



RAPPORT D'ACTIVITÉ 2024





ÉDITO

Chères administratrices et chers administrateurs de la Société Publique Locale de Développement Touristique du Cotentin, chers lecteurs et lectrices de ce rapport d'activité, je suis ravi de pouvoir introduire le bilan de l'année 2024 de l'Office de Tourisme du Cotentin.

2024 reste dans la lignée des années 2022 et 2023 : 3,4 millions de touristes (9,9 millions de nuitées) et 6 millions d'excursionnistes.

Ce rapport d'activité vous présente l'ensemble des projets réalisés en 2024 ainsi que les chiffres clés.

Je souhaite mettre en avant les études quantitatives et qualitatives sur la marque Cotentin Unique par Nature qui vont nous permettre d'affiner notre stratégie de communication : plus humanisée, plus urbanisée, plus expérientielle. Cette marque qui se décline dans nos accueils avec la refonte du Bureau d'Information Touristique de Goury et la réalisation de notre camion hors-les-murs.

J'insiste sur notre volonté de développer le hors-saison notamment avec le déploiement de séjours haut-de-gamme autour de passions qui mettent en avant notre territoire : cuisine, photographie, yoga...

2024 a été aussi l'année du 80^e anniversaire du Débarquement et, plus que jamais, le Cotentin, a pris sa part avec une belle coordination des associations et professionnels de la thématique du tourisme de mémoire.

Le lancement des balisages de la station de trail et de gravel nous donne aussi de belles perspectives sur l'évolution de la randonnée.

Je remercie les équipes de la SPL pour leur engagement dans les missions quotidiennes et pour la proactivité dans la création de nouveaux produits et de nouveaux projets, pour rendre notre territoire toujours plus attractif.

En trois ans, la dette cumulée, depuis la création de la SPL en 2017, de 122 512€, a été totalement résorbée grâce à des recettes en augmentation et une optimisation dans les dépenses !

Bref, les indicateurs sont au vert : continuons !

Je vous souhaite une bonne lecture !

David MARGUERITTE

PDG de la SPL de Développement
Touristique du Cotentin

SOMMAIRE

❧ CHIFFRES CLÉS DE LA DESTINATION 2024	3
❧ VIE STATUTAIRE ET GOUVERNANCE	6
❧ ACCUEIL DES PUBLICS	9
❧ ANIMATION	14
❧ MARKETING, COMMUNICATION ET COMMERCIALISATION	17
❧ QUALITÉ, SÉCURITÉ ET ENVIRONNEMENT	29
❧ INGÉNIERIE ET OBSERVATOIRE	31
❧ FILIÈRES	33
❧ ADMINISTRATION, FINANCES ET RESSOURCES HUMAINES	39

CHIFFRES CLÉS DE LA DESTINATION 2024





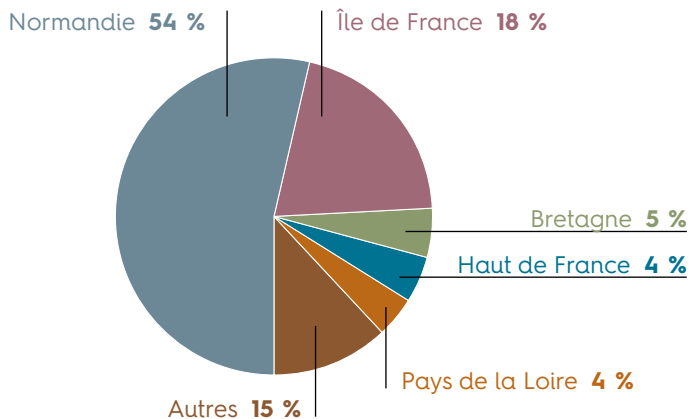
LES VISITEURS DU COTENTIN

Données Flux Vision - Orange Business - **Janvier à décembre 2024**

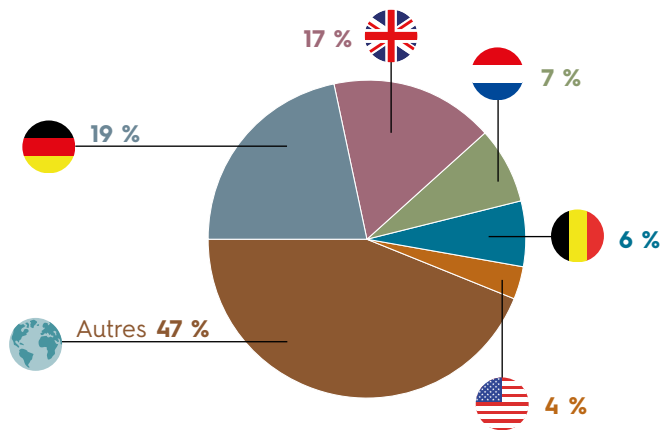
TOURISTES ■ 3,4 M ■ -3 % par rapport à 2023

Les touristes dorment au moins une nuit dans le Cotentin, ils peuvent être en résidence marchande ou non marchande (chez des amis, famille, résidences secondaires).

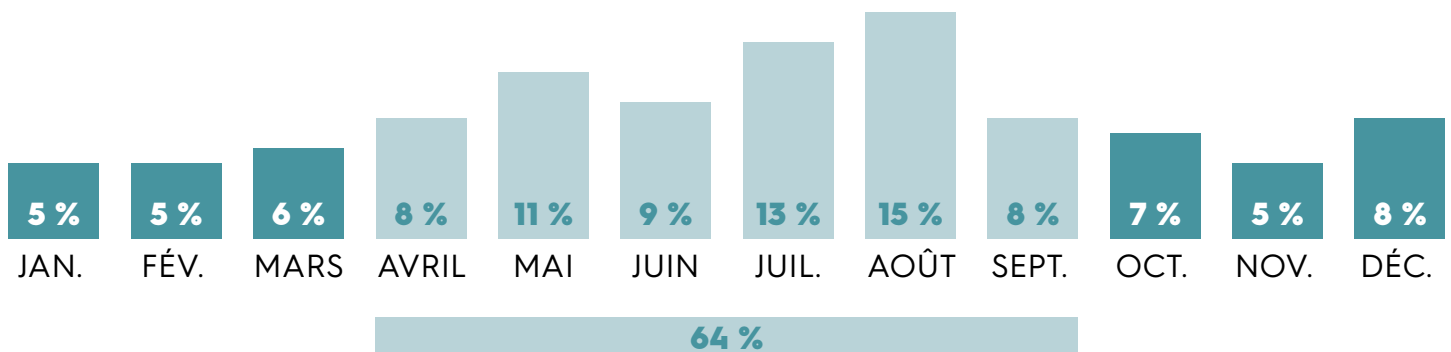
TOURISTES FRANÇAIS 77 %



TOURISTES INTERNATIONAUX 23 %

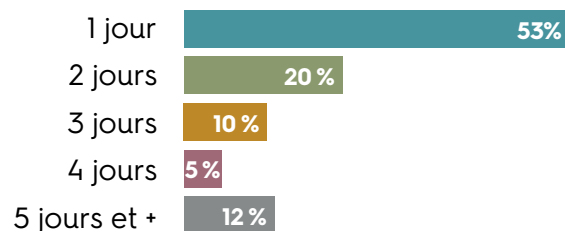


NUITÉES ■ 9,9 M ■ -3 % par rapport à 2023



DURÉE MOYENNE DE SÉJOUR ■ 3 JOURS

DÉTAILS DES DURÉES DE SÉJOUR



12 % des touristes restent **5 jours ou +**.

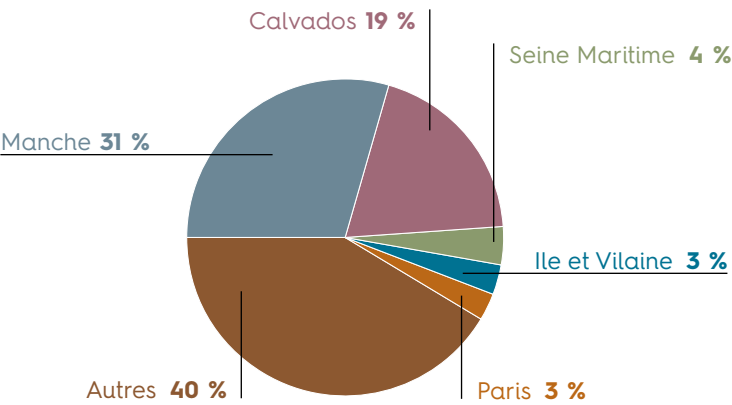
Notamment grâce aux Français extra-départementaux : **18 %** sont en **long-séjour**.

Les touristes internationaux restent très peu de temps : **74 % une seule nuit** (dû aux effets des croisières et des ferries).

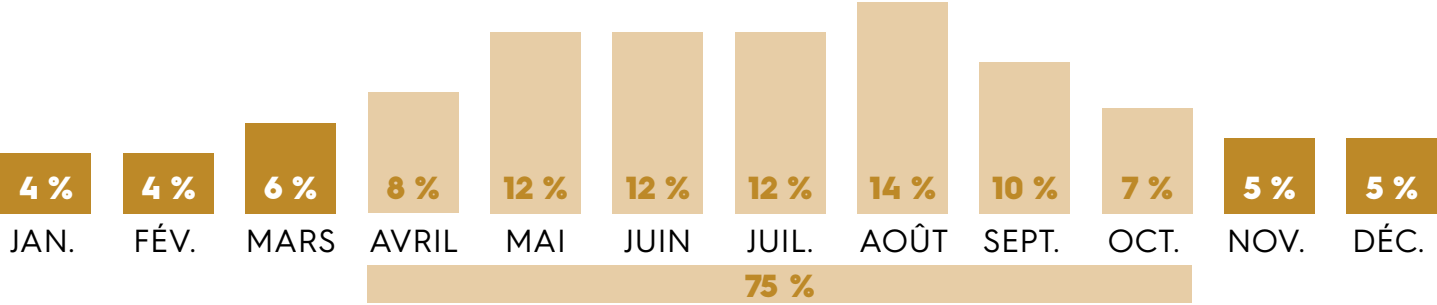
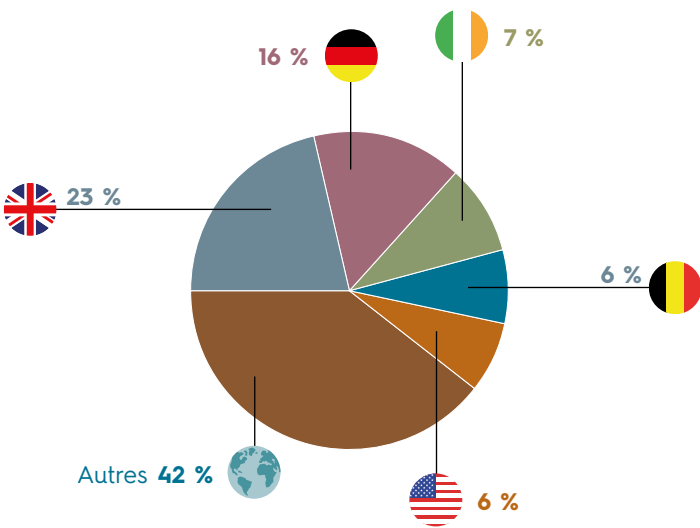
EXCURSIONS ■ 5,97 M ■ -6% par rapport à 2023

Les excursionnistes viennent à la journée sur le Cotentin.

TOURISTES FRANÇAIS 53 %



TOURISTES INTERNATIONAUX 47 %



Visiteurs accueillis dans nos Bureaux d'Information Touristique ■ 1 %





VIE STATUTAIRE ET GOUVERNANCE





■ LE CONTRAT DE DSP

La SPL de Développement Touristique du Cotentin répond à une Délégation de Service Public (DSP) avec la Communauté d'Agglomération du Cotentin.

Cette DSP est approuvée pour 4 ans : 2022 - 2025.

Les conventions réglementées suivantes ont continué de perdurer en 2024 selon les mêmes termes que précédemment. Il s'agit entre autre des **conventions réglementées établies entre la SPL** et :

■ **la commune de La Hague** pour l'organisation et la commercialisation de visites à vocation touristique et éducative au sein du périmètre du Géoparc,

■ **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

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 par les Vice-Présidents suivants :

➤ **Manuela MAHIER**

représentant la Communauté d'Agglomération du Cotentin,

➤ **Odile THOMINET**

représentant la Communauté d'Agglomération du Cotentin,

➤ **Gilbert DOUCET**

représentant la commune de Saint-Vaast-La-Hougue,

➤ **Carles DUPONT**

représentant la Communauté de Communes de la Baie du Cotentin,

➤ **David LEGOUET**

représentant la commune de Barneville-Carteret,

➤ **Stéphanie RIÈS**

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

Le Conseil d'Administration s'est réuni à 4 reprises en 2024 :

■ le 5 avril

■ le 28 juin

■ le 27 septembre

■ le 6 décembre

LE COMITÉ STRATÉGIQUE

Le Comité Stratégique, composé de **45 socioprofessionnels du Cotentin et de la Baie du Cotentin**, a pour mission de participer à la réflexion stratégique du développement touristique de la destination.

Chaque secteur d'activité est représenté par un censeur titulaire et un censeur remplaçant. Arnaud FÉRON, restaurant La Pernelle et Nicolas ONFROY, hôtel-restaurant Le Domaine d'Utah Beach ont été élus en 2024. Le représentant des socioprofessionnels, élu par ses pairs, siège au Conseil d'Administration avec voix délibérative (les censeurs siègent au CA avec voix consultative). Conformément au Règlement Intérieur, le Comité Stratégique se réunit à minima deux fois par an. Les membres sont élus pour trois ans et sont renouvelables par tiers.

Le Comité Stratégique s'est réuni à 2 reprises en 2024 :

- le 4 avril
- le 15 octobre

Le Comité Stratégique se compose de **45 membres de catégories professionnelles** différentes :

- ➔ hébergement
- ➔ sites et lieux de visites
- ➔ transports de passagers
- ➔ établissements publics et assimilés
- ➔ prestataires de services et de loisirs
- ➔ restauration

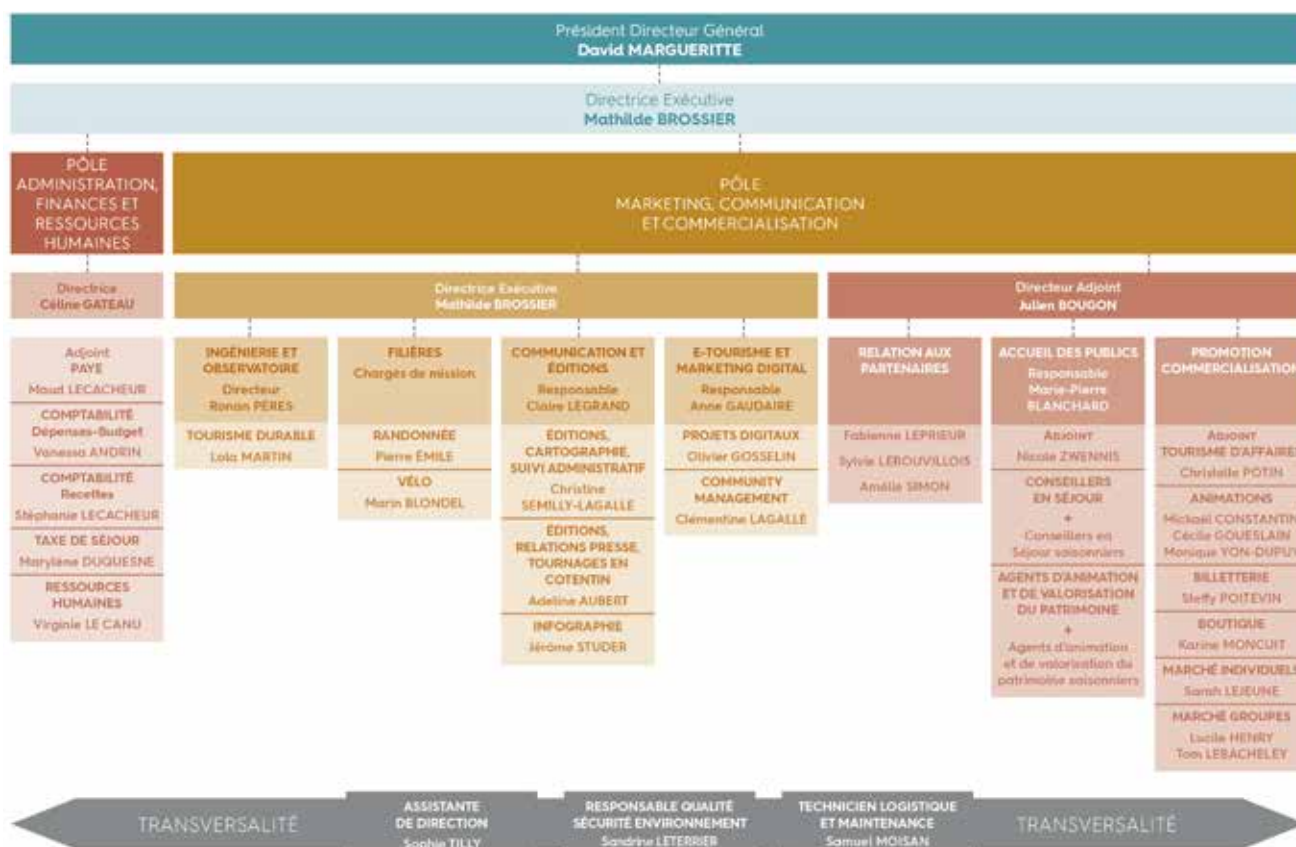
LE FONCTIONNEMENT INTERNE

DIRECTION ET MANDAT SOCIAL

Depuis le renouvellement du Conseil d'Administration, en septembre 2020, le fonctionnement interne de la SPL, reste inchangé, à savoir :

- le mandat social porté par le PDG, **David MARGUERITTE**,
- la direction exécutive portée par **Mathilde BROSSIER** depuis le 1^{er} août 2022.

ORGANIGRAMME en date de janvier 2024



ACCUEIL DES PUBLICS





BUREAUX D'INFORMATION TOURISTIQUE

■ LA FRÉQUENTATION DES BUREAUX D'INFORMATION TOURISTIQUE

En 2024, moins de 1% des visiteurs sont passés dans l'un de nos BIT.

DEMANDES	JANVIER	FÉVRIER	MARS	AVRIL	MAI	JUIN	JUILLET	AOÛT	SEPT.	OCT.	NOV.	DÉC.	TOTAL
GOURY *	173	2	378	1 118	2 899	2 255	2 976	4 312	2 747	991	70	0	17 921
BARNEVILLE-CARTERET	259	280	373	1 117	1 531	1 720	2 616	2 652	1 325	651	191	250	12 965
CHERBOURG-EN-COTENTIN	493	395	487	989	1 772	1 247	1 805	1 862	1 381	817	200	484	11 932
ST-VAAST-LA-HOUGUE	210	223	312	1 460	1 533	1 481	1 832	1 929	1 327	913	276	231	11 727
BARFLEUR	113	136	171	395	687	497	990	1 421	743	365	75	141	5 734
VALOGNES	75	200	251	318	556	646	851	1 055	453	314	112	138	4 969
PORT-BAIL-SUR-MER	80	111	168	308	413	488	1 319	1 152	286	263	75	69	4 732
ACCUEIL À DISTANCE	244	519	370	540	464	605	1 092	1 072	627	170	231	192	6 126
HORS-LES-MURS							725	550		13			1 288
BRICQUEBEC-EN-COTENTIN							361	508	216				1 085
QUINÉVILLE						118	336	504					958
TOTAL	1 647	1 866	2 510	6 245	9 855	9 057	14 903	17 017	9 105	4 497	1 230	1 505	79 437
ÉVOLUTION / 2023	7,93 %	-31,09 %	22,50 %	-18,16 %	-6,29 %	-21,66 %	-26,14 %	-19,27 %	-12,37 %	-1,34 %	21,18 %	-8,62 %	-16,26 %

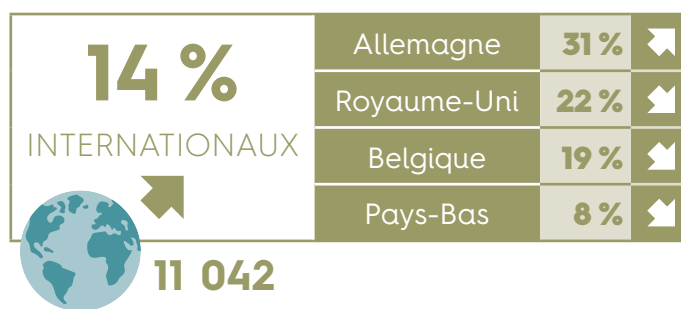
Données issues des statistiques de l'Office de Tourisme, basées sur l'enregistrement des demandes à l'accueil dans le Système d'Information Touristique Tourinsoft.

* Goury a été fermé pour travaux du 25/01/2024 au 28/02/2024 et du 04/11/24 au 10/03/25

MODE DE CONTACT

 Guichet	 Courrier	 Téléphone	 E-mail
91,4 %	2,7 %	1 %	4,9 %

ORIGINE DES VISITEURS DANS LES BIT



■ LES ÉDITIONS DÉDIÉES À L'ACCUEIL DES TOURISTES

Dans un souci d'impact environnemental, de ressources financières et pour mieux répondre aux attentes des clientèles, l'Office de Tourisme a ajusté les quantités, ainsi que le nombre de pages de certaines éditions et revu la façon de les diffuser. Certaines éditions passent à la demande et ne sont plus en libre-service.



Avant le séjour

Séduire de nouvelles clientèles avec **le magazine touristique du Cotentin 2023-2024**, associé au territoire de la Baie du Cotentin. Il est utilisé également en accueil chez nos partenaires et très apprécié des hôteliers. En vue d'optimiser l'empreinte des éditions, il a été décidé de le mettre à la vente au prix de 2 €, de l'offrir à partir de 20 € d'achat en boutique et de limiter la diffusion auprès des partenaires.

Fr : 15 000 ex / GB : 5 000 ex - le magazine a été conçu en 2022 pour une parution en mars de l'année suivante

Pendant le séjour

Le guide touristique du Cotentin axé sur les partenariats de l'Office de Tourisme (financé en partie par les insertions publicitaires et les packs de services). Le nombre d'exemplaires ainsi que le nombre de pages (par le retrait de la rubrique restaurant) ont été réduits dans toutes les langues, il fait maintenant 128 pages vs 160 pages précédemment.

Fr : 35 000 ex / GB : 5 000 ex / D et NL : 4 000 ex



Flyer
donné à la
demande
en accueil
2 000 ex

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



Les sous-mains « parcours touristiques » de villes et incontournables des territoires sont utilisés dans les bureaux de l'Office pour orienter les visiteurs (financés intégralement par les insertions publicitaires).

Cherbourg-en-Cotentin : 20 000 ex / Val de Saire : 20 000 ex /
 La Hague : 20 000 ex / Côte des Isles : 20 000 ex

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

Cherbourg-en-Cotentin : Fr : 15 000 ex / GB : 5 000 ex / D : 5 000 ex
 Clos du Cotentin : Fr : 10 000 ex / GB : 2 000 ex



La carte touristique

constitue un outil pratique de situation et de géolocalisation (nouveau : financée en partie par une insertion publicitaire en dernière de couverture).

4 langues, 100 000 ex - sortie en fin d'année 2022 - éditée pour 2023-2024

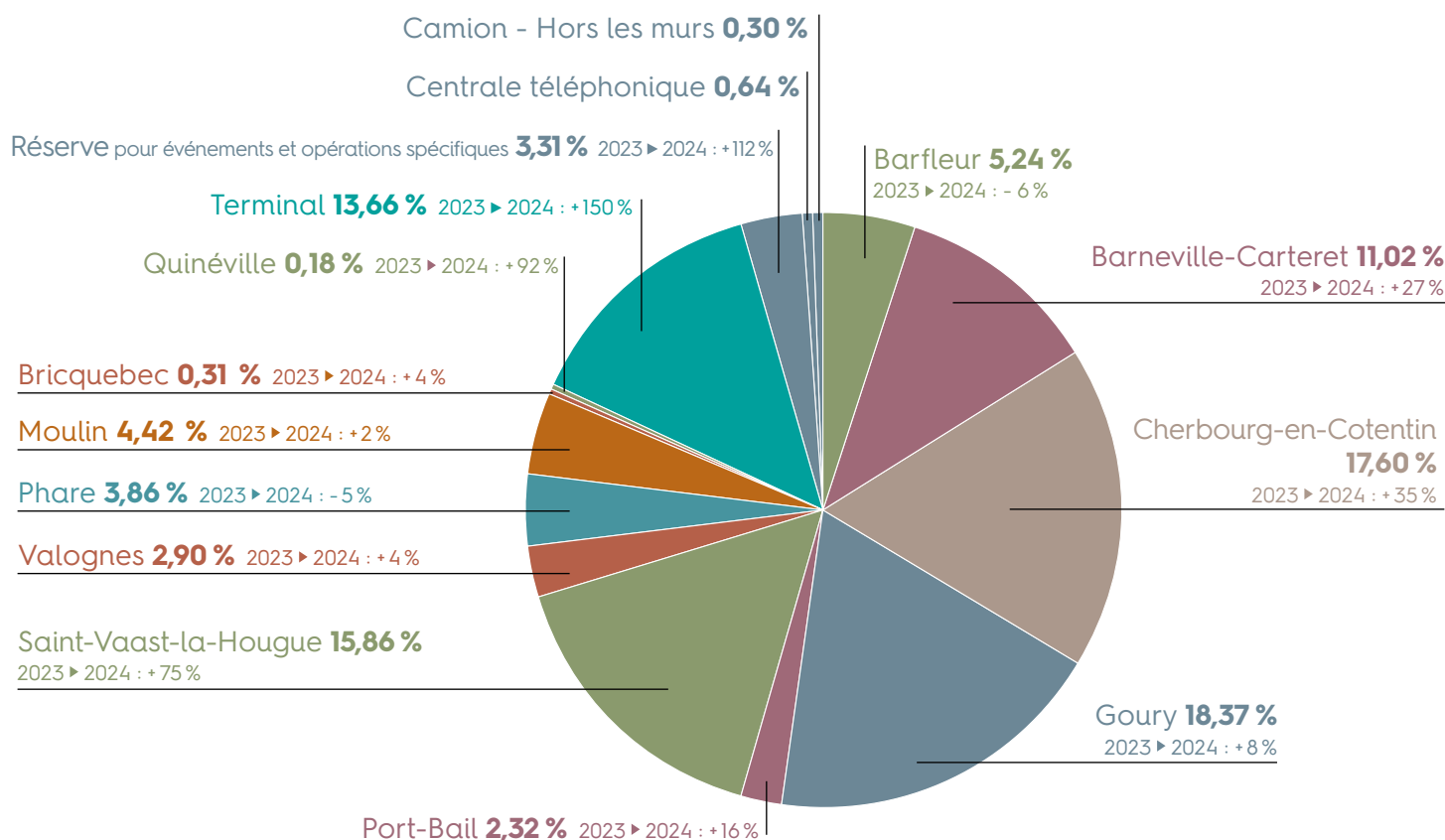
Les tables des marées

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.



LA BOUTIQUE

Répartition du chiffre d'affaires de la boutique par point de vente



CHIFFRE D'AFFAIRES

323 521 € ■ +35 %

NOMBRE DE PANIERS

32 479 ■ +36 %

PANIER MOYEN

9,96 € ■ -1 %

Multiplication du nombre de paniers, avec l'achat de petits articles (notamment au Terminal Croisière), qui impacte le montant du panier moyen.

TOP 10 VALEUR DES VENTES

Magnet rectangle Cherbourg	13 978 €
Skyline métal Cotentin	11 854 €
Cartes postales Lumières marines	9 438 €
Médailles Monnaie de Paris	8 992 €
Topoguide les sentiers de la Hague	4 051 €
Timbre international	3 928 €
Médailles touristiques	3 671 €
Topoguide « Hors des sentiers battus »	3 560 €
Peluche âne	3 295 €
Pochon cabas Cotentin Unique	3 291 €

TOP 10 VOLUME DES VENTES

Cartes postales Lumières marines	6 293
Magnet rectangle Cherbourg	4 681
Médailles Monnaie de Paris	3 599
Timbre France	2 084
Timbre international	2 005
Cartes postales Gulf Stream 15x10	1 872
Médailles touristiques	1 836
Stickers divers	1 180
Enveloppe Cotentin Unique 11x22	880
Magnet Mont-Saint-Michel	876

■ LES BILLETTERIES



**Conventions
signées
en 2024**

49

563 041 €

de chiffre d'affaires généré
pour les prestataires du Cotentin
(soit une évolution de - 8 %)

Marge dégagée de **42 236 €** (en progression de 5 %)

➔ La billetterie, c'est **plus de 63 000 billets délivrés**, aux comptoirs et en ligne.

TOP 3 CHIFFRE D'AFFAIRES

TATIHOU

193 900 €

LA CITÉ DE LA MER

95 846 €

MANCHE ILES EXPRESS

53 198 €

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



Goury



Acquisition d'un camion pour l'accueil hors les murs

Le Bureau d'Information Touristique de Goury, propriété du Département de la Manche, a bénéficié d'une rénovation complète. En début d'année, les huisseries (menuiserie et vitrage) ont été remplacées et des travaux électriques ont été réalisés. À partir de novembre, des artisans mandatés par l'Office de Tourisme ont entrepris des travaux pour agrandir l'espace d'accueil, répondre aux besoins électriques supplémentaires et rafraîchir la peinture. **Ces améliorations visent à créer un espace adapté pour accueillir le concept « Cotentin Unique par Nature »**, mis en place début 2025.

Le camion Hors les murs

Dans l'optimisation des points d'accueil et pour être au plus près des sites de fréquentation, l'Office de Tourisme a fait l'acquisition d'un camion adapté à l'accueil et à la vente de produits.

**COTENTIN
UNIQUE
PAR NATURE**



Offices de
Tourisme
de France

0 805 320 200

Service gratuit
+ prix appel

Scannez et découvrez
votre compagnon digital
Scan and discover your digital companion



nestor.encotentin.fr





ANIMATION





ÉQUIPEMENTS EN GESTION

PHARE DE CARTERET



13 845 visiteurs

-18 % par rapport à 2023 (facteur météo)

FRÉQUENTATION

Visites diurnes	12 184
Visites nocturnes	656
Journées du Patrimoine	549
Visites commentées groupes	473

En 2023-2024, les jardins du phare ont accueilli une nouvelle exposition d'Arnaud Guerin autour d'«un voyage planétaire du phare de Carteret à la Nouvelle-Zélande, des îles Féroé à l'Islande, des Açores à l'Écosse, des Canaries à la Sicile en passant par Ouessant ou les Shetland, à la découverte du monde fascinant des phares».

Du 9 au 11 octobre 2024, le phare a accueilli le **réseau des Phares de France** !

Les gestionnaires de 20 phares ouverts au public étaient présents. À l'ordre du jour : gestion, restauration, conservation, tourisme, médiation, culture.

MOULIN À EAU MARIE RAVENEL MEUNIÈRE & POÉTESSE

5 613 visiteurs

-23 % par rapport à 2023 (facteur météo)

ATELIERS P'TITS BOULANGERS 11 dates / 116 personnes

VISITE MULTISENSORIELLE 3 dates / 29 personnes

SIESTE POÉTIQUE 4 dates / 13 personnes

JOURNÉES DES MOULINS 4 dates / 192 personnes

JOURNÉES DU PATRIMOINE 2 dates / 119 personnes

ATELIER BOURDELOTS 1 date / 8 personnes



Pour la quatrième année, **les trois moulins du Cotentin**, le moulin à vent du Cotentin à Fierville-les-Mines, le moulin à eau de Belle-Fontaine à Grosville et le moulin à eau de Marie Ravenel se sont associés pour organiser les **Journées des Moulins**.



ANIMATIONS ET MANIFESTATIONS

LES MANIFESTATIONS EN PARTENARIAT



PLANTES ET SAVEURS D'AUTOMNE

Samedi 31 août et dimanche 1 septembre

+ de 2 500 visiteurs

en partenariat avec La Maison de la Hague - Manoir du Tourp

RANDONNÉES EN COTENTIN

44 dates

+ de 1 500 randonneurs

soit une moyenne de 40 participants par date

en partenariat avec l'association
Les Randonneurs de la Côte des Isles

700 ex

RANDONNÉES EN COTENTIN PROGRAMME 2024	
RANDONNÉES PÉDESTRES 10 KM / 3H ENVIRON - GRATUIT	
JANVIER	MAI
• Mercredi 3 - 14h00 ÉGLISE / SAINT-MARTIN-LE-GRAND	• Mercredi 8 - 14h00 ÉGLISE / TROUVILLE-HAGUE
• Mercredi 17 - 14h00 LE PORT / DIELETTE	• Mercredi 22 - 14h00 ÉGLISE / TOUCHEVILLE
• Mercredi 31 - 14h00 ÉGLISE VIEUX / LE MEULON AU VAL	
FÉVRIER	JUIN
• Mercredi 14 - 14h00 LA VERRÈRE / BENOÎTVILLE	• Mercredi 5 - 14h00 SALLE COMMUNALE / TROUVILLE
• Lundi 26 - 14h00 ÉGLISE / BOTTREVAULT	• Mercredi 19 - 14h00 ÉGLISE / CANTELOUP
• Mercredi 28 - 14h00 HAIRIE / SAUSSEMESNIL	
MARS	JUILLET
• Lundi 4 - 14h00 RUE DES CHAMPS / BENOÎTVILLE	• Mercredi 3 - 14h00 ÉGLISE VIEUX COMMUNALE / GÉVILLE-HAGUE
• Mercredi 13 - 14h00 PLACE DU GÉNÉRAL LECHE / PÉCAUVILLE	• Lundi 8 - 14h00 CAMP PATON / NÉHOUE
• Mercredi 27 - 14h00 LA VERRÈRE / BENOÎTVILLE	• Mercredi 10 - 14h00 RUE / SODROT
AVRIL	• Lundi 15 - 14h00 ÉGLISE / ANNEVILLE-EN-SAIRE
• Mercredi 10 - 14h00 CHATEAU DES SABLES / TOUVILLE	• Mercredi 17 - 14h00 LE PORT / BENOÎTVILLE
• Lundi 22 - 14h00 HAIRIE / BOTTREVAULT	• Lundi 29 - 14h00 LA HAIE DES LACETTES / BENOÎTVILLE
• Mercredi 24 - 14h00 NOUVEAU PARC DE LA GARE / CARTERET	• Mercredi 24 - 14h00 ÉGLISE / TONNEVILLE
• Lundi 29 - 14h00 ÉGLISE / LA BONNEVILLE	• Lundi 29 - 14h00 SALLE COMMUNALE / BENOÎTVILLE

LES ANIMATIONS DE L'OFFICE DE TOURISME

CA : 18 737 € - 16 %

RANDOS

➔ 3 SORTIES / 51 PARTICIPANTS

TOUR EN BUS

➔ 1 DATE / 3 PARTICIPANTS

SORTIES NATURE

➔ 14 SORTIES / 353 PARTICIPANTS

CARRIOLE À VALOGNES

➔ 6 DATES / 201 PARTICIPANTS

VISITES EN COTENTIN

➔ 10 DATES / 95 PARTICIPANTS

AÉROPORT DE MAUPERTUS

➔ 6 DATES / 242 PARTICIPANTS

CHASSES AU TRÉSOR

➔ 21 DATES / 209 PARTICIPANTS

LES VIKINGS ET LES CORSAIRES

Barfleur, La Hague, Barneville-Carteret



Guide des animations
de l'Office de Tourisme
12 000 ex

VILLES
& PAYS
D'ART &
D'HISTOIRE

Famille Plus
VIVRE ENSEMBLE
DE MEILLEURES EXPÉRIENCES

LES ANIMATIONS EN PARTENARIAT

VISITES GUIDÉES DE CHERBOURG-EN-COTENTIN

CHERBOURG
en Cotentin

➔ 96 VISITES / 1 955 PARTICIPANTS

■ Visites mensuelles gratuites : 12 dates / 297 participants

■ Visites estivales payantes : 83 dates / 1 856 participants

■ Journées Européennes du Patrimoine : 12 visites / 400 participants

ANDRA

➔ 28 DATES / 286 PARTICIPANTS

ANDRA
Apportez votre savoir à la gestion
des déchets industriels

GÉOPARC

➔ 16 SORTIES / 187 PARTICIPANTS

LA HAGUE
GÉOPARC PROJET

MARKETING, COMMUNICATION ET COMMERCIALISATION



SERVICE COMMUNICATION ET ÉDITIONS

■ 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 l'outil de communication transversal pour exprimer le positionnement, l'attractivité du territoire et sa singularité.

OBJECTIFS

- Asseoir la notoriété de la destination,
- Faire connaître localement notre marque, susciter l'appropriation par les élus, les prestataires et les résidents.

L'appropriation de cet outil identitaire se développe grâce aux différents **supports et actions de communication internes et externes** : éditions, site Internet, réseaux sociaux, PLV, photothèque, vidéothèque, outils internes, outils d'accueil, médias...



LE POSITIONNEMENT PARTAGÉ DU TERRITOIRE :

Cotentin Unique par Nature

Une nature sauvage - Une destination unique

Les enquêtes marketing de l'été 2023 ont révélé des perceptions et attentes nouvelles des visiteurs, **influençant les orientations stratégiques**.

Les services communication ont travaillé sur **l'évolution de la stratégie de marque Cotentin Unique par Nature**, accompagnés de l'agence DGC Communication.

OBJECTIFS

- Renforcer son attractivité touristique et **répondre aux nouvelles attentes des visiteurs**.
- Rendre le Cotentin distinctif et mémorable, en promettant une expérience de voyage unique.

Le développement de l'identité de marque est crucial face à la concurrence croissante des destinations touristiques, tant françaises qu'internationales.



■ LE COTENTIN, UNE DESTINATION À VALORISER

CONSTATS

- Le Cotentin bénéficie d'une image positive mais **reste mal identifié géographiquement**, seulement 3 Français sur 10 situent le Cotentin en Normandie.
- La **marque Cotentin Unique par Nature est bien perçue par les habitants**, mais nécessite une notoriété accrue au-delà de ses frontières.
- Les visiteurs recherchent des **expériences authentiques**, autour de la nature, du patrimoine et de la gastronomie, avec une forte satisfaction des séjours.
- Le Cotentin attire principalement un **public familial** pour des séjours de 3 à 4 jours, avec une intention de retour élevée.
- Les **richesses patrimoniales et gastronomiques sont appréciées**, mais souvent mal identifiées par les visiteurs.
- Le **manque d'animations en soirée** est un frein à l'attractivité de la destination.

■ UNE NOUVELLE STRATÉGIE MARKETING

- ➔ Une **stratégie de marketing expérientiel** est nécessaire pour valoriser les atouts du Cotentin et renforcer son storytelling.
- ➔ La **ligne éditoriale doit être dynamique, authentique et accessible** pour susciter l'envie de découvrir le territoire.

L'ensemble de la ligne éditoriale et iconographique se base sur 5 piliers :

1. **UN CARACTÈRE MARITIME UNIQUE**
2. **UN TERRITOIRE «ULTRA NATUREL»**
3. **UNE DIVERSITÉ PATRIMONIALE**
4. **UN UNIVERS DE SAVEURS**
5. **UN IMAGINAIRE PUISSANT**

Une importance est donnée à la direction artistique des photos et des vidéos. **Les images doivent refléter la profondeur et le charme des moments de vie**, tout en valorisant la diversité du territoire. La direction artistique privilégie la présence humaine pour donner une échelle aux paysages et susciter l'envie de visiter. Les lumières, les couleurs ont aussi leur importance.

- ➔ Le **Cotentin est reconnu pour ses paysages naturels variés**, incluant falaises, plages et paysages bocagers, créant un **fort impact émotionnel**.
- ➔ Les **activités de plein air sont accessibles à tous**, favorisant une diversité d'expériences sportives et de loisirs.
- ➔ Les **savoir-faire locaux**, notamment en artisanat et produits de bouche, sont des atouts recherchés par les visiteurs.
- ➔ Le **patrimoine historique du Cotentin**, comprenant villages et musées, est mis en valeur par des images humaines et engageantes.
- ➔ La **gastronomie locale est présentée comme une expérience conviviale**, avec des moments de partage autour de bons plats.



■ LA NOUVELLE CHARTE GRAPHIQUE DU COTENTIN

La charte graphique connaît par conséquent une évolution, incluant des éléments visuels, typographiques et colorimétriques. Elle met en avant une identité visuelle forte avec des couleurs dominantes et un univers iconographique riche.

L'accroche «**Échapper à l'ordinaire**» est récurrente et positionnée en début de message pour attirer l'attention.

Le visuel se compose d'une image forte et d'un aplat de couleur, facilitant la lisibilité du message.



Le plan de communication 2025-2026, orienté autour de l'accroche « Échapper à l'ordinaire », sera multicanal :

- ➔ **Offline** : concept-stores, produits boutique, partenariats, événementiels, relations média
- ➔ **Online** : site Internet, campagne webmarketing ciblée (en fonction des lieux géographiques d'habitation, des âges, des appétences...), réseaux sociaux, newsletters...

LA CAMPAGNE A DEUX VISÉES :

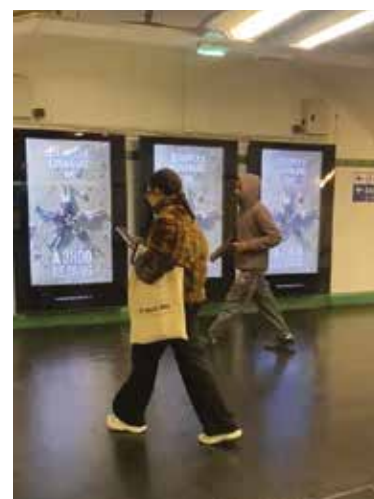
- ➔ **Nationale : Grand Ouest - Paris** - dès mars

- Augmenter la notoriété du Cotentin,
- Développer le tourisme notamment hors-saison,

Campagne phytale à visée des prospects : affichage, SEA, retargeting, partenariats avec SNCF...

- ➔ **Locale : les habitants, les professionnels et élus** - dès janvier

- Intégrer les locaux dans le développement touristique autour de valeurs communes,
- Accroître le sentiment d'ambassadeur.





Véhiculer la marque et son appropriation passe par la création et la diffusion d'un ensemble de supports

■ LES RELATIONS MÉDIAS

Les actions presse destinées aux médias 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 du Tourisme de Normandie (principalement pour l'accueil de journalistes internationaux).

ACTIONS

- ➔ 1 dossier de presse générique (en Fr et GB) : 870 contacts
- ➔ 2 communiqués de presse
- ➔ 1 voyage de presse : pour faire vivre in situ

PARUTIONS

ÉQUIVALENCE PUBLICITAIRE

3,2 M€

contre 2,7 M€ en 2023

34
accueils

2023

96 retombées

2024

89 retombées



■ LE BUREAU DES TOURNAGES

Tournages avec Normandie Images

SÉRIES

- « **HPI** » pour **TF1**, saison 4 épisodes 5 et 6 – Itinéraires Production
Tournage en février 2024 à Barfleur
- « **Joseph** » pour **TF1**, saison 1 – 3 épisodes – de et avec Lucien JEAN-BAPTISTE – Production NOLITA
Tournage en juillet et août 2024 à Martinvast, Yvetot-Bocage, La Hague, Cherbourg
- « **Mertreuil** » pour plateforme **HBO Max**, Nabi Production
Tournage le 4 septembre 2024 au Nez de Jobourg

COURTS-MÉTRAGES

- « **Wallace Cleaver** », Production OCURENS – Marie FESSOL
Tournage du 14 au 19 mai 2024 à Saint-Vaast-La-Hougue, Quinéville, Crasville, Quettehou, Ecausseville, Fresville, Saint-Martin-d'Audouville, Lestre, Montebourg et La Haye
- « **Ma poule** », court-métrage / clip – Le Grand Saut Production – Géraldine NICOLO
Tournage en mai 2024

Contacts et projets avec l'Office de Tourisme du Cotentin

LONGS-MÉTRAGES

- « **JOUR G** », RADAR FILMS – Claude ZIDI Junior
Pas de tournage possible au Phare de Gatteville en été, autorisation refusée
- « **Les immortelles** », Films de la Capitaine/La Féline films – Caroline DERUAS
En projet
- « **Film historique DDay** », Mathieu SIMONNET
En projet

CLIPS

- « **Élèves Marie-Claude PIÉTRAGALA** », Flora MOSCOVICI
Été 2024 au Hangar d'Ecausseville
- « **Ornelia** », Thomas DUCHÊNE
Demande d'autorisation pour tournage au phare de Carteret



SERVICE E-TOURISME ET MARKETING DIGITAL

■ LA MÉDIATHÈQUE

Afin de renforcer notre communication et valoriser l'image du Cotentin, la médiathèque a été enrichie avec de nouveaux contenus photo et vidéo :

- ➔ **Reportages photos** : shootings en studio pour mettre en avant les produits de notre boutique et reportages thématiques dans le cadre du relancement de notre marque Cotentin Unique par Nature.
- ➔ **Achat de rushes vidéo** : une banque d'images vidéos permettant de réaliser des montages sur mesure pour une communication réactive et impactante sur les réseaux sociaux.

2 tournages de courts-métrages ont été effectués en 2024 pour des diffusions en 2025 :
Cotentin Fort Réveur 2 et le **Défi trail en Cotentin**.



➔ Podcasts

4 386 écoutes sur 28 épisodes

Afin d'offrir une nouvelle expérience immersive aux visiteurs et habitants, une chaîne de podcasts déclinée en plusieurs séries est développée :

Cotentin Fort Réveur : des interviews et ambiances sonores issues des vidéos de notre magazine du même nom.

Les Pincés : des témoignages d'ambassadeurs partageant leurs coups de cœur et leur métier.

Les P'tits Curieux : des histoires fascinantes sur les animaux du Cotentin, racontées par François de La Ferme aux 5 saisons.

Avec 28 épisodes déjà disponibles sur les différentes plateformes comme Deezer ou Spotify, cette collection audio valorise notre territoire autrement et renforce le lien entre les auditeurs et le Cotentin.



➔ Dans les salles de cinéma

311 660 entrées

Tout au long de l'année, nous diffusons des spots publicitaires au Mega CGR de Cherbourg-en-Cotentin. Nous avons diffusé des publicités de 30 secondes chacune, toutes conçues par des réalisateurs locaux. Ces diffusions ont non seulement renforcé l'image de notre Office, mais ont également contribué à encourager des pratiques respectueuses de l'environnement et à promouvoir nos initiatives locales.

■ LA STRATÉGIE DIGITALE

🌐 SITE INTERNET

Refonte du site encotentin.fr

Cette initiative s'inscrit dans une démarche globale visant à améliorer l'expérience utilisateur (en rendant le site plus intuitif et agréable à naviguer), **à générer des revenus supplémentaires** (via la réservation d'hébergement, la billetterie et la boutique en ligne) et **à valoriser le territoire** (par des contenus riches, variés et actualisés quotidiennement).

La refonte du site **encotentin.fr** représente une étape cruciale dans la stratégie de développement touristique du Cotentin. **En plaçant l'utilisateur au cœur de ses préoccupations** et en valorisant les richesses locales, l'Office de Tourisme du Cotentin s'engage à offrir une vitrine digitale attractive et performante, au service de tous les amoureux du Cotentin.

LA FRÉQUENTATION DU SITE

Nombre de sessions

2024	1 340 597
2023	1 243 893

+ 7 %

Nombre de pages vues

2024	3 483 796
2023	3 366 469

+ 3 %

Le top 3 des pages les plus vues

LES WEBCAMS

355 503 pages vues

LES CIRCUITS PÉDESTRES

88 419 pages vues

AGENDA

73 649 pages vues

Ventes en ligne

- Hébergement : 104 909 € soit 52 % des ventes
 - Prestations de loisirs : 94 861 € soit 47 % des ventes
 - Boutique : 1 529 €
- NOUVEAUTÉ 2025
lancée en décembre 2024

+ 24 %
par rapport à 2023



🌊 E-RÉPUTATION

Afin de maîtriser l'image de l'Office de Tourisme et celle de la destination sur le web, le service effectue une veille sur les commentaires (Google, Tripadvisor et Le Petit Futé) et apporte des réponses personnalisées aux internautes.

4,67/5 sur 291 avis

Scannez et découvrez votre compagnon digital

nestor.encotentin.fr

14 495 visites
+ 74 % par rapport à 2023

🌊 CAMPAGNES SPONSORISÉES

L'Office de Tourisme élabore une stratégie commerciale en structurant une offre BtoC réservable en ligne.

Les actions menées :

- augmentation de la notoriété via la mise en place d'un calendrier de campagnes sponsorisées sur les réseaux sociaux, dont les objectifs sont : ➔ acquérir de nouveaux abonnés, ➔ déclencher des visites sur le site, ➔ déclencher des ventes sur le site.

E-MAILING AUTOMATISÉ

- Objectifs :**
- ➔ Entretenir la relation avec les cibles,
 - ➔ Générer du trafic sur le site,
 - ➔ Mettre en valeur les offres,
 - ➔ Faire naître un désir chez l'internaute.

Parcours	1	2	3	4	5
Personnes	20 611	19 578	250	2 866	2 551
Taux ouverture moyen	60 %	41 %	38 %	48 %	66 %

45 850 personnes ont reçu des informations régulières par e-mail

- Parcours 1 : téléchargement du guide généraliste** (suite au téléchargement du guide).
- ➔ 4 e-mails : le guide de la destination / les séjours selon les cibles et la saison / une sélection d'hébergements / une sélection d'activités à réserver.
- Parcours 2 : réchauffement de leads** (1 mois après le parcours 1).
- ➔ 3 e-mails : 10 raisons de venir dans le Cotentin / Le Cotentin vu par... / une sélection d'activités
- Parcours 3 : cross-selling** (en cas de réservation d'hébergement).
- ➔ 2 e-mails : une sélection d'activités à réserver / rappel de l'e-mail avec un objet différent
- Parcours 4 : avant séjour** (les infos pratiques pour optimiser le séjour des touristes).
- ➔ 5 e-mails : le guide de la destination / les expériences à vivre dans le Cotentin / les infos pratiques pour leurs vacances / une sélection d'activités à réserver / un questionnaire de satisfaction.
- Parcours 5 : randonnées** (inviter les touristes à se détacher de la mer pour découvrir l'intérieur des terres).
- ➔ 3 e-mails : le guide et les circuits / l'itinérance / les hébergements.

RÉSEAUX SOCIAUX

L'Office de Tourisme interagit sur les réseaux sociaux et crée du lien avec la communauté.

	Nombre d'abonnés	Réactions	Évolution du nombre de fans
Facebook	68 050	117 589	+ 17 %
Instagram	23 219	72 900	+ 34 %
Linkedin	5 259	3 200	+ 18 %
Tiktok	6 270	37 545	+ 42 %

Le top 3 des posts



732 349 impressions

en février sur le GR 223





163 100 impressions

en mars sur le phare de Gatteville





129 086 impressions

en décembre sur Urville-Nacqueville



SERVICE COMMERCIALISATION - AGENCE RÉCEPTIVE

Baisse d'environ - 15 % pour l'agence réceptive, suite à une année record en 2023

Légère baisse d'activité de l'agence réceptive avec un **volume d'affaires global de 359 788 €** soit - 15 %, par rapport à 2023. Les retombées économiques directes chez les professionnels du territoire s'élèvent à **263 016 €** (-19,5 % par rapport à 2023).

La baisse concerne principalement le **service Groupes** et un peu le **service Équipements**, cette dernière était prévisible suite à l'année record en 2023. Le service **MICE** et le **GIR** sont en hausse.

Sur le marché **BtoB**, l'Office de Tourisme est présent aux côtés des partenaires normands sur le principal salon professionnel Top Résa.

À noter également, l'activité affaires (MICE) continue d'augmenter grâce au travail de promotion avec Normandie Meetings & Events.

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

RÉSULTATS ➤ **21 contrats signés** : 13 associations / 6 structures scolaires / 2 mairies
➤ **632 personnes reçues**
➤ **550 nuitées vendues**

■ **CA : 121 047 €** (-34 % par rapport à 2023) ■ **CA moyen par contrat : 5 764 €**

■ L'ACTIVITÉ RÉCEPTIVE VIS-À-VIS DES PROFESSIONNELS (BtoB)

RÉSULTATS ➤ **15 contrats signés** : 1 agence en événementiel / 8 agences de voyage / 6 autocaristes
➤ **519 personnes reçues**
➤ **194 nuitées**
➤ **Durée moyenne** ■ Séjour (33 %) ■ Journée (60 %) ■ Court séjour (2 à 3 jours) (7 %)

■ **CA : 99 538 €** (-14 % par rapport à 2023) ■ **CA moyen par contrat : 6 635 €**

Marge générée par l'activité réceptive vis à vis de l'ensemble des clientèles BtoB et BtoC de 16 %

■ L'ACTIVITÉ RÉCEPTIVE VIS-À-VIS DU GROUPEMENT D'INDIVIDUELS REGROUPÉS (G.I.R.)

Suite au lancement en 2023 de 2 séjours packagés pour la filière **G.I.R** (Groupement d'Individuels Regroupés), 6 séjours (dont 4 nouveaux) ont été programmés en 2024. En voici le bilan en quelques chiffres :

- 4 séjours sur 6 ont pu avoir lieu, ayant atteint un nombre suffisant de réservations.
- Une majorité de réservations a été effectuée en ligne, sur le site encotentin.fr.

■ **CA : 22 110 €** (+69 % par rapport à 2023) ■ **Marge : 3 085 €**

De nouveaux séjours seront à nouveau programmés en 2025

■ L'ACTIVITÉ RÉCEPTIVE PRESTATION SÈCHE GROUPE (BtoB ET BtoC) - ÉQUIPEMENTS ET ANIMATIONS DE L'OT

RÉSULTATS ➤ **73 contrats signés** :
11 agences / 23 scolaires / 32 clubs et associations / 1 croisière / 6 CE

■ **CA : 30 791 €** (-7 % par rapport à 2023) ■ **Marge : 68 %** ■ **CA moyen par contrat : 421 €**

■ L'ACTIVITÉ DE TOURISME D'AFFAIRES (MICE)

RÉSULTATS ➤ **9 contrats signés** avec des grands événements dont les Assises du Tourisme avec la Région, le GIP Europe, le colloque de la fondation Tocqueville, les séminaires EDF, ORANO TRANSDEV, KPMG
➤ **Durée moyenne** : de 1 à 15 jours selon les événements
➤ **Provenance** : nationale et internationale

■ **CA : 88 533 €** (+11 % par rapport à 2023) ■ **Marge : 12 %** ■ **CA moyen par contrat : 9 837 €**

LA CROISIÈRE

Nombre record d'escales en 2024 !

- CHIFFRES CLÉS** ■ **63 escales** dont 9 inaugurales, 5 imprévues, 2 touch&go (sans accueil assuré par l'OT)
- **179 896 passagers** et environ **61 066 membres d'équipage**
- ➔ **26 044 excursionnistes**
 57 % des passagers restent à Cherbourg-en-Cotentin

CONSTAT La fidélisation avec les compagnies comme Carnival UK avec 13 escales, AIDA Croises avec 11 escales et MSC Croisières avec 10 escales, contribue au développement de notre destination.

NOUVEAUTÉ **Inauguration du nouveau Terminal Croisière**
 Dans le cadre de son Schéma d'Accueil et de Diffusion de l'Information, l'Office de Tourisme a modernisé et optimisé l'accueil des passagers dans le Terminal Croisière. Le parcours client est pensé dès la salle des bagages et jusqu'au terminal, pour vivre une expérience unique, hors du temps, grâce à un espace de découverte, de détente, d'animation et de boutique.
 Quelques mois seulement après l'inauguration, on constate déjà une meilleure expérience client avec notamment une progression de **+ de 150 % du chiffre d'affaires dans la boutique**.



2025 s'annonce être une belle saison avec 57 escales programmées pour un potentiel de 177 000 passagers attendus.



ÉVÉNEMENTS PROFESSIONNELS

- **Seatrade Cruise Global**
Miami, du 8 au 11 avril
- **Cruise Europe Conference**
Stockholm, du 14 au 15 mai
- **Seatrade Med**
Malaga, les 11 et 12 septembre

Ces grands événements sont propices aux échanges avec et entre les professionnels du secteur de la croisière.



SERVICE RELATIONS PARTENAIRES

MISSIONS

- Qualifier l'offre touristique du territoire (visite d'entreprise, prospection, rédaction de contenus...).
- Administrer la base de données départementale et régionale Tourinsoft qui alimente les sites internet de l'Office de Tourisme du Cotentin, de Normandie Tourisme et d'Attitude Manche.
- Accompagner les socioprofessionnels (conseil, soutien technique), sensibiliser la montée en gamme et la qualité de l'offre touristique du Cotentin.
- Animer le réseau.

SERVICES AUX PROFESSIONNELS

Une relation privilégiée entre le prestataire et le service :

- un interlocuteur pour les prestataires touristiques,
- une parfaite connaissance des structures touristiques,
- l'amélioration des contenus permettant d'augmenter la vente de séjours et de prestations,
- la gestion directe des informations et la mise à jour des offres en temps réel, avec depuis octobre 2024, un outil : **VIT** (Votre Information Touristique), qui permet aux professionnels d'actualiser leur fiche TOURINSOFT de façon autonome.



L'Office de Tourisme du Cotentin, après avoir consulté les prestataires touristiques et en accord avec le Comité Stratégique et le CA, a décidé de faire évoluer son offre aux partenaires.

En préparation de l'année 2025, la philosophie du partenariat change :
le « Pack Partenaire » payant disparaît.

Tout prestataire est un ambassadeur du territoire, de fait, un partenaire de l'Office de Tourisme.

Le service propose à la vente des **encarts publicitaires** pour une valorisation dans les différents supports :

- ➔ le guide touristique,
- ➔ les plans touristiques (Cherbourg-en-Cotentin, La Hague, le Val de Saire, la Côte des Isles),
- ➔ les essentiels de Cherbourg-en-Cotentin et du Clos du Cotentin,
- ➔ des mises en avant sur le site encotentin.fr.

LES VENTES

■ Encarts publicitaires

■ Packs Partenaires

+ 0,17 %
d'évolution du CA
par rapport à 2023

Total général **622**

2024

108

514

121 281 €

QUALITÉ SÉCURITÉ ENVIRONNEMENT



SERVICE QUALITÉ ET SÉCURITÉ

■ LA QUALITÉ

QUALITÉ TOURISME

La marque Qualité Tourisme™ devient le label Destination d'Excellence™.

Cette réforme a pour but d'étendre la notoriété des labels et de les rendre plus attractifs pour les touristes et les établissements labellisés.



Destination d'Excellence™ est un label d'État. Il permet de renforcer la qualité de l'accueil et des services et élargit le niveau d'exigence, en matière d'écoresponsabilité.

La feuille de route de l'Office de Tourisme est de mener une démarche d'excellence continue, pour accueillir le visiteur sur le territoire, et lui donner envie de revenir.

BILAN ÉCOUTE CLIENT

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

18 réclamations ont été traitées
dans nos Bureaux d'Information Touristique

618 remarques ont été enregistrées,
sur des sujets très divers

Les remarques fréquentes :

- + le bon accueil des équipes dans les bureaux,
- l'entretien du GR, la coordination des horaires de train et de Cap Cotentin, les châteaux de St-Sauveur-le-Vicomte et de Bricquebec fermés en septembre...

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



■ LA QUALITÉ DE VIE AU TRAVAIL

Suite aux résultats du baromètre social de l'Office de Tourisme, des groupes de travail ont été créés pour renforcer la cohésion d'équipe et la démarche éco-responsable de l'OT. En 2024, les groupes de travail ont mis en place notamment les actions suivantes :

- l'opération « nettoyage de plage » courant mars,
- la création d'une équipe Cotentin Unique par Nature lors des Foulées de la Presse de la Manche.

INGÉNIERIE ET OBSERVATOIRE



SERVICE INGÉNIERIE ET OBSERVATOIRE

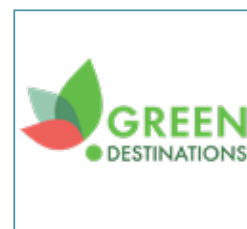
■ L'INGÉNIERIE

ACCUEIL DES VÉHICULES AMÉNAGÉS

Après la réalisation d'un schéma d'accueil de principe en 2022, les orientations stratégiques ont été mises en œuvre sur le territoire test de La Hague en 2023. En 2024, le Conseil Accueil Camping-Car de la FFCC a réalisé un diagnostic et une analyse de l'offre à l'échelle du territoire de l'Agglomération du Cotentin. **Ces travaux visent à élaborer un futur schéma directeur pour l'accueil des véhicules aménagés.**

LABEL GREEN DESTINATIONS

En 2024, l'Office de Tourisme du Cotentin a recruté une Chargée de mission en Tourisme Responsable. Son rôle est d'organiser le travail de collecte des données et de sensibiliser les différentes parties prenantes en vue de la prochaine candidature au label Green Destinations. L'Office a acquis les droits d'accès à la plateforme internationale en novembre 2024 et espère obtenir cette distinction en 2025.



■ L'OBSERVATOIRE

L'Office de Tourisme bénéficie du dispositif d'observation **Flux Vision Tourisme d'Orange Business Services**, une méthode innovante et évolutive qui permet d'obtenir des données riches et précises pour l'analyse de la fréquentation touristique. Cette observation oriente les décisions et les investissements de la Communauté d'Agglomération du Cotentin, de l'Office de Tourisme, des communes, ainsi que des porteurs de projets, qu'ils soient publics ou privés. Elle permet également de mesurer l'impact et l'efficacité des actions menées sur le développement de l'activité touristique et de ses retombées économiques.

En plus des chiffres issus de sa propre activité, l'Office de Tourisme recueille, analyse et diffuse des informations pertinentes et validées. Il fait évoluer ses indicateurs en intégrant des critères de tourisme responsable, afin de promouvoir des pratiques durables, notamment dans le cadre de sa candidature au **label Green Destinations**. Par ailleurs, l'Office de Tourisme suit l'évolution des meublés de tourisme grâce aux outils Liwango et Lighthouse, tout en se tenant informé des changements législatifs. En 2024, une nouvelle loi visant à réguler les meublés de tourisme a été votée à l'échelle nationale pour une application dès 2025.

STRATÉGIE

Au cours du dernier semestre, un travail approfondi a été mené pour mettre à jour la stratégie touristique pour l'Office de Tourisme du Cotentin.

OBJECTIFS

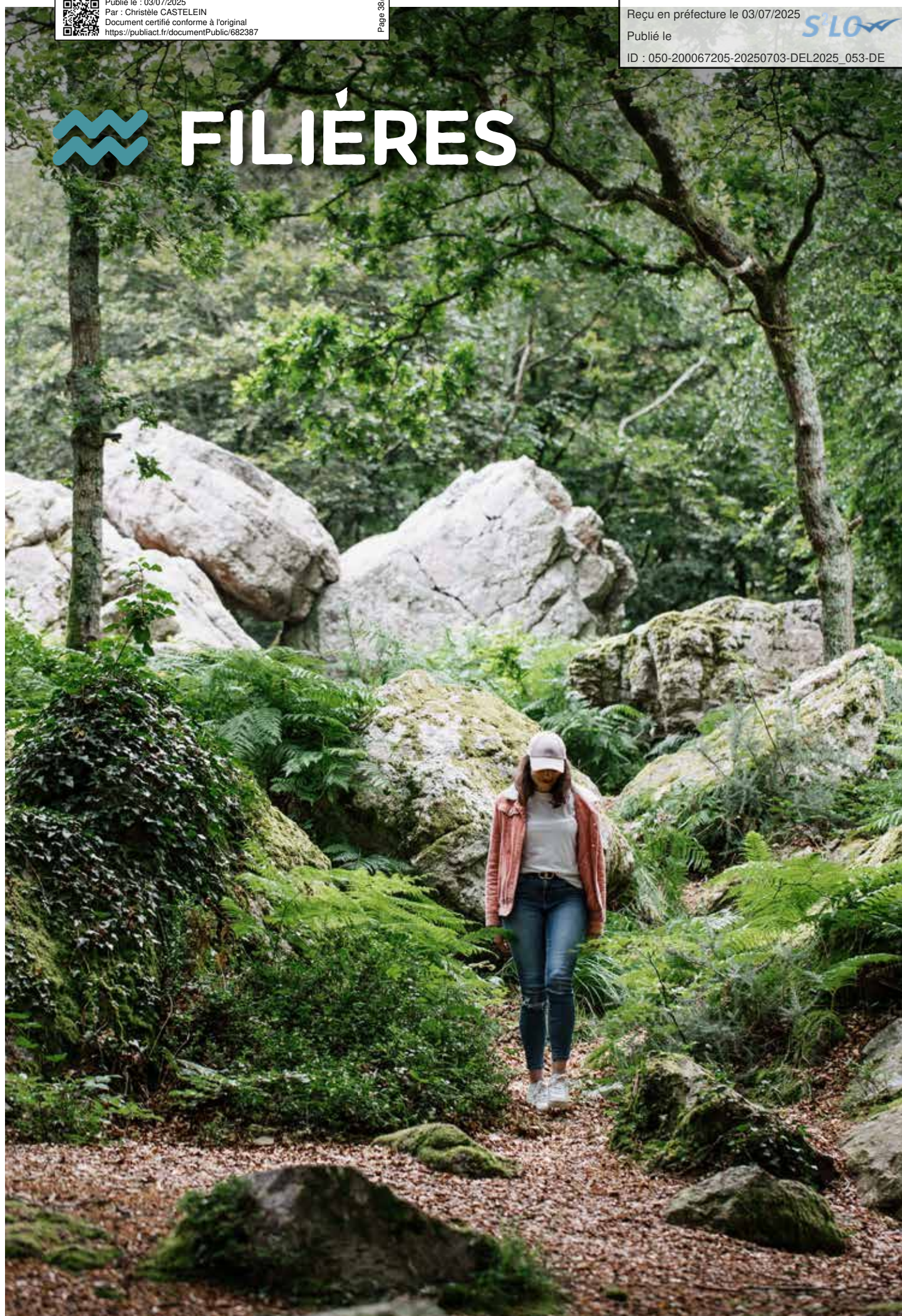
- **Structurer une vision ambitieuse et durable du développement touristique du territoire pour les années à venir.**
- **Renforcer l'attractivité de la destination.**
- **Prolonger la saisonnalité** et optimiser l'expérience des visiteurs, tout en impliquant pleinement les acteurs locaux.

Elle constituera une base de travail essentielle pour la définition de la prochaine Délégation de Service Public (DSP) avec l'Agglomération du Cotentin. Son ambition est d'aligner les orientations de l'Office avec les attentes des élus et les besoins du territoire, tout en garantissant un modèle de gestion durable et performant.

ACCOMPAGNEMENT TECHNIQUE

En 2024, l'Office de Tourisme a joué un rôle auprès de la commune de **Saint-Vaast-la-Hougue** en apportant son soutien technique pour l'élaboration de son dossier de candidature au classement de **Station Classée de Tourisme**. Cette démarche valorise les atouts touristiques de la commune et renforce son attractivité. L'expertise de l'Office de Tourisme a été mise à profit pour étudier le dossier, envisager les points forts et les marges de progression de la destination et s'assurer que toutes les exigences du classement étaient respectées.

FILIÈRES



FILIÈRE ITINÉRANCE ET RANDONNÉE



■ LE DÉVELOPPEMENT DE LA RANDONNÉE

Afin de répondre aux ambitions de l'Agglomération 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 Trace TPI. L'objectif est de définir un plan d'actions à mener sur la période 2022-2026.

Depuis le début de la démarche, les élus, partenaires et acteurs de la filière ont été associés aux échanges. Durant l'année 2024, un travail important a été mené sur l'événementiel et la poursuite de la structuration des parcours.

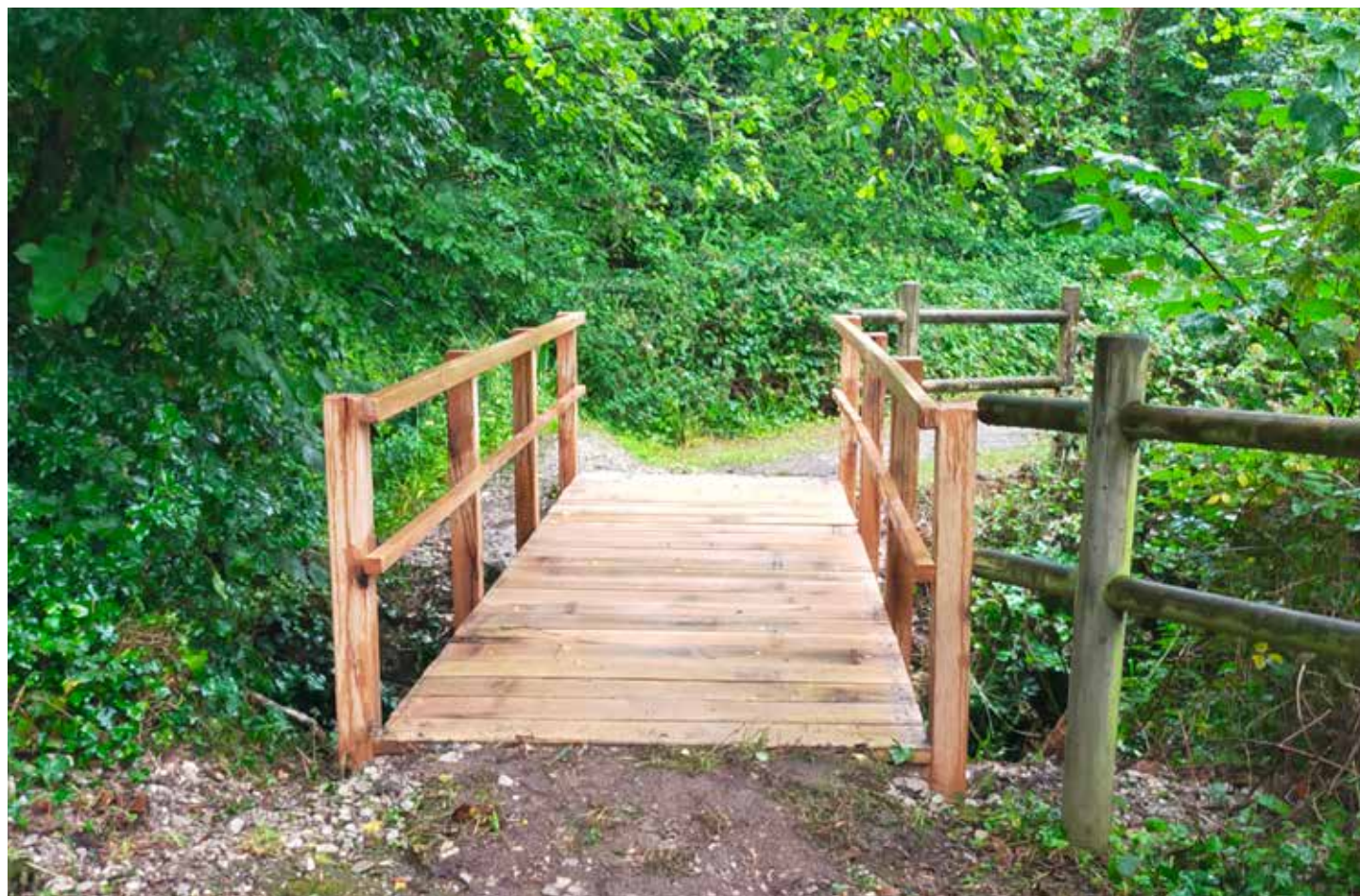
■ LA COMPÉTENCE COMMUNAUTAIRE D'ENTRETIEN ET AMÉNAGEMENