



## CONSEIL DE LA COMMUNAUTE D'AGGLOMERATION DU COTENTIN

**Délibération n° DEL2022\_055**

**OBJET : Tourisme - Rapport annuel 2021 du délégataire SPL Office de Tourisme du Cotentin**

### Exposé

La loi n°2015-991 du 7 août 2015 portant nouvelle organisation territoriale de la République (NOTRe) a rendu les communautés d'agglomération compétentes de plein droit en matière de « promotion du tourisme, dont la création d'offices de tourisme » en lieu et place des communes membres (article L.5216-I-1° du Code général des collectivités territoriales – CGCT).

Pour l'exercice de cette compétence, il a été décidé de mettre en place une nouvelle organisation touristique pour porter les orientations de la Communauté d'agglomération du Cotentin dans ce domaine.

Dans ce cadre, il a été décidé de créer un office de tourisme communautaire sous la forme d'une Société Publique Locale (SPL).

Par délibération du 29 juin 2017, la communauté d'agglomération a décidé la création de la SPL Développement Touristique du Cotentin, dont elle détient la majorité du capital.

Le conseil communautaire a approuvé, par délibération du 7 décembre 2017, les termes de la présente convention de délégation de service public, qui fixe les conditions dans lesquelles la SPL se voit confier la gestion et la mise en œuvre des missions de l'office de tourisme communautaire.

Au terme de la quatrième année de fonctionnement, le rapport d'activité 2021 de l'Office du Tourisme du Cotentin est porté à la connaissance du Conseil communautaire avec comme faits marquants les opérations, dites de rebonds, pour soutenir le secteur touristique face à la crise sanitaire.

### Délibération

**Vu** le Code Général des Collectivités Territoriales,

**Vu** l'ordonnance n°2016-65 du 29 janvier 2016 relative aux contrats de concession, et en particulier son article 16,

**Vu** la délibération du Conseil communautaire du 29 juin 2017 relative à la création de la Société Publique Locale (SPL) « Développement Touristique du Cotentin »,

**Vu** la délibération du Conseil communautaire du 7 décembre 2017, relative à l'approbation du contrat de délégation de service public entre la Communauté d'agglomération du Cotentin et la Société Publique Locale (SPL) « Développement Touristique du Cotentin » pour la mise en œuvre des missions de l'Office de tourisme communautaire pour une durée de 4 ans à compter du 1er janvier 2018,

**Vu** l'avis favorable de la CCSPL,

**Le conseil communautaire** a délibéré (Pour : 169 - Contre : 1 - Abstentions : 6) pour :

- **Prendre** acte du rapport d'activité 2021.
- **Dire** que la présente délibération peut faire l'objet d'un recours auprès du tribunal administratif de Caen (par voie postale au 3 rue Arthur Leduc 14000 Caen ou par voie dématérialisée via l'application « Télérecours citoyens » sur le site [www.telerecours.fr](http://www.telerecours.fr)) dans un délai de deux mois à compter de sa transmission au représentant de l'Etat et de l'accomplissement des formalités de publicité requises.

LE PRESIDENT,

David MARGUERITTE

Annexe(s) :  
Rapport annuel 2021 SPL Tourisme

## CONSEIL COMMUNAUTAIRE DU

**28 JUIN 2022**

Date d'envoi de la convocation : le 17/06/2022

Nombre de membres : 192

Nombre de présents : 141

Nombre de votants : 176

A l'ouverture de la séance

**Secrétaire de séance** : Tony JOUANNEAULT

L'an deux mille vingt deux, le mardi 28 juin, le Conseil de la Communauté d'Agglomération du Cotentin, dûment convoqué, s'est réuni au complexe sportif Marcel Lechanoine à Valognes à 18h00 sous la présidence de David MARGUERITTE,

### **Etaient présents :**

AMIOT André, VIDEGRAIN Arlette suppléante de AMIOT Guy, ANTOINE Joanna, ASSELINE Etienne, ASSELINE Yves, BARBÉ Stéphane, BAUDRY Jean-Marc, BELLIOU DELACOUR Nicole, BERHAULT Bernard, BERTEAUX Jean-Pierre, BIHEL Catherine, LECRES Marie-Joséphine suppléante de BLESTEL Gérard, BOTTA Francis, BLANQUET Jean-Philippe suppléant de BRANTHOMME Nicole, BRIENS Eric, CAPELLE Jacques, CASTELEIN Christèle, CATHERINE Arnaud, CAUVIN Jean-Louis, COQUELIN Jacques, COUPÉ Stéphanie (A partir de 19h45), CRESPIN Francis, CROIZER Alain (A partir de 18h39), D'AIGREMONT Jean-Marie, DE BOURSETTY Olivier, DENIS Daniel, DIGARD Antoine, DOREY Jean-Marie, DOUCET Gilbert, DUBOIS Ghislain, DUBOST Nathalie, DUCHEMIN Maurice, DUCOURET Chantal, DUFILS Gérard, DUVAL Karine, LEPETIT Vincent suppléant de FALAIZE Marie-Hélène (A partir de 18h56), FAUCHON Patrick, FAUDEMÉR Christian, FONTAINE Hervé, FRANCOIS Yves, GANCEL Daniel, GERVAISE Thierry, MESNIL Thérèse suppléante de GILLES Geneviève, GIOT Gilbert, GOSSELIN Bernard, GOURDIN Sédrick, GROULT André, GRUNEWALD Martine, GUILBERT Joël, GUILLEMETTE Nathalie, HAMON Myriam, HARDY René, HAYÉ Laurent (Jusqu'à 19h45), HEBERT Karine, HELAOUET Georges, POIGNANT Christine suppléante de HOULLEGATTE Valérie, HULIN Bertrand, HURLOT Juliette, JEANNE Dominique, JOLY Jean-Marc, JOUANNEAULT Tony, JOUAUX Joël, JOZEAU-MARIGNE Muriel, LAFOSSE Michel, LAINÉ Sylvie, LAMORT Philippe, LAMOTTE Jean-François, GRATIEN Jacques suppléant de LANGLOIS Hubert, LE BLOND Auguste, LE CLECH Philippe, LE GUILLOU Alexandrina, LE PETIT Philippe, LEBRETON Robert, BRISION Fabienne suppléante de LEBRUMAN Pascal, LECHATREUX Jean-René, LECOQ Jacques, LECOURT Marc, LEFAUCONNIER Jean, LEFEVRE Hubert, LEFRANC Bertrand, LEGOUET David, LEGOUPIL Jean-Claude, LEJAMTEL Ralph, LEMENUÉL Dominique, LEMOIGNE Jean-Paul, LEMONNIER Hubert, LEMYRE Jean-Pierre, LEONARD Christine, LEPETIT Gilbert, LEPOITTEVIN Sonia, LEQUERTIER Colette, LEQUILBEC Frédéric, LEROSSIGNOL Françoise, LEROUX Patrice, LESEIGNEUR Jacques, LETERRIER Richard, LEVAVASSEUR Jocelyne, MABIRE Caroline, MABIRE Edouard, MADELEINE Anne, MARGUERIE Jacques, MARGUERITTE Camille, MARGUERITTE David, MARIE Jacky, MARTIN Patrice, MARTIN Serge, MARTIN-MORVAN Véronique, TINCELIN Christiane suppléante de MAUGER Michel, MAUQUEST Jean-Pierre, MEDERNACH Françoise, LUCE Pierre suppléant de MIGNOT Henri, MORIN Daniel (A partir de 18h40), COUVREUR Pascale suppléante de MOUCHEL Evelyne, MOUCHEL Jean-

Marie, OLIVIER Stéphane, PARENT Gérard, PECORARO Yvonne, PELLERIN Jean-Luc, PERRIER Didier, PERROTTE Thomas, PIQUOT Jean-Louis, POIGNANT Jean-Pierre, POISSON Nicolas, PROVAUX Loïc, RENARD Jean-Marie, RENARD Nathalie, ROCQUES Jean-Marie, RODRIGUEZ Fabrice, RONSIN Chantal, SAGET Eddy, SANSON Odile, SCHMITT Gilles, SIMON François, SIMONIN Philippe, SOINARD Philippe, SOLIER Luc, SOURISSE Claudine (A partir de 19h45) TAVARD Agnès, THOMINET Odile, TOLLEMER Jean-Pierre, VANSTEELANT Gérard, VASSAL Emmanuel, VIGER Jacques, VILLETTE Gilbert, VIVIER Nicolas, VIVIER Sylvain.

**Ont donné procurations :**

AMBROIS Anne à SIMONIN Philippe, AMIOT Florence à PERRIER Didier, ARRIVÉ Benoît à CATHERINE Arnaud, BROQUAIRE Guy à SAGET Eddy, COLLAS Hubert à GANCEL Daniel, COUPÉ Stéphanie à BERHAULT Bernard (Jusqu'à 19h45), CROIZER Alain à COQUELIN Jacques (Jusqu'à 18h39), DESTRES Henri à BARBÉ Stéphane, FAGNEN Sébastien à LEJAMTEL Ralph, FIDELIN Benoît à LAMOTTE Jean-François, FRANCOISE Bruno à HEBERT Karine, GASNIER Philippe à GUILLEMETTE Nathalie, GENTILE Catherine à VASSAL Emmanuel, HAYÉ Laurent à LEBLOND Auguste (A partir de 19h45), HEBERT Dominique à CATHERINE Arnaud, HERY Sophie à MARGUERITTE Camille, KRIMI Sonia à PEROTTE Thomas, LE DANOIS Francis à HURLLOT Juliette, LE POITTEVIN Lydie à VASSAL Emmanuel, LEFAIX-VERON Odile à JOZEAU-MARIGNE Muriel, LEFER Denis à MARTIN-MORVAN Véronique, LEJEUNE Pierre-François à TAVARD Agnès, LELONG Gilles à MARTIN Patrice, LEMOIGNE Sophie à HULIN Bertrand, LEMONNIER Thierry à HAMON Myriam, LEPOITTEVIN Gilbert à GRUNEWALD Martine, LERENDU Patrick à MARGUERITTE David, MAHIER Manuela à DIGARD Antoine, MORIN Daniel à LAINE Sylvie (Jusqu'à 18h40), MOUCHEL Jacky à SANSON Odile, PIC Anna à GRUNEWALD Martine, PLAINEAU Nadège à MARTIN Patrice, ROUELLÉ Maurice à BERHAULT Bernard, ROUSSEAU François à MABIRE Edouard, SOURISSE Claudine à LEFRANC Bernard (Jusqu'à 19h45), VARENNE Valérie à HULIN Bertrand.

**Absents/Excusés :**

AMIOT Sylvie, ANNE Philippe, BALDACCI Nathalie, BERNARD Christian, BOUSSELMAME Nouredine, BROQUET Patrick, BURNOUF Elisabeth, GODAN Dominique, HUREL Karine, LECHEVALIER Isabelle, LEFAUCONNIER François, LEPLEY Bruno, MAGHE Jean-Michel, TARIN Sandrine, VASSELIN Jean-Paul.

Envoyé en préfecture le 06/07/2022

Reçu en préfecture le 06/07/2022

Affiché le

**SLOW**

ID : 050-200067205-20220706-DEL2022\_055-DE



# RAPPORT D'ACTIVITÉ 2021



**COTENTIN**  
UNIQUE  
PAR NATURE

## ÉDITO

J'ai l'honneur de présider la SPL de Développement Touristique du Cotentin depuis septembre 2020 et je tiens à remercier l'ensemble des administrateurs pour toute l'énergie, la passion et l'engagement dont toutes et tous font preuve à mes côtés dans leur mandat d'élus. Avec les collaborateurs salariés mais également des professionnels du Tourisme qui s'impliquent au quotidien pour faire rayonner un Cotentin Unique par Nature, je mesure toute l'action déployée par l'ensemble des forces-vives au service du territoire.

En 2021, année encore bien particulière durant laquelle bon nombre de professionnels du secteur ont subi restrictions et fermetures, ce sont près de 600 partenariats engagés avec des acteurs locaux qu'il me paraît important de souligner. La représentativité des acteurs du tourisme partenaires, qu'ils soient hébergeurs, restaurateurs ou sites touristiques par exemple, témoigne du rôle fédérateur de notre SPL, créatrice de synergie pour notre territoire. Son rôle est d'impulser une dynamique collective et nous pouvons compter sur un mode de gouvernance équilibré qui permet une prise de décision concertée pour la mise en œuvre des actions opérationnelles. Je remercie mes collègues élus pour leur confiance accordée sur le projet de développement touristique et l'approbation du renouvellement du contrat de concession de service public pour les 4 prochaines années.

A la lecture de ce rapport d'activité, vous constaterez que La SPL a poursuivi son action en 2021 pour continuer à attirer, accueillir, informer et fidéliser les touristes français et étrangers, sans oublier les habitants locaux, premiers prescripteurs de notre destination et de son offre de tourisme et de loisirs. Le nautisme, l'itinérance, la randonnée, l'accueil de tournages ou de grands événements sportifs et populaires, la gestion des flux, ...sont d'autant de sujets et travaux qui nous mobilisent.

La qualité est au cœur de nos préoccupations, tout comme « l'expérience » clients réussie et notre ambition pour 2022 et les années suivantes, est de continuer à mener ensemble des projets structurants au service d'une croissance durable et maîtrisée pour permettre au Cotentin de poursuivre son développement d'un tourisme choisi, performant et résolument en phase avec les attentes de ses visiteurs et de ses habitants.

**David MARGUERITTE**

PDG de la SPL de Développement  
Touristique du Cotentin

## SOMMAIRE

≈ VIE STATUTAIRE ET GOUVERNANCE	4
≈ ACCUEIL DES PUBLICS	9
≈ MARKETING	23
≈ INGÉNIERIE ET DÉVELOPPEMENT	44
≈ ADMINISTRATION ET RESSOURCES	55

# LES FAITS MARQUANTS DE L'ANNÉE 2021



JANVIER 2021

**Mise en application  
des accords d'Entreprise  
sur le temps de travail**

AVRIL 2021



**3<sup>e</sup> confinement**



JUILLET 2021

**Semaine Fédérale  
du Cyclotourisme**

AOÛT 2021



**Rolex Fastnet Race**



NOVEMBRE 2021

**3<sup>e</sup> Rencontres du  
Tourisme en Cotentin**



**Déploiement de  
l'univers de la Marque**

DÉCEMBRE 2021



**Approbation du  
contrat de concessions  
de service public**

# VIE STATUTAIRE ET GOUVERNANCE

## ■ CONTRAT DE DSP

L'année 2021, marque le terme du premier contrat de DSP - Délégation de Service Public signé entre la Communauté d'agglomération du Cotentin et la SPL de Développement Touristique du Cotentin pour régler les relations entre ces deux entités.

*Un nouveau contrat de concession de service public a été rédigé et approuvé par chacune des parties en fin d'année 2021 pour les 4 prochaines années.*

Les contrats de concession de service public suivants ont continué de perdurer en 2021 selon les mêmes termes que précédemment. Il s'agit des **contrats établis entre la SPL** et :

■ **La commune de La Hague** pour confier à l'Office de Tourisme l'organisation et la commercialisation de visites à vocation touristique et éducative au sein du périmètre du Géoparc, moyennant l'affectation de moyens complémentaires pour cela

■ **La ville de Cherbourg-en-Cotentin** pour la programmation, la promotion et la réservation des visites guidées thématiques qui ont lieu tous les mois tout au long de l'année et de façon hebdomadaire en saison

## ■ LES ÉLUS – LE CONSEIL D'ADMINISTRATION

L'année 2021 a vu le renouvellement d'un administrateur au sein de la SPL, au titre des représentants de la Communauté d'agglomération du Cotentin en la personne de Francis BOTTA qui remplace Monsieur Jean-Michel BOUILLON décédé dans le courant du mois d'avril 2021.

**La SPL est administrée par :**

### ■ David MARGUERITTE

Président de la Communauté d'agglomération du Cotentin et Président Directeur Général de la SPL de Développement Touristique du Cotentin. Il est épaulé des Vice-Présidents suivants :

➔ **Manuela MAHIER**

représentant la Communauté d'agglomération du Cotentin et la commune de La Hague,

➔ **Odile THOMINET**

représentant la Communauté d'agglomération du Cotentin,

➔ **David LEGOUET**

représentant la commune de Barneville-Carteret,

➔ **Gilbert DOUCET**

représentant la commune de Saint Vaast La Hougue,

➔ **Carles DUPONT**

représentant la Communauté de Communes de la Baie du Cotentin,

➔ **Stéphanie RIES**

administratrice désignée par l'Assemblée Spéciale, représentant l'ensemble des 21 communes se partageant une action.

**Le Conseil d'Administration s'est réuni à 5 reprises en 2021 :**

■ Le 09 mars ■ Le 23 avril

■ Le 22 juin - Assemblée Générale

■ Le 21 septembre ■ Le 09 décembre

## ■ LE COMITÉ STRATÉGIQUE

Ce comité réunissant les professionnels est animé par le service partenariat. Il vise à établir une stratégie partagée.

La crise sanitaire ayant impacté les réunions en présentiel durant le 1<sup>er</sup> semestre 2021, un seul rendez-vous a eu lieu, le 16 septembre 2021. À cette occasion, de nombreux sujets ont été abordés :

- La présentation de **la gamme tarifaire 2022**
- **La consultation des disponibilités** pour les établissements hôteliers et **la synchronisation des calendriers** pour les hébergeurs particuliers
- L'approvisionnement des prestataires en **brochures touristiques**
- L'amendement de l'article 2.4 du **Règlement Intérieur du Comité stratégique**
- Les actions du **pôle marketing**

### COMPOSITION DU COMITÉ STRATÉGIQUE

Le renouvellement d'un tiers des membres ayant eu lieu le 7 décembre 2020, il a été décidé de procéder au prochain renouvellement au cours du 2<sup>e</sup> semestre 2022.

#### HÉBERGEMENT : hôtellerie - Hôtellerie de plein air - Hébergeurs particuliers

- ➔ **Hôtel Ambassadeur \*\*\*** Cherbourg - Ludovic HAMEL
- ➔ **Hôtel IBIS** Cherbourg - Virginie LEMARCHAND
- ➔ **Hôtel Le Chantereyne \*\*\*** Cherbourg - Sébastien PECHOT
- ➔ **Hôtel Le Cercle** Cherbourg - Sébastien PECHOT
- ➔ **Appart'City** Cherbourg - Julie LECONTE
- ➔ **Camping Le Rivage \*\*\*\*** Val de Saire - Thibault LEBRET
- ➔ **Camping de l'Anse du Brick \*\*\*\*\*** Val de Saire - Valérie D'ENQUIN
- ➔ **Camping Le Cormoran \*\*\*\*\*** Baie du Cotentin - Frédéric BLET censeur titulaire
- ➔ **SARL Manoir de la Fieffe Chambres d'hôtes** Cherbourg Emmanuel DESCLOS DE LA FONCHAIS
- ➔ **CH de La Hunnière** Clos du Cotentin - Colette BUTTET
- ➔ **CH La Maison des Hirondelles** Clos du Cotentin - Anne MULDER
- ➔ **Meublés Estanval/Belvédère Scioto** La Hague - Martine DELSERIES

#### RESTAURATION

- ➔ **Auberge du Vieux Château** Clos du Cotentin - Philippe BATARD
- ➔ **L'Auberge des Gobelins** La Hague - Patrick BERTHEAU
- ➔ **Restaurant Le Moulin à Vent** La Hague - Antoine FERNANDES

## PRESTATAIRES DE SERVICES ET DE LOISIRS

---

- ➔ **Manufacture des Parapluies de Cherbourg** Cherbourg - Charles YVON
- ➔ **Port Chantereyne** Cherbourg - Céline BOUTINEAU / Magali HAMON
- ➔ **ACYNERA** La Hague - Aissatou ECOLIVET
- ➔ **Pôle Nautique de la Hague** La Hague - Sébastien PAGNIER
- ➔ **Cotentin Surf Club** La Hague - Jean-Louis LEGOUIX
- ➔ **La Verdura** Val de Saire - Alain COTTEBRUNE
- ➔ **CPIE du Cotentin** Cotentin - Didier LECOEUR
- ➔ **C.K.M.N.C** Cherbourg - David SZLACHTA

## SITES & LIEUX DE VISITE

---

- ➔ **La Cité de la Mer** Cherbourg - Bernard CAUVIN
- ➔ **Jardin Botanique de Vauville** La Hague - Eric PELLERIN
- ➔ **Manoir du Tourp** La Hague - Floriane ANGER-VALOGNES
- ➔ **Planétarium Ludiver** La Hague - Sébastien FONTAINE
- ➔ **Château de Carneville** Val de Saire - Guillaume GARBE
- ➔ **Ile Tatihou** Val de Saire - Eric JACOB
- ➔ **Hôtel de Beaumont** Clos du Cotentin - Claire DES COURTILS
- ➔ **Musée Airborne** Baie du Cotentin - Magali MALLET
- ➔ **SARL Carentan Historical Center - DDay Expérience** Baie du Cotentin - Emmanuel ALLAIN
- ➔ **PNR des Marais du Cotentin et du Bessin** Baie du Cotentin - Jocelyne LEVAVASSEUR
- ➔ **Saumon de France** Cherbourg - Pascal CAPLAN
- ➔ **Les Amis du Musée de la Glacerie** Cherbourg - Yves MARIE

## ÉTABLISSEMENTS PUBLICS ET ASSIMILÉS

---

- ➔ **UCC CHERBOURG** - Florence KWIATEC
- ➔ **CCI Ouest Normandie MANCHE** - Bruno LEGOUT
- ➔ **Attitude Manche** - Paul-Vincent MARCHAND
- ➔ **Relais des Gîtes de France de la Manche** - Angéla FLAMBARD
- ➔ **Association Clevacances Manche** - Angéla FLAMBARD
- ➔ **Comité Régional du Tourisme Normandie** - Michael DODDS

## TRANSPORTEURS DE PASSAGERS

---

- Manche Îles Express** Cote des Îsles - Olivier NORMAND

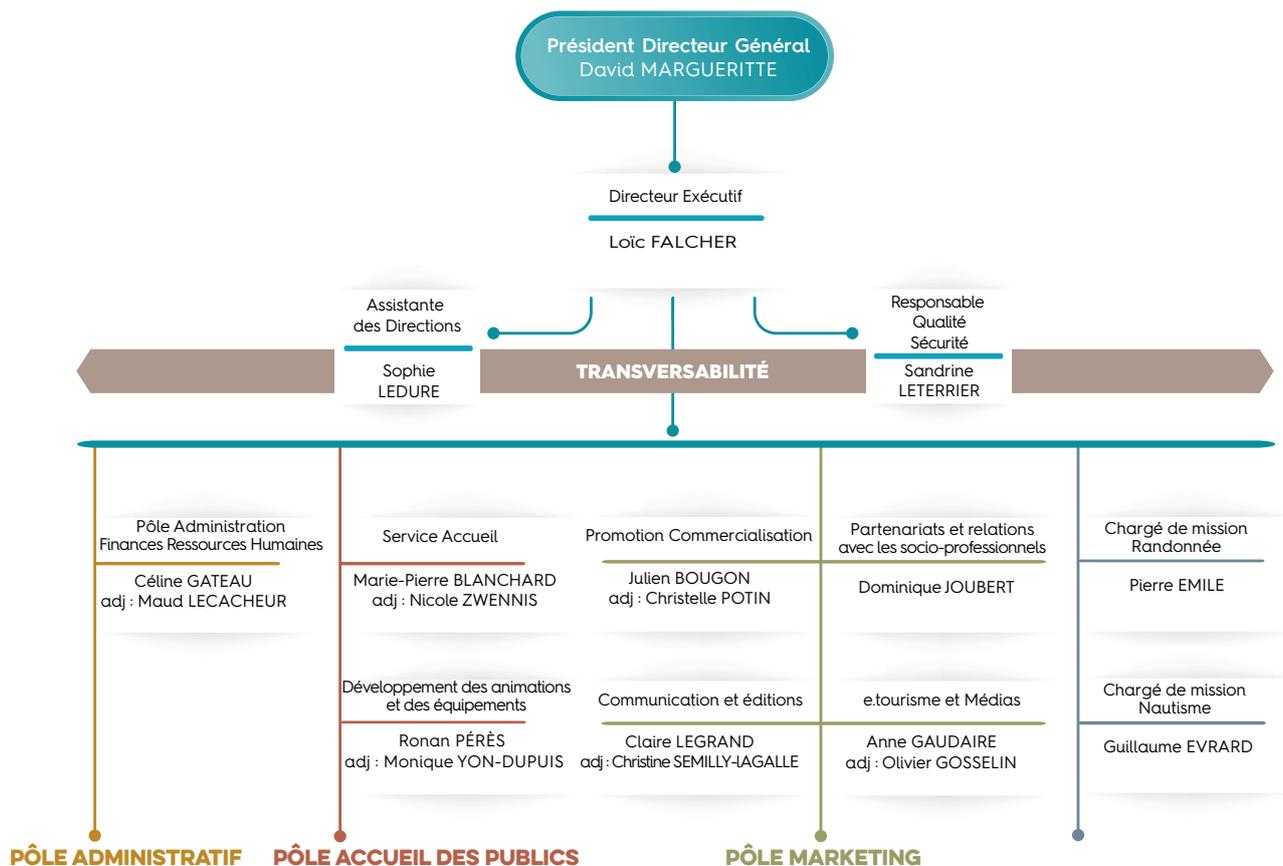
## LE FONCTIONNEMENT INTERNE

### LA DIRECTION ET LE MANDAT SOCIAL

Le fonctionnement interne de la SPL est resté le même que celui instauré en septembre 2020 faisant suite au renouvellement du Conseil d'administration, à savoir :

- Le mandat social porté par le PDG, **David MARGUERITTE**,
- La direction exécutive portée par **Loïc FALCHER**.

### L'ORGANIGRAMME



L'organisation par services instaurée au cours de l'année 2020 a demeuré tout au long de l'année 2021 avec quelques modifications au niveau de l'organigramme :

- Le service Accueil des publics, sous la coupe de **Marie-Pierre BLANCHARD**, a repris au 1<sup>er</sup> janvier 2022 la gestion des Animations et des équipements auparavant prise en charge par Monsieur Ronan PERES,
- Le service Ingénierie et Développement, qui, avec le départ de sa responsable en 2020, avait été démantelé en début d'année 2021, et avait vu le rattachement des collaborateurs à la direction, a connu en fin d'année 2021 la reprise des missions d'observation et d'ingénierie par **Ronan PERES**,

- **Le pôle Marketing**, composé des services suivants, a connu quelques évolutions :
  - **Le service Communication Éditoriale et Presse** a pris en charge la mission nouvelle de l'accueil et la coordination des tournages cinématographiques sur le Cotentin,
  - **Le service Promotion-Commercialisation** outre la reprise de la billetterie a également repris en main la gestion et le développement de la boutique de l'Office de Tourisme,
  - La Communication digitale et les médias sociaux, est resté en l'état,
  - **Le service Partenariats** qui a revu son appellation en tant que « Relations avec les acteurs socio-économiques et Partenariats » s'est étoffé de missions telles que la gestion de la base de données touristiques régionale et la labellisation « Accueil Vélo », en lien avec le nouveau chargé de mission Vélo, accueilli en début d'année 2022 au sein de la SPL,
- **La direction exécutive** s'est vu rattacher, au cours de l'année 2021, les chargés de mission Randonnée, Nautisme, la chargée Qualité-Sécurité-Environnement, le technicien de maintenance.
- Le service Administration – Finances – Ressources Humaines est resté inchangé.



ACCUEIL DES PUBLICS

# AXE 3 : QUALIFIER ET PERFECTIONNER L'ACCUEIL

*Viser l'excellence en matière d'accueil*

# LES BUREAUX D'INFORMATION TOURISTIQUE

## ■ LA FRÉQUENTATION DES BUREAUX D'INFORMATION TOURISTIQUE EN 2021

La crise de la Covid-19 a de nouveau impacté l'ouverture des BIT en 2021, notamment en avril.

DEMANDES	JANVIER	FÉVRIER	MARS	AVRIL	MAI	JUIN	JUILLET	AOÛT	SEPT.	OCT.	NOV.	DÉC.	TOTAL
GOURY	85	226	464	121	1 172	1 943	3 031	4312	2 895	891	468	231	15 839
ST VAAST LA HOUGUE	110	302	325	36	848	1 637	2 538	3 083	1 707	523	272	208	11 589
BARNEVILLE CARTERET	129	276	351	72	283	1 373	2 988	3 029	1 592	652	319	262	11 326
CHERBOURG EN COTENTIN	130	266	321	60	602	1 368	2 595	2 320	1 330	603	519	316	10 430
BARFLEUR	80	234	274	37	448	765	1 526	1 576	873	364	180	144	6 501
VALOGNES	162	231	322	162	455	695	1 632	1 216	739	367	229	193	6 403
PORT BAIL SUR MER	67	114	178	32	394	615	1 584	1 432	635	107	89	96	5 343
QUETTEHOU						353	461	616	294				1 724
PLAGE DE SCIOTOT						281	697	615	32				1 625
BRICQUEBEC EN COTENTIN						216	345	437	337				1 335
QUINEVILLE							373	379					752
HORS LES MURS							172	329					501
MUSEE BARBEY D'AUREVILLY ST SAUVEUR							142	425					567
<b>TOTAL</b>	<b>763</b>	<b>1649</b>	<b>2 235</b>	<b>520</b>	<b>4 202</b>	<b>9 246</b>	<b>18 084</b>	<b>19 769</b>	<b>10 434</b>	<b>3 507</b>	<b>2 076</b>	<b>1 450</b>	<b>73 935</b>

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

### MODE DE CONTACT

Guichet	<b>83,5 %</b>
Téléphone	<b>13,3 %</b>
Email	<b>1,8 %</b>
Site Web	<b>1,2 %</b>
Courrier	<b>0,2 %</b>

### TOP 5 DES DEMANDES À L'ACCUEIL

Renseignements pratiques touristiques	<b>25 %</b>
Sites et lieux de visites	<b>24 %</b>
Services et prestations de l'OT	<b>11 %</b>
Randonnées	<b>8 %</b>
Manifestations / expos	<b>7 %</b>

### ORIGINE DES VISITEURS

<b>93 %</b> FRANÇAIS	Normandie	<b>37 %</b>
	Ile de France	<b>18 %</b>
	Haut-de-France	<b>7 %</b>
	Pays de la Loire	<b>7 %</b>
	Bretagne	<b>6 %</b>

<b>7%</b> ÉTRANGER	Belgique	<b>32 %</b>
	Allemagne	<b>27 %</b>
	Pays Bas	<b>15 %</b>
	Royaume Uni	<b>8 %</b>
	Suisse	<b>5 %</b>

■ LES ÉDITIONS DÉDIÉES À L'ACCUEIL DES TOURISTES

**35 %** des remarques positives remontées par les touristes dans les accueils concernant la qualité des éditions de l'Office de Tourisme.



**Avant le séjour,**

Séduire de nouvelles clientèles, avec **le Magazine touristique du Cotentin**, associé au territoire de la Baie du Cotentin. Utilisé également en accueil chez nos partenaires et très apprécié des hôteliers.

25 000 ex en FR  
 4 000 ex en GB

Au vu de la conjoncture en mars 2021, il a été décidé de ne pas traduire le magazine en version allemande et néerlandaise.

**Pendant le séjour,**

**Le guide touristique du Cotentin, le Carnet de Voyage**, peu d'éditorial, axé sur les partenariats de l'Office de Tourisme (financé par les insertions et les partenariats)

45 000 ex pour 2021,  
 dont 10 000 ex réimprimés en juillet  
 4 000 ex en GB, 2000 ex en NL et D



La gestion des éditions suivantes varie en fonction des stocks d'une année sur l'autre.



**Les sous-mains « parcours touristique »** de villes et incontournables des territoires, pensés dans les bureaux de l'Office pour orienter les visiteurs. (Les sous-mains sont financés par les encarts publicitaires)

Cherbourg-en-Cotentin et le Val de Saire n'ont pas eu de nouvelles impressions en 2021  
 La Hague : 20 000 ex en Juillet  
 La Côte des Isles : 25 000 ex en fin d'année

**Les Essentiels de Cherbourg et du Clos du Cotentin** une approche patrimoniale de la visite du territoire. (Les Essentiels sont en partie financés par une insertion publicitaire de dernière de couverture.)

Cherbourg-en-Cotentin : Fr : 15 000 ex / D : 5 000 ex  
 Clos du Cotentin : Fr : 6 000 ex



**La carte touristique**

un outil pratique de situation et de géolocalisation en 4 langues, en 40 000 ex



**Listes des hôtels de Cherbourg-en-Cotentin :**  
 3 000 ex Fr.

**Les tables des marées :** en partenariat avec le Port Chantereyne et la SPL des Ports de la Manche, l'Office de Tourisme participe à l'édition des tables des marées des ports de Barneville-Carteret, Port-Bail-sur-Mer, Cherbourg-en-Cotentin et Saint-Vaast-la-Hougue.

**TABLE DES MARÉES**  
 BARNEVILLE-CARTERET / JUILLET 2021  
à l'heure locale (UTC+1)

DATE	PLEINES MERS			BASSES MERS		
	HEURE	COEF	HEURE	HEURE	COEF	HEURE
1/7	09:22	60	10:57	52	02:46	20:25
2/7	09:30	64	10:50	42	03:01	20:30
3/7	09:35	67	10:42	36	03:15	20:35
4/7	09:40	69	10:34	30	03:28	20:40
5/7	09:45	70	10:26	24	03:40	20:45
6/7	09:50	71	10:18	18	03:51	20:50
7/7	09:55	71	10:10	12	04:01	20:55
8/7	10:00	70	10:02	6	04:10	21:00
9/7	10:05	68	09:54	0	04:18	21:05
10/7	10:10	65	09:46	-4	04:25	21:10
11/7	10:15	61	09:38	-8	04:31	21:15
12/7	10:20	56	09:30	-12	04:36	21:20
13/7	10:25	50	09:22	-16	04:40	21:25
14/7	10:30	43	09:14	-20	04:43	21:30
15/7	10:35	35	09:06	-24	04:45	21:35
16/7	10:40	26	08:58	-28	04:46	21:40
17/7	10:45	16	08:50	-32	04:46	21:45
18/7	10:50	5	08:42	-36	04:45	21:50
19/7	10:55	-5	08:34	-40	04:43	21:55
20/7	11:00	-14	08:26	-44	04:40	22:00
21/7	11:05	-22	08:18	-48	04:36	22:05
22/7	11:10	-29	08:10	-52	04:31	22:10
23/7	11:15	-35	08:02	-56	04:25	22:15
24/7	11:20	-40	07:54	-60	04:18	22:20
25/7	11:25	-44	07:46	-64	04:10	22:25
26/7	11:30	-47	07:38	-68	04:01	22:30
27/7	11:35	-49	07:30	-72	03:51	22:35
28/7	11:40	-50	07:22	-76	03:40	22:40
29/7	11:45	-50	07:14	-80	03:28	22:45
30/7	11:50	-49	07:06	-84	03:15	22:50
31/7	11:55	-47	06:58	-88	03:01	22:55

**NUMÉROS DE SECOURS**  
 112 : 119 : 15  
 02 33 34 34 34  
 02 33 34 34 34  
 02 33 34 34 34  
 02 33 34 34 34

**BARNEVILLE-CARTERET**  
 02 33 34 34 34  
 02 33 34 34 34  
 02 33 34 34 34  
 02 33 34 34 34

**PORT-BAIL-SUR-MER**  
 02 33 34 34 34  
 02 33 34 34 34  
 02 33 34 34 34  
 02 33 34 34 34

**CHERBOURG-EN-COTENTIN**  
 02 33 34 34 34  
 02 33 34 34 34  
 02 33 34 34 34  
 02 33 34 34 34

**SAINT-VAAST-LA-HOUGUE**  
 02 33 34 34 34  
 02 33 34 34 34  
 02 33 34 34 34  
 02 33 34 34 34

# LA BOUTIQUE

La fermeture des bureaux durant plusieurs semaines a affecté les ventes boutique. Toutefois, la stratégie boutique a été votée en juin 2021 par le Conseil d'administration.

*Dans le cadre de celle-ci et en lien avec le service communication, la marque « **Cotentin Unique par Nature** » se déploie au travers d'une collection de produits créés, pensés, fabriqués « Cotentin » et « dans le Cotentin ».*

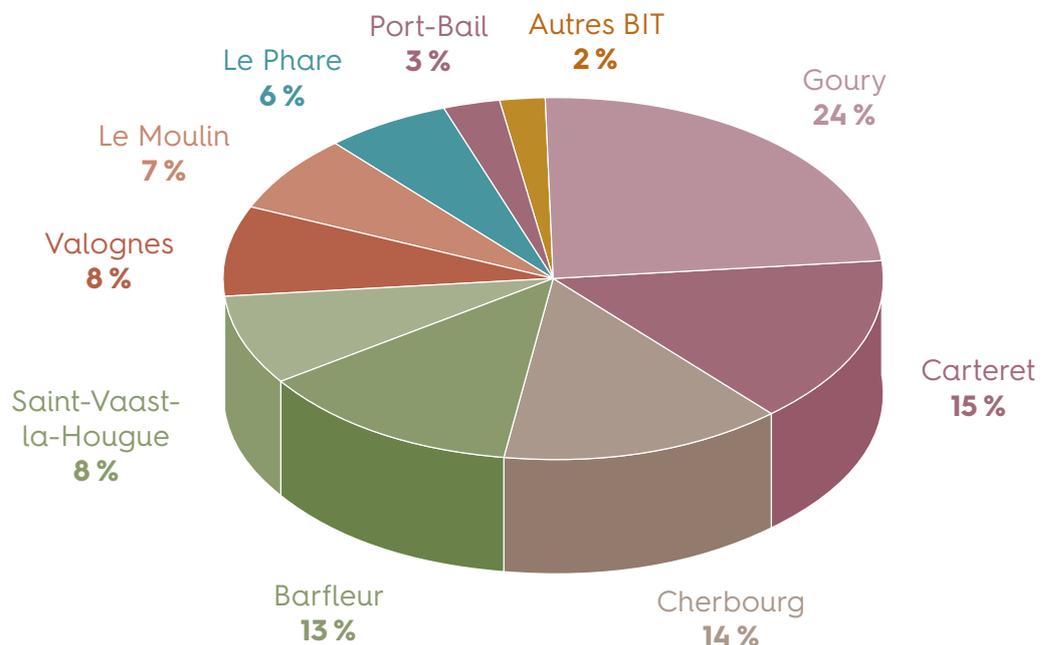
Fin d'année 2021, **la skyline** a été entièrement créée et produite dans le Cotentin.



**Le jeu des 7 Familles** en collaboration avec la direction du tourisme de la Communauté d'agglomération du Cotentin est sorti quelques semaines auparavant.

- L'Office de Tourisme applique désormais une politique d'achat dite RSE (Responsabilité sociétale et environnementale)
- Une étude a été menée sur l'assortiment. Celui-ci a été resserré. Il comporte un peu plus de 200 références (contre 750 références auparavant)
- Il a été décidé de développer la vente de produits locaux dans tous les BIT. Cela permet de faire une première analyse sur ce type de produits et confirme notamment de nombreuses différences dans la demande des clients selon les BIT (tant en termes de produits que de volume).

## VENTES BOUTIQUE PAR BIT Année 2021



**TOP 10 CHIFFRE D'AFFAIRES 2021**

Carte postale J. Houyvet Lumières marines	<b>5 130,91 €</b>
Topoguide Les sentiers de la hague	<b>3 607,40 €</b>
Topoguide de Barfleur aux plages du D-Day	<b>3 396,10 €</b>
Skyline métal Cotentin	<b>3 040,95 €</b>
Parapluie Cotentin Unique par Nature	<b>2 580,00 €</b>
Carte IGN 1210	<b>2 304,56 €</b>
Carte IGN 1310	<b>2 050,00 €</b>
Topoguide de la Côte des Isles	<b>1 931,55 €</b>
Topoguide les sentiers du Val-de-Saire	<b>1 908,85 €</b>
Le Cotentin, rencontre entre terre, ciel et mer	<b>1 891,25 €</b>

**TOP 10 VOLUME DES VENTES 2021**

Carte postale J. Houyvet Lumières marines	<b>4 210</b>
Timbre	<b>1 183</b>
Carte postale Office de Tourisme Hague (ancien stock)	<b>883</b>
Carte postale Le Goubey	<b>775</b>
Topoguide Les sentiers de la hague	<b>638</b>
Carte postale As de Cœur	<b>483</b>
Topoguide de la Côte des Isles	<b>387</b>
Pain du moulin	<b>386</b>
Carte postale Barfleur (ancien stock)	<b>350</b>
Topoguide de Barfleurs aux plages du D-Day	<b>329</b>

**LES BILLETTERIES**

*2021 a été une année de transition pour le service billetteries, puisqu'il a intégré le service **Promotion et Commercialisation**. Une année de relance donc, avec une réflexion sur le positionnement du service et un plan d'actions dédié.*

Les contraintes, toujours présentes, liées au COVID ont toutefois marquées l'année 2021 :

- ➔ Une période de confinement juste avant la saison,
- ➔ L'obligation du pass sanitaire applicable pour de nombreux prestataires d'activités a freiné les périodes habituelles de lancement de billetteries et ralenti le rythme de développement du service.

*Malgré cela,*

*on note une évolution positive :*

### Conventions de partenariat signées :

2020	28
2021	36

**143 762,40 €**

de chiffre d'affaires généré  
pour les prestataires  
contre **117 686,80 € en 2020**,  
soit une évolution de

**+ 22 %**

## Le top 3 des billetteries commercialisées par l'Office de Tourisme :

### LA CITÉ DE LA MER

(environ 36 000€ de chiffre d'affaires)

### LA GOÉLETTE NEIRE MAÔVE

(environ 27 000€ de chiffre d'affaires)

### LES PROMENADES EN RADE DE CHERBOURG AVEC HAGUE À PART

(environ 16 000€ de chiffre d'affaires)

## Parmi les projets 2021, figurait le développement des outils pour la réservation en ligne :

- ➔ **Une passerelle** entre l'outil de la Place de Marché portée par Attitude Manche et la solution d'encaissement de l'Office de Tourisme a été mise en place.
- ➔ **61% des prestataires partenaires** ont opté pour le service de vente en ligne, en complément de la vente aux comptoirs des BIT.
- ➔ **Le canal de vente en ligne** que représente [www.encotentin.fr](http://www.encotentin.fr) est alimenté des billetteries externes et animations gérées par l'Office de Tourisme (commercialisées grâce au compte Open billet de l'Office) mais aussi d'offres externes gérées en direct par les prestataires du territoire (commercialisées grâce aux comptes Open billet, Open pro et Addock des prestataires).
- ➔ En 2021, le chiffre d'affaires réalisé depuis le site internet s'élève à **101 366€**.

# « FABRIQUEZ VOS SOUVENIRS ! »

Plus que des visites,  
nous vous proposons  
de vivre de véritables  
expériences en famille.



# SCHÉMA D'ACCUEIL ET DE DIFFUSION DE L'INFORMATION (SADI)

**Pour donner suite aux premiers aménagements des boutiques d'information touristique réalisées à Barfleur et Carteret en 2020, le déploiement du concept en 2021 s'est focalisé sur :**

■ La revalorisation des façades des Bureaux d'Information Touristique permanents dans l'esprit Cotentin Unique par Nature et/ou l'installation des cartes XXL en intérieur sur le mobilier concept.

➤ **À Cherbourg-en-Cotentin 1**

➤ **À La Hague, Goury 2**

➤ **À Port-Bail-sur-Mer 3**

➤ **À Valognes 4**

➤ **À Saint-Vaast-la-Hougue,**  
 a minima compte tenu du projet de fusion  
 avec la billetterie Tatihou programmé en 2023.



Relais 1<sup>er</sup> niveau

- La mise en place des enseignes sur les Bureaux d'Information Touristique saisonniers de Quinéville, Quettehou et Bricquebec-en-Cotentin.
- Le déploiement du mobilier « Cotentin Unique par Nature » au sein des premiers « Relais de 1<sup>er</sup> niveau » socioprofessionnels
- Le déploiement du mobilier « Cotentin Unique par Nature » au sein des collectivités ou autres structures réceptives
- L'expérience d'accueil en partenariat
  - A Sciotot, avec la commune de Les Pieux
  - A St Sauveur-le-Vicomte, au sein du musée Barbey d'Aurevilly
  - A Barneville-Carteret, avec la société Cotactive



Plage de Sciotot



Musée Barbey d'Aurevilly



Kiosque Cotactive

**Le service Communication et édition complète l'action de l'assili qui intervient dans le déploiement des boutiques concept :**

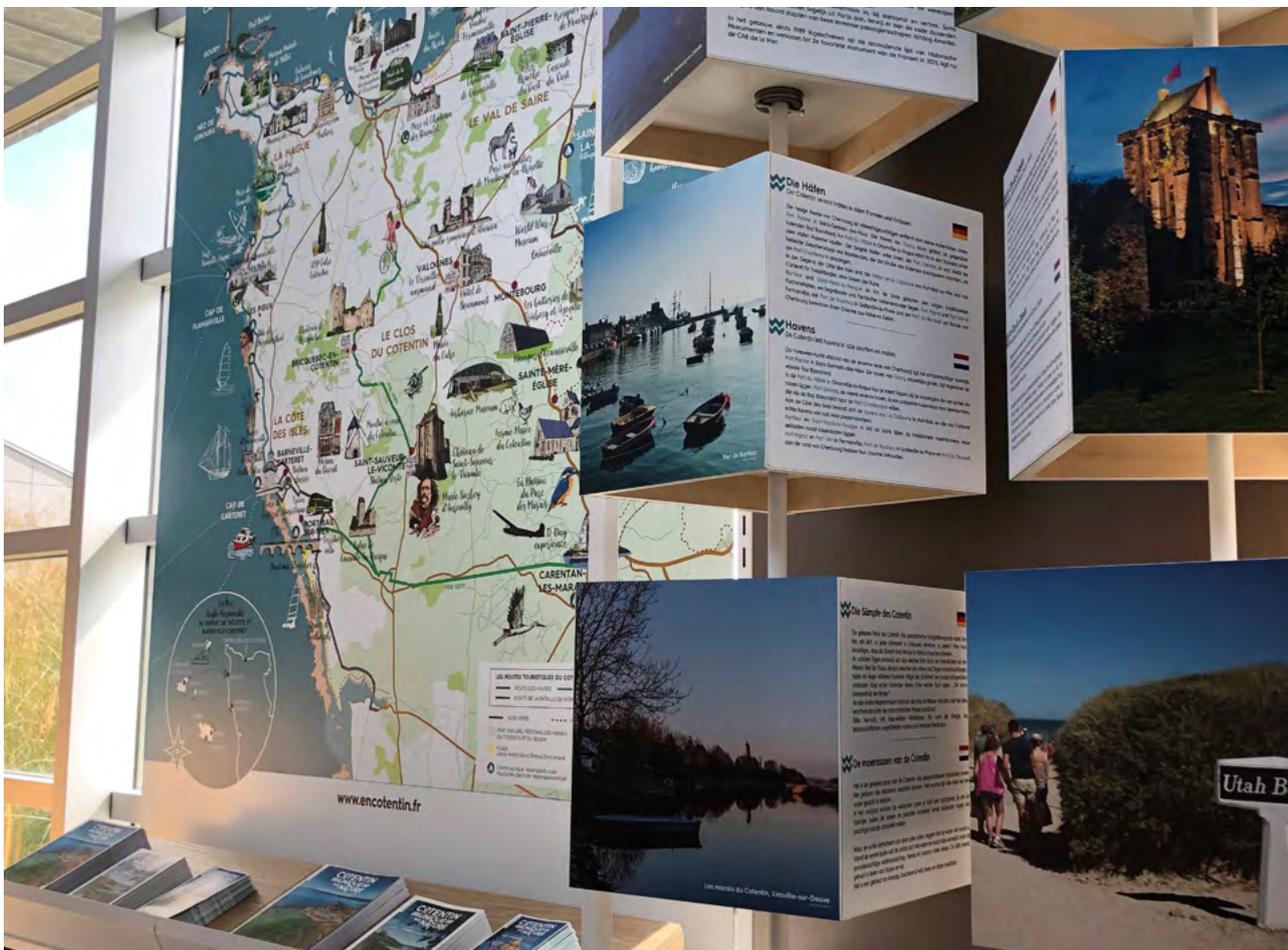


- ➔ En veillant au respect du code de marque sur les devantures, sur la signalétique intérieure
- ➔ En réalisant une nouvelle collection d'oriflamme à l'extérieur des Bureaux d'Information Touristique
- ➔ Par la Diffusion de l'affiche A0 et 40\*60 de la carte XXL chez les partenaires (renouvellement chaque année) 800 ex

**Pour les actions « Hors les murs », ce même service a permis :**

- ➔ L'habillage de l'ensemble du parc automobile - 2020-2021
- ➔ L'habillage du triporteur - 2021

*Le travail mené par l'Office de Tourisme du Cotentin sur le SADI a fait l'objet d'une présentation le 23 novembre, saluée par les Offices de Tourisme de Normandie, lors d'un atelier réseau sur les « Révolutions de l'accueil » organisé par la Fédération Régionale des Offices de Tourisme de Normandie.*



## AXE 2 : ANIMER ET METTRE EN MOUVEMENT

*Rendre plus actif et plus dynamique le territoire*

- ➔ Animations, événementiels, équipements
- ➔ Le développement de nouvelles manifestations
- ➔ Le soutien des animations existantes



## ÉQUIPEMENTS EN GESTION

 LE MINI-GOLF DE CARTERET

*1 783 personnes* sont venues  
pratiquer l'activité entre mai et août  
(week-ends de mai et juin puis tous  
les jours de juillet-août),

+15 %

d'augmentation  
par rapport  
à 2020

### 10 806 visiteurs ont pu profiter de la visite du phare !



Comme 2020, l'année 2021 est une année singulière :

- ➔ **Ouverture retardée** au 19 mai (au lieu de début février),
- ➔ Annulation de **Pierres en lumière**
- ➔ Contrôle des **Pass Sanitaires**
- ➔ **Jauges à respecter** etc...

Pour autant, la fréquentation du phare est repassée au-dessus des 10 000 visiteurs (10 806 contre 7 925 en 2020).

En plus des **visites guidées complètes du phare** et des **8 soirées nocturnes** (taux de remplissage de 100 % - 342 personnes) axées sur le fonctionnement et les codes lumineux, des **sorties natures** liées à l'environnement du phare au sein de l'Espace Naturel Sensible sont venues enrichir l'offre et ont suscité l'intérêt de visiteurs :

- ➔ 6 sorties «Observation oiseaux et faune marine» - 58 personnes
- ➔ 1 sortie «sur les sentiers du cap de Carteret» - 5 personnes
- ➔ Sensibilisation du Groupe d'Etudes des Cétacés du Cotentin (GECC) - 30 personnes

**Les Journées Européennes du Patrimoine** ont, quant à elles, permis d'établir un record de fréquentation avec 705 personnes sur ces deux jours en proposant notamment du théâtre amateur, des visites libres et une soirée nocturne.



L'exposition extérieure « **Trésors et Lumières du Cotentin** » par le photographe **Arnaud Guérin** était accessible dans les jardins du phare du 19 mai au 7 novembre, elle a remporté un franc succès. Elle portait sur la thématique des trésors de l'archipel du Cotentin et des Anglo-Normandes. Son ouvrage « **Le Cotentin rencontre entre ciel, terre et mer d'Utah Beach à Granville** » répertoriant ses œuvres, a été l'article le plus vendu à la boutique (25 % du chiffre d'affaires TTC à lui seul). Cette dernière ayant réalisé un chiffre d'affaires total de 6 117 €

# MOULIN A EAU

## MARIE RAVENEL

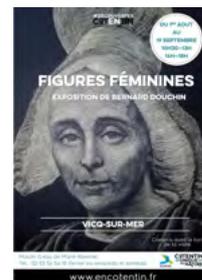
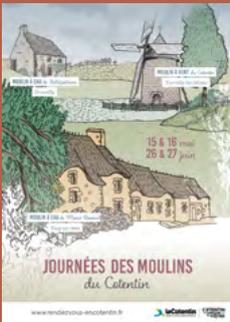
MEUNIÈRE & POÉTESSE

*Le Moulin a ouvert le 19 mai 2021 au lieu du 1<sup>er</sup> avril, avec peu d'accueils scolaires. Pour autant les chiffres de fréquentation sont en augmentation.*



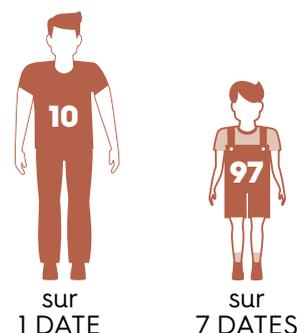
### QUELQUES RAISONS :

- Pour la première fois, les visites commentées et les visites libres alternaient chaque demi-heure en 2021 au lieu de toutes les heures.
- Un programme d'animations variées en dehors de ses animations propres :
  - ➔ De **nombreuses actions culturelles** portées par le Collectif « Mots en l'air ! » : expositions (« Des arbres » puis « Un poème, une œuvre »), **des animations** (« Siestes et balades poétiques ») ou **des opérations culturelles** (« Pommier d'amour » le 14 février ; « On n'est pas que des muses ! » le 8 mars et « Des mots du blé » en avril. Insertion photo mots blé / insertion Sieste poétique portrait.
  - ➔ L'exposition **Figures féminines**, portée par la Direction Tourisme, Nautisme et Outils d'Attractivité (DTNOA) de la Communauté d'agglomération du Cotentin, a été clôturée par un concert de Jazz dans le verger.
  - ➔ Le spectacle **Homo Campingcarus**, théâtre de rue par la Compagnie cotentine Cap Chiche, a été joué 3 fois dans le verger et a réuni 85 personnes.
  - ➔ 6 dictées, 2 dates d'initiation au tricot, une soirée astronomie en partenariat avec Ludiver.

Pour la première année, **les 3 moulins du Cotentin**, le Moulin à vent du Cotentin à Fierville-les-Mines, le moulin à eau de Bonnefontaine à Grosville et le moulin à eau de Marie Ravenel se sont associés pour organiser **les Journées des Moulins** les 15 et 16 mai et 26 et 27 juin. En raison de la crise sanitaire, le week-end de mai a dû être annulé.

### LES ATELIERS PAIN



**Côté production, le moulin a écrasé 1 tonne de blé et les boulangères ont proposé du pain les dimanches matin en été, ainsi que lors d'événements.**

### LES JOURNÉES DU PATRIMOINE

26 et 27 juin et septembre  
ont rassemblé  
**325 PERSONNES.**

### CÔTÉ BOUTIQUE, TOP 3 DES VENTES :

- Le pain
  - Les recueils de poésie
  - La farine de froment T110.
- Le chiffre d'affaires total TTC a été de **7 605 €.**

# ANIMATIONS ET MANIFESTATIONS

## ■ LES MANIFESTATIONS

### 🌊 CAMPAGN'ART

➔ **Manifestation annulée** pour la 2<sup>ème</sup> année consécutive pour cause de Covid-19

### 🌊 PLANTES ET SAVEURS D'AUTOMNE (PSA)

➔ L'édition Plantes et Saveurs d'Automne s'est déroulée les 4 et 5 septembre 2021.

La fréquentation de PSA a subi une baisse en comparaison des deux bonnes années précédentes.



**2795 visiteurs en 2021 dont 1077 le samedi et 1718 le dimanche.**



Lors de l'édition 2021, l'obligation de détenir le pass sanitaire a freiné à la fois les exposants (annulation) et les visiteurs (appels en Bureau d'Information Touristique). Par ailleurs, le temps gris et frais, voire brumeux sur les ¾ de la manifestation à l'opposé de l'édition précédente qui fût majoritairement ensoleillée a certainement joué sur la fréquentation.

**Pour autant, les 44 exposants présents étaient satisfaits des ventes réalisées et se sont manifestés pour être présents à l'édition 2022.**

## ■ LES ANIMATIONS DE L'OFFICE DE TOURISME

L'année 2021 a été perturbée par la crise sanitaire liée au covid-19, avec des mesures gouvernementales évolutives (confinement, limite avec des jauges, couvre-feu, mise en place du pass sanitaire...) et a entraîné des reports ou suppressions de dates et des annulations faute de participants.



### 🌊 RANDOS GOURMANDES

➔ **13 SORTIES / 133 PARTICIPANTS**

Découverte des propriétés privées, rencontres et échanges avec les locaux, véritables ambassadeurs de la destination finalisés par un goûter salé et sucré 100 % Cotentin.

### 🌊 SORTIES NATURE

➔ **18 SORTIES / 747 PARTICIPANTS**

- 11 sorties assurées en interne :
  - 8 à Port-Bail
  - 2 à Réville
  - 1 à Saint-Vaast-La-Hougue.
- 7 sorties sous l'égide du CPIE (Centre Permanent d'Initiatives Pour l'Environnement) sur la Côte des Isles



## CALENDRIER DES RANDONNÉES PÉDESTRES

➔ **41 DATES**

■ **8 ont fait l'objet d'une interdiction liée au Covid.**

La première sortie ne pouvant se dérouler qu'à partir du 6 juin.

■ Sur les 33 dates restantes, les guides ont accompagné **1 331 personnes.**

■ Soit une moyenne de **40 personnes par sortie.**

## VISITES EN CARRIOLE À VALOGNES



➔ **223 VISITEURS POUR 7 JOURNÉES**

Les balades en voiture attelée organisées en partenariat avec les guides du Pays d'Art et d'Histoire de la Communauté d'agglomération du Cotentin font appel à un prestataire : les Ecuries de la Gare. Les balades se sont déroulées chaque mardi après-midi de juillet/août.

## VISITES COMMENTÉES - COTENTIN

➔ **25 VISITES EN JUILLET ET AOÛT**  
**177 PARTICIPANTS**

NOUVEAUTÉS 2021 ■ Visite du bourg de Saint-Pierre-Église  
 ■ Visites des extérieurs du château de Tocqueville.

## VISITES AÉROPORT DE CHERBOURG-MANCHE

➔ **Toutes les visites ont été annulées en 2021**  
 en raison du Covid-19.

## PROGRAMMATION DU LABEL FAMILLE PLUS

➔ **14 ATELIERS ENFANTS MAINTENUS / 101 PARTICIPANTS**

- Toute la programmation des vacances de printemps a été annulée en raison du confinement.
- En été, seuls les ateliers « **P'tits faïenciers** » ont été maintenus ainsi qu'aux vacances de la Toussaint.
- Le spectacle de Noël a lui aussi été annulé car l'artiste était positif au Covid-19.

## ■ ANIMATIONS EN PARTENARIAT



## VISITES GUIDÉES DE CHERBOURG-EN-COTENTIN

➔ **1 228 VISITEURS / 63 VISITES**

3 catégories :

- **Les visites mensuelles gratuites** : 233 personnes sur 10 visites
- **Les visites estivales payantes** : 793 personnes sur 46 visites
- **Les Journées Européennes du Patrimoine** : 202 personnes sur 7 visites

NOUVEAUTÉ 2021 :

- **La Rade de Cherbourg au coucher de soleil à bord de l'Adèle** : 166 personnes - 4 sorties en mer





**ANDRA**

➔ **18 SORTIES / 89 VISITEURS**

Pour la 16<sup>e</sup> année, l'Agence Nationale pour la gestion des déchets radioactifs (Andra) et l'Office de Tourisme du Cotentin ont mis en place, pour la saison estivale, des visites en bus au départ du Bureau d'Information Touristique de Cherbourg-en-Cotentin alliant tourisme d'entreprise et découverte de la Hague.

- Les sorties du mardi : **la visite du village de Digulleville** : 29 personnes
- Les sorties du jeudi : **la rando contes et légendes du Cotentin** : 51 personnes
- Pour la Toussaint : **Ludiver ou Andra et le Manoir du Tourp** : 9 personnes

**GÉOPARC**

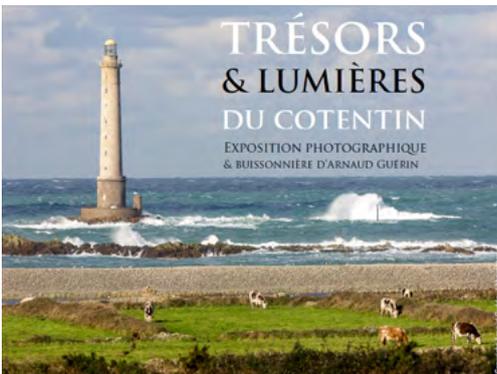
➔ La programmation des vacances de printemps annulée en raison du confinement

➔ **17 SORTIES / 72 PERSONNES** sur le reste de la saison

Dans le cadre de **démarche de labellisation Géoparc** portée par la commune nouvelle de La Hague, une convention a été signée afin de mettre en place un programme de sorties commentées par des guides conférenciers.



■ **L'EXPOSITION « TRÉSORS & LUMIÈRES DU COTENTIN »**



➔ D'AVRIL À NOVEMBRE

Après l'exposition Gustave Bazire en 2020, l'Office de Tourisme et la Communauté d'agglomération ont proposé à **Arnaud Guerin** d'exposer plus de 160 photos dévoilant sa vision du Cotentin, réparties sur 5 sites, avec l'exposition « **Trésors & Lumières du Cotentin** », en partenariat avec la Communauté de communes de la Baie du Cotentin et le Département de la Manche.

Arnaud GUERIN dressait le portrait d'un territoire aux multiples facettes. De Utah Beach, en passant par Tatihou, la darse du sous-marin Le Redoutable à Cherbourg-en-Cotentin, le Phare de Carteret et Bricquebec-en-Cotentin, le photographe voulait susciter l'étonnement et entraîner les visiteurs hors des sentiers battus.

- À Utah Beach à la Ferme Laval : « Le Cotentin de la Terre & des Marais »,
- Sur l'île de Tatihou : « Les trésors du littoral du Cotentin »,
- À Cherbourg-en-Cotentin à La Cité de la Mer : « Les trésors du patrimoine maritime du Cotentin »,
- Au Phare de Carteret : « Les phares et trésors de l'archipel du Cotentin & des Anglo-Normandes »,
- À Bricquebec-en-Cotentin : « Les trésors des Vikings en Cotentin ».

**LES ÉDITIONS ATTACHÉES AUX ANIMATIONS ET AUX ÉQUIPEMENTS**

Le déploiement de la marque s'envisage sur tous les supports de communication valorisant les animations de l'Office de Tourisme : les sorties nature, les visites guidées, Plantes et Saveurs d'automne... ainsi que les équipements gérés par l'Office de Tourisme tels que le Phare de Carteret, le Moulin à eau de Marie Ravenel, le mini-golf de Carteret.

 MARKETING

# AXE 5 : S’AFFIRMER ET EXISTER

*renforcer la notoriété et faire évoluer  
durablement l’image*

- Asseoir la notoriété du Cotentin
- Séduire de nouvelles clientèles
- Fidéliser les clientèles existantes

# LA MARQUE COTENTIN UNIQUE PAR NATURE

Publiée dans le Bulletin officiel de la propriété intellectuelle par les services de l'INPI le 9 août 2019, la marque **Cotentin Unique par Nature** est notre outil de communication transversale pour exprimer le positionnement et l'attractivité du territoire et sa singularité.

Les enquêtes clientèles, d'image, de notoriété et de satisfaction menées auprès de la clientèle touristique ont permis d'établir un diagnostic partagé du territoire.

## LE POSITIONNEMENT PARTAGÉ DU TERRITOIRE :

### Cotentin Unique Par Nature

### Une nature sauvage - une destination unique



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

La construction de notre marque progresse en fonction des nouvelles attentes des clientèles. En 2021, une première évolution a été mise en œuvre pour la faire vivre avec l'univers de la marque : autour de la nature, de l'offre nautique et de la randonnée, les deux filières majeures portées par l'agglomération.

Elle s'appuie sur l'axe 5 de la stratégie de la Communauté d'agglomération du Cotentin, « **S'affirmer et exister** » : renforcer la notoriété et faire évoluer durablement l'image.

**CIBLES** ■ Habitants et touristes

**OBJECTIFS DE CES PREMIÈRES ANNÉES**

- Assoir la notoriété de la destination
- Faire connaître au niveau local notre marque, l'appropriation par les partenaires

L'appropriation de cet outil identitaire se développe à partir de différents **supports et d'actions de communication interne et externe** : éditions, site Internet, réseaux sociaux, PLV, photothèque, vidéothèque, outils internes, outils d'accueil, presse...

# SERVICE COMMUNICATION ET ÉDITIONS

## OBJECTIFS

**Venir en renfort des autres services de l'Office de Tourisme pour :**

- Faire connaître la marque sur de l'édition, divers supports...
- Faire adhérer la marque aux partenaires, aux élus et aux locaux
- Promouvoir la destination



## ■ GOODIES - LES PETITS CADEAUX

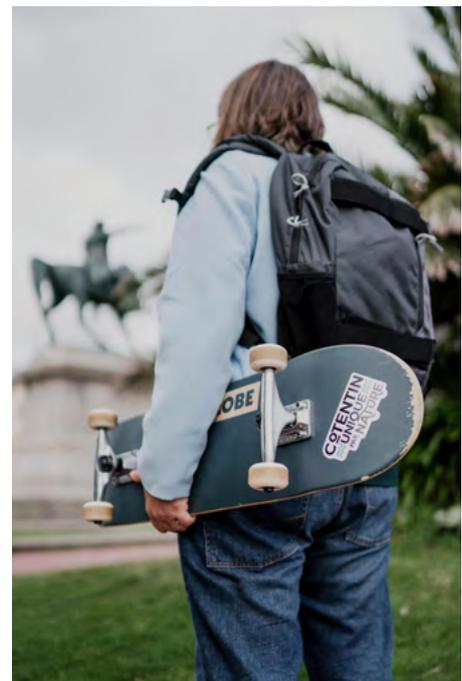
### CIBLES

- Partenaires
- Elus
- Habitants
- Touristes

*Véhiculer la marque et son appropriation passent par la création et la diffusion d'un ensemble de petits cadeaux*

**STICKER COTENTIN UNIQUE PAR NATURE** (Action débutée en 2019)

- **Juillet** : distribution dans toutes les boîtes à lettres de l'agglomération du Cotentin via le magazine de l'agglomération - 100 000 ex
- **Août** : envoi auprès des influenceurs et prescripteurs du Cotentin
- **Été** : diffusion à la Rolex Fastnet Race et à la semaine fédérale de cyclotourisme de Valognes
- **Septembre** - réédition 20 000 ex
- **Novembre** :
  - Création d'un sticker plus petit de 2,5 cm de hauteur.
  - Crayons - 2500 ex
  - Totebag (débuté en 2019) nouvelle collection avec l'univers de la marque, arrivée en janvier 2022
  - Tour de cou pour le personnel de l'OT et les événements de l'OT - 500 ex
  - Mug - tasse café pour le personnel et les événements de l'OT (CA, Comité stratégique) - 200 ex (janvier 22)
  - Sacs papier : 3 000 ex
- Blocs notes pour les partenaires et les clients de la boutique
- **NOUVEAUTÉ** :
  - Petit format « [bonjour.encotentin.fr](http://bonjour.encotentin.fr) » : utilisation en accueil pour message aux visiteurs
- Collections de 4 modèles de cartes postales, qui seront renouvelées chaque année selon des thématiques - 2 000 ex



## ■ LES OUTILS DE COMMUNICATION INSTITUTIONNELS

Le service crée ou met en forme un ensemble de supports dédiés à l'information institutionnelle, l'observatoire (bilan de saison, chiffres clés) partenariale (guide du partenaire, sticker), cartes de visite, vadémécum...



- ➔ **Les chiffres clés** : 500 ex
- ➔ **Le vadémécum du camping-car** : 500 ex
- ➔ **La chemise pochette** : 1000 ex
- ➔ **Les stickers partenaires** : 500 ex
- ➔ **Un ensemble de cartes de visite** en fonction des besoins des équipes

## ■ LES RELATIONS PRESSE

le service réalise crée ou met en forme **un ensemble de supports** dédiés à l'information institutionnelle, l'observatoire (bilan de saison, chiffres clés) partenariale (guide du partenaire, sticker), cartes de visite, vadémécum...

*Les actions presse destinées aux médias français spécialisés dans le tourisme, le voyage, la gastronomie, l'art de vivre sont une des clés de la promotion.*

Elles résultent d'une collaboration avec l'**agence de presse aiRPur** et pour certains accueils avec l'agence d'attractivité Attitude Manche ou le Comité Régional au Tourisme (CRT) de Normandie (principalement pour l'accueil de journalistes étrangers).

### OBJECTIFS

- Asseoir la notoriété du Cotentin
- Conquérir de nouvelles clientèles

### ACTIONS 2021



- ➔ **1 éducteur de l'agence aiRPur** pour une découverte optimale de la destination et la valoriser auprès des publics
- ➔ **1 dossier de presse générique 2021** : 870 contacts - 22 articles générés
- ➔ **1 dossier de presse été** - 12 articles générés
- ➔ **1 communiqué de presse : les grandes marées** - 11 articles générés
- ➔ **1 voyage de presse** : pour faire vivre in situ l'expérience COTENTIN - 5 journalistes accueillis : Biba, L'Alsace (3 pages), Pleine Vie (3 pages), La Voix du Nord (3 pages), Côté Santé
- ➔ **1 blogtrip** : 3 influenceuses accueillies (le service presse fait le choix d'inviter des influenceurs non rémunérés : Mademoiselle Bon Plan, Copines de bons plans, Poulette Nana)
- ➔ **11 accueils individuels et 4 influenceurs** pour des demandes sur-mesure

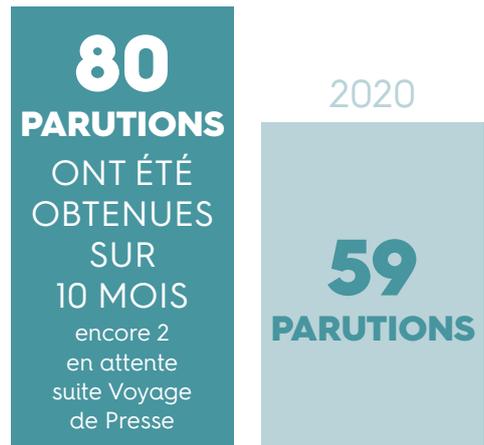


**La campagne « RP » orchestrée par l'agence aiRPur pour l'Office de Tourisme du Cotentin en 2021, en quelques chiffres :**

■ **Quelques exemples de parutions en 2021 :**

3 pages dans Le Parisien week-end, 10 pages dans le Figaro Magazine, 3 pages dans L'Obs, Le Monde, France Dimanche, 2 pages dans Femme Actuelle ; télévision : TF1, BFM, C8, Europe 1...

**POUR UN TOTAL DE 2 468 000 € D'ÉQUIVALENCE**  
 contre 2 021 000 € en 2020  
 équivalence publicitaire calculée avec Data Presse



■ **LE BUREAU DES TOURNAGES**

*L'Office de Tourisme ambitionne de soutenir la coordination de l'accueil de tournages de films et de reportages produits dans le Cotentin. L'objectif est d'utiliser le septième art comme outil de notoriété et de fierté vis-à-vis de ses habitants.*

Ainsi, en partenariat avec la Communauté d'agglomération du Cotentin et Normandie Images, l'Office de Tourisme crée un seul bureau pour coordonner la venue des équipes de productions de films que ce soit du court ou long métrage, des documentaires, des clip-vidéos... sur le Cotentin et ainsi faciliter la venue des équipes. 2021 était l'année du lancement de l'opération.



# E.TOURISME ET MÉDIAS

L'Office de Tourisme a, entre autres, pour objectif de construire le Cotentin comme **une destination nature normande et de devenir une destination européenne**. C'est dans ce sens que le service e.tourisme et médias a mené ses actions, avec toujours dans l'esprit le déploiement de la marque Cotentin Unique par Nature

## ■ LA MÉDIATHÈQUE

*L'univers iconographique est essentiel dans le déploiement de la marque. Il doit être en cohérence avec le positionnement, affirmer le caractère unique, naturel.*

- ➔ Pour illustrer nos différentes éditions et supports, des reportages photos ont été commandés auprès de photographes professionnels.
- ➔ L'Office de Tourisme a déployé un nouvel outil de roadtrip sur son site grâce auquel les internautes parcourent le cotentin avec un outil ludique.
- ➔ 6 pastilles vidéo, réalisées par Pastille prod, ont été diffusées et largement partagées sur les réseaux sociaux, 2 de ces vidéos ont également été sélectionnées pour des festivals de court métrage, et l'une d'elle a remporté le prix de la communication audiovisuelle aux trophées de la communication du club presse de Normandie. Elles ont été vues par plus de 380 000 utilisateurs sur Facebook et généré presque 12 000 interactions.

## ■ LA STRATÉGIE DIGITALE

### 🌐 SITE INTERNET

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

Le site répond à **une promesse de séjour unique**, ainsi la valorisation de l'offre passe aussi bien par la qualité des images et vidéos que par les contenus qu'il propose. La diversité de l'offre qu'il présente, émane de la base de données régionale et départementale qui alimente le site avec une mise en avant des partenaires de l'Office de Tourisme.

- En 2021, l'Office de Tourisme a poursuivi sa stratégie de promotion de la destination avec la création de nouveaux contenus et le déploiement de nouveaux outils permettant de toucher de nouvelles cibles ou de fidéliser son audience. Il a surtout développé la mise en marché de l'offre. Il facilite la possibilité à l'internaute de réserver des expériences directement en ligne, que ce soit auprès d'hébergeurs mais aussi pour des prestations sèches.

### LA FRÉQUENTATION DU SITE EN 2021

#### Nombre de sessions

<b>2021</b>	878 469
2020	754 032

**+ 16,5 %**

#### Nombre d'utilisateurs

<b>2021</b>	504 036
2020	447 998

**+ 12,51 %**

#### Nombre de pages vues

<b>2021</b>	2 677 883
2020	2 311 603

**+ 15,85 %**

**Le top 3 des pages les plus vues :**

- LE LIVE**  
ET LES WEBCAMS  
**364 441**
- CHERBOURG**  
**46 405**
- MEUBLÉS DE TOURISME**  
**41 501**



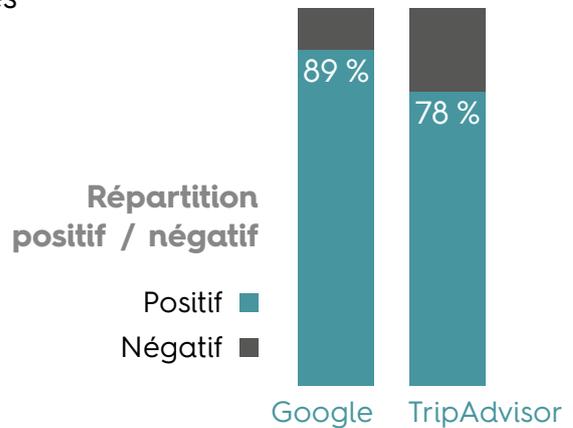
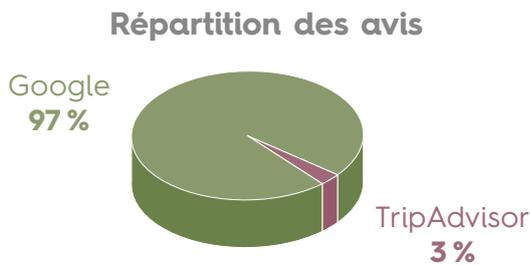
■ L'Office de Tourisme a développé un nouvel outil « **Nestor en Cotentin** ». Cette web application permet aux mobinautes de connaître en temps réel depuis leur smartphone, l'ensemble de l'offre touristique disponible autour d'eux et répondant à leurs attentes.

■ Mis en ligne fin août 2021, **Bonjour en Cotentin** a touché **2 313 utilisateurs | 8 547 pages vues | sur 5 mois**  
**bonjour.encotentin.fr**

■ Le service e.tourisme a également continué à travailler sur la stratégie numérique avec l'accompagnement de l'agence Red Point en Assistance à Maîtrise d'Ouvrage (AMO) pour **la stratégie de référencement du site Internet**.

 **E.RÉPUTATION**

Afin de maîtriser l'image de l'Office de Tourisme sur le web, le service e.tourisme effectue une veille sur les commentaires (Google et Tripadvisor) et apporte des réponses personnalisées aux internautes.



**4,4/5** sur 323 avis

**RÉSEAUX SOCIAUX**

*Le Cotentin a une diversité naturelle, culturelle et historique. C'est une destination créatrice de moments uniques grâce à la diversité de son territoire.*

Afin de développer l'image de marque et d'entretenir la notoriété et la réputation numérique de la destination, l'Office de Tourisme interagit sur les réseaux sociaux et crée du lien avec la communauté autour d'un hashtag répondant à la marque : **#CotentinUnique**

	Nombre d'abonnés	Réactions	Nombre de publications
Facebook	<b>27 608</b>	<b>62 319</b>	<b>115</b>
Instagram*	<b>3 095</b>	<b>46 633</b>	<b>77</b>
Twitter	<b>3 200</b>	<b>3 332</b>	<b>283</b>
Linkedin	<b>2 258</b>	<b>3 963</b>	<b>85</b>

\* Le compte Instagram a été piraté en août 2021, un nouveau compte a dû être créé et repartir à 0.

**CAMPAGNES SPONSORISÉES**



■ Afin de développer la notoriété de la destination en augmentant les performances des posts, l'Office de Tourisme :

- A sponsorisé 29 posts sur Facebook et Instagram
- **326 324** personnes atteintes (couverture)
- **450 872** impressions
- **87 510** interactions



■ **Une campagne estivale** (du 14 au 23 juillet) a également été mise en place afin de générer des clics vers les pages billetteries du site (visites guidées / sorties nature / Géoparc)

- **35 872** personnes atteintes (couverture)
- **131 725** impressions
- **1 566** vues de pages de destination



■ **Une campagne Box Cotentin de Noël** à destination des habitants de la région parisienne, de Normandie et du Cotentin a été menée du 1<sup>er</sup> au 19 décembre

- **125 996** personnes atteintes (couverture)
- **366 168** impressions
- **3 631** vues de page de destination

**WEBCAM**

Un plan d'investissement a été engagé sur plusieurs années afin de déployer le parc des webcams sur tout le territoire, **2 nouvelles webcams ont été installées en 2021** :

- **À l'anse du brick à Maupertus-sur-Mer**
- **Au fort du Roule à Cherbourg-en-Cotentin**

# AXE 4 : DÉSAISONNLISER ET DIVERSIFIER



*conquérir les clientèles cibles*

## PROMOTION ET COMMERCIALISATION

### ■ L'ACTIVITÉ RÉCEPTIVE VIS-A-VIS DES CLIENTÈLES TOURISTIQUES (BtoC)

2021 a été une année en dents de scie, **marquée par les incertitudes liées au Covid-19 et aux restrictions sanitaires**. Les séjours initialement programmés en 2020 puis reportés à 2021 ont, pour une partie non négligeable, été à nouveau reportés sur l'année 2022 ou tout simplement annulés.

Plusieurs facteurs expliquent ces réactions :

- Incertitude sur la faisabilité du déplacement, en lien avec les restrictions sanitaires
- Craintes sur les pertes financières en cas d'annulation de dernière minute
- Réticences à voyager en groupe par peur d'un risque accru de contamination

#### LES CHIFFRES DE 2021 :

- 160 nuitées vendues
- CA global : 23 582 €
- Marge Office de Tourisme : 1 705 €



**DÉVELOPPEMENT DE L'OFFRE INDIVIDUELLE RÉSERVABLE EN LIGNE**

L'émergence du Covid-19 a agît comme un accélérateur de tendances et pousse l'Office de Tourisme, depuis 2020, à repenser l'offre individuelle et à **développer une gamme de produits expérientiels** reservables en ligne.

**Ce nouvel axe de développement s'articule autour des actions suivantes :**

- **Référencement de l'offre expérientielle** et reservable en ligne via les outils Open System (hébergements et activités) et **sensibilisation des prestataires ne disposant pas encore de ces outils.**
- **Composition d'une offre répondant aux tendances du marché**, en lien avec les cibles identifiées (duos, familles, tribus et groupes d'amis), sous **la forme de packages dynamiques** (hébergement + activités optionnelles) ou de **prestations sèches** :
  - ➔ 26 activités expérientielles et 11 séjours ont été référencés sur la page « **Vivez des Expériences** ».
- Mise en marché de l'offre en repensant **le parcours client**, afin d'augmenter le niveau du panier moyen et de générer davantage de retombées économiques sur le territoire.
  - ➔ **Un travail visant à solutionner l'ensemble des contraintes techniques** est mené avec les agences « Iris Interactive » (en charge du développement du site encotentin.fr) et « Alliance Réseaux ». A l'issue de l'année 2021, ces contraintes n'ayant pas toutes été levées, la livraison d'un outil opérationnel pour commercialiser les séjours a été repoussée au premier trimestre 2022.
- **Promotion de l'offre digitale** auprès du public cible.
  - ➔ A l'issue d'une consultation, le service promotion-commercialisation a fait appel aux services de l'agence de communication « Les Conteurs » afin d'organiser une campagne média sponsorisée sur les réseaux sociaux pendant l'été et d'augmenter ainsi la réservation de prestations sèches :
  - ➔ Sur 62 jours de campagne, 1 802,62 € ont été investis sur les réseaux sociaux. Cela a engendré **25 564 €** de mise au panier.

➔ *bilan très positif.*



- L'agence «Les Conteurs» a également travaillé sur un dispositif d'**emailing automatisé**, permettant de valoriser l'offre auprès d'une base de données qualifiée.
- **Réalisation de 3 vidéos et 60 photos promotionnelles** illustrant une partie de l'offre reservable en ligne, réalisées par l'agence « Thibs Prod » et le photographe professionnel Jérôme Houyvet. Ces supports seront diffusés en 2022 dans le cadre de campagnes médias sponsorisées.

## ■ L'ACTIVITÉ RÉCEPTIVE VIS-A-VIS DES PROFESSIONNELS

### CHIFFRE D'AFFAIRES EN COMMERCIALISATION BTOB

A la suite de la première année Covid, l'activité réceptive a repris à partir du mois de juillet.

*Dans la continuité de 2020, le service s'est adapté pour mieux répondre aux nouvelles attentes du marché professionnel.*

26 DEVIS ENVOYÉS ➔ 8 séjours concrétisés en 2021  
➔ 2 pour 2022  
➔ 4 séjours reportés ou annulés pour cause Covid.

**CHIFFRE D'AFFAIRES : 61 280,50€ TTC**

Chiffre d'affaires des demandes de groupe du moulin et du phare de 1 909,50€ TTC.

### ACTIONS DE PROMOTION

Dans le cadre de la promotion du territoire auprès des entreprises, des voyageurs, des groupes, des scolaires, une collection d'éditions a été travaillée en lien avec le service communication pour alimenter les animations des salons et des rendez-vous professionnels sur le territoire. Toutefois, au vu du contexte sanitaire, aucune édition n'est parue, seul le **programme du marché Tourisme et loisirs en Cotentin** et du **salon virtuel du mois** de novembre a été édité.

Par ailleurs, toute forme d'actions de promotion est l'occasion de diffuser **les valeurs de la marque**. Les salons et rendez-vous professionnels, les événements Cotentin, sont autant d'outils de sa mise en exergue.

Ces actions ne doivent pas nuire à l'image que le territoire souhaite véhiculer. Elles doivent être en corrélation avec la partie « **unique par nature** ». La visibilité de la marque ne doit pas être intempestive, envahissante et doit rester discrète.

#### EVÉNEMENTS PROFESSIONNELS

Le service a participé ou organisé plusieurs actions de promotion : en ligne, hybride en présentiel. Ces actions ont permis de constituer une base de données de 180 contacts professionnels qualifiés :

- 11 mars : **TOURISM ONLINE**
- 7 et 8 avril : **Salon TOURMAG/CRT – Je vends la France et l'Outre-mer**
- 18 mai : **Les mardis de la Normandie (CRT/TOURMAG)**
- 16 septembre : **WEBINAIRE MANCHE**
- 30 septembre : **Marché tourisme et loisir en Cotentin au camping le Cormoran**
- 5 - 8 octobre : **Salon IFTM TOP RESA à Paris, sur le stand de la Manche**
- 16 - 18 novembre : **LIVE EN COTENTIN**

## CATALOGUE PRODUITS

■ Un catalogue de 7 nouveaux produits à très forte valeur ajoutée créé pour les cibles tribus et mini-groupes et dévoilés lors du salon IFTM TOP RESA.

Les thématiques retenues : La rencontre, Les énergies de la terre, Le Cotentin au fil des saisons et Les jardins.

■ Un catalogue complémentaire de 4 produits d'auteur en collaboration avec le photographe Arnaud Guérin initié en fin d'année pour commercialisation en 2022 - 2023.

## ÉDUCTOURS

### Organisation de 4 éducteurs professionnels sur le territoire entre janvier et juillet :

- **Walk In** : agence spécialisée randonnée basée à Avignon
- **Exotis** : agence généraliste basée à Lisieux
- **Escapade Sibylline** : agence spécialisée dans les séjours cadeau mystère basée à Anger
- **NATOUR** : tour opérateur allemand spécialisé dans le séjour nature

## LIVE EN COTENTIN 2021 :



### ■ Le salon digital Live en Cotentin s'est déroulé du 16 au 18 novembre 2021 :

- ➔ Présentation de 15 minutes du territoire et de l'agence réceptive de l'Office de Tourisme du Cotentin : **Destination Cotentin**
- ➔ 3 webinaires thématiques en plateau TV de 45 minutes chacun : **Histoire et patrimoines en Cotentin, Nature et jardins en Cotentin, Outdoor en Cotentin**
- ➔ Des rendez-vous de 20 minutes en face à face

- Pour cet événement, **36 personnes** étaient inscrites dont 25 se sont connectées durant les 3 jours.
- Le Live en Cotentin était un Teaser de **Rdv en Cotentin** de 2022. Événement en présentiel qui aura lieu entre le 30 mars au 02 avril 2022.

## SALON COMITÉ SOCIAL ET ÉCONOMIQUE (CSE) ENTREPRISE :

**Pour la première fois, l'Office de Tourisme a organisé, au Camping Le Cormoran à Ravenoville, le jeudi 30 septembre 2021, le premier Marché du Tourisme et des Loisirs en Cotentin à destination des Comités d'Entreprise. Objectifs pour ses représentants :**



- Rencontrer les représentants des sites touristiques et culturels, des musées, découvrir de nouvelles activités de plein-air, profiter d'un marché de producteurs et bien sûr, ses offres exclusives.
- Proposer des animations d'activités de plein-air et nautiques tout au long de la journée.
- ➔ **20 stands partenaires**
- ➔ **100 m² en plein air avec mobil home**
- ➔ **30 comités d'entreprises**

## ACCUEIL PRESSE MEET AND TRAVEL :

- En novembre, accueil de Nathalie Costa, journaliste de Meet et Travel Mag.
  - ➔ **un dossier Normandie** en traitant 5 destinations (Cherbourg, Caen, Deauville, Le Havre-Etretat et Rouen) et a présenté les offres et nouveautés Mice de la région.
  - ➔ visite les hôtels et les lieux évènementiels de Cherbourg adaptés au Mice ainsi que les structures de congrès/exposition dans le Cotentin.

## SALON WORKSHOP PARIS :

- Le 9 décembre, **Workshop Soirée Normandie** au restaurant le Blossom de l'hôtel Sofitel Le Faubourg Saint-Honoré.
- Rencontre de **65 entreprises et administrations**.

 **GRANDS ÉVÉNEMENTS**

## SEMAINE FÉDÉRALE DE CYCLOTOURISME - 25 au 30 juillet 2021

Dans le cadre de **la semaine fédérale de cyclotourisme**, le service a été sollicité pour la mise en place d'excursions en marge de l'événement.

**7 thématiques d'excursions** ont été choisies par le COSFIC, la commission d'organisation de la semaine fédérale internationale de cyclotourisme :

Titre de l'excursion	Dates	Nombre de participants
Pays d'art et d'histoire	Dimanche 25 juillet 2021	15
La Cité de la mer	Dimanche 25 juillet 2021	57
Val de Saire (Barfleur/Tatihou)	Dimanche 25 juillet 2021	77
La Rade de Cherbourg	Lundi 26 et mercredi 28 juillet	94
La Hague	Mardi 27 et mercredi 28 juillet	97
Traversée de la baie du Mont-Saint-Michel	Mardi 27 juillet 2021	84
La Côte des Iles	Vendredi 30 juillet 2021	40
<b>Nombre total de personnes accueillies</b>		<b>464</b>

**Le service a géré l'organisation de ces excursions :**

- **Réalisation des programmes**
- **Pose des options** auprès des prestataires
- **Confirmation des options** avec envoi de bons d'échanges
- **Réalisation de fiches techniques** pour les bénévoles accompagnateurs (une par excursion)
- **Réunion préparatoire** des équipes de bénévoles accompagnateurs
- **Gestion des départs** chaque matin (2 à 3 personnes en fonction du nombre de départs)
- **Suivi de facturation après la manifestation**

## ■ LE MARCHÉ DU TOURISME D'AFFAIRES/MICE

*L'offre proposée se base sur des espaces de réception atypiques dans le Cotentin au cœur de sites emblématiques du territoire. Elle se différencie par des activités « Incentive » inattendues.*

Depuis deux ans, l'activité du MICE dans le Cotentin a connu des difficultés en raison des jauges, des conditions sanitaires et des craintes des entreprises dans l'organisation d'événements internes à leur structure.

Les principaux contrats se sont faits avec l'association Arrivée Fasnet, le Comité Régional du tourisme de Normandie, la Communauté d'agglomération du Cotentin, le Planétarium Ludiver, le Crédit Agricole, Transdev...

## LES CONTRATS 2021 SÉMINAIRES ET CONGRÈS ➔ 56 465,80 €

UNIVERSITÉ DES ENTREPRENEURS NORMANDS (UEN) À DEAUVILLE :

**L'Office de Tourisme a participé aux universités des entreprises normandes pour faire connaître l'offre des séminaires et des congrès du Cotentin.**

■ **Plus de 1 000 dirigeants d'entreprises** normandes étaient présents.

■ **Normandie Meetings & Events** au côté de Normandie Attractivité dans l'espace-business avec le service séminaire et congrès du Cotentin afin de rencontrer des décideurs et de développer le réseau de l'Office de Tourisme.



■ L'UEN 2021 avait pour thème « **Réinventons-nous** », avec la participation de nombreuses personnalités, venues de tous les horizons : Réinventer la gouvernance d'entreprise et la relation au travail, réinventer son business model pour ne pas disparaître, réinventer son mode de vie et ses habitudes de consommation, se réinventer : oui mais comment ?

### ROLEX FASTNET RACE

**Le service MICE a effectué la logistique hôtelière et a porté conseil et aide en amont durant 3 mois au RORC (Royal Ocean Racing Club) :**

### CONTRAT OFFICE DE TOURISME POUR LA LOGISTIQUE HÔTELIÈRE ROLEX FASTNET RACE :

**27 500 € POUR LES CONTRATS RORC ET CONTRATS ASSOCIATION FASTNET**

■ Logistique hôtelière du RORC

- ➔ Hôtel **Chantereyne** : logement de l'équipe anglaise du RORC sur les 15 jours avec les Team direction, organisation, technique, logistique pour la course
- ➔ Hôtel **Mercure** : logement des présidents et partenaires ROLEX FASTNET RACE à partir du 04 août 2021
- ➔ Hôtel **Ambassadeur** : logement des Media Team (médias londoniens)
- ➔ Hôtel **Moderna** : logement des jurys internationaux durant la course

- Logistique hôtelière des compagnies et des troupes animation o
  - **L'Autre Lieu** : logement des 6 compagnies durant l'événement
  - **Appart City** : logement de la compagnie BATEAU PIRATE pour le public famille
- Logistique hôtelière des médias français et anglais :
  - Hôtel **Ambassadeur** : médiation et conseil pour les médias tournage TV anglais pour le logement durant l'événement (11 personnes)
  - Hôtel **Moderna** : hébergement de l'attaché de presse et médias français
  - Hôtel **Moderna** : hébergement de SEA EVENT (prestataire technique sur la FASTNET)
- Aide à la Logistique Hôtelière du speaker et les partenaires
  - Hôtel **Le Louvre** : logement du speaker + aide en lien avec les hôteliers pour le Comité Régional du Tourisme (CRT) et ATTITUDE MANCHE
- Logistique Hôtelière PATROUILLE DE FRANCE avec l'association Fastnet et la ville de Cherbourg-en-Cotentin :
  - Hôtel **Ibis** : logement des pilotes et techniciens
  - Aide à la restauration

**CONTRAT POUR L'ORGANISATION DU RÉCEPTIF  
DONT SOIRÉE DE GALA À LA CITÉ DE LA MER :  
4 452 € POUR L'OFFICE DE TOURISME**

- Organisation de réceptif le mercredi 11 août 2021
- Organisation pour Normandie Attractivité et le Comité Régional du Tourisme (CRT) d'un réceptif avec déjeuner cocktail assis et embarquement rade + accès Village
- Organisation pour l'association FASTNET de la soirée de Gala le mercredi 11 août 2021 au soir à La Cité de la Mer avec le traiteur et La Cité de la Mer
- Présence sur le village lors de l'inauguration pour faire le lien avec le traiteur



**ADHESION AU NORMANDIE MEETINGS EVENTS**

**Véritable enjeu pour la destination, en lien avec le Comité Régional au Tourisme (CRT), l'Agence d'Attractivité Départementale et ATOUT France, l'industrie des rencontres et événements professionnels est un secteur essentiel pour l'économie touristique. En effet, le secteur des rencontres d'affaires constitue un puissant levier de valorisation des productions, des secteurs industriels et services dans le Cotentin.**

Au vu du contexte, le CRT Normandie a décidé d'offrir, comme en 2020, la cotisation financière au pôle promotion Tourisme d'Affaires pour 2021.

**LE MARCHÉ DE LA CROISIÈRE**

*Une année de reprise mondiale !*

Même si en début d'année, la programmation des venues de paquebots, annonçait 38 escales pour un total d'environ 75 000 croisiéristes, il a fallu faire face à la crise sanitaire touchant à nouveau le monde de la croisière. Les escales de bateaux ont successivement varié entre annulations, modifications d'itinéraires et ajouts. Depuis mi-septembre, l'activité croisière a pu reprendre dans le port de Cherbourg-en-Cotentin, et s'est même fortement intensifiée au fil des semaines qui se sont écoulées. L'année 2021 a donc été une année de transition.

Ce regain d'activité s'est expliqué par l'impulsion et la forte attente des compagnies de croisière à reprendre leur activité commerciale. Cela a pu s'effectuer, d'une part, grâce à leur réactivité avec la mise en place de protocoles sanitaires stricts à bord et à terre et, d'autres part, du fait de l'adaptabilité des itinéraires proposés. De plus, et en raison du Brexit et des complications sanitaires rencontrés au Royaume-Uni, de nombreuses compagnies **ont fait le choix de privilégier un port français et de proximité – Cherbourg –** au détriment des ports anglais programmés dans les itinéraires initiaux (Southampton, Londres et Douvres). C'est notamment, le choix pris de la part d'AIDA Cruises, qui a permis de recevoir une escale hebdomadaire effectué par le bateau AIDAPrima. **Une grande première pour le port et la ville de Cherbourg-en-Cotentin !**



**LES CHIFFRES CLÉS DE 2021**

- **20 escales** (dont 11 inaugurales, 1 double, 2 imprévues et 1 overnight)
- **22 509 passagers** (moyenne de 1 125 passagers/navire)
- **5 959 excursionnistes** (soit 26% des passagers)
- **19 embarquants et 5 débarquants**

**LES ACTIONS DE DÉVELOPPEMENT ET DE COMMUNICATION**

Le service croisière a pu, sur la première partie d'année :

- ➔ Poursuivre la mini-série « **Cherbourg Cruise Stories** » et la réalisation des pastilles vidéo, avec le tournage de 5 excursions supplémentaires et l'actualisation du catalogue digital.
- ➔ Assurer une veille constante sur l'évolution des pratiques et tendances grâce notamment aux **conférences, évènements hybrides** et **networking** qui ont été effectués.
- ➔ Mener **des actions presse** auprès des marchés cible de proximité ; notamment auprès de la clientèle britannique avec la venue du journaliste David ATKINSON pour une parution programmée à la mi-avril 2022.

- ➔ Impulser **la réhabilitation d'un Club Croisière** : le travail de fond a été mené afin de mobiliser les acteurs principaux de cette future gouvernance Croisière. Cette structure permettra le développement de la croisière sur le port de Cherbourg-en-Cotentin et le regroupement de l'ensemble des acteurs de ce secteur et de définir un projet de territoire.
- ➔ Continuer à **sensibiliser les acteurs locaux à la croisière** ; travailler la mobilité des jours d'escales avec l'Agglomération et en collaboration avec le prestataire délégataire Cap Cotentin afin de programmer l'expérimentation de navette pour l'année 2022.

## L'ACCUEIL DES ESCALES DE PAQUEBOTS

Au second semestre de l'année, le service croisière s'est consacré à :

- ➔ **Organiser la logistique** des escales et des cérémonies inaugurales.
- ➔ **Ajuster et modifier le protocole sanitaire** du Terminal Croisière en relation avec Cherbourg Port, Ports de Normandie et la Capitainerie.
- ➔ **Réfléchir à l'aménagement du Terminal Croisière** notamment en termes de gestion de flux, parcours client, utilisation des espaces étudiés (salle des bagages, expositions temporaires, ...).

## ACTIONS DE PROMOTION

Pour cette année encore, la grande majorité des actions de promotion prévues en présentiel ont été annulées et reportées en 2022 :



- **Seatrade Cruise Global** à Miami,
- **Seatrade Med** à Malaga,
- **Cruise Europe Conférence** à Edimbourg,
- **Eductours** à destination des Tours Opérateurs et Compagnies de croisière,
- **Démarchages** au Royaume-Uni et aux Etats-Unis.

Néanmoins, certains événements ont pu être suivis et adaptés, ce fut le cas pour :

- **Seatrade Cruise Virtual** - les 12 et 13 avril 2021
- **International Cruise Summit** - Les 17 et 18 novembre 2021

Cette période a également été propice à de **nombreux échanges avec les membres de nos réseaux professionnels** que sont les Ports Normands (Le Havre, Rouen, Honfleur et Caen-Ouistreham), les French Atlantic Ports (FAP), Cruise Europe et Atout France, permettant de mettre en place des projets et actions de promotion pour l'année à venir.

## PARTENARIATS ET RELATIONS SOCIO-PROFESSIONNELLES

Avec le service partenariat, l'Office de Tourisme du Cotentin dispose d'un **service dédié aux professionnels du tourisme** pour une relation privilégiée, les accueillir, être à leur écoute, leur répondre sous 3 jours ouvrés et leur porter assistance le cas échéant.

Le service crée, met à jour les dossiers individuels des prestataires touristiques et effectue des visites personnalisées nécessaires à la bonne connaissance des offres du territoire. **Le service permet de valoriser leurs activités touristiques** via différentes offres commerciales en 2021 :

- **Deux packs** (Web à 59 € HT & Privilège à 119 € HT) proposés aux prestataires touristiques pour offrir une remontée prioritaire sur le site internet [www.encotentin.fr](http://www.encotentin.fr) et des bouquets de services adaptés.



- **Des encarts publicitaires** qui permettent une valorisation optimale dans les différents supports de communication de l'Office de Tourisme :
  - ➔ Le Guide touristique Cotentin
  - ➔ Les Plans touristiques du Cotentin (Cherbourg-en-Cotentin, La Hague, Val de Saire, Côte des Isles)
  - ➔ Les Essentiels de Cherbourg-en-Cotentin et du Clos du Cotentin

### ■ L'ÉVOLUTION DES VENTES 2020/2021

En 2021,

- Augmentation du nombre de partenariats mais diminution du chiffre d'affaires (achats moins importants).
- Moins d'espaces publicitaires proposés à la vente (la quantité disponible varie en fonction du nombre d'éditions parues et d'événements imprévisibles).



- Encarts publicitaires
- Packs Partenaires

## ■ LE PROGICIEL TOURINSOFT

Le département de la Manche souhaitant déléguer **la gestion de la base de données départementale et régionale Tourinsoft**, l'Office de Tourisme s'est positionné pour en assurer l'administration à l'échelle du Cotentin. Cette base recense environ **3 000 offres touristiques sur le Cotentin** ce qui est loin de correspondre à la réalité. Il reste donc un travail important de sensibilisation à mener auprès des prestataires pour collecter et intégrer leurs données touristiques.

### QUELS AVANTAGES POUR LES SOCIOPROFESSIONNELS ET L'OFFICE DE TOURISME ?

- Les prestataires touristiques ont désormais **un seul interlocuteur** : l'Office de Tourisme du Cotentin,
- La gestion directe des informations et la **mise à jour des offres en temps réel**,
- L'**amélioration des contenus** permettant d'augmenter la vente de séjours et/ou de prestations,
- L'intégration de nouvelles photos, des modifications possibles tout au long de l'année,
- La mise à disposition d'outils numériques dont notamment **le module de gestion des disponibilités des hébergements** à la nuitée ou à la semaine
  - ➔ Par exemple, la page « **www.encotentin.fr/disponible-ce-soir** » est arrivée en 3<sup>e</sup> place des pages les plus vues sur le site en septembre ;
  - ➔ Elle était à la 16<sup>e</sup> place en août et à la 559<sup>e</sup> place, en juillet
- L'**intégration des liens ICAL** pour faciliter la synchronisation des différents plannings des hébergeurs,
- Pour l'Office de Tourisme, une **parfaite connaissance des structures touristiques** et des offres associées,
- La possibilité de sensibiliser tous les prestataires du Cotentin à devenir Partenaires lors de la mise à jour annuelle (augmentation du nombre de partenaires in fine).

### LA LABELLISATION « ACCUEIL VÉLO »

Le département de la Manche souhaitant également se dessaisir de cette mission, l'Office de Tourisme du Cotentin a souhaité reprendre **les visites d'évaluation du label « Accueil Vélo »**.



- L'objectif est de sensibiliser les prestataires touristiques situés à moins de 5 km de l'itinéraire de la **Véлом maritime** à entrer dans cette démarche et de permettre au territoire, de bénéficier ainsi, d'un véritable réseau alliant la qualité de l'offre proposée aux cyclistes, le développement des services et la découverte des produits locaux.
- Les recettes liées aux visites de labellisation (200 € / visite) bénéficient à l'Office de Tourisme du Cotentin.

## ■ L'ANIMATION DU RÉSEAU DES PARTENAIRES

### ■ Éducteur annuel organisé pour les partenaires

En raison des restrictions sanitaires, aucune sortie n'a pu se concrétiser.

### ■ La bourse d'échange de la documentation

éditée par l'Office de Tourisme du Cotentin, prévue en mars à l'Aéroport de Cherbourg-Manche, a malheureusement été annulée, faute d'autorisation de la Préfecture.

### ■ Distribution de la documentation touristique aux partenaires :

- ➔ Retrait sur rendez-vous dans les B.I.T. fin mars,
- ➔ Deux tournées de réapprovisionnement (1 journée par territoire géo touristique) en mai et juillet (2 points de rendez-vous différents sur chaque secteur),
- ➔ Une tournée spécifique pour les campings (fin juin)



## ■ LES OPÉRATIONS DE REBOND INITIÉES PAR LA COMMUNAUTÉ D'AGGLOMÉRATION DU COTENTIN

### ■ Les chèques aux soignants, du 1<sup>er</sup> juin au 31 décembre 2021 :

➔ 2 500 chèques (utilisables exclusivement sur de la vente à emporter ou dans les restaurants partenaires de l'OT), d'une valeur faciale de 10 € ont été distribués aux étudiants de l'Institut de Formation en Soins Infirmiers (IFSI) et aux internes en médecine.

➔ 2 149 chèques ont été utilisés et remboursés aux partenaires.



### ■ Les Box « Le Cotentin au pied du sapin », du 25 novembre au 07 janvier 2022 :

➔ Cette opération n'a pas rencontré le succès de l'année passée (91 box ont été vendues en 5 semaines).

➔ Pour rappel, en 2020 :

Les frais étaient pris en charge par l'Office de Tourisme du Cotentin. Un budget important avait été affecté aux actions de communication.

	2020	2021
Chiffre d'affaires	33 989,90 €	3 493 €
Communication et actions numériques	32 000 €	1 105 €
Frais de port	9 419,63 €	supportés par les clients
	122 % de dépenses/C.A.	31 % de dépenses/C.A.

\* Coût estimé hors temps de travail des équipes (échanges avec les intégrateurs, rédaction des conventions, mise en ligne des box, gestion du logiciel de vente en ligne, traitement des commandes et des factures, bilan de l'opération, ...)

- Enfin, l'Office de Tourisme du Cotentin a également mis en place le « **Marins** » dans le cadre de l'arrivée de la Fastnet Race à Cherbourg. Une convention a été signée avec l'association.

### ■ LA 3<sup>e</sup> ÉDITION DES « RENCONTRES DU TOURISME DE LA DESTINATION COTENTIN »

120 professionnels du tourisme se sont réunis à la Cité de la Mer le 19 novembre 2021 et ont assisté aux tables rondes animées par des intervenants de qualité, à la présentation du Géoparc et du schéma de la randonnée. Les ateliers de l'après-midi ont permis aux élus et aux professionnels d'échanger sur des préoccupations communes :

- Le nautisme
- L'accueil des camping-cars
- Les problématiques des professionnels de l'économie touristique :
  - Le recrutement,
  - La formation pour les personnels et dirigeants des entreprises touristiques,
  - Le logement des saisonniers.



INGÉNIERIE ET DÉVELOPPEMENT

# AXE 1: RÉVÉLER ET ENRICHIR

*apporter du contenu à l'offre*

- ➔ Structuration des filières
- ➔ Labellisation
- ➔ Observatoire

# QUALITÉ ET SÉCURITÉ

## ■ LA DÉMARCHE QUALITÉ

La marque **Qualité Tourisme** est un outil pour l'amélioration de la qualité de l'accueil et des prestations touristiques en France, développé par l'Etat (via la Direction Générale des Entreprises) dans le cadre d'un plan national. Elle permet aux hôtels, campings, offices de tourisme... d'améliorer leurs services et d'en sécuriser la gestion, notamment à travers des référentiels dédiés à chaque activité. L'écoute et la satisfaction des clients sont au cœur du dispositif.

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

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

Une Responsable Qualité coordonne la démarche qualité et travaille avec **une équipe de référents Qualité** pour chacun des services de l'Office de Tourisme :

- En mars 2021, des visites des Bureaux d'Information Touristique ont eu lieu et avaient pour objectif de vérifier **l'application des procédures fondamentales de l'accueil** et la compréhension de la démarche d'amélioration continue par tous.
- Ces visites ont été complétées en décembre par **des visites conseils qualité** sous format « audit », où les critères relatifs à l'accueil du public ont été passés en revue.
- Le premier groupe de travail qualité (Groupe Qualité de Destination) composé d'élus, de socioprofessionnels et du comité de direction de l'Office de Tourisme, a eu lieu le 17 juin dernier. L'objectif de ce groupe de travail étant d'être dans **l'amélioration continue** au sein de la structure et sur le territoire du Cotentin. Ce groupe apporte des pistes de réflexion sur les indicateurs qualité, les forces et les points à travailler, ainsi que sur les opportunités et les menaces du territoire.

## ■ LE BILAN QUALITÉ 2021

Cette année, l'équipe a enregistré les réclamations et les remarques des visiteurs :

**49** **réclamations** ont été traitées  
par nos Bureaux d'Information Touristique

**640** **remarques** ont été enregistrées,  
sur des sujets très divers.

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

## ■ LA SÉCURITÉ

Le **Document Unique d'Évaluation des Risques Professionnels** (DUERP), répertorie et évalue les risques liés aux différents postes de travail. Ce document est à disposition du personnel et des nouveaux entrants.

- En octobre, des visites ont été effectuées, avec la conseillère en prévention de la médecine du travail, sur la mise en place d'espaces repas, au sein des différents bureaux. Ces rencontres ont permis de bénéficier de **conseils sur l'ergonomie des postes de travail**.
- En novembre, un état des lieux des différents locaux de l'Office de Tourisme a été effectué en interne, afin de faire le point sur la sécurité incendie de nos ERP (Établissement recevant du public).

## L'OBSERVATOIRE

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

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

Le service Ingénierie et Développement dispose de la méthode **Flux Vision Tourisme** d'Attitude Manche, c'est une **méthode innovante, récente et évolutive qui permet d'obtenir des données d'une grande richesse**. Cette méthode fait l'objet de travaux permanent d'optimisation.

## ■ LES CHIFFRES-CLÉS DU TOURISME

Ils ont été réalisés pour la 4<sup>e</sup> année, sur les chiffres de 2019, avec un tirage à 500 exemplaires. Ils présentent un panorama de l'activité économique et de l'offre touristique du Cotentin.

**DÉCOUVREZ L'ENSEMBLE DES  
RAPPORTS D'ACTIVITÉ  
ET LES ÉLÉMENTS DE L'OBSERVATOIRE  
DE L'OFFICE DE TOURISME  
SUR L'ESPACE PRO DU SITE INTERNET**

**[WWW.ENCOTENTIN.FR/PROS/OBSERVATOIRE-TOURISME](http://WWW.ENCOTENTIN.FR/PROS/OBSERVATOIRE-TOURISME)**

# FILIÈRE ITINÉRANCE ET RANDONNÉE

Les sports de pleine-nature, dont la randonnée pédestre et les pratiques vélo (VTT, cyclotourisme, VTC, Gravel) connaissent un fort développement depuis quelques années, et notamment depuis la crise sanitaire, dans le Cotentin. Le territoire est en phase de restructuration autour d'une stratégie globale de développement de la randonnée, une des filières retenues en 2019 comme structurantes de la stratégie de développement touristique du Cotentin.

## ■ ASSISTANCE À MAÎTRISE D'OUVRAGE

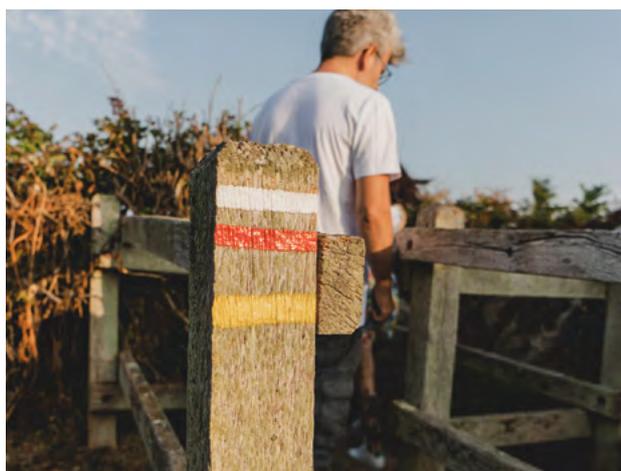
Depuis le 1<sup>er</sup> janvier 2019, la Communauté d'agglomération du Cotentin est **compétente pour l'aménagement, le balisage et l'entretien des tronçons pédestres** des itinéraires de randonnée pédestre :

- **Labellisés par la FFRandonnée** : GR®223, GR® de Pays Tour de la Hague et Tour du Val de Saire, circuits Promenade et Randonnée (PR)
- **Nationaux ou d'autres associations nationales ou régionales** : Sentier Littoral, Chemins du Mont-Saint Michel, Boucles Locales labellisées par le Conseil Départemental
- **636 km**, dont 207 km de GR®223, sont concernés.

Pour assurer la continuité du cheminement, la Communauté d'agglomération du Cotentin a deux marchés avec des entreprises d'insertion, pour l'entretien (élagage et débroussaillage) depuis 2020, et pour les aménagements depuis l'été 2021. L'Office de Tourisme accompagne la Communauté d'agglomération du Cotentin dans le cadre de ces marchés.



## ENTRETIEN DES SENTIERS PÉDESTRES DE COMPÉTENCE COMMUNAUTAIRE



Les prestataires mandatés par la Communauté d'agglomération du Cotentin ont effectué deux périodes d'intervention en fin de printemps et en fin d'été. Dans l'ensemble, les entretiens se sont révélés satisfaisants en 2021. Cependant, quelques secteurs dont La Hague ou Maupertus-sur-Mer ont été difficilement praticables à certaines périodes. Les raisons sont multiples, avec une météorologie particulièrement propice à la pousse rapide de la végétation (chaleur et pluie), les conséquences d'un passage unique l'année précédente (crise sanitaire), et la nouveauté du marché.

*Un budget de 167 000 € TTC a été mobilisé sur l'année 2021 pour l'entretien par la CA du Cotentin.*

L'expérience des deux années et la réalisation d'un plan de gestion vont permettre de continuer à assurer l'entretien de manière qualitative sur l'ensemble du linéaire.

**PLAN DE GESTION DES ITINÉRAIRES**

L'accueil d'un stage de Master 2 au sein de l'Office de Tourisme a permis d'avancer sur un **Plan de gestion des itinéraires de randonnée pédestre** de compétence communautaire. L'objectif est d'avoir une information à l'échelle du tronçon sur le type d'entretien adapté et sa fréquence.

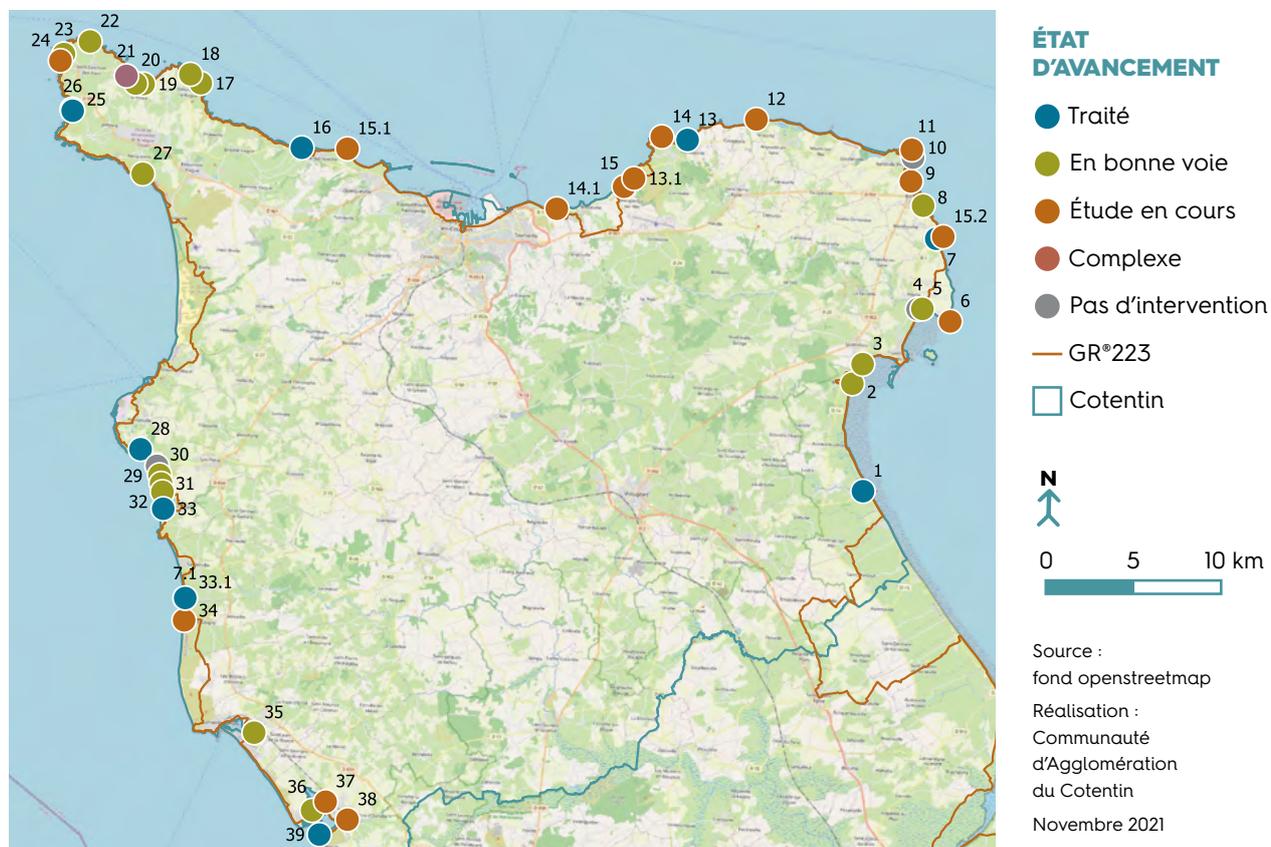
**Des rendez-vous ont été faits avec les 79 communes** concernées par des itinéraires de randonnée communautaire pour compléter les documents et données nécessaires. Les partenaires clés concernés par la filière randonnée et par l'entretien (Conservatoire du littoral, SyMEL, services de l'Etat, pôles de proximité, prestataires, etc.) ont été sollicités pour permettre des interventions cohérentes et adaptées aux besoins et à la biodiversité.

**TRAVAUX ET AMÉNAGEMENTS DES SENTIERS PÉDESTRES DE COMPÉTENCE COMMUNAUTAIRE POUR LA CONTINUITÉ DU CHEMINEMENT**

Dans sa démarche visant à permettre la continuité du cheminement, la Communauté d'agglomération du Cotentin est amenée à réaliser, sur les tronçons pédestres qui le nécessitent, **des aménagements et travaux** (ouvrages de franchissement, clôtures, etc.). Il peut s'agir de tronçons littoraux ou à l'intérieur des terres, pour donner suite à l'érosion, la fréquentation, ou encore la multiplicité des pratiques.

Le cheminement littoral compte **51 points noirs**. Le département de la Manche participe au financement de la résolution de ces points à travers des subventions. Par ailleurs, un dispositif France relance, « France vue sur mer » a été créé et comporte un volet sur le Sentier littoral, qui rend éligible plusieurs projets à des financements.

**POINTS NOIRS AU CHEMINEMENT LITTORAL DE LA COMMUNAUTÉ D'AGGLOMÉRATION DE COTENTIN**



■ 11 TRAITÉS ■ 19 EN BONNE VOIE DE RÉOLUTION ■ 17 AVEC UNE ÉTUDE EN COURS  
 ■ 3 SANS INTERVENTION POSSIBLE ■ 1 COMPLEXE

Des nouvelles problématiques apparaissent régulièrement, grâce à

## *Durant l'année, les prestataires de la Communauté d'agglomération du Cotentin ont pu réaliser plusieurs aménagements. À titre d'exemples :*

- Une passerelle à Urville-Nacqueville sur le Caudar a été mise en place en mars pour 7 835 € HT, par Ecoréca. Le dispositif FEADER et le Département ont accompagné la Communauté d'agglomération du Cotentin dans le financement.
- Au printemps, le GR®223 a été dévié à Vauville, et des clôtures ont été réparées, pour éviter un secteur en érosion.
- Une passerelle a été refaite sur la Sinope à Lestre en juillet, pour 12 890 € HT par Espace Basse-Normandie. Le dispositif LEADER a accompagné la Communauté d'agglomération du Cotentin dans le financement. Un point presse a été organisé à l'occasion de l'inauguration de l'aménagement.
- En décembre, la chicane du calvaire des dunes, à Biville, détruite par dégradation a été réparée.
- Des études pour des résolutions en 2022 ont été menées à Port-Bail-sur-Mer, Quettehou, ou encore Réville.



**Pour résoudre ces points noirs, et selon les cas, de nombreux partenaires sont parties prenantes :**

- **Les propriétaires** concernés par une servitude de passage piéton sur le littoral (SPPL),
- **Les services de l'Etat en charge du Sentier littoral** (une convention est passée entre la DDTM (Direction Départementale des Territoires et de la Mer) et la Communauté d'agglomération du Cotentin),
- **Le Conservatoire du littoral** et son gestionnaire le SyMEL,
- **Attitude Manche,**
- **La commune,**
- **L'agence technique départementale des routes,**
- **La Fédération Française de Randonnée,**
- **Les prestataires,** etc.

La coordination et les délais administratifs imposent des délais de résolution pouvant être longs mais permettent une acceptation générale du projet et une prise en compte d'un maximum d'enjeux.

**TOPOGUIDES DE RANDONNÉE PÉDESTRE**



- Les services Communication et éditions et la filière randonnée ont travaillé à la **réédition en 1000 exemplaires des topoguides de randonnée pédestre** avec une nouvelle charte graphique pour homogénéiser les publications.
- **Des sélections de circuits** ont été faites, en collaboration avec les communes et des associations de randonneurs, pour une offre plus homogène et qualitative sur le territoire du Cotentin.

- Les communes ont également été sensibilisées à l'importance d'assurer **l'entretien et le balisage des circuits** dont elles restent compétentes.
- La randonnée pédestre est mise en valeur dans **une collection de topoguides et de fiches individuelles** pour la boutique de l'Office de Tourisme. Elle couvre cinq territoires.
  - Val de Saire sud : De Barfleur aux plages du D-Day
  - Val de Saire nord : De Bretteville à Gatteville-le-Phare
  - Les sentiers de la Côte des Isles
  - Les sentiers de la Hague, Les Pieux et ajout de 9 circuits Douve-Divette.
  - Le topoguide des Clos du Cotentin, intégrant les territoires de Cœur-Cotentin et de la Vallée de l'Ouve, sera édité en 2022. Ce dernier aura nécessité un travail important de sélection et de repérage en 2021.
- En parallèle, **une carte de randonnée pédestre** cible les randonneurs pour valoriser les grands itinéraires structurants. C'est également un document d'appel pour promouvoir l'offre de randonnée dans les salons. 40 000 exemplaires.



Au total, 80 circuits pour près de 900 km de sentiers de randonnée pédestre sont recensés dans les topoguides édités par l'Office de Tourisme du Cotentin. La superficie du Cotentin et le nombre de communes expliquent ce volume important qui sera amené à évoluer dans les prochaines années dans le cadre du Schéma de développement de la randonnée.

**PLATES-FORMES NUMÉRIQUES DES CIRCUITS DE RANDONNÉE****Les circuits de randonnée pédestre et vélo sont visibles gratuitement :**

- ➔ [www.encotentin.fr](http://www.encotentin.fr)
- ➔ [www.rando-cotentin.fr](http://www.rando-cotentin.fr)
- ➔ Sur la plate-forme Cirkwi

Ces outils permettent de suivre le circuit grâce à la géolocalisation de son smartphone, de télécharger le fichier GPX ou d'imprimer le fichier PDF et ainsi randonner sans connexion internet. C'est une solution complémentaire aux topoguides avec moins d'informations.

Les statistiques de consultation Cirkwi de l'année 2021 montrent **une très forte augmentation des consultations et téléchargements** par rapport à l'année 2020, avec des chiffres qui ont doublé pour certaines catégories. Cela est un bon indicateur du développement de la randonnée et de la place de l'Office de Tourisme du Cotentin pour promouvoir ces pratiques.

Circuit publiés sur encotentin.fr et sur la plate-forme Cirkwi	Classement en consultations			Consultations			Téléchargement du fichier GPX			Impression PDF du circuit		
	2020	2021	Evolution de 2020 à 2021	2020	2021	Evolution de 2020 à 2021	2020	2021	Evolution de 2020 à 2021	2020	2021	Evolution de 2020 à 2021
La Vallée des Moulins	1	1	-	2 510	4 128	1 618	330	342	12	302	809	507
Le Cap de la Hague	2	2	-	1 956	3 174	1 218	281	290	9	494	1 063	569
Circuit La pointe du Brick	3	3	-	1 449	2 986	1 537	200	243	43	180	555	375
Circuit Le Cap Lévi	6	4	2	1 256	2 245	989	159	221	62	229	550	321
Entre mare et dunes	5	5	-	1 334	1 942	608	163	172	9	260	530	270
Sentier du contrebandier	4	6	2	1 436	1 941	505	132	149	17	186	441	255
La vallée du Trottebec	10	7	3	818	1 513	695	99	107	8	121	302	181
Circuit Les Landes	7	8	1	967	1 474	507	123	118	5	631	330	301
Circuit de Réthoville	17	9	8	675	1 312	637	56	92	36	87	332	245
Sentier du poète	8	10	2	941	1 311	370	137	124	13	176	468	292
Sentier du corsaire	14	11	3	721	1 243	522	69	105	36	97	322	225
Saint-Vaast-la-Hougue	Nouveau	12	Nouveau	-	1 240	Nouveau	-	127	Nouveau	-	492	Nouveau
Circuit Le Phare	11	13	2	818	1 214	396	63	106	43	137	308	171
Entre bocage et plages	15	14	1	698	1 109	411	97	99	2	144	239	95
Portes de la Hague	9	15	6	864	1 098	234	94	72	22	439	268	171
<b>Total</b>	<b>47 circuits</b>	<b>83 circuits</b>		<b>28 695</b>	<b>53 684</b>	<b>24 989</b>	<b>3 562</b>	<b>4 624</b>	<b>1 062</b>	<b>5 057</b>	<b>12 409</b>	<b>7 352</b>

En lien avec le service E-Tourisme et Média de l'Office de Tourisme, **des circuits ont été proposés sur les réseaux sociaux** tous les vendredis de la saison estivale.

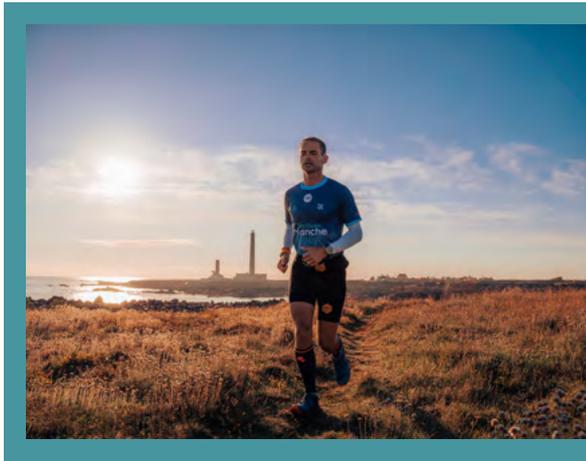
**PRATIQUES VÉLO**

- Le territoire du Cotentin est parcouru par la Vélomaritime sur environ 100 km, en passant par Carentan, Saint-Vaast-la-Hougue, Cherbourg-en-Cotentin et Saint-Sauveur-le-Vicomte. Cet itinéraire, aussi appelé Eurovélo 4, relie Dunkerque à Roscof et sa fréquentation est en très forte augmentation.
- Le circuit 4 « Tour de La Hague », boucle «Espace Cyclospor» de 124 km a été balisé par Attitude Manche dans La Hague, parrainé par le cycliste Amaël MOINARD.
- La 81<sup>e</sup> semaine fédérale du Cyclotourisme s'est déroulée du 25 juillet au 1<sup>er</sup> août 2021 à Valognes, repoussée d'un an du fait de la crise sanitaire. La fréquentation a été plus basse qu'habituellement du fait des restrictions mais la semaine a été un succès selon les organisateurs et les échos des médias, grâce notamment à l'organisation, aux bénévoles et aux partenaires. Cela renforce l'idée que le Cotentin est particulièrement adapté aux pratiques du vélo.
- La Communauté d'agglomération du Cotentin lance par ailleurs son Plan Mobilité dans lequel les modes de déplacement doux représentent une thématique importante, avec notamment un schéma directeur cyclable de la mobilité.

■ **De nombreux circuits et itinéraires sont valorisés par les acteurs** (Manche, associations, fédérations). Certains sont déjà proposés sur le site internet de l'Office de Tourisme du Cotentin et un des objectifs de l'année 2022 sera de combiner et structurer l'offre, avec le recrutement d'un chargé de développement de la randonnée vélo

## ■ AVENTURES SUR LES ITINÉRAIRES DE RANDONNÉE

■ Du 24 au 28 juin 2021, le champion de trail et de course longue distance **Erik CLAVERY** (champion du monde de trail en 2011) a choisi le GR®223 comme terrain de jeu pour un défi sur le littoral de l'ex-Basse-Normandie, entre Berville-sur-Mer et le Mont-Saint-Michel, soit 670 km. Il a accompli cette aventure en 4 jours, 13 heures et 12 minutes, en créant une nouvelle marque de référence « FKT » (Fastest Known Time), référencée officiellement. Il faut maintenant s'attendre à ce que d'autres sportifs(ves) relèvent ce défi.



Pendant 2 jours, Erik CLAVERY était avec son équipe d'accompagnement sur le territoire du Cotentin et l'Office de Tourisme a soutenu le projet et bénéficié de contenus numériques et d'une visibilité sur les vêtements.

Cette aventure s'est inscrite dans un projet de communication avec un suivi GPS en direct, des relais sur les réseaux sociaux et la production de photos et vidéos. Les médias locaux et spécialisés ont très bien pris le relais, et surtout les locaux qui ont accompagné et encouragé.

■ **Dorian LOUVET**, athlète caennais de bon niveau et finaliste de Koh Lanta en 2020, a lui aussi choisi le GR®223 dans le cadre d'un défi « Courir pour Bertrand Kamal » pour lequel il souhaitait faire appel aux dons pour la fondation ARC. Les dons ont été au-delà des espérances avec 34 135 euros récoltés.

En pratique, entre le 14 et le 22 août 2021 il a réalisé un **marathon par jour** en courant et à vélo pendant 8 jours entre le Mont-Saint-Michel et Caen, soit 560 km. L'Office de Tourisme l'a accompagné avec du conseil technique sur le parcours et par un relais numérique. Pour ce défi, beaucoup de coureurs ont aussi joué le jeu comme **Alexis MIELLET**, tout récent participant aux Jeux Olympiques de Tokyo. Ainsi, Dorian n'a jamais été seul.

■ **Plusieurs blogueurs randonneurs et aventuriers** sont venus sur le territoire pour marcher sur le GR®223 ou pédaler dans le Cotentin. De nombreux relais ont été faits sur les réseaux sociaux.

## ■ SCHÉMA DE DÉVELOPPEMENT DE LA RANDONNÉE

Afin de répondre aux ambitions du Cotentin, un schéma de développement de la randonnée (pédestre, vélo, équestre), a été lancé en fin d'année 2020 avec l'appui du cabinet d'étude Traces TPI. L'objectif est de définir un plan d'actions à mener sur la période 2022-2026. **Le coût du schéma est de 52 731 € TTC pour l'Office de Tourisme**, soutenu par la Région Normandie à travers le FACIT (Fonds d'aide au conseil et à l'innovation touristique).

■ **La phase de diagnostic** (phase 1) a permis de révéler les forces et les faiblesses du territoire. Les habitants, visiteurs, partenaires et l'ensemble des acteurs de la filière randonnée ont été invités à s'exprimer par des questionnaires, enquêtes et ateliers.

- **Le projet de développement** (phase 2) a été défini avec pour objectif un projet concerté et global, à partir des connaissances et remarques des acteurs du tourisme et de la randonnée.
- Un voyage d'études au Pays basque pour une élue et trois techniciens de la Communauté d'agglomération du Cotentin et de l'Office de Tourisme a permis d'avoir un retour d'expérience sur le développement de la filière dans un territoire similaire (nouvel EPCI depuis 2017, vaste superficie, hétérogénéité entre le littoral et l'intérieur des terres).
- **Le plan d'actions** (phase 3) travaillé avec les partenaires, finalisé début 2022 permettra de retranscrire les projets et idées en actions concrètes avec un calendrier à court, moyen et long terme, et des prévisions budgétaires.

**Pendant l'ensemble de l'étude, les partenaires et acteurs de la filière ont été parties prenantes et les élus du territoire ont été informés, à travers les Rencontres du tourisme de novembre 2021 ou des présentations en commissions de territoire.**



**FILIÈRE NAUTISME**  
*Le nautisme regroupe plus de 30 disciplines identitaires du territoire et se pratiquent souvent sur des lieux iconiques. Pour construire le développement de cette filière plusieurs axes sont utilisés :*

■ **La coordination et la mise en réseau des bases nautiques :**

Après une rencontre avec les directeurs des 17 bases nautiques du territoire afin de faire un état des lieux des problématiques de chacun, une journée de cohésion a été proposée aux structures nautiques. Durant cette journée, les grandes orientations pour l'année à venir ont été discutées. C'était aussi l'occasion de mieux se connaître.

■ **La connaissance du littoral et de ses pratiques :**

La sécurité en mer et la connaissance du littoral sont deux thèmes essentiels pour les habitants ou pour les personnes de passage sur le territoire. Afin de faire découvrir ces notions, 8 journées d'animations ont été mises en place sur les plages durant la saison 2021 :

- ➔ **3 journées de Skim School Tour**, proposées en collaboration avec le Mauna Kea sur Réville, Quinéville et Denneville.
- ➔ **5 journées de Sauveteur Tour**, proposées en collaboration avec l'Association de Sauvetage et d'Éducation à la Sécurité sur Diélette, Saint-Vaast-la-Hougue, Urville, Siouville et Vauville.



CES 8 JOURNÉES D'ANIMATIONS ONT PERMIS L'ACCUEIL GRATUIT DE **450 PERSONNES**.

■ **L'accueil d'événements de grande ampleur :**

Le rayonnement de la culture nautique du Cotentin, passe évidemment par l'accueil de grands événements nautiques. La saison 2021 a été extrêmement riche malgré une situation sanitaire qui aurait pu freiner les organisateurs. Lors de ces différents rassemblements, l'Office de Tourisme a pu apporter soit une aide technique sur le terrain, soit une expertise dans la préparation et l'accompagnement de l'épreuve.

➔ **Le Tour de France à la Voile** a fait étape à Saint-Vaast-la-Hougue les 7, 8 et 9 juillet puis à Diélette les 10 et 11 juillet. 10 équipages de 4 marins ont eu la chance de régater sur les côtes du Cotentin. Marins, équipes techniques et publiques ont partagé des soirées sur les villages de courses mises en place pour l'occasion au cœur des deux ports du territoire.



➔ Pour la première fois depuis la création de **la Rolex Fastnet Race** en 1925, l'arrivée de cette course a été jugée dans la grande rade de Cherbourg. Parmi les 350 bateaux au départ, 250 ont réussi à boucler le parcours. L'accueil des bateaux dans le port Chantereyne a permis une semaine de fête autour de la mer et de la course au large. 30 000 personnes sont venues dans le village de la course.



➔ Reporté en 2020 pour cause de Covid, **le Club de Kayak de Mer du Nord Cotentin** a finalement pu accueillir 300 rameurs venus de 13 pays différents. Durant 4 jours, les compétiteurs auront pu découvrir la côte d'Urville Nacqueville jusqu'à Gatteville. De magnifiques souvenirs pour les participants.



➔ Cerise sur le gâteau pour terminer cette année internationale, le Yacht Club de Cherbourg, en collaboration avec le Club Nautique de la Marine, a organisé fin octobre **le Championnat du Monde de Match Racing Féminin**. Les 12 meilleurs équipages mondiaux se sont retrouvés à Cherbourg pour se disputer le titre de championne du monde 2021, remporté par l'équipage de la normande Pauline Courtois.

➔ Toujours dans une logique d'accompagnement et de rayonnement, **le projet de tour du Cotentin en aviron** mené par Pierrick Ledard a été soutenu techniquement en juin dernier.

Ces rassemblements internationaux viennent compléter un calendrier sportif déjà bien rempli au niveau local avec des événements tels que **le Tour des Ports de la Manche, le championnat de France de Funboard de Vague...**

*Toute cette activité événementielle permet de faire connaître le Cotentin au-delà de nos frontières et attirer les pratiquants à venir découvrir par eux-même ces spots de pratique.*

2021 était l'amorce d'actions de **valorisation des offres nautiques** (qui s'appuient sur l'axe 1 de la stratégie : révéler et enrichir, apporter du contenu à l'offre). La mission du service communication s'articule avec le chargé de mission nautique et la DDTNOA : l'information, la promotion ainsi que la sensibilisation aux pratiques nautiques. Différents supports seront créés en 2022.

ADMINISTRATION ET RESSOURCES

# ADMINISTRATION ET FINANCES



# L'ACTIVITÉ ADMINISTRATIVE ET ÉCONOMIQUE

2021 a connu :

- La poursuite de la crise sanitaire, avec la nécessité de remettre en place, pour une période de l'année, de l'activité partielle dans certains services
- La reprise de l'activité commerciale, mise à mal en 2020, en raison notamment du **changement de stratégie opéré par le service Promotion-Commercialisation** eu égard à la crise sanitaire et ses impacts sur les marchés touristiques
- **Le renouvellement d'opérations de relance**, initiées par la Communauté d'agglomération du Cotentin et animées par la SPL
- La poursuite du déploiement de la marque « Cotentin unique par Nature » grâce à de nombreuses **actions de communication**, des **actions presse...**
- Les premières mises en œuvre de la **nouvelle organisation du système d'accueil** à l'échelle du territoire

*La SPL de Développement Touristique,  
le plus important Office de Tourisme  
de Normandie, compte :*

**UN BUDGET PRÉVISIONNEL DE PLUS DE 4 MILLIONS D'EUROS**

**quand le budget moyen d'un Office de Tourisme est de 600 000 €**

source : Rapport de branche / Institut d'Informations et de Conjonctures Professionnelles - oct. 2018 ; sur les données 2017 récoltées

**UN EFFECTIF DE PLUS DE 50 SALARIÉS PERMANENTS**

**Un territoire de 129 communes couvrant près de 1 500 km<sup>2</sup>,**

**7 BUREAUX D'INFORMATION TOURISTIQUE PERMANENTS**

et

**6 POINTS D'ACCUEIL SAISONNIERS POUR L'ÉTÉ 2021**

contre **13 bureaux permanents** et **7 points d'accueil saisonniers** jusqu'en 2019

**DES ÉQUIPEMENTS À GÉRER**

**un phare, un moulin, un mini-golf**

# LES RESSOURCES HUMAINES

## ■ LE NOMBRE DE COLLABORATEURS

Au cours de l'année 2021, ce sont :

### 78 salariés uniques sous contrat :

CDI, CDD pour surcroît d'activité, CDD saisonnier, CDD de remplacement, contre 75 en 2020, 6 de ces salariés ont cumulé plusieurs contrats au sein de la SPL,

### 4 stagiaires dédommagés

qui ont œuvré dans différents services (contre 2 en 2020).

➔ **82 personnes uniques**

### 54,97 Équivalent Temps Plein

variant de 49,06 ETP en décembre 2021 à 68,47 ETP en juillet 2021  
contre 52,08 en 2020, 55,82 en 2019 et 55,1 en 2018.

2021	Nombre	% Contrat	Hommes	% Hommes	Femmes	% Femmes
<b>Mandat</b>	<b>0</b>		<b>0</b>	<b>0,0%</b>	<b>0</b>	<b>0,0%</b>
<b>CDI</b>	<b>48</b>	<b>54,5%</b>	<b>8</b>	<b>9,1%</b>	<b>40</b>	<b>45,5%</b>
<b>CDIFPT</b> détachement	<b>7</b>	<b>8,0%</b>	<b>0</b>	<b>0,0%</b>	<b>7</b>	<b>8,0%</b>
<b>CDD</b> Remplacement	<b>5</b>	<b>5,7%</b>	<b>2</b>	<b>2,3%</b>	<b>3</b>	<b>3,4%</b>
<b>CDD</b> Activité supplémentaire	<b>2</b>	<b>2,3%</b>	<b>0</b>	<b>0,0%</b>	<b>2</b>	<b>2,3%</b>
<b>CDD</b> Saisonnier	<b>22</b>	<b>25,0%</b>	<b>5</b>	<b>5,7%</b>	<b>17</b>	<b>19,3%</b>
<b>Stage</b>	<b>4</b>	<b>4,5%</b>	<b>0</b>	<b>0,0%</b>	<b>4</b>	<b>4,5%</b>
<b>Nb de contrats différents</b>	<b>88</b>		<b>15</b>	<b>17,0%</b>	<b>73</b>	<b>83,0%</b>
<b>Personnes ayant eu 2 contrats</b>	<b>6</b>		<b>2</b>		<b>4</b>	
<b>Nb de personnes physiques uniques</b>	<b>82</b>		<b>13</b>	<b>15,9%</b>	<b>69</b>	<b>84,1%</b>

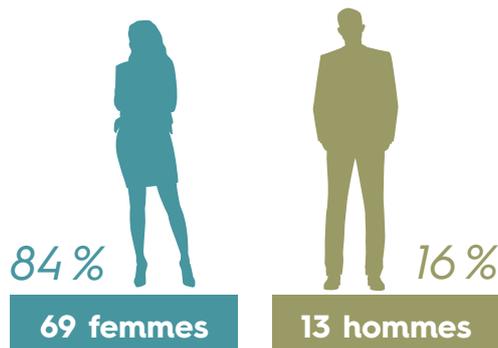
## LA PART DES FEMMES

La SPL, à l'instar des Offices de Tourisme de France (82 %) et de la branche tourisme en règle générale (80 %) compte un nombre important de femmes parmi ses effectifs en poste.

La gent féminine représente en effet 84,1 % (contre 89,3 % en 2020, 90,6 % en 2019 et 89,9 % en 2018) des personnes en poste à la SPL.

On peut noter la progression du nombre d'hommes dans les effectifs de la SPL au cours de l'année 2021.

Répartition du nombre de salariés uniques au sein de la SPL en 2021



## LA RÉPARTITION PAR ÂGE

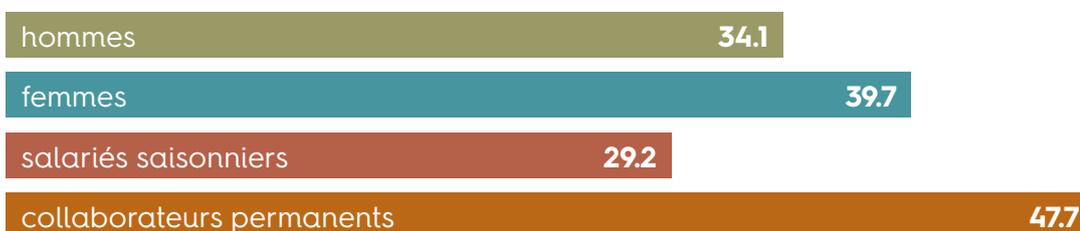
Selon l'étude mentionnée en préambule, l'âge moyen des salariés travaillant dans la branche Tourisme est de 41 ans et de 39,5 ans en particulier pour les salariés des Offices de Tourisme.

Pour ce qui est de la SPL,

- La moyenne d'âge des 82 personnes sous contrat ou en stage au sein de la SPL en 2021 était de **39 ans**, comme en 2018, 2019 et 2020
- La moyenne d'âge des 22 salariés saisonniers de 2021 était de **29 ans** (contre 28 ans en 2019 et 2020 et contre 27 ans en 2018)
- La moyenne d'âge des 55 collaborateurs permanents en poste en contrat à durée déterminée sur l'ensemble de l'année 2021 était de près de **48 ans** (contre 47 ans en 2020, 46 en 2019 et 44 en 2018)

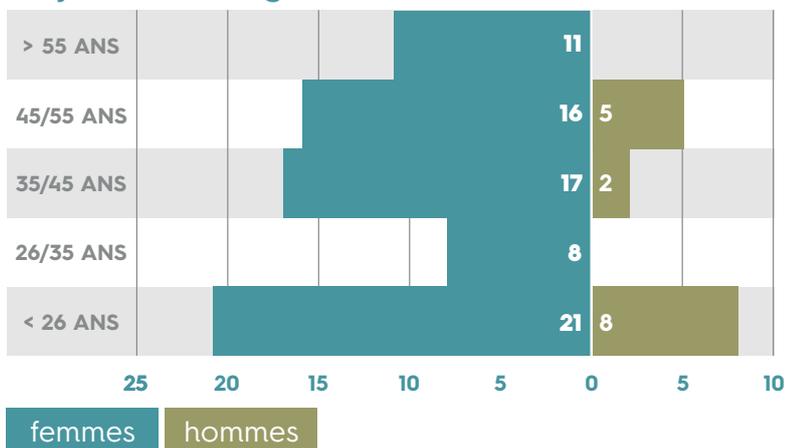
## Âge moyen SPL : 39 ans

### ÂGE MOYEN



Si l'on s'attarde plus longuement sur la **pyramide des âges** des 82 personnes (88 contrats) qui ont été sous contrat ou en stage au sein de la SPL dans le courant de l'année 2021, on constate que :

### Pyramide des âges des salariés de la SPL 2021



- Près d'un collaborateur de la SPL sur 3, avait moins de 26 ans, pour la plupart, des salariés sous contrat saisonnier ainsi que des stagiaires.
- 55 % des collaborateurs de la SPL, avaient entre 26 et 55 ans, (contre 64% en 2020, 62 % en 2019 et 2018).
- 13 % des collaborateurs de la SPL, avaient plus de 55 ans, (contre 14 % les autres années depuis 2018).

## LE NIVEAU D'ANCIENNETÉ

L'ancienneté moyenne des salariés de la branche tourisme est de 10,5 ans, celle des agents des Offices de Tourisme en France est de 10 ans. Les salariés de l'Office de Tourisme du Cotentin semblent être attachés à la structure et suivre la moyenne nationale puisque l'ancienneté moyenne de ses 52 salariés en poste au 31 décembre 2021 était de près de 12 ans (comme en 2020, 11 ans en 2019 et 10 ans en 2018).

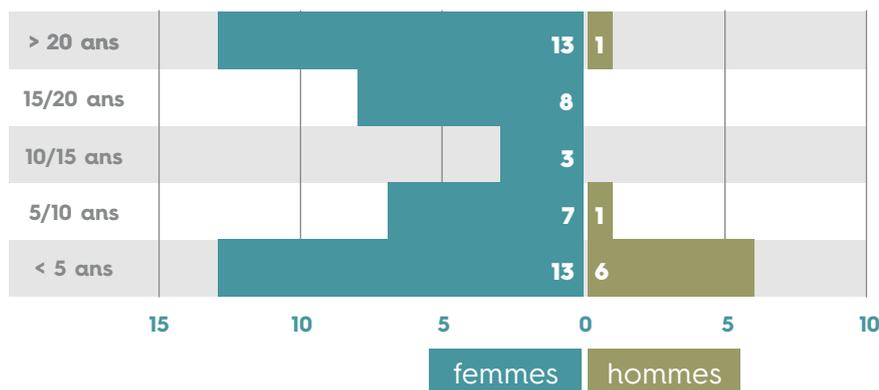
### ANCIENNETÉ MOYENNE : 11,96



Si l'on s'attarde plus longuement sur la **pyramide de l'ancienneté**,

- Plus d'un salarié permanent sur 3, avait moins de 5 ans d'ancienneté (36,5 % contre 31,4 % en 2020, 38,9 % en 2019 et 37,3 % en 2018),
- Plus d'un salarié permanent sur 4, avait plus de 20 ans d'ancienneté (26,9 % contre 19,6 % en 2020, 18,5 % en 2019 et 17,6 % en 2018),
- Près de 2 salariés permanents sur 5, en 2021, avaient plus de 15 ans d'ancienneté (42,3 % contre 43,1 % en 2020, 38,9 % en 2019 et 41,1 % en 2018).

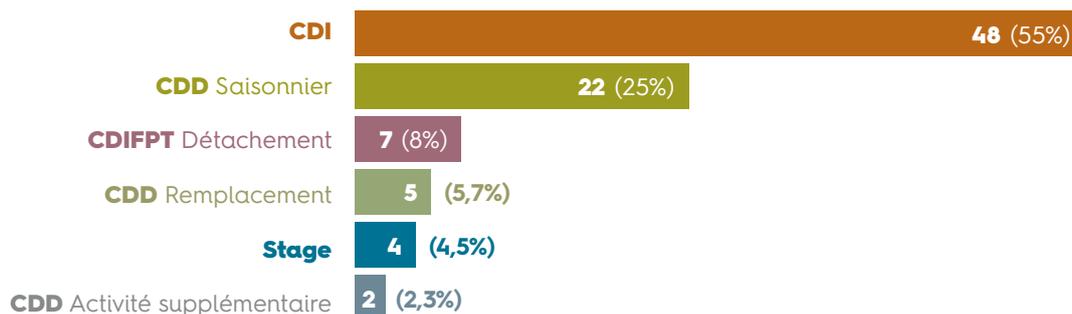
**Pyramide de l'ancienneté des salariés de la SPL 2021**



## ■ CARACTÉRISTIQUES DES CONTRATS DE TRAVAIL

Si dans la branche tourisme, les contrats à durée indéterminée (CDI) représentent 84 % des contrats de travail, dans les Offices de Tourisme le taux de CDI est de 81 %. Pour ce qui est de la SPL, **le nombre de CDI représentait 63 %** des contrats de travail, dont 8 % de salariés de la fonction publique territoriale en situation de détachement (contre 66 % en 2020, 53,1% en 2019 et 59,5 % de CDI en 2018).

**Répartition des collaborateurs 2021 de la SPL selon leur statut**



Si l'on regarde en détails la répartition des contrats de travail, sachant que :

- Certains salariés ont eu 2 types de contrat différents au cours de l'année au sein de la SPL (3 contrats saisonniers qui ont été repris en contrat à durée déterminé (CDD) de remplacement, demande de passage d'un CDI à temps complet à un CDI à temps partiel),
- Et que 3 stagiaires ont eu l'opportunité d'enchaîner sur un contrat de travail à l'issue de leur stage,
- les saisonniers ont représenté 25 % de l'effectif global de la SPL, quand ils représentaient plus de 31 % en 2019 (33,5 % pour la branche tourisme en règle générale).

## LES MOUVEMENTS DE PERSONNEL AU COURS DE L'ANNÉE

Outre les embauches de 22 saisonniers pour des contrats de 1 à 6 mois, il faut noter :

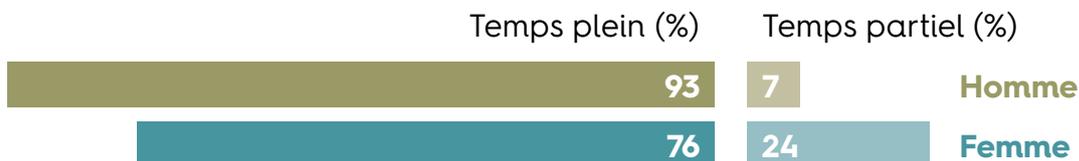
- 3 collaborateurs permanents ont fait le choix de quitter la SPL (comme en 2020 et contre 4 en 2019)
- 2 collaborateurs permanents ont fait valoir leurs droits à la retraite
- 1 collaborateur a été licencié pour inaptitude
- 5 collaborateurs ont été embauchés pour remplacer des salariés permanents en arrêts maladie
- 2 collaborateurs ont été embauchés en CDD pour surcroît d'activité
- 3 embauches en CDI, dont 2 pour remplacer des collaborateurs ayant quitté la structure

## LA PART DES SALARIÉS À TEMPS PLEIN

En analysant la durée du travail des différents contrats de travail en vigueur au cours de l'année 2021, on peut noter que :

- 82 % des contrats sont détenus par des femmes (contre 90 % en 2020) et 18 % par des hommes (contre 10 % en 2020)
- 78,8 % des contrats de travail au sein de la SPL sont des contrats à temps plein (contre 80,4 % en 2020, 78,7 % en 2019 et 77,5 % en 2018)
  - ➔ 79,1 % des postes à temps plein sont occupés par des femmes (contre 87,8 % en 2020, 91,9 % en 2019 et 89,5 % en 2018)
- 21,2 % des contrats de travail au sein de la SPL sont des contrats de travail à temps partiel (contre 19,6 % en 2020, 21,3 % en 2019 et 22,5 % en 2018)
  - ➔ 94,4 % des postes à temps partiel sont occupés par des femmes (contre 100 % les autres années)

### Répartition du temps de travail des femmes et des hommes



## LA SITUATION PAR RAPPORT À LA GRILLE DE QUALIFICATIONS

Au cours de l'année 2021, sur les différents contrats de travail en vigueur :

- 44 salariés (52%) ont occupé des postes d'employés (contre 36 en 2020 pour 48 %, 50 en 2019 pour 57,5 % et 46 en 2018 pour 55,4 %)
  - ➔ à 84,1 % détenus par des femmes et 15,9 % par des hommes (contre 94 % et 6 % en 2020 et 2019 et contre 93 et 7 % en 2018)
- 35 salariés (41,2 %) ont occupé des postes d'agents de maîtrise-techniciens (contre 32 en 2020 pour 42,7%, 30 en 2019 pour 34,5 % et 29 pour 34,9 % en 2018)
  - ➔ à 85,7 % détenus par des femmes et 14,3 % par des hommes (contre 90,6% et 9,6% en 2020, 96,7 % et 3,3% en 2019 tout comme en 2018)
- 6 salariés (7,1 %) ont occupé des postes de cadres (contre 7 en 2020 et 2019 représentant 9,3% ou 8 % des salariés ; et 8 en 2018 pour 9,6 %)
  - ➔ détenus à 50 % par des femmes et 50 % par des hommes (contre 53% et 47% en 2020 et 2019 mais comme en 2018)

Hommes		Echelons	Femmes		Total			
33,3%	5	1.1	10	14,3%	15	Employés	51,8%	44
0,0%	0	1.2	9	12,9%	9			
13,3%	2	1.3	18	25,7%	20			
20,0%	3	2.1	5	7,1%	8	Agents de maîtrise - Techniciens	41,2%	35
0,0%	0	2.2	11	15,7%	11			
6,7%	1	2.3	7	10,0%	8			
6,7%	1	2.4	7	10,0%	8	Cadres	7,1%	6
0,0%	0	3.1	1	1,4%	1			
13,3%	2	3.2	1	1,4%	3			
6,7%	1	3.3	1	1,4%	2			
	15		70		85			

## LES FORMATIONS SUIVIES

Au total, **1 119 heures de formation** ont été suivies par 38 collaborateurs au cours de 29 formations différentes (contre 625 heures pour 32 salariés au cours de 17 formations en 2020 et 78 heures pour 37 collaborateurs au cours de 9 formations en 2019).

### L'ÉQUIPE DU PÔLE ADMINISTRATION – FINANCES ET RESSOURCES HUMAINES :

- Quatre journées d'actualisation des « **Fondamentaux, en Ressources Humaines et paies** », pour une collaboratrice
- Quatre journées d'actualisation « Cercle d'actualités sociales et pratiques de la paie », pour une collaboratrice
- Une journée de formation « **Le forfait jour et les incidences en paie** », pour deux collaboratrices
- Une journée d'actualisation pour le service comptabilité « **La fiscalité des OT** », pour deux collaboratrices
- Une journée de formation « **Présider et animer le CSE** », pour deux collaborateurs

Sans compter le suivi de nombreux webinaires relatifs à la situation économique et sociale.

Pour donner suite à la crise sanitaire et à la mise en place du télétravail, les directeurs ont dû s'adapter afin de manager leurs équipes à distance. L'un d'entre eux a souhaité bénéficier de :

- Une journée consacrée à « **manager et animer une équipe à distance** » pour l'un d'entre eux.

### L'ÉQUIPE DU SERVICE PROMOTION ET COMMERCIALISATION :

- Une formation « **Evolution des pratiques en matière de promotion** » d'une journée, pour un collaborateur,
- Une journée de formation intitulée « **Séduire, conquérir et fidéliser la clientèle** » suivie par une collaboratrice,
- Deux journées de formation intitulée « **Gérer et développer les ventes de la boutique** », pour deux collaboratrices,

- Une journée de formation intitulée « **Comment s'adapter à la transition écologique à l'impératif écologique et aux nouveaux comportements des clientèles** », pour une collaboratrice,
- Une journée de formation intitulée « **Optimiser le fonctionnement et les retombées du service commercial** » suivie par une collaboratrice,
- Une formation « **Gestion d'une boutique et de sites culturels touristiques** » de deux journées, pour deux collaborateurs,
- Une formation de « **Formateur** » de deux journées, pour deux collaboratrices, afin de pouvoir développer la formation des conseillères en séjour en interne, sur les différentes ventes possibles au sein de la SPL.

### L'ÉQUIPE DU SERVICE RELATIONS AVEC LES SOCIO-PROFESSIONNELS ET LES PARTENARIATS :

- Deux journées de formation « **définir une stratégie pour accompagner le développement et la mise en réseau de ses socio-professionnels** » pour 2 collaboratrices.

### L'ÉQUIPE DU SERVICE COMMUNICATION ET EDITIONS :

- Deux journées de formation « **Rédiger un produit touristique pour séduire** », pour deux collaborateurs

### L'ÉQUIPE DU SERVICE E.TOURISME ET MÉDIA :

- Une journée de formation « **Appréhendez le comportement des utilisateurs et les attentes des moteurs de recherche pour rédiger des contenus efficaces** », pour quatre collaborateurs.

### L'ÉQUIPE DU SERVICE ACCUEIL / ANIMATION :

- Une formation « **Anglais du tourisme** » d'environ une vingtaine d'heures pour chacun des collaborateurs inscrits, afin d'améliorer leur façon de promouvoir leur territoire à la clientèle britannique.

Cette formation suivie par 14 collaboratrices, malheureusement interrompue en 2020 à cause du confinement, a été reprogrammée en 2021 afin de poursuivre le travail commencé et approfondir certains points, notamment la boutique et la vente en ligne, pour que les conseillères en séjour puissent être force de vente. Elle s'est réalisée en groupes, en présentiel, ainsi qu'en cours particuliers, en visioconférence, afin de permettre à chaque conseillère en séjour de pouvoir mieux appréhender la langue et de participer davantage à l'oral. Un parcours e-learning tutoré a été mis en place afin qu'elles puissent s'exercer à leur rythme et à leur convenance.

- Une demi-journée d'actualisation et de perfectionnement à l'utilisation du logiciel de caisse « **welogin** », suivie par 16 collaborateurs.

Afin de mettre en conformité les habilitations du technicien de maintenance et de logistique en matière de sécurité, ce dernier a suivi :

- Une formation « **travail en hauteur** » d'une journée,
- Une formation pour le maintien des connaissances et actualisation « **SST : Sauveteur Secouriste du Travail** »,
- Une formation de mise à niveau « **SSIAP1 : Service de Sécurité Incendie et d'Assistance à Personnes** ».

19 collaboratrices de différents services :

- Une formation de deux journées « **bureautique** » afin de mettre à niveau leurs connaissances concernant les logiciels Word et Excel. Des groupes de niveau, de 3 à 4 personnes, ont été mis en place afin que les salariés puissent bénéficier d'une formation correspondant à leur niveau et à leurs attentes.

## LA COMPTABILITÉ

### ■ LE BUDGET PRÉVISIONNEL

Le budget prévisionnel de fonctionnement a été construit sur **une base prudente**, étant donné la crise sanitaire mais avec une perspective de reprise d'activité, s'établissant à **4 023 120 €** (contre 4 300 000 € en 2020, 4 980 720 € en 2019 et 4 354 988 € en 2018).

	BP 2021	BP 2020	BP 2019	BP 2018
<b>60 - ACHATS</b>	<b>393 585,00</b>	464 500,00	675 450,00	583 011,00
<b>61 - SERVICES EXTERIEURS</b>	<b>313 480,00</b>	383 230,00	473 750,00	300 521,00
<b>62 - AUTRES SERVICES EXTERIEURS</b>	<b>606 605,00</b>	852 970,00	941 720,00	792 934,00
<b>63 - IMPOTS TAXES ET VERSEMENTS ASSIMILES</b>	<b>193 150,00</b>	181 500,00	209 400,00	185 040,00
<b>64 - CHARGES DE PERSONNEL</b>	<b>2 301 400,00</b>	2 276 900,00	2 561 800,00	2 344 000,00
<b>65 - AUTRES CHARGES DE GESTION COURANTE</b>	<b>7 950,00</b>	7 650,00	8 350,00	700,00
<b>66 - CHARGES FINANCIERES</b>	<b>150,00</b>	1 000,00	250,00	150,00
<b>67 - CHARGES EXCEPTIONNELLES</b>	<b>300,00</b>	5 250,00	1 000,00	3 200,00
<b>68 - DOTATIONS AUX AMORTISSEMENTS &amp; PROVISIONS</b>	<b>206 500,00</b>	127 000,00	109 000,00	134 332,00
<b>69 - IMPÔTS</b>	<b>0,00</b>	0,00	0,00	11 100,00
	<b>4 023 120,00</b>	4 300 000,00	4 980 720,00	4 354 988,00

	BP 2021	BP 2020	BP 2019	BP 2018
<b>70 - VENTES PRODUITS, MARCHANDISES</b>	<b>404 572,00</b>	440 551,00	761 370,00	647 679,00
<b>74 - SUBVENTIONS D'EXPLOITATION</b>	<b>3 565 548,00</b>	3 847 749,00	4 023 000,00	3 699 309,00
<b>75 - AUTRES PRODUITS DE GESTION COURANTE</b>	<b>0,00</b>	0,00	150,00	-
<b>76 - PRODUITS FINANCIERS</b>	<b>2 000,00</b>	1 250,00	300,00	-
<b>77 - PRODUITS EXCEPTIONNELS</b>	<b>15 000,00</b>	250,00	-	-
<b>79 - TRANSFERTS DE CHARGES</b>	<b>36 000,00</b>	10 200,00	16 750,00	8 000,00
	<b>4 023 120,00</b>	4 300 000,00	4 801 570,00	4 354 988,00

En effet, en raison de la crise sanitaire qui perdurait, des actions n'ont pu être programmées, réalisées, d'autres ont été reportées, des dispositifs de protection sanitaire ont dû être reconduits dans les différents bureaux et sur les sites, des embauches de personnel ont été repoussées de 1 à 2 mois, de l'activité partielle a été instaurée...

Les grandes lignes du budget prévisionnel pour 2021 font ressortir un budget équilibré en recettes et en dépenses, à hauteur de 4 023 120 €

## ■ LES RECETTES

- Le poste « **ventes de billetteries, de produits packagés** » s'il peut paraître similaire à 2020 a été en réalité revue à la hausse par rapport à 2020, tout en tenant compte des inconnues liées à la pandémie de COVID-19.
- La différence de montant s'explique par la modification de la comptabilisation des ventes pour le compte de tiers dans la comptabilité de l'Office de Tourisme.

## ■ LES DÉPENSES

- En parallèle de la projection prudente d'un volume de ventes du fait de la crise sanitaire et d'une comptabilisation différente des ventes pour le compte de tiers au niveau des produits, les achats ont aussi subi le même impact budgétaire.

## ■ LE BUDGET RÉALISÉ

Au terme de l'exercice 2021, le compte de résultat présente la situation suivante :

- Des dépenses réalisées pour 97,9 % du budget prévisionnel, soit **3 939 720,10 €** (contre 3 734 481,15 € et un taux de réalisation de 86 % en 2020, 4 861 357,96 € et un taux de réalisation de 97,6 % en 2019 ; 3 798 610 € et un taux de réalisation de 87,2 % en 2018)
  - ➔ Pour plus de la moitié (56,8%) par les charges de personnel (contre 55,5 % en 2020, 48,8 % en 2019 et 60,3 % en 2018). Si ce poste de dépenses avait connu entre 2018 et 2019 une certaine stabilité (+ 3,6 %), il avait connu entre 2019 et 2020 une baisse significative (- 13,1 %) pour retrouver en 2021 son niveau de 2018, à hauteur de **2 238 808,33 €**, sans pour autant atteindre le niveau de 2019, en raison :
    - ⚡ D'embauches de personnel saisonnier repoussées de 2 mois dû à la situation sanitaire et du contexte économique,
    - ⚡ De la mise en œuvre de l'activité partielle pour une partie des salariés au cours du mois d'avril 2021 lié au 3ème confinement.
  - ➔ **Pour 16,1% par les autres services extérieurs** et notamment les charges liées au service promotion-communication, les honoraires (contre 17,5 % en 2020, 16,6 % en 2019 et 15,2 % en 2018), soit une relative stabilité sur ce poste de dépenses,
  - ➔ **Pour seulement 8,8 % par les achats**, en raison de la fermeture des bureaux au mois d'avril, de l'absence de billetteries pendant la saison (Manche Iles Express notamment qui n'a pas assuré de traversées en 2021). La SPL a donc acheté moins de produits pour la revente en boutique (contre 8,9% en 2020, 17,1 % en 2019 et 11,9 % en 2018),
  - ➔ **Pour 8,4 % par les services extérieurs** comme les locations immobilières, les abonnements aux logiciels, la maintenance ou la sous-traitance qui ont fortement augmenté depuis 2018 (avec notamment la prise à bail de nouveaux locaux pour les services administratifs, communication à Cherbourg, les nouveaux Bureaux d'Information Touristique de Barfleur et de Carteret), (contre 8,1 % en 2020, 10,1 % en 2019 et 5,2 % en 2018),
  - ➔ **Pour 4,2 % par les dotations aux amortissements** qui, chaque année, augmentent des aménagements apportés dans les bureaux d'information touristique ou les bureaux administratifs, le renouvellement du parc informatique, etc. mais diminuent des aménagements et autres équipements amortis (contre 5,6% en 2020, 2,9 % en 2019 et 2018).

	2021		2020		2019	
<b>60 - ACHATS</b>	<b>348 293,43</b>	88,5 %	334 181,00	71,9 %	832 904,96	123,3 %
<b>61 - SERVICES EXTERIEURS</b>	<b>332 159,35</b>	105,9 %	301 607,97	78,7 %	489 829,12	103,4 %
<b>62 - AUTRES SERVICES EXTERIEURS</b>	<b>636 090,00</b>	104,8 %	653 006,56	73,4 %	806 278,61	85,6 %
<b>63 - IMPOTS TAXES ET VERSEMENTS ASSIMILES</b>	<b>184 976,80</b>	95,7 %	161 031,65	88,7 %	161 272,80	77,0 %
<b>64 - CHARGES DE PERSONNEL</b>	<b>2 238 808,33</b>	97,3 %	2 063 240,87	90,5 %	2 373 452,10	92,6 %
<b>65 - AUTRES CHARGES DE GESTION COURANTE</b>	<b>8 527,15</b>	107,3 %	6 497,19	77,3 %	7 696,07	92,2 %
<b>66 - CHARGES FINANCIÈRES</b>			45,56	4,6 %		
<b>67 - CHARGES EXCEPTIONNELLES</b>	<b>37 176,71</b>	12 392 %	4 509,84	85,9 %	48 262,15	4 826 %
<b>68 - DOTATIONS AUX AMORTISSEMENTS &amp; PROVISIONS</b>	<b>163 688,33</b>	79,3 %	210 360,51	165,6 %	141 662,15	130,0 %
<b>69 - IMPÔTS</b>						
	<b>3 939 720,10</b>	<b>97,9%</b>	<b>3 734 481,15</b>	<b>86,0%</b>	<b>4 861 357,96</b>	<b>97,6%</b>

■ Des recettes réalisées pour 97,2 % du budget prévisionnel, à hauteur de 3 908 629,37 € (contre 3 657 257,45 € et un taux de réalisation de 85,1 % en 2020, 4 877 381,57 € et un taux de réalisation de 101,6 % en 2019 ; contre 3 808 335 € et 87,4 % de réalisation).

➔ Pour la majeure partie (85,5 %) par les subventions d'exploitation et pour 84 % pour la seule contribution de la Communauté d'agglomération du Cotentin (contre 84,8 % en 2020 et 82,9 % pour la seule contribution de la Communauté d'agglomération du Cotentin, 80,7 % en 2019 et 74 % pour la seule contribution de la Communauté d'agglomération du Cotentin ; contre 84,2 % en 2018 et 83 % pour la contribution de la Communauté d'agglomération du Cotentin).

Il est à noter que :

❧ La part des subventions d'exploitation a diminué de 15 % entre 2021 et 2019 (contre 21 % entre 2020 et 2019) mais a augmenté de 4 % entre 2018 et 2021 (contre - 3 % entre 2018 et 2020),

❧ La subvention de la Communauté d'agglomération du Cotentin a été sollicitée à hauteur de 3 290 499 € sur les 3 780 998 € (87 %) inscrits à la DSP - Délégation de Service Public, mais pour lesquels la Communauté d'agglomération du Cotentin a souhaité que la SPL limite sa demande de subvention 2021 à 3 480 998 € compte tenu de la crise et des efforts demandés à chaque service de la Communauté d'agglomération du Cotentin. La SPL a donc consommé 94,5 % de la subvention de la Communauté d'agglomération du Cotentin et a sollicité 190 499 € de moins que ce qu'elle aurait pu prétendre (contre 3 032 149 € en 2020 soit 80,3% ou 744 049 € de moins que la DSP, 3 612 528,50 € en 2019, soit 97,2 % ou 102 837,50 € de moins que ce que le contrat de DSP prévoyait ; contre 3 163 981,75 € en 2018, soit 85,9% ou 521 327,25 € de moins que les prévisions de la DSP).

	2021		2020		2019	
<b>70 - VENTES PRODUITS FABRIQUES, MARCHANDISES</b>	<b>400 835,63</b>	99,1%	360 965,60	81,9%	897 652,82	117,9%
<b>74 - SUBVENTIONS D'EXPLOITATION</b>	<b>3 341 521,65</b>	93,7%	3 100 543,25	80,6%	3 934 624,50	97,8%
<b>75 - AUTRES PRODUITS DE GESTION COURANTE</b>	<b>145,66</b>		22,46		123,42	82,3%
<b>76 - PRODUITS FINANCIERS</b>	<b>3 563,80</b>	178,2%	2 474,55	198%	1 462,17	487,4%
<b>77 - PRODUITS EXCEPTIONNELS</b>	<b>78 682,24</b>	524,5%	59 640,77	23 856%	5 568,32	
<b>78 - REPRISE SUR AMORTISSEMENTS &amp; PROVISIONS</b>	<b>46 284,00</b>		20 000,00		4 746,67	
<b>79 - TRANSFERTS DE CHARGES</b>	<b>37 596,39</b>	<b>104,4%</b>	113 610,82	1 113,8%	33 203,67	198,2%
	<b>3 908 629,37</b>	<b>97,2%</b>	<b>3 657 257,45</b>	<b>85,1%</b>	<b>4 877 381,57</b>	<b>101,6%</b>

- ➔ Les ventes de produits et de prestations dans les Bureaux d'Information Touristique et par le service commercialisation auprès des différentes clientèles, représentent 10,3 % de recettes (contre 9,9 % en 2020, 18,4% en 2019 et 15,4% en 2018 mais selon une comptabilisation différente). Cette baisse par rapport à 2018 et 2019 s'explique par une comptabilisation différente des ventes pour le compte de tiers qui ne prend en compte que la marge dégagée par la SPL afin de ne pas gonfler artificiellement les recettes et les dépenses de la SPL.
- ➔ Alors que les ventes de produits packagés étaient sur une marge de progression de 439 % entre 2018 et 2019, la crise sanitaire de 2020 a stoppé net cet essor. Le montant des ventes de packages en 2021, sans retrouver leur niveau de 2019, a progressé de 364 % entre 2020 et 2021.
- ➔ Les ventes de produits boutique sont quant à elles quasiment au même niveau que 2018 et 2019 (90 378 € contre 76 211 € en 2020, 94 938 € en 2019 et 88 535 € en 2018).
- ➔ Les transferts de charges qui correspondent aux indemnités journalières et aux indemnités d'activité partielle sont en baisse par rapport à 2020 mais retrouvent leur volume de 2019 pour 37 600 € représentant 1% des recettes de la SPL.
- ➔ Les produits exceptionnels correspondent à une quote-part de subvention d'investissement qui s'apparente à une reprise sur le fonds d'investissement de la part des travaux d'amélioration des bureaux d'information touristique dernièrement réalisés.

Un prochain Conseil d'administration, en 2022, statuera, après présentation des travaux (bilan, compte de résultat) sur les comptes annuels de l'exercice clos au 31 décembre 2021, et sur le déficit net constaté de 31 090,73 € (contre un résultat 2020 déjà déficitaire de 77 223,70 € mais des résultats comptables bénéficiaires de 16 023,61 € en 2019 et de 9 724,83 € en 2018).

## ■ LE NOMBRE D'OPÉRATIONS TRAITÉES

Au cours de l'année 2021, ce sont :

- **8 968 écritures comptables** (contre 7 191 en 2020, 10 675 en 2019 et 7 987 en 2018) ont été passées par le service comptabilité,
  - ➔ Dont 410 écritures d'engagement,
  - ➔ Dont **5 409 opérations de dépenses** (factures fournisseurs, TVA,...), (contre 4 360 en 2020, 6 327 en 2019 et 4 586 en 2018),
  - ➔ Dont **3 149 opérations de recettes** (factures clients, partenariats, caisses, subventions...), etc., (contre 2 831 en 2020, 4 348 en 2019 et 3 081 en 2018),

Sans compter les 752 écritures comptables pour l'association Arrivée Fastnet Cherbourg.

En janvier 2021, la SPL changeait de logiciel de paie pour un outil plus performant.

- **737 bulletins de salaire** ont été établis par le service paie (contre 686 en 2020, 798 en 2019 et 732 en 2018) pour l'Office de Tourisme et 23 bulletins de salaire pour l'association Arrivée Fastnet Cherbourg,
- **Un peu plus de 1 575 heures d'activité partielle** ont été déclarées en 2021 et indemnisées pour près de 11 500 € (951 heures chômées en avril pour 9 397,51 € d'indemnisation, 224,25 heures en mai pour 2 082,59 € d'indemnisation),
- **Des aides à l'embauche de jeunes** ont été mobilisées pour près de 6 650 €, à savoir :
  - ➔ 3 666,67 € pour le chargé de mission itinérances entre le 01/02 et le 31/12/2021,
  - ➔ 2 966,65 € pour l'embauche de 2 saisonnières éligibles au dispositif, entre, le 17/05 et le 30/09/2021.

## LA CONVENTION DE PARTENARIAT AVEC L'ASSOCIATION ARRIVÉE FASTNET CHERBOURG

Au cours de l'année 2020, l'association Arrivée Fastnet Cherbourg, composée de représentants de la ville de Cherbourg-en-Cotentin, de la Communauté d'agglomération du Cotentin, du Conseil Départemental de la Manche et de la Région Normandie, a été créée afin de **gérer l'organisation de l'arrivée de la course Rolex Fastnet** qui a eu lieu en août 2021 et aura lieu en 2023.

Conformément à la demande de la collectivité de tutelle de l'Office de Tourisme exprimée en 2020, pour 4 ans, par le biais d'une convention, la SPL a apporté, au cours de l'année 2021, son soutien administratif et technique à l'association, notamment en assurant :

- ➔ **La comptabilité** de l'association,
- ➔ **La gestion de la paie** des 2 salariés de l'association,
- ➔ **La création et la commercialisation de produits touristiques** dans le cadre de la 1ère édition de cet événement,
- ➔ La gestion et l'animation, en amont, d'une opération de « **chèques aux marins** » en lieu et place des festivités habituelles, en raison du contexte sanitaire,
- ➔ **La remise de ces titres de paiement aux équipages** tout au long de cette première édition,
- ➔ **Une présence physique**, pendant l'événement, pour orienter les visiteurs, accueillir les élus, la presse sur les différents temps forts de l'événement.

## LE DIALOGUE SOCIAL

### ■ LE FONCTIONNEMENT DU COMITÉ SOCIAL ET ECONOMIQUE (CSE) AU QUOTIDIEN

**Après s'être mis en place en fin d'année 2018, l'année 2021 a été la 3<sup>e</sup> année de fonctionnement du Comité Social et Economique de la SPL.**

Au niveau de sa composition, les membres sont restés les mêmes qu'en 2020. Le départ d'un membre suppléant du collège des Agents de Maîtrise, Techniciens, Cadres en fin d'année 2019 n'a pas remis en cause la pérennité de cette instance et n'a pas nécessité d'élections complémentaires.

Ce sont donc dorénavant :

- Deux membres titulaires et deux membres suppléants qui œuvrent au sein du collège des Employés,
- Deux membres titulaires et un membre suppléant qui œuvrent au sein du collège des Agents de maîtrise-Techniciens-Cadres.

Au cours de l'année 2021, ce sont 10 réunions de CSE qui ont été organisées (contre 13 en 2020 et 10 en 2019) :

- 8 selon le calendrier prévisionnel de réunions qui prévoit une réunion mensuelle en moyenne,
- 2 réunions exceptionnelles pour que la Direction soit autorisée à
  - ➔ Mettre en place un dispositif d'activité partielle au sein de la structure au vu du contexte économique et sanitaire,
  - ➔ Instaurer le « Pass sanitaire » au sein de la structure en raison de la crise sanitaire.

Parmi les sujets traités, on retrouve :

- **La révision de l'organigramme** de la SPL,
- **Le point sur les frais kilométriques** et la complète révision de **la politique de défraiement des salariés** de la SPL,
- Le règlement d'**utilisation des véhicules de service**,
- Les visites **des espaces déjeuner** en lien avec le Médecin du Travail,
- Des informations relatives au nombre d'**arrêts maladie et d'accidents du travail**,
- La communication de l'**index égalité hommes-femmes**,
- **Des retours sur les Conseils d'Administration** et des consultations du CSE en prévision de Conseil d'Administration,
- Des consultations du CSE pour aménager **les accords d'entreprise** sur les Négociations Annuelles Obligatoires (NAO), la Base de Données Économiques Sociales et Environnementales (BDESE) et les consultations récurrentes du CSE,
- Des points de situation par rapport à **l'épidémie de COVID-19**, et le maintien et/ou le renforcement du télétravail pour raison sanitaire,
- Le bilan du recours à **l'activité partielle**,
- **La mise en œuvre de certains avantages** pour l'ensemble des collaborateurs de la SPL,
- **Le budget du CSE**,
- **Les résultats des différents baromètres sociaux** menés chaque trimestre au sein de la SPL,
- **Des points Ressources Humaines** pour évoquer des départs ou des arrivées de collaborateur, le déménagement de certains collaborateurs dans de nouveaux locaux,
- **La notion d'astreinte**,
- La programmation indicative du **temps de travail** pour l'année à venir
- Les réponses à **44 questions posées par les collaborateurs** (contre 94 en 2020, 61 en 2019).

**2 réunions de négociation** (contre 6 en 2019 et en 2020) ont également été menées entre la direction générale et la déléguée syndicale pour fixer conjointement :

- Le contenu de la **BDESE**
- Les thèmes et la récurrence des **NAO**
- Le contenu, la périodicité des consultations du **CSE** ainsi que la fréquence des réunions de CSE.

Pour aboutir à la **signature de ces 3 accords en début d'année 2022**.

## LA TAXE DE SÉJOUR

**La taxe de séjour, mise en place, au 1<sup>er</sup> janvier 2018, sur l'ensemble du territoire de la Communauté d'agglomération du Cotentin a connu au cours de l'année 2019 la collecte de la taxe directement par les opérateurs numériques.**

Cette collecte indirecte complexifie les comparaisons d'une année à une autre, comme cela est évoqué ci-après.

Au jour de la rédaction du présent document, la situation de 2021,

- Un parc d'hébergements qui s'est conforté atteignant 1 996 logements (contre 1 950 en 2020, 1 934 en 2019 et 1 929 en 2018) mais dont la capacité a légèrement fléchi pour atteindre 26 766 lits touristiques (contre 26 905 en 2020, 26 594 lits en 2019 et 27 589 lits en 2018) et réparti comme suit :
- Un nombre de **1 342 027 nuitées déclarées** pour l'année 2021 sans compter les opérateurs numériques (contre 1,104 millions de nuitées en 2020, 1,631 millions de nuitées en 2019 et 1,388 millions de nuitées à fin 2018), dans l'ensemble des hébergements recensés, soit une augmentation du nombre de déclarations de près de 22 % du nombre de nuitées par rapport à 2020, quand la progression entre 2018 et 2019 était de 17 % et que la baisse constatée entre 2019 et 2020 était de 32 %, du fait de la crise sanitaire et des confinements de la population.

### Répartition des hébergements

Répartition des hébergements	Hébergements	Nb de lits
Hôtels de tourisme	64	3 038
Résidences de tourisme	3	25
Villages de vacances	1	523
Meublé de tourisme	1 651	9 406
Chambres d'hôtes	196	1 176
Terrains de camping et de caravanage	60	11 620
Aire de camping-cars	4	92
Port de plaisance	5	409
Palaces	0	0
Auberge collective	12	477



### Montants et nuitées déclarés par nature et par catégorie d'hébergement

Nature d'hébergement	Nb nuitées déclar.	Montant € déclar.	% nuitées	% montant
Hôtels de tourisme	298 485	322 126,35	22,2%	34,4%
Résidences de tourisme	814	1 748,79	0,1%	0,2%
Villages de vacances	25 270	20 216,00	1,9%	2,2%
Meublés de tourisme	316 834	251 112,34	23,6%	26,8%
Chambres d'hôtes	43 458	33 456,40	3,2%	3,6%
Terrains de camping et terrains de caravanage	636 073	285 226,02	47,4%	30,5%
Aires de camping-cars	2 737	1 642,00	0,2%	0,2%
Palaces			0,0%	0,0%
Ports de plaisance		8 230,75		
Auberge collective	18 356	12 634,20	1,4%	1,3%
<b>Total direct</b>	<b>1 342 027</b>	<b>936 392,85</b>		

## Montants et nuitées déclarés par nature et par catégorie d'hébergement

Nature d'hébergement	Montants 2021	Montants 2020	Montants 2019	Évolution 2020/2021	Évolution 2019/2020
Hôtels de tourisme	322 126,35	243 327,41	381 092,77	32,4%	-36,2%
Résidences de tourisme	1 748,79	132,63	175,95	1218,5%	-24,6%
Villages de vacances	20 216,00	15 158,40	20 452,00	33,4%	-25,9%
Meublés de tourisme	251 112,34	186 017,26	311 902,85	35,0%	-40,4%
Chambres d'hôtes	33 456,40	27 678,72	40 535,02	20,9%	-31,7%
Terrains de camping et terrains de caravanage	285 226,02	231 309,98	301 395,44	23,3%	-23,3%
Aires de camping-cars	1 642,00	1 818,00	1 731,00	-9,7%	5,0%
Ports de plaisance	8 230,75		6,60		-100,0%
Palaces	0,00	1 386,10	1 992,83	-100,0%	-30,4%
Auberge collective	12 634,20	6 119,28	8 487,66	106,5%	-27,9%
<b>TOUT</b>	<b>936 392,85</b>	<b>712 947,78</b>	<b>1 067 772,12</b>	<b>31,3%</b>	<b>-33,2%</b>

Nature d'hébergement	Nuitées 2021	Nuitées 2020	Nuitées 2019	Évolution 2020/2021	Évolution 2019/2020
Hôtels de tourisme	1 342 027	1 104 802	1 631 920	21,5%	-32,3%
Résidences de tourisme	298 485	228 669	367 095	30,5%	-37,7%
Villages de vacances	814	123	295	561,8%	-58,3%
Meublés de tourisme	25 270	18 948	25 565	33,4%	-25,9%
Chambres d'hôtes	316 834	289 262	501 067	9,5%	-42,3%
Terrains de camping et terrains de caravanage	43 458	36 531	58 756	19,0%	-37,8%
Aires de camping-cars	636 073	516 602	654 439	23,1%	-21,1%
Ports de plaisance	2 737	3 030	2 885	-9,7%	5,0%
Palaces			30		-100,0%
Auberge collective	0	1 670	2 418	-100,0%	-30,9%
<b>TOUT</b>	<b>18 356</b>	<b>9 967</b>	<b>19 370</b>	<b>84,2%</b>	<b>-48,5%</b>

À la lecture du tableau ci-dessus, qui détaille le nombre de nuitées et le montant de taxe de séjour déclarés par nature d'hébergement, on constate :

- ➔ **La hausse de 21,5 % du nombre de nuitées** déclarées par les seuls hébergeurs,
- ➔ **L'augmentation du produit de la taxe collectée par les seuls hébergeurs de 31,3 %**, réparties assez harmonieusement entre les principales natures d'hébergement (hôtels, meublés, villages vacances, campings...)

La crise sanitaire, avec un confinement de la population en avril et les mesures de couvre-feu tout au long de l'année 2021, a eu moins de conséquences sur la fréquentation du territoire qu'en 2020. Au regard des chiffres de fréquentation sur la destination, on pourrait croire que la fréquentation a progressé de 21,5 % par rapport à 2020, diminué de 17,3 % par rapport à 2019 et retrouvé son niveau de 2018 (-3,3 %), mais ces chiffres ne tiennent compte que des déclarations des hébergeurs et ne prennent pas en considération les nuitées directement réservées auprès des opérateurs numériques dont les chiffres progressent chaque année.

**Aussi, il convient de s'attarder plus longuement sur le produit de la taxe qui révèle davantage la fréquentation sur la destination Cotentin.**

Le tableau ci-dessous cumule à la fois le montant déclaré par les hébergeurs et celui collecté par les opérateurs numériques. Il révèle bien que la collecte de taxe de séjour a progressé :

- Dans sa globalité, de 44,5 % entre 2020 et 2021 et même de 9,8 % entre 2019 et 2021,
- Pour la seule part des opérateurs numériques, de 83,1 % entre 2020 et 2021 et même de 135,2 % entre 2019 (année de démarrage de la collecte par les opérateurs numériques) et 2021.

	Année 2021	Année 2020	Année 2019	N/N-1	N/N-2
<b>Montant € déclarés par hébergeurs</b>	<b>936 392,85 €</b>	<b>712 947,78 €</b>	<b>1 067 772,12 €</b>	<b>31,3%</b>	<b>-12,3%</b>
<b>Montants reversés opérateurs numériques</b>	<b>443 734,47 €</b>	<b>242 335,09 €</b>	<b>188 636,23 €</b>	<b>83,1%</b>	<b>135,2%</b>
	<b>1 380 127,32 €</b>	<b>955 282,87 €</b>	<b>1 256 408,35 €</b>	<b>44,5%</b>	<b>9,8%</b>

- Un produit global pour 2021 (connu à ce jour) de 1 380 127,32 € (contre 1 170 497,19 € en 2020 quand le montant à la date de rédaction du rapport d'activité 2020 n'était que de 955 147,07 €, 1 256 408 € en 2019 et 1 179 359 € en 2018 ), sans compter les nouvelles déclarations et les prochains versements qui pourraient intervenir à posteriori, notamment de la part des opérateurs numériques qui reversent la taxe de séjour sur des périodes décalées (les deux derniers mois de l'année étant reversés dans le courant de l'année suivante).
- Les reversements des sommes de taxe de séjour collectées s'opèrent selon les modes de paiement suivants :

#### Montants reversés par moyen de versement

Moyen de versement	Montants reversés €	%
CHÈQUE	256 671,41	27,9%
ESPÈCES	105,35	0,0%
VIREMENT	446 213,12	48,5%
TITRE TP	10 426,05	1,1%
PAYFIP/TIPI	207 534,05	22,5%
	<b>920 949,98</b>	

A la rédaction de ce rapport (le 3 mai 2022), le bilan 2021 fait apparaître une répartition géographique des nuitées et du montant de taxe de séjour perçu comme suit (focus sur les 20 premières communes) :

- Malgré la non-affectation aux communes respectives des montants collectés par les opérateurs numériques, les 20 premières communes qui, par le biais de leurs hébergeurs, collectent directement le plus de taxe de séjour sont généralement les mêmes qu'en 2020, à quelques rangs près,
- Les hébergeurs des 20 premières communes ont collecté à eux-seuls en 2021, plus de 810 859 €, soit 87,4 % du montant total collecté sur le territoire de la Communauté d'agglomération du Cotentin (contre 626 670 € soit 88 % du montant 2020 collecté),

- Les hébergeurs des 10 premières communes ont collecté à eux-seuls en 2021, plus de 528 696 €, soit 72,2 % du montant total collecté sur le territoire de la Communauté d'agglomération du Cotentin (contre 520 220 € soit 73 % du montant 2020 collecté),
- Les hébergeurs des 5 premières communes ont collecté à eux-seuls en 2021, plus de 528 696 €, soit 57 % du montant total collecté sur le territoire de la Communauté d'agglomération du Cotentin (contre 408 330 € soit 57 % du montant 2020 collecté).

### Montants et nuitées déclarées par commune (hors opérateurs numériques)

Nom commune	Montants en €	Nombre nuitées	Rang	Rang 2020	Rang 2019	Rang 2018	% total
CHERBOURG-EN-COTENTIN	<b>303 344,13</b>	<b>317 053</b>	<b>1</b>	1	1	1	<b>32,7%</b>
BARNEVILLE-CARTERET	<b>69 415,51</b>	<b>94 150</b>	<b>2</b>	2	2	3	<b>7,5%</b>
LA HAGUE	<b>68 582,11</b>	<b>102 111</b>	<b>3</b>	3	3	2	<b>7,4%</b>
SAINT-VAAST-LA-HOUGUE	<b>45 533,85</b>	<b>60 155</b>	<b>4</b>	4	4	6	<b>4,9%</b>
PORTBAIL	<b>41 821,05</b>	<b>61 091</b>	<b>5</b>	5	5	4	<b>4,5%</b>
LES PIEUX	<b>37 769,96</b>	<b>102 120</b>	<b>6</b>	6	6	5	<b>4,1%</b>
SAINT-JEAN-DE-LA-RIVIERE	<b>35 973,95</b>	<b>91 268</b>	<b>7</b>	7	8	10	<b>3,9%</b>
RÉVILLE	<b>29 695,41</b>	<b>40 338</b>	<b>8</b>	8	7	8	<b>3,2%</b>
SURTAINVILLE	<b>19 517,38</b>	<b>30 831</b>	<b>9</b>	11	12	9	<b>2,1%</b>
TOLLEVAST	<b>18 142,30</b>	<b>30 384</b>	<b>10</b>	10	11	12	<b>2,0%</b>
SIOUVILLE-HAGUE	<b>17 880,66</b>	<b>37 162</b>	<b>11</b>	9	10	7	<b>1,9%</b>
GATTEVILLE-LE-PHARE	<b>17 571,00</b>	<b>40 829</b>	<b>12</b>	13	14	14	<b>1,9%</b>
MAUPERTUS-SUR-MER	<b>16 611,45</b>	<b>27 721</b>	<b>13</b>	12	9	11	<b>1,8%</b>
DENNEVILLE	<b>14 742,28</b>	<b>22 782</b>	<b>14</b>	16	15	15	<b>1,6%</b>
QUINEVILLE	<b>14 045,71</b>	<b>20 275</b>	<b>15</b>	19	18		<b>1,5%</b>
LE ROZEL	<b>13 597,10</b>	<b>23 331</b>	<b>16</b>	14	16	16	<b>1,5%</b>
QUETTEHOU	<b>13 595,61</b>	<b>17 249</b>	<b>17</b>	15	13	13	<b>1,5%</b>
BARFLEUR	<b>13 088,68</b>	<b>19 986</b>	<b>18</b>	17	17	17	<b>1,4%</b>
VALOGNES	<b>10 340,38</b>	<b>9 368</b>	<b>19</b>	23			<b>1,1%</b>
SAINT-MARCOUF	<b>9 590,55</b>	<b>17 117</b>	<b>20</b>	18	19		<b>1,0%</b>

Envoyé en préfecture le 06/07/2022

Reçu en préfecture le 06/07/2022

Affiché le

The logo for 'SLOW' is displayed in a stylized, italicized blue font.

ID : 050-200067205-20220706-DEL2022\_055-DE

Rapport d'activité 2021 - Directeur de publication : David Margueritte - Président de la SPL Développement touristique du Cotentin - 3 Avenue de la République - 50270 BARNEVILLE-CARTERET - Conception : DGC Communication - 1, Rue du Maréchal Leclerc - BP 343 - 50 000 SAINT-LO - 02 33 57 19 96 - Rédaction : Service Communication - Office de tourisme du Cotentin  
Impression : SAS Lereverend - ZA de la Tassinerie - 50700 VALOGNES - 02 33 21 64 00.

Crédits photos : Aymeric Picot, Baptiste Almodovar Lecaux Communication, Office de Tourisme du Cotentin, Antoine Soubigou, Marc Lerouge, Jérôme Houyvet

La reproduction, même partielle, d'articles ou illustrations parue dans cette brochure est strictement interdite. Ne pas jeter sur la voie publique.

Envoyé en préfecture le 06/07/2022

Reçu en préfecture le 06/07/2022

Affiché le

**SLO**

ID : 050-200067205-20220706-DEL2022\_055-DE

# DÉCOUVREZ L'ENSEMBLE DES RAPPORTS D'ACTIVITÉ ET LES ÉLÉMENTS DE L'OBSERVATOIRE DE L'OFFICE DE TOURISME SUR L'ESPACE PRO DU SITE INTERNET

[WWW.ENCOTENTIN.FR/PROS/OBSERVATOIRE-TOURISME](http://WWW.ENCOTENTIN.FR/PROS/OBSERVATOIRE-TOURISME)