - responsable du bureau de Gouville-sur-Mer
Commercialisation / taxe de séjour
- **Anthony MOINEAU** - responsable du bureau de Hauteville-sur-Mer
Filières / taxe de séjour

PÔLE COMMUNICATION, COMMERCIALISATION ET NUMÉRIQUE

- **Alice LECORDIER** - responsable pôle communication
Responsable boutique
- **Mathilde LEBLONDEL** - responsable pôle digital / webmaster
Référente RGPD / référente SIT
- **Floriane DUBOSCOQ** - community manager
Relations presse
- **Delphine CHEVREAU** - classement meublés de tourisme
Taxe de séjour / Qualité Tourisme

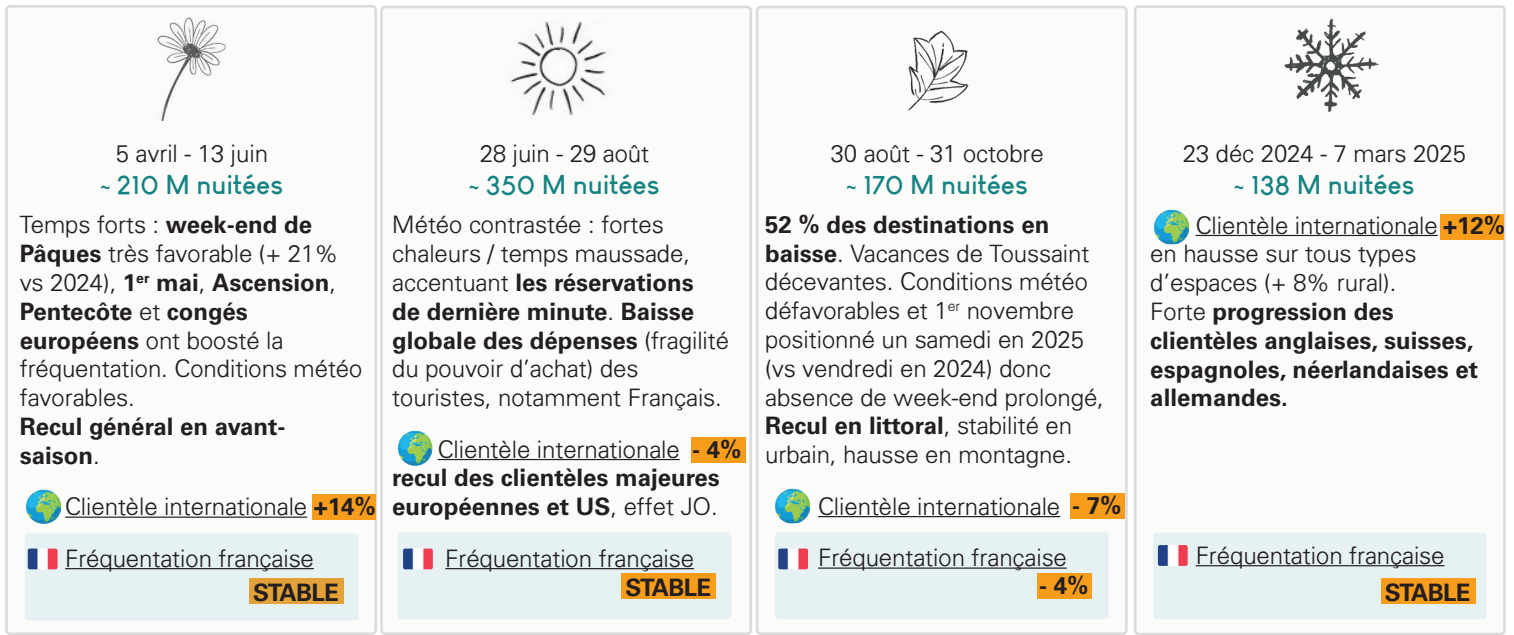
PÔLE DIRECTION

- **Laurence RACINE** - directrice
- **Adeline HÉLAINE** - directrice-adjointe
Administration / taxe de séjour
- **Morgane ROUESSAY** - responsable pôle accueil
Boutique / Tourisme & Handicap



L'observatoire

LES TENDANCES NATIONALES



Source : ADN Tourisme, Dispositif tendances #1-2026

CHIFFRES CLÉS DE LA MANCHE

45,8 millions DE VISITES

Fréquentation identique à 2024

Top nuitées françaises

- Ile-de-France **28%**
- Normandie **26%**
- Bretagne **11%**
- Pays de la Loire **8%**
- Hauts-de-France **6%**

Top nuitées étrangères

- Allemagne **18%**
- Royaume-Uni **17%**
- Pays-Bas **9%**
- Belgique **6%**
- États-Unis **5%**
- Espagne **3%**
- Japon **3%**

55% de la fréquentation internationale

23 millions DE NUITÉES

50,2%

Printemps
27%
des nuitées



Été
35%
des nuitées



22,8 millions D'EXCURSIONS

49,8%

Sept-octobre
14%
des nuitées



Nov-mars
23%
des nuitées



Le tourisme emploie **5%** des salariés du département

Offre d'hébergement
308 900 lits

27% Hébergements marchands

51% En camping

Nuitées en **camping** au **+ haut niveau** depuis 2019

BILAN ÉTÉ (AU 17 AOÛT)

29 millions DE VISITES

+ 3% en été, très forte affluence début août

17 millions DE NUITÉES & **12 millions** D'EXCURSIONNISTES



Pic de fréquentation

WEEK-END DU 15 AOÛT

191 400 NUITÉES



Poids de la Manche
1,29%
des nuitées françaises

Clientèle française

de la fréquentation **63%**

des nuitées **70%**

Hausse marquée Espagne, Suisse, Japon

Source : Attitude Manche

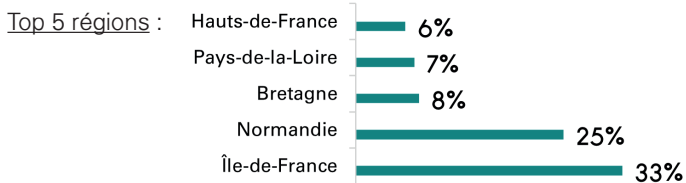


FLUX VISION TOURISME : Outil d'observation touristique développé par Orange qui utilise des données anonymisées issues du réseau mobile Orange et **analyse des flux de visiteurs**.

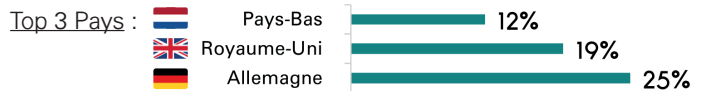
NUITÉES

4,27 millions DE NUITÉES - 5% vs 2024

dont **65%** extra-départementales



- **18%** des nuitées en août **STABLE**
- **13%** des nuitées **départementales** **STABLE**
- **89%** des destinations sont **françaises** **+1%**



JOURNÉES

4,77 millions D'EXCURSIONS **STABLE**

- **16%** de visites en août **STABLE**



Pics de fréquentation

39 000
NUITÉES



vs 2024 :
10 août - 37 618 NUITÉES

83 000
VISITES



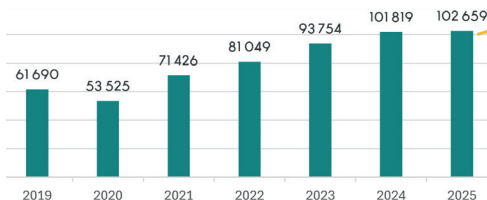
vs 2024 :
11 août - 81 177 VISITES

Source : Attitude Manche, Flux Vision Tourisme



LIGHTHOUSE : Plateforme d'analyse des tendances d'offre touristique et d'hébergement sur **airbnb** qui suit **l'évolution des nuitées commercialisées**.

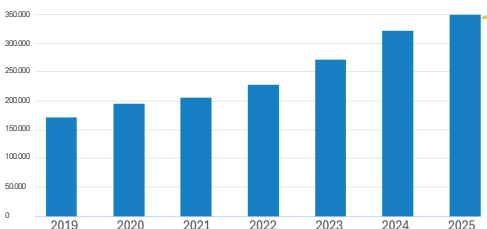
Nombre de nuitées réservées



102 659 NUITÉES **+0,8%**

Sur l'ensemble de la période 2019-2025 :
Taux de croissance annuel moyen 8,9% par an.

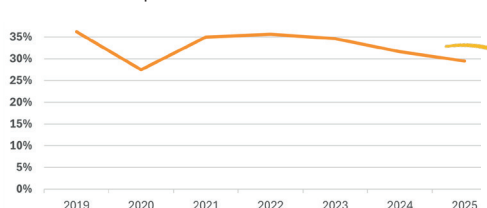
Nombre de nuits disponibles



348 018 NUITS RÉSERVABLES

Sur l'ensemble de la période 2019-2025 :
Taux de croissance annuel moyen est d'environ 12,5% par an.

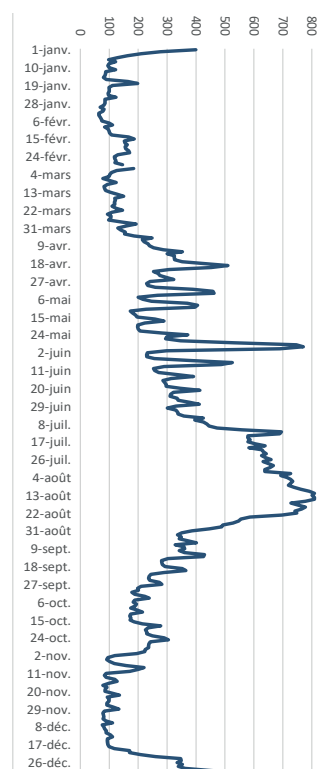
Taux d'occupation



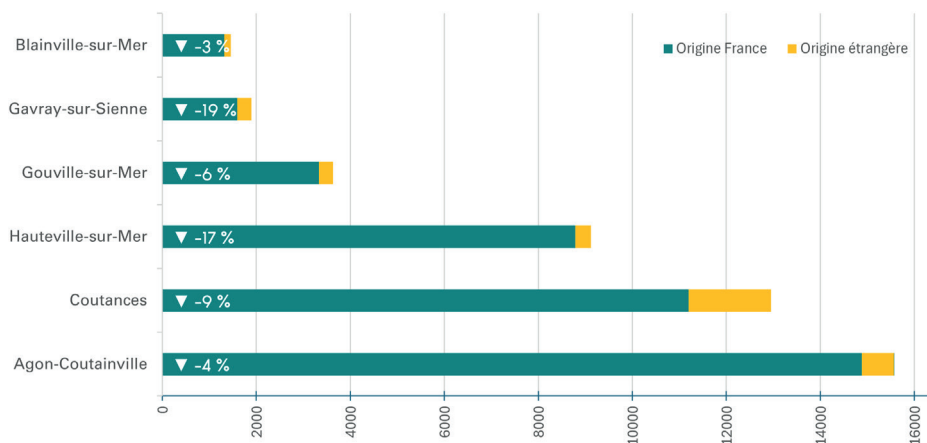
29% TAUX D'OCCUPATION

Bien que le nombre **total de nuits réservées progresse de manière continue**, l'augmentation plus rapide du nombre de nouveaux hébergements - et donc du volume de nuits disponibles - entraîne une **baisse du taux d'occupation**.
Atteinte d'un point de saturation du marché.

Nuitées réservées



Source : Observatoire mutualisé du locatif, France Tourisme Observation, CRT Normandie



44 614 VISITEURS **- 9%**

Sur les 6 BIT

Une **baisse globale** de la fréquentation est observée sur l'ensemble des bureaux.

Faits marquants 2025

- **Évolution du mode de comptabilisation** sur Tourinsoft depuis janvier 2025 qui entraîne la non-prise en compte de certaines demandes récurrentes, représentant 1 729 personnes en 2025 (tous BIT confondus). Le BIT de Hauteville-sur-Mer est le plus concerné.
- **Absence d'événements exceptionnels** observés en 2024 (exemple : 80^e anniversaire de la Libération).



- Agon-Coutainville est une **station balnéaire «complète»** : plage, promenade, activités nautiques, animations estivales. Sa notoriété et sa capacité d'accueil importante expliquent le **niveau élevé de fréquentation**, bien que l'effondrement après septembre montre une **attractivité réduite hors saison**.
- Hauteville-sur-Mer est une station à l'image familiale et accessible, attirant principalement une **clientèle régionale ou nationale**. Son offre touristique est centrée sur : la plage, le repos, les résidences secondaires et campings. Les pics de juillet-août indiquent une **activité intense mais brutale et concentrée**.
- Coutances, avec une fréquentation plus étalée, semble **moins vulnérable à la saisonnalité**. Le tourisme y est davantage culturel et patrimonial (cathédrale, festival Jazz sous les pommiers...). Elle bénéficie donc d'un **tourisme de passage et de séjour court**, complémentaire du tourisme balnéaire.
- Gouville-sur-Mer bénéficie d'une **fréquentation estivale claire** mais **moins intense** que les grandes stations. Son identité est plus calme et naturelle.
- Blainville-sur-Mer suit une **courbe similaire**, avec des **volumes modestes**. C'est une destination peu urbanisée, attractive pour un tourisme familial et discret.
- Gavray-sur-Sienne se distingue par son **éloignement du littoral**, un **tourisme de passage / de proximité** (randonnée, patrimoine local).

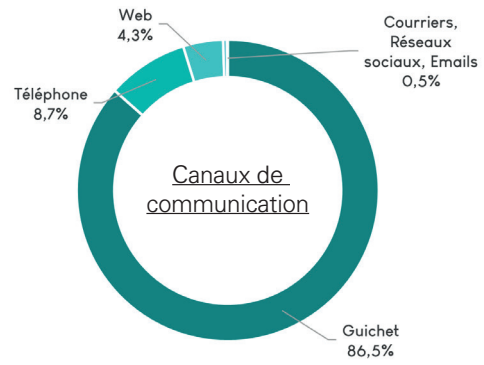
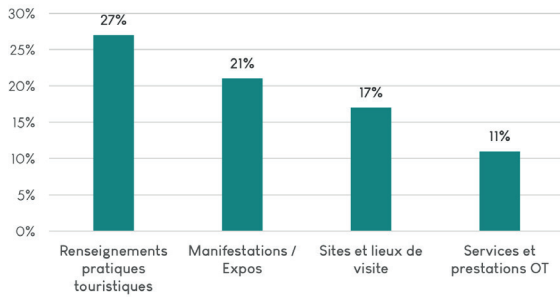


26 377 DEMANDES GUICHET - 10%

+ 4 109 AUTRES DEMANDES TRAITÉES

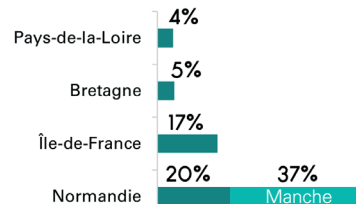
Chiffre estimatif intégrant la marge d'erreur des données Tourinsoft

Top 4 demandes :



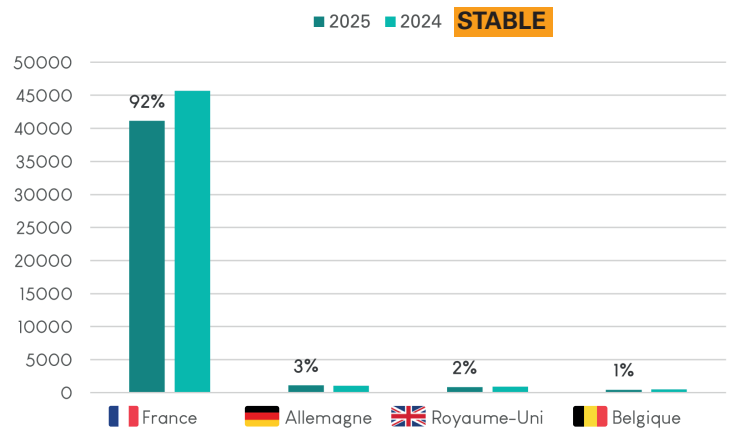
- **Les renseignements pratiques touristiques** arrivent en tête avec **27 %** des sollicitations, traduisant un fort besoin d'informations concrètes pour organiser le séjour (horaires, accès, plans de ville, conseils, météo...). Les visiteurs recherchent un accompagnement personnalisé et des informations fiables leur permettant de structurer leur expérience sur le territoire.

Top 4 régions :



- **Les manifestations et expositions** représentent **21 %** des demandes, confirmant l'intérêt des visiteurs pour l'actualité culturelle et événementielle du territoire. Elle apparaît comme un levier significatif de mobilisation des visiteurs.

Top 4 pays :



- **Les sites et lieux de visite** comptabilisent **17 %** des sollicitations. Cette catégorie met en lumière la nécessité de valoriser et de rendre lisible l'offre de découverte.

- Enfin, **les services et prestations de l'Office de Tourisme** regroupent **11 %** des demandes. Cela témoigne de l'importance de la billetterie ainsi que de la mission d'accompagnement de Coutances Tourisme et ses services annexes.

Top 3 fréquentation des sites non payants (avec système de comptage) :

- > **Jardin des plantes** de Coutances : **189 396 VISITEURS**
- > **Espace Saint-Nicolas** à Coutances (juillet et août) : **12 688 VISITEURS**
- > **Musée Quesnel-Morinière** à Coutances : **11 000 VISITEURS**

Top 3 fréquentation des sites payants :

- > **Château de Gratot** : **28 800 VISITEURS**
- > **Abbaye de Hambye** : **27 167 VISITEURS**
- > **Château de Cerisy-la-Salle** : **430 VISITEURS**

Poins d'accueil ponctuels de l'office :

- > **Château de Regnéville** (juillet / août) : **981 VISITEURS**
- > **Foire de Gavray-sur-Sienne** (du 17 au 19 octobre) : **598 VISITEURS (123 ROADBOOKS envoyés)**

En conclusion,

Les données apportées par l'outil Flux Vision Tourisme mettent en évidence une diminution globale du nombre de nuitées sur la destination tandis que le volume d'excursionnistes apparaît globalement stable. En parallèle, les données de l'outil Lighthouse, indiquent que le marché Airbnb enregistre une faible augmentation, à la marge.

Une **baisse de la fréquentation** des offices de tourisme **ne signifie pas forcément une baisse de l'attractivité territoriale**. Cela peut refléter :

- Une préférence pour l'information en ligne (sites internet, réseaux sociaux...),
- Un besoin moindre de se déplacer physiquement pour obtenir des informations (par exemple grâce à Google Maps, sites...),
- Des touristes plus autonomes, habitués à planifier sans aide.

Malgré un léger recul global, la fréquentation sur la destination peut également refléter un **changement des comportements (digitalisation)**, des **profils de visiteurs** et des **modes de consommation**.

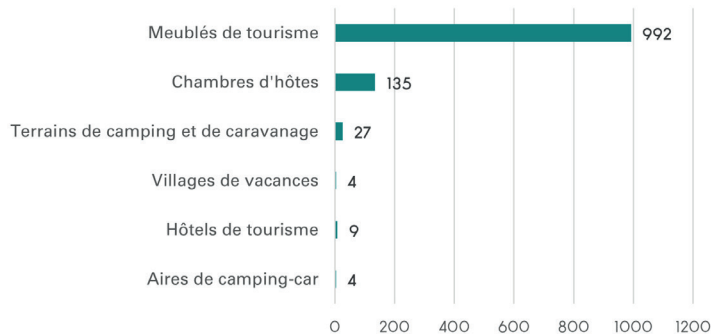
.Les hébergements

TAXE DE SÉJOUR

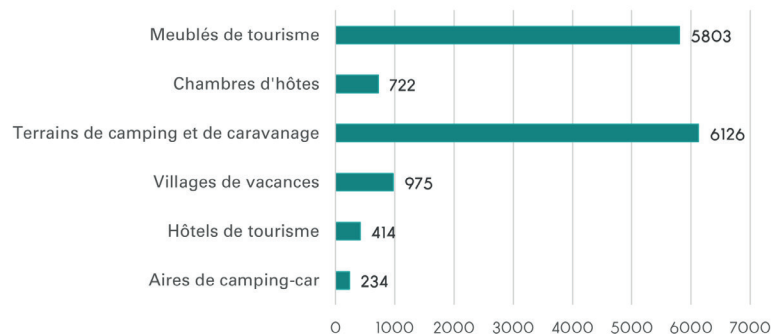
430 113,12 € TAXE COLLECTÉE dont environ **45%** collectée par les opérateurs numériques.

Sur le produit total collecté, 10% sont reversés au Conseil départemental au titre de la taxe additionnelle.

Nombre d'hébergements :



Nombre de lits :

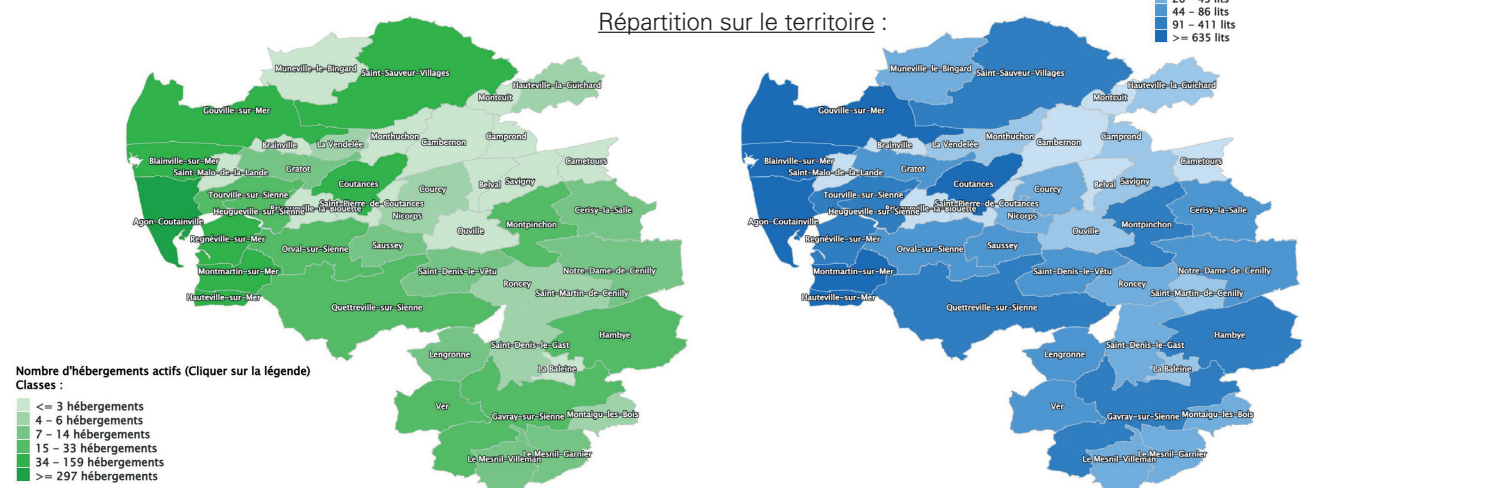


1 171 HÉBERGEMENTS ACTIFS

83 fermetures - 128 ouvertures, soit un solde positif de **+ 45 établissements**.

dont **14 274 LITS**

Répartition sur le territoire :



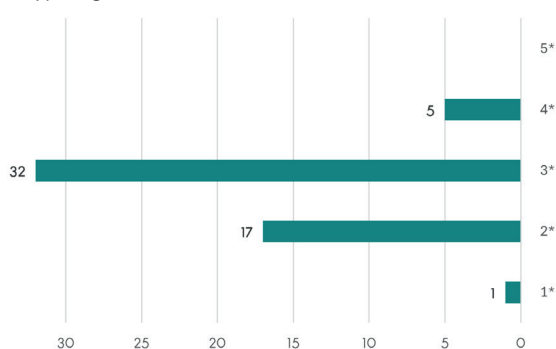
MEUBLÉS ET CLASSEMENTS

320 MEUBLÉS DE TOURISME CLASSÉS sur le territoire, dont **55** NOUVEAUX en 2025.

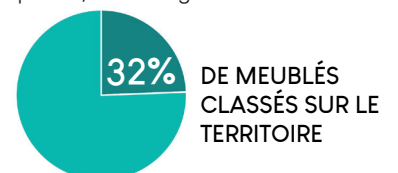
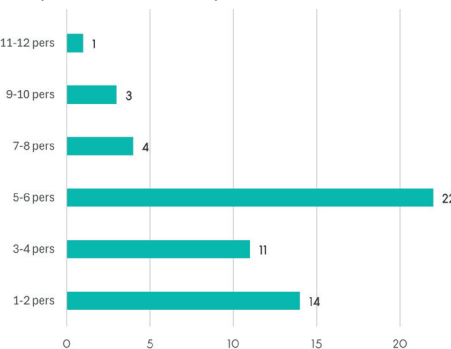
La compétence de l'obtention du classement d'un meublé de tourisme sur le territoire de Coutances mer et bocage est assurée par Coutances Tourisme depuis 2019. Cette **certification officielle**, encadrée par Atout France, attribue un niveau de qualité, de 1 à 5 étoiles, qui **contribue à la valorisation de l'offre touristique du territoire**.

Le référentiel évalue le confort et l'équipement du logement, la qualité des services proposés, l'aménagement intérieur et extérieur, l'accessibilité et les bonnes pratiques environnementales.

Typologie de classement :



Répartition de la capacité d'accueil :



Après chaque visite de contrôle, un **questionnaire de satisfaction** est envoyé aux propriétaires, avec un taux de réponse de 58%. Les retours sont majoritairement très positifs, ils **saluent l'accompagnement personnalisé et la pertinence des conseils apportés** lors des visites.

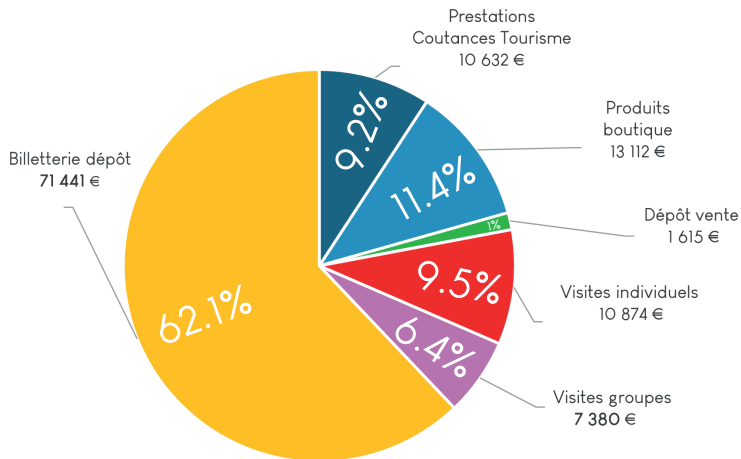
.La commercialisation

Développer les retombées économiques pour les partenaires et la collectivité !

RÉPARTITION DU CHIFFRE D'AFFAIRE

115 054.20 €

Chiffre d'affaire de la régie Coutances Tourisme



* **62,1%** : conventionnement de partenariats avec **30 prestataires** (5 771 personnes touchées par les animations billettées), dont les ventes sont commissionnées par l'EPIC à hauteur d'environ **10%** (hors taxe carburant). Ces partenariats concernent notamment :

- Jolie France - vedettes vers les îles Chausey
- Faim de Show - Festival Revival
- Manche Îles Express - vedettes vers Jersey, Guernesey et Sercq
- Service culturel d'Agon-Coutainville - concert de Miossec
- Tradijazz - spectacle «Coutainville, la belle époque»

Évolution 2024/2025 ▼ -12%

Une offre d'animations payantes plus restreinte, les prestataires ayant concentré leur programmation sur les périodes à plus forte fréquentation. Par ailleurs, le contexte économique a pu peser sur la demande : l'INSEE souligne une baisse des budgets loisirs et vacances, sans la chiffrer directement. Les enquêtes de consommation menées en 2025 font état d'une **baisse du budget vacances** déclaré par les ménages, comprise **entre 5 et 7%** par rapport à 2024.

* **11,4%** : ventes de produits en boutique (six boutiques permanentes et une boutique éphémère) et **sur le site internet**, avec un total de **53 références** qui affirment **une identité toujours plus locale**. Les nouveautés 2025 étaient : les bols à oreilles personnalisés par commune, de nouveaux coloris de foutas, autocollant de la Normandie et l'ouvrage L'Appel de la mer.



* **9,2%** : prestations de **Coutances Tourisme**, incluant le dispositif de **classement des meublés de tourisme (55 classements)** ainsi que, de manière plus marginale, la régie publicitaire, le festival Zic sur le zinc, le dispositif Jazz in Couette et la location d'audioguides.



Évolution 2024/2025 ▼ -30%

Engagé en 2019, le **classement de meublés de tourisme**, valable pour une **durée de cinq ans**, a été temporairement freiné en 2020 par le contexte sanitaire, ce qui explique la diminution des **renouvellements observée en 2025**.

Évolution 2024/2025 ▲ +30%

La progression constatée s'inscrit dans une **dynamique continue**, confirmant la pertinence du plan boutique engagé en 2020. Elle est portée par la **valorisation des produits locaux**, le **renouvellement régulier de l'offre** et le **développement des ventes multicanales** (boutiques physiques et site internet). Cette évolution reflète également une transformation des comportements d'achat des visiteurs, de plus en plus sensibles à des produits porteurs de sens et d'un fort ancrage territorial.

Dans ce contexte, elle constitue un **levier de diversification des recettes**, relativement moins exposé aux aléas conjoncturels.

TOP VOLUME VENTES



- + cartes postales
- + fiches randonnées
- + médailles souvenir
- + magnets
- + drapeaux normands
- + foutas brodées noms de communes

* **16%** : commercialisation des **visites**, répartie entre **visites individuelles (9,5%)** et **visites de groupes (6,4%)**. Ces recettes sont **intégralement reversées au Service Patrimoine, Archives et Musées**.

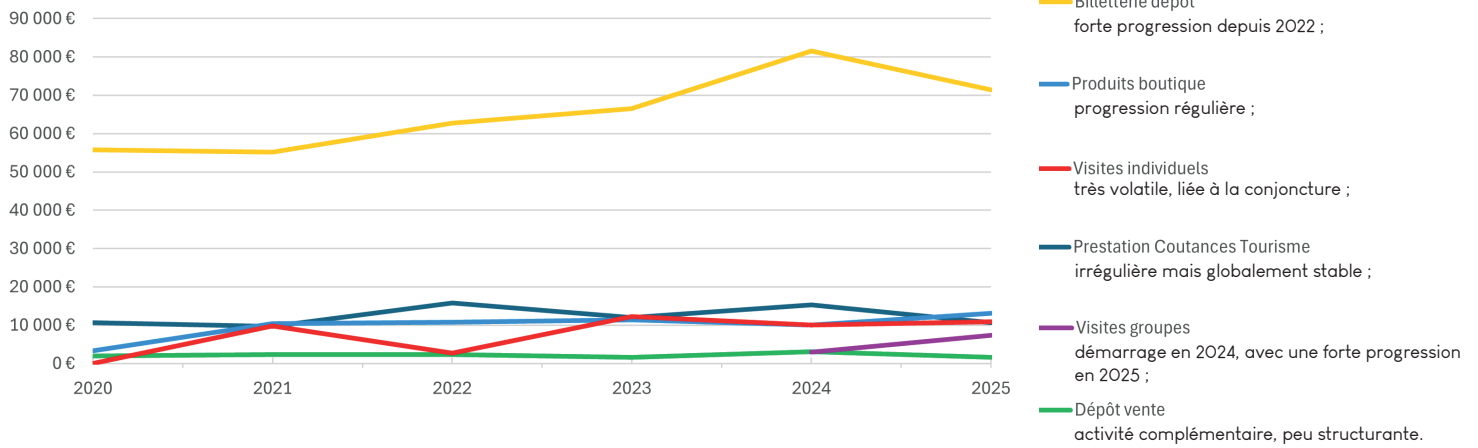
Évolution 2024/2025 ▲ +8% visites individuelles +145% visites groupes

Cette **stabilité relative** s'explique par le **fort impact de la conjoncture sur les visites individuelles** de la Cathédrale - qui représentent 59% du total (chantier monuments historiques 2022, reprise des visites 2023, problème de serre-fle et arrêt fin août 2024, délais administratifs en 2025). Les **visites de groupes, démarrées en mars 2024**, ont enregistré une **progression remarquable**.

* Enfin, **1%** du chiffre d'affaires provient de l'activité de **dépôt-vente** (associations, ville de Coutances, Coutances mer et bocage...).

ÉVOLUTIONS 2020-2025

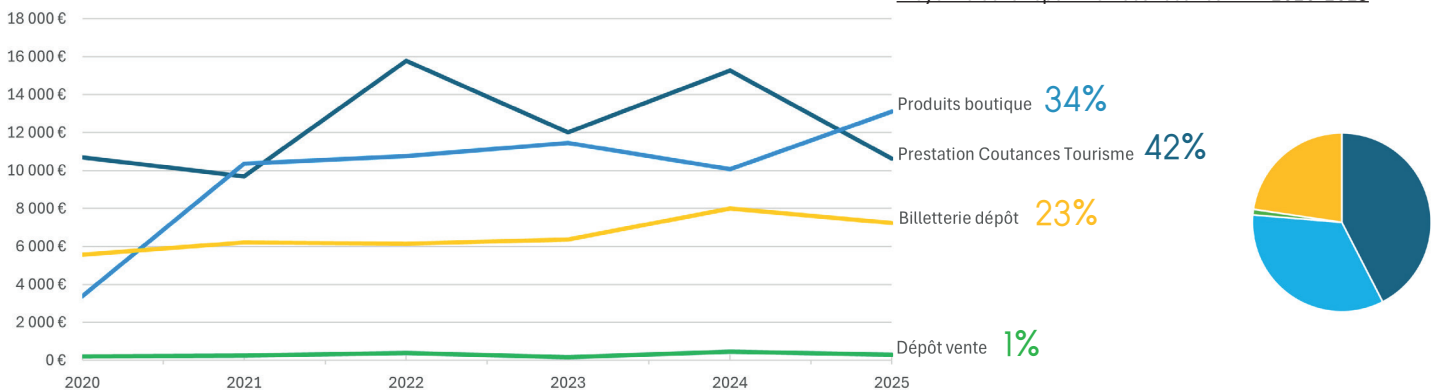
CHIFFRE D'AFFAIRES



Sur la période 2020–2025, le chiffre d'affaires de l'office de tourisme affiche une progression globale significative, malgré un contexte fortement impacté par la crise sanitaire en 2020. À partir de 2021, la reprise s'amorce de manière progressive et se confirme en 2022, portée notamment par le redémarrage des prestations touristiques, le développement des produits boutique et la reprises des visites. Le chiffre d'affaires atteint un niveau record en 2024, avant un **léger repli en 2025** (-6.5% par rapport à 2024).

Bien que certaines recettes générées par l'office (billetterie dépôt et visites) ne soient pas reversées, en tout ou partie, elles contribuent néanmoins à **renforcer la visibilité de l'offre touristique, à accroître la fréquentation et à soutenir l'équilibre global de l'activité.**

RECETTES EPIC



Les **prestations de Coutances Tourisme** constituent la **principale source de revenus**. Les **produits boutique** affichent une **progression globale relativement stable**. La **billetterie dépôt** montre une **évolution globalement positive mais modérée**. Enfin, le dépôt-vente reste marginal (1 %), avec des montants faibles et peu significatifs tout au long de la période.



En conclusion,

L'activité de l'office traduit **une dynamique positive** et un renforcement global des recettes, principalement porté par **les prestations, la boutique et la billetterie**. Même si certaines sources ne génèrent pas de recettes directes pour l'EPIC ou pour partie, l'ensemble des postes montre **une croissance globale et diversifiée**.

Cette évolution témoigne de l'élan engagé en faveur de la consolidation et du développement du territoire.



VENTE DE VISITES GUIDÉES

L'office de tourisme propose une offre de visites pour les individuels et les groupes, pilotée par le *Service Patrimoine et Musées*. Les taux de remplissage mettent en évidence une **forte attractivité de la visite de la cathédrale « Monter dans les tours »**, qui enregistre le taux le plus élevé (**82%**). Elle est suivie par la **visite immersive « Gratot, visitez le château avec le seigneur » (73%)**, confirmant l'intérêt du public pour les formats expérientiels. Les **ateliers «Bonjour les enfants»** sont également plebiscités en tant qu'action spécifiquement dédiée à un jeune public.



La visite « Monter dans les tours ! » vous entraîne dans un parcours d'exception, au coeur des tours et des tribunes. Le guide vous fera gravir 300 marches et commentera les vestiges romans, les charpentes et les vitraux au plus près.

Dans la vertigineuse tour-lanterne, vous comprendrez pourquoi l'ingénieur Vauban se serait écrié en découvrant Coutances : « Mais quel est le fou sublime qui osa lancer dans les airs pareil monument ? ».

Individuels **+ 8%**

Chiffres clés : **1 873** PERSONNES TOUCHÉES · **9%** DE VISITES FAMILLE ORIENTÉES ENFANT · **256** LOCATIONS D'AUDIOGUIDES

Top 5 des ventes de visites guidées - individuels

- parties hautes de la cathédrale Notre-Dame de Coutances «Monter dans les tours»
- visite contée du château de Gratot
- parties basses de la cathédrale Notre-Dame de Coutance
- «Coutances au fil des rues»
- «Sur les pas des chevaliers normands» à Hauteville-la-Guichard

Groupes **+ 145%**

Chiffres clés : **1 325** PERSONNES TOUCHÉES · **50** DOSSIERS TRAITÉS · **278** BROCHURES TÉLÉCHARGÉES

Top 5 des ventes de visites guidées - groupes

- «Coutances au fil des rues»
- parties basses de la cathédrale Notre-Dame de Coutance
- musée Tancrede à Hauteville-la-Guichard
- château de Gratot
- parties hautes de la cathédrale Notre-Dame de Coutances «Monter dans les tours»

NB : La prévalence de certaines visites s'explique par leur accessibilité à une jauge élargie.



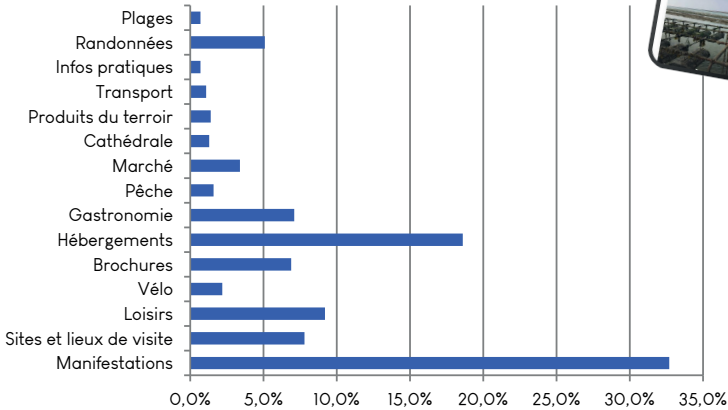
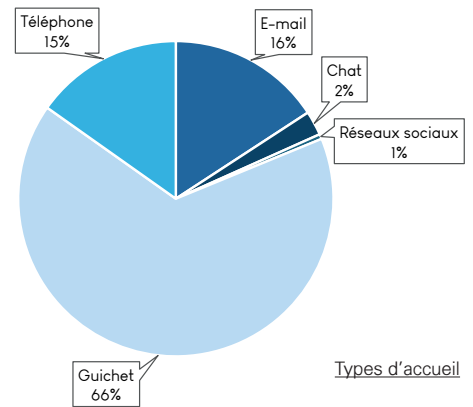
.Le digital

ROADBOOK

*nouveau

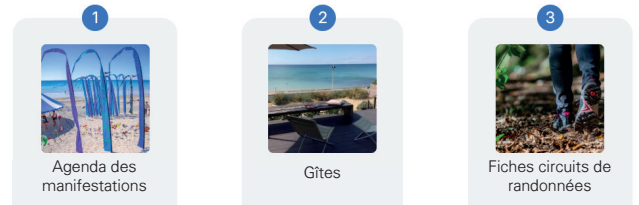
Le Roadbook, outil numérique de nos conseillers en séjour, permet d'offrir aux voyageurs **une expérience touristique ultra-personnalisée** en envoyant les conseils de nos experts directement par SMS ou email !

Déployé courant 2025, il a répondu à **2 386 DEMANDES TOURISTIQUES**.



L'envoi de roadbooks connaît un **pic en juillet / août** et en octobre (foire de Gavray-sur-Sienne).

Top 3 des feuillets envoyés :



SITE INTERNET

www.coutances-tourisme.fr est **le portail d'inspiration de la destination**.

1 284 536 PAGES CONSULTÉES **+ 19%**

Il centralise l'ensemble des services proposés : informations pratiques et touristiques, webcams, boutique en ligne, billetterie, agenda, ainsi que 140 articles de promotion du territoire et de son patrimoine publiés en 2026.

Un total de **338** ARTICLES en ligne -> actualisation continue des articles existants.

Articles les plus consultés :

- 8 plats normands typiques à goûter
- Vous parlez normand ? On vous apprend un peu de patois
- Top 10 des plus belles plages de la Manche



Top régions :

Île-de-France
Normandie
Bretagne

Top pays :

Allemagne
Belgique
Royaume-Uni



L'enjeu du référencement

Google My Business, un **levier stratégique** qui permet d'apparaître en priorité dans les résultats de recherche Google et sur Google Maps.

14 826 RECHERCHES, témoignent d'un **bon référencement** et d'un **intérêt marqué** des utilisateurs pour la structure.

Cette visibilité s'est traduite par des interactions significatives :

2 510 APPELS TÉLÉPHONIQUES, indiquant une intention de contact directe,

5 113 DEMANDES D'ITINÉRAIRES, révélant une forte intention de visite,

4 127 VISITES VERS LE SITE INTERNET, montrant qu'elle permet d'attirer des visiteurs réellement intéressés.

Par ailleurs, la fiche de l'office a enregistré **12 857** VUES SUR GOOGLE MAPS, ce qui confirme une présence efficace dans les résultats de recherche locale et cartographique.

BORNES TACTILES

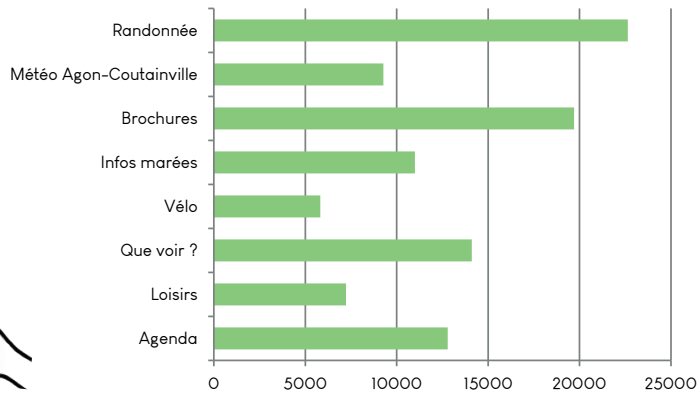
8 bornes tactiles extérieures jalonnent le territoire et permettent un accès à l'information touristique en temps réel, 7j/7 et jusqu'à 22h.

35 561 CONSULTATIONS - 8%

Chaque bureau de la destination en est équipé : **Agon-Coutainville, Blainville-sur-Mer, Coutances, Gavray-sur-Sienne, Gouville-sur-Mer, Hauteville-sur-Mer**, ainsi que les communes de **Cerisy-la-Salle et Saint-Sauveur-Villages**.



Pages les plus consultées depuis leur installation :



> Les bornes montrent un fort intérêt pour les contenus pratiques et touristiques : **brochures, sites à visiter, randonnées.**



.La communication

ÉDITIONS

Carnet de voyage

Il est l'**outil central de l'office** et alimente l'ensemble des supports d'information, papier ou digital. Sa diffusion est large : disponible dans les six bureaux d'information touristique, accessible en ligne, diffusé auprès des prestataires et commerçants du territoire, et adressé gratuitement par courrier sur simple demande. Une **version étrangère anglais-allemand** est également mise à disposition des visiteurs dans tous nos bureaux d'information touristique.

Édition 2025 : **18 000** EXEMPLAIRES

Mise en page : Mélissa Langlois · impression : Corlet (5^e année)



Allié incontournable des sorties en bord de mer, le guide des marées accompagne pêcheurs à pied, familles et visiteurs tout au long de l'année pour profiter pleinement du littoral en toute sécurité. Il est le compagnon privilégié des vacanciers dans leurs découvertes maritimes et leurs rencontres avec la petite faune du rivage.

Annuaire des marées

Édition 2025 : **10 000** EXEMPLAIRES

Mise en page : Mélissa Langlois · impression : Corlet (3^e année)

Carte touristique

Elle est la **grande nouveauté 2025**, devenue un indispensable pour les touristes et les équipes. Ce nouvel outil au graphisme élégant et harmonisé avec nos supports de communication, indique incontournables, communes et divers pictogrammes du territoire.

Édition 2025 : **10 000** EXEMPLAIRES

Mise en page : Mélissa Langlois · impression : Corlet (1^{ère} année)



Agendas / guides des animations

En complément de l'agenda numérique, **4 agendas sont édités chaque année**, recensant un **nombre croissant d'animations** pour des vacances toujours plus animées ! Réalisés en partenariat avec Côté Manche, cela permet une diffusion élargie sur des canaux de communication complémentaires.

- **Agenda de printemps** : 18 000 agendas insérés dans Côté Manche + 5 000 exemplaires diffusés sur le territoire.
- **Agenda estival** : 18 000 agendas insérés dans Côté Manche + 15 000 exemplaires diffusés dans nos bureaux d'information touristique et dans un réseau de commerçants et d'acteurs de la communauté de communes Coutances mer et bocage.
- **Agenda d'automne** : 18 000 agendas insérés dans Côté Manche + 3 000 exemplaires diffusés sur le territoire.
- **Agenda de décembre** : 18 000 agendas insérés dans Côté Manche + 2 000 exemplaires diffusés le territoire.

Éditions 2025 : **25 000 EXEMPLAIRES + 72 000 ENCARTÉS**

Mise en page et impression : Hebdocom

À savoir :

Coutances Tourisme a **fourni des présentoirs** en carton **aux socio-professionnels** afin d'y mettre les agendas bien en évidence dans leur établissement.



Circuits de ville

3 circuits de ville sont à disposition dans nos bureaux d'information touristique, invitant les visiteurs à découvrir ces communes emblématiques à leur rythme. Ces parcours mettent en valeur le **patrimoine architectural, historique et paysager de chaque ville**, à travers des points d'intérêt soigneusement sélectionnés. **Accessibles à tous, d'une durée estimée à 1h**, ils constituent une manière ludique et enrichissante d'explorer le territoire et d'en apprécier la diversité. À **Coutances**, le circuit souligne la richesse du centre historique entre nature, ruelles et monuments.

Nouveautés 2025 :

Gavray-sur-Sienne, le parcours révèle le charme d'une cité de caractère et son histoire riche au cœur de la vallée de la Sienna.

Regnéville-sur-Mer, le circuit offre une immersion dans son histoire maritime et son patrimoine naturel et portuaire.

Mise en page : Encre Blanche · impression : Imprimerie Renouvin

Toutourisme

Ce **petit guide pratique destiné aux propriétaires de nos amis canins**, est un vrai service plus, regorgeant de conseils et recommandations essentiels pour passer un séjour serein. Lors de l'accueil des visiteurs accompagnés de leur chien, un **toutoubar** est mis à disposition dans chaque bureau d'information touristique afin de leur offrir un point d'eau. Un **pack de bienvenue** leur est également remis, contenant ce guide, un sac de propreté et une friandise.

582 BROCHURES TÉLÉCHARGÉES / 313 PACKS BIENVENUE DISTRIBUÉS + 156%

Mise en page : Mélissa Langlois · impression : Printecom

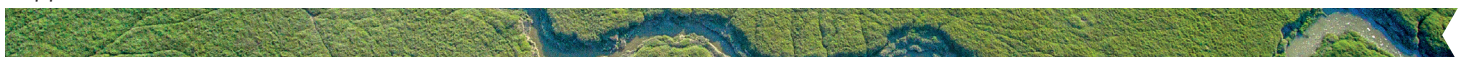


Brochure groupes

La brochure groupes contribue au **développement de cette clientèle** sur le territoire. En 2025, l'équipe Commercialisation a mis à jour les contenus, intégré de nouveaux visuels et renforcé la lisibilité de l'offre. La brochure est proposée en **format numérique** sur le site internet de Coutances Tourisme et peut être **imprimée à la demande**.

278 BROCHURES TÉLÉCHARGÉES + 51% / 60 COURRIERS ENVOYÉS

Mise en page : Mélissa Langlois · impression : Printecom



ENCARTS PUBLICITAIRES

Afin de **renforcer la notoriété et le positionnement de la destination**, l'achat d'encarts publicitaires est mis en oeuvre. Ils permettent de toucher un volume et un public ciblé sur des supports choisis soigneusement.



PROMOTION DESTINATION

- > Une demi-page dans *Jazz magazine* en partenariat avec *Jazz sous les pommiers*
- > Une page dans *France Today Magazine* (anglais) / oct-nov 25
- > Un article de deux pages dans le magazine *Taste of France* (anglais) (+ présence dans version web + newsletter)
- > Un article de deux pages dans *Frankreich magazin* (allemand) / novembre 25
- > Page dans le hors-série *GEO* de décembre
- > Page dans *Leven in Frankrijk* (magazine néerlandais) / décembre 25

PROMOTION ÉVÉNEMENT

- > Une demi-page dans l'agenda de l'été *Aux Arts*
- > Une demi-page dans le guide été *Tendance Ouest*
- > Une demi-page dans le guide été *Manche Libre*
- > Une demi-page dans le guide été *Ouest-France*

CAMPAGNES DE PROMOTION MULTICANAUX

TV France TV

Parrainage météo : diffusion d'un spot promotionnel avant et après la météo sur *France 3 Pays-de-la-Loire* (direct et replay), cible 35 ans et +.

> Du 17 février au 30 mars et du 1er au 28 septembre (soit à 19h10 soit à 20h10 selon période) : **1 296 866** PERSONNES TOUCHÉES.

Cinéma

Une sélection de 87 salles situées en Loiret, Sarthe, à Paris, et en Ile-de-France, diffusion d'un spot promotionnel de 30'' de la destination pendant la bande annonce publicitaire,

> Du 19 au 25 février : **108 127** PERSONNES TOUCHÉES et du 17 au 23 septembre : **65 970** PERSONNES TOUCHÉES.

Spots radio

Tendance Ouest : **264** PASSAGES pour assurer la promotion des concerts de *Zic sur le Zinc* qui s'étaient de fin juin à début septembre.

Ici Cotentin : **152** PASSAGES pendant l'été pour contribuer à la communication de la *Biennale Cancan*.

Sacs à pain

Distribution de **10 000** SACS À PAIN dans une sélection de boulangeries de Coutances mer et bocage à partir de fin juin pour promouvoir *Zic sur le zinc* et la *Biennale Cancan*.



Une **stratégie digitale globale** a été déployée **sur les réseaux sociaux et dans la presse** afin d'accroître la visibilité de la destination à travers des contenus inspirants. Paysages, patrimoine et expériences locales sont mis à l'honneur pour conforter l'image de Coutances Tourisme comme **un territoire authentique et vivant**.



Facebook, le plus emblématique des réseaux tant par son ancienneté que par l'étendue de sa communauté.

18 841 FOLLOWERS + 1,5%

L'ensemble des contenus :

1,4 million DE VUES + 75 %



Instagram, le réseau vitrine de la destination à travers des photographies et vidéos immersives.

10 574 ABONNÉS + 15%

L'ensemble des contenus :

435 000 VUES + 29 %

Coup de projecteur sur



+ de **52 000 VUES**
et presque **36 000 PERSONNES TOUCHÉES**



+ de **10 000 COMPTES TOUCHÉS** sans sponsorship !



NOS CURIEUX VOYAGEURS

Suivis par plus de 130 000 abonnés sur Instagram, ce couple de créateurs de contenu voyage est venu en famille en septembre pour valoriser la destination en arrière-saison. Leur séjour a donné lieu à des publications et stories Instagram, un article de blog ainsi qu'à l'acquisition de photographies.



Créateurs de contenus

LES PARESSEUX CURIEUX

Réunissant plus de 34 000 abonnés, ce couple de globe-trotteurs a valorisé la destination à travers la randonnée, la gastronomie, les visites et les grands espaces. Cette collaboration a permis la publication d'articles sur leurs sites, renforçant notre référencement, ainsi que des contenus Instagram (publications et stories).



RELATIONS PARTENAIRES

L'Office de Tourisme met en place **une communication régulière et ciblée** à destination des socioprofessionnels du territoire à travers :

- les **actualités** du territoire
- les informations relatives aux **services** de l'Office de Tourisme
- les **nouveautés** et projets en cours
- un **accompagnement** et un soutien dans les bonnes pratiques professionnelles
- les informations sur le **référencement** des hébergements
- le **rétroplanning** des agendas papier
- des **invitations** à visiter les monuments du territoire
- les points de **vigilance** (réglementation, saisonnalité, organisation...)

L'animation du réseau

ESPACE PRO DÉDIÉ

PROPRIÉTAIRES DE LOCATIONS DE VACANCES, ET SI VOUS FAISIEZ CLASSER VOTRE HÉBERGEMENT ?

Classement des meublés de tourisme : toutes les réponses à vos questions ! Delphine Chevreau, en charge des classements de meublés pour Coutances Tourisme vous propose dans cet...



LOCATIONS SAISONNIÈRES : DES CHANGEMENTS POUR 2025

Locations saisonnières : nous vous dévoilons les changements pour 2025 La loi du 19 novembre 2024, publiée au Journal Officiel du 20 novembre 2024 visant à renforcer les outils...

CONCIERGERIES : OBLIGATIONS ET BONNES PRATIQUES

Conciergeries : accompagner les propriétaires, respecter la réglementation Les conciergeries privées jouent un rôle essentiel dans la gestion des meublés de tourisme : elles...



BILAN DE L'ÉTÉ

Bilan de l'été : des statistiques, des résultats et une saison satisfaisante Portée par un soleil généreux et une météo estivale particulièrement douce, la saison 2025 s'achève...

DISTRIBUTION DE DOCUMENTATION AUX PRESTATAIRES

5 DISTRIBUTIONS | **35 740** EXEMPLAIRES DISTRIBUÉS | **160** LIEUX DE DISTRIBUTION

GUIDE DU PARTENAIRE

Réalisé et imprimé en interne, cet **outil de promotion et d'information** présente l'équipe et détaille l'ensemble de ses missions. Il reflète l'identité de l'office de tourisme et met en lumière son rôle essentiel dans le développement et la promotion du territoire, tout en **renforçant le lien avec ses partenaires**.



JOURNÉE DE SENSIBILISATION DES HÉBERGEURS À LA TRANSITION ÉCOLOGIQUE



INVITATION

Sensibilisation à la transition écologique dans le tourisme



JEUDI 25 SEPTEMBRE
14H > 17H | À L'ÉCO-DOMAINÉ DU
PLESSIS - SAUSSEY

Coutances Tourisme, **en partenariat avec le service Transition Écologique et Habitat de Coutances mer et bocage**, a organisé une **journée de sensibilisation à la transition écologique destinée aux hébergeurs du territoire**. Cette rencontre s'est tenue à l'Eco-Domaine du Plessis à Saussey, un **lieu dédié à la transformation positive des entreprises** et à l'accueil de séminaires professionnels, qui a ouvert ses portes en octobre 2025.

Afin de répondre à une demande croissante de touristes attentifs à leur impact environnemental, cette initiative visait à **accompagner les professionnels** dans l'évolution de leurs pratiques vers des démarches plus durables et responsables, en leur apportant des outils concrets pour s'adapter aux nouvelles attentes et **affirmer leur engagement en faveur d'un tourisme plus respectueux**.

Un programme articulé autour de temps forts :

- **présentation du plan climat de Coutances mer et bocage**
- **retour d'expérience** sur la restauration et le fonctionnement de l'Eco-domaine du Plessis selon les principes du développement durable
- **présentation de la démarche Equinoxe** portée par Attitude Manche
- **ateliers thématiques** : mobilité, gestion des déchets, sobriété eau/énergie, circuits courts
- **visite du site** et découverte des aménagements



En conclusion, cette journée a constitué une **première étape constructive** dans l'accompagnement des socio-professionnels du territoire vers des pratiques plus responsables. Malgré un nombre de participants limité, les échanges ont été riches et qualitatifs. La mise en relation des professionnels entre eux, ainsi qu'avec les services concernés, a contribué à **créer un réseau collaboratif vertueux** et à **renforcer les liens entre acteurs du territoire**.

ÉDUCTOUR

Attitude Manche, en partenariat avec les offices de tourisme du département, a accueilli **13 professionnels du tourisme (autocaristes / voyagistes)**, issus de **Belgique, Italie, Luxembourg, Paris, Bretagne, Auvergne-Rhône-Alpes**.

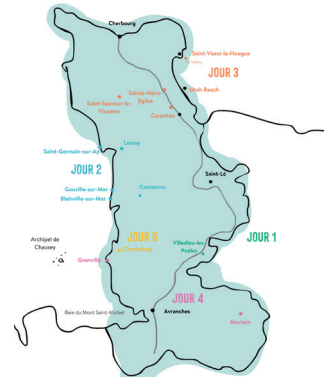
Dans le cadre de ce voyage d'exploration, **Coutances Tourisme a été missionné** afin d'animer le volet « **Littoral et gastronomie** ».

Déroulé de la visite sur le territoire de Coutances mer et bocage :

- cabines de Gouville-sur-Mer : découverte de ces cabines colorées emblématiques de notre littoral, lieu stratégique pour la photographie.
- visite de l'atelier et dégustation « Huîtres du Père Gus » – Blainville-sur-Mer
- visite guidée de Coutances : parcours culturel et patrimonial incluant ruelles historiques, hôtels particuliers, jardin des plantes et cathédrale.

La participation à cette rencontre nous a permis de **favoriser la création de réseaux professionnels et de partenariats**, d'**étendre la visibilité du territoire** auprès de nouvelles clientèles et d'**affirmer notre positionnement** en tant que destination à la fois authentique et diversifiée.

Attitude
Manche
#agence d'attractivité



.Les filières

RANDONNÉE PÉDESTRE

Une dynamique en forte hausse

+ 9% fréquentation du GR®223
vs 2024

+ 15% fréquentation du GR®223
vs 2023

Source : Attitude Manche - Flux Vision Tourisme

UN RÉSEAU ENTRETENU

500 km DE SENTIERS ENTRETENUS | **27** BÉNÉVOLES MOBILISÉS

✓ Journée de balisage | ✓ Randonnée & pique-nique | ✓ **100+** anciens panneaux retirés

UNE OFFRE PLUS ACCESSIBLE

 **QR codes** sur les circuits | **18 000** CONSULTATIONS des pages randonnées **+ 23%** |  **13 591** FICHES TÉLÉCHARGÉES **+ 22%** | **10 573** CONSULTATIONS sur  **+ 14%** | **22 843** CONSULTATIONS sur **Visorando**

Une offre renforcée afin d'en **améliorer l'accessibilité et la lisibilité**, notamment grâce au développement des outils numériques et à l'entretien continu du balisage.

Les usages confirment une **transition marquée vers le numérique**, tandis que les ventes de supports papier reculent nettement. Cette évolution valide la stratégie de **dématérialisation et de valorisation numérique de l'offre de randonnée**.



Renforcer l'offre de mobilités douces et améliorer le maillage cyclable

ÉTAT D'AVANCEMENT 2025

Nous sommes toujours dans l'**attente de la rétrocession des 6 boucles à vélo** par le Département.

Un **travail a été engagé sur 3 boucles du bocage**, dont le **balisage sera pris en charge par l'EPIC**.

Le **service Mobilité de Coutances mer et bocage engagera** en 2026 le **balisage d'itinéraires cyclables** visant à relier les communes entre elles, **renforçant la cohérence territoriale**.

PROJETS EN COURS

Le **département de la Manche va modifier le tracé de la Vélomaritime Roscoff - Kiev** (Ukraine), itinéraire cyclable national, afin de le rapprocher du littoral. Il **devrait traverser le territoire en 2027-2028**, il desservira :

- Tourneville-sur-Mer,
- Hauteville-sur-Mer,
- Montmartin-sur-Mer

Il rejoindra le Pont de la Roque afin d'**assurer la continuité de la voie verte existante**.



LABEL ACCUEIL VÉLO

Quatre bureaux d'information touristique ont été **labellisés Accueil Vélo** et rejoignent Coutances dans la démarche :

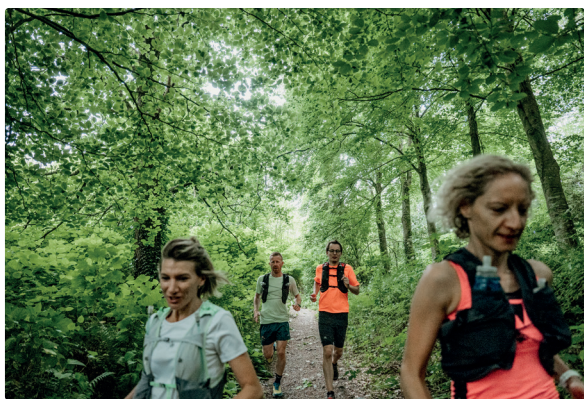
- Agon-Coutainville
- Blainville-sur-Mer
- Gouville-sur-Mer
- Hauteville-sur-Mer



Du **matériel dédié aux cyclotouristes** (pompe à vélo, kit de réparation) a été mis à disposition dans tous les bureaux, **renforçant la qualité de service** et **l'accueil des clientèles itinérantes**.

TRAIL

Avec **une dizaine d'événements trail organisés sur le territoire**, dont certains rassemblant plus de 1 000 participants, la **pratique du trail est en plein essor**. Afin de structurer cette demande croissante, Attitude Manche s'est positionné en porteur du projet avec la création de station trail dans le département. Cette décision s'est imposée comme une réponse adaptée, permettant d'inscrire le territoire dans une offre outdoor organisée et pérenne.



23 JUIN 2025 PREMIÈRE STATION TRAIL

- > Un travail conséquent de balisage a été réalisé durant l'hiver afin d'assurer la sécurité, la lisibilité et la qualité des itinéraires.
- > La promotion des parcours a été assurée par l'invitation, par Attitude Manche, d'une athlète et influenceuse internationale Sylvaine «Sissi» Cussot, qui fédère **106 000** abonnés Instagram.

3 PARCOURS PERMANENTS : de 9 km, 15 km et 27 km

3 585 CONSULTATIONS DE LA PAGE TRAIL **+ 283%**

L'**intérêt croissant pour les activités sportives de pleine nature** positionne le territoire comme un espace propice à la pratique outdoor, **renforçant son attractivité auprès de la communauté de pratiquants**.

ÉQUESTRE

En 2025, un **diagnostic est en cours**, réalisé par le Comité Régional de Tourisme Équestre, **afin d'améliorer la Route des Abbayes**, grand itinéraire équestre du territoire, qui avait été partiellement délaissé ces dernières années.

L'objectif est de **repositionner la Route des Abbayes comme un axe majeur** de l'offre équestre, contribuant à **diversifier les clientèles** et à **valoriser les paysages et le patrimoine traversés**.

Rapport d'activités 2025 - Coutances Tourisme

.L'animation de la destination

ZIC SUR LE ZINC

Les concerts ont attiré entre 100 et 330 personnes, avec **une moyenne d'environ 200 participants par événement. 2 dates ont été ajoutés en aile de saison**, en juin et en septembre, afin d'affirmer notre volonté de **réduire l'impact de la saisonnalité**.

Événements les plus fréquentés :

- Appelez-moi François à La Petite Gare (Regnéville-sur-Mer) – 330 pers.
- Mafia Normande Delux à l'Hôtel de la Gare (Gavray-sur-Sienne) – 300 pers.
- Enfant Bulle au Boa (Gouville-sur-Mer) – 260 pers.

La **fréquentation la plus élevée** a été enregistrée dans des **lieux capables d'accueillir un large public et offrant une bonne visibilité** et accessibilité, **notamment pour les touristes**. Plusieurs événements ont montré une **forte participation de jeunes**, notamment **pour des styles modernes** comme le rap ou la musique électro. Malgré la concurrence événementielle sur certaines dates, **la notoriété et la programmation qualitative du festival** lui permet de **se maintenir dans les rendez-vous immanquables de la belle saison**.



JAZZ IN COUETTE

Dans le cadre de **son soutien au festival emblématique Jazz sous les Pommiers**, l'Office de Tourisme déploie le dispositif Jazz in Couette. Ce programme mobilise les habitants du territoire, qui mettent à disposition leurs chambres d'amis afin d'accueillir les festivaliers (nuit et petit déjeuner).

Cette offre d'hébergement est **une alternative authentique et conviviale**, particulièrement adaptée à celles et ceux qui veulent être au plus près des lieux de concerts du festival.

JAZZ

SOUS LES POMMIERS

PROJETS CONJOINTS

Coutances Tourisme **soutient et s'associe aux forces vives du territoire**. Cette démarche permet de valoriser les savoir-faire locaux, de mettre en lumière les initiatives des acteurs et de **renforcer l'attractivité et l'identité du territoire**.

Jazz sous les Pommiers
DANS LE CADRE DE LA 44^e ÉDITION DU FESTIVAL JAZZ SOUS LES POMMIERS

Harmony's Brass Band en concert CMB TOUR
CONCERT GRATUIT, OUVERT À TOUS

Ven. 23 mai – 16h30 Hauteville-la-Guilchard devant le P'tit Gulchard
Ven. 23 mai – 19h Saint-Sauveur-Villages place du marché
Sam. 24 mai – 11h30 Gavray place de l'église
Sam. 24 mai – 18h30 Montmartin-sur-mer théâtre de verdure

SOUTIENU PAR LA COMMUNAUTÉ DE COMMUNES COUTANCES MER ET BOUASSE ET COUTANCES TOURISME

Les rayonnantes 2025
3^e édition - Toujours gratuit !
Découvrir le territoire autrement
> 5 après-midi curieux à vélo
> 4 soirées festives ouvertes à tous

Gavray jeudi 3 juillet
Hambye vendredi 4 juillet
St-Denis le Vêtu samedi 5 juillet
Agon-Coutainville dimanche 6 juillet

et balade familiale à vélo à Coutances mercredi 2 juillet

Boucles à vélo : Inscriptions : rayonnantes@bmao.com / 07.82.13.50.18

EXTRA brut(es)
salon des vins naturels et cidres d'auteurs #4

31 MAI 7^e JUIN

REGNÉVILLE/MER

Liberté
de créer, d'informer
Pays invité : la Biélorussie libre

05 Juil. 21 Sept. 2025

Espace Saint-Nicolas Coutances Normandie



.La stratégie 2026 – 2032

Notre territoire révèle sa richesse à travers une diversité d'offres propre à répondre aux attentes des touristes, de plus en plus en recherche d'authenticité et de valeurs : du patrimoine séculaire aux programmations contemporaines, des traditions artisanales à son cadre naturel, chaque facette raconte une histoire unique.

Cette diversité de l'offre touristique est le reflet d'un territoire authentique qui a su préserver son identité.

Coutances mer et bocage puise sa force dans cette alchimie particulière.

Cette stratégie touristique s'appuie sur le **triptyque ville-littoral-bocage** pour révéler tout le potentiel de notre destination et offrir à chaque visiteur **une expérience sur mesure, ancrée dans nos valeurs et notre authenticité**, tout en la préservant.

AXE 1 – RENFORCER L'OFFRE TOURISTIQUE EN S'APPUYANT SUR LES ATOUTS DU TERRITOIRE – DEVELOPPER LES AILES DE SAISON – L'AUTHENTICITE : MARQUEUR PHARE DE LA DESTINATION

Objectif : s'appuyer sur le potentiel en matière d'offre touristique autour de l'itinérance et des activités nature (pédestre, vélo, équestre...), de la culture, du patrimoine pour consolider l'offre existante et la développer en élargissant la saisonnalité.

1. Animer la filière « Itinérance » du territoire

- 1.1. Consolidation et développement de la filière « Itinérance » (chemins de randonnée pédestre, boucles cyclo-touristiques, trails, randonnée équestre...)
- 1.2. Favoriser la mise en tourisme du territoire autour des activités nature, du nautisme, du sport

2. Renforcer l'attractivité en développant des offres valorisant le territoire

- 2.1. Valorisation des atouts patrimoniaux et création de nouvelles offres (circuits découverte, valorisation de l'épopée des Tancrede)
- 2.2. Accompagnement des porteurs de projet dans la construction d'une offre adaptée
- 2.3. Valorisation du terroir, de ses produits, de ses producteurs locaux
- 2.4. Accompagner les organisateurs d'événementiels à caractère touristique

3. Développer l'offre touristique par la création de produits groupes

- 3.1. Création, valorisation et aide à la commercialisation de produits groupes

AXE 2 – OPTIMISER L'ORGANISATION TOURISTIQUE SUR LE TERRITOIRE POUR GAGNER EN EFFICACITE ET EN QUALITE

Objectif : poursuivre l'optimisation du fonctionnement de l'office de tourisme, en interne et dans son environnement, en intégrant l'évolution des outils, attentes et pratiques des visiteurs. Offrir un service de qualité en constante évolution, améliorer la visibilité des actions auprès des clientèles, animer et entretenir le réseau des socio-professionnels, entretenir la communication avec les élus et la collectivité de tutelle. Intégrer le développement durable.

1. Poursuivre et entretenir la qualification et la qualité de service de l'office de tourisme

- 1.1. Optimisation de la qualité de l'accueil des visiteurs et du conseil en séjour
- 1.2. Développement et optimisation de l'observatoire – connaissance de nos clientèles
- 1.3. Gestion de la taxe de séjour et accompagnement hébergeurs
- 1.4. Intégration du développement durable dans les actions et le fonctionnement de l'office de tourisme

2. Créer, animer et développer le réseau de socio-professionnels

- 2.1. Engagement dans la qualité des prestations et services – montée en gamme/qualification de l'offre pour les hébergeurs
- 2.2. Animation du réseau pour une appropriation commune des marqueurs du territoire
- 2.3. Accompagnement des socio-professionnels dans la transition écologique

3. Ancrer l'office de tourisme dans le territoire

- 3.1. Intégration dans le projet de territoire de Coutances mer et bocage
- 3.2. Communication sur les actions de l'office de tourisme auprès des élus, des socio-professionnels

AXE 3 – DEVELOPPER LA NOTORIETE DU TERRITOIRE : COMMUNIQUER ET PROMOUVOIR LE TERRITOIRE ET L'OFFRE TOURISTIQUE

Objectif : mettre en place des actions visant à développer la notoriété du territoire auprès des clientèles ciblées aux périodes voulues. Communiquer et promouvoir. Mettre l'humain et les valeurs du territoire au cœur de notre communication autour du triptyque ville-mer-campagne.

1. Définir une nouvelle stratégie de communication

- 1.1. Affirmation de l'identité visuelle et narrative de la destination
- 1.2. Renforcement de la visibilité digitale de la destination
- 1.3. Valorisation de l'authenticité et de la saisonnalité
- 1.4. Développement de la notoriété via des relations presse et influenceurs
- 1.5. Renforcement de la communication interne et externe – cf point 1.3.2.

2. Développer la gamme de produits boutique comme supports de promotion et de valorisation du territoire

- 2.1. Créer une gamme cohérente et attractive de produits boutique reflétant l'identité et les valeurs du territoire.



Suivez-nous + partagez vos expériences sur :

#coutancesnormandie

Immatriculé au registre des opérateurs de voyages et de séjours sous le numéro IM.050150001 et dispose des licences entrepreneur de spectacles L-R-21-003683 catégorie 2 et L-R-21-003684 catégorie 3

Rapport d'activités 2025 – Coutances Tourisme

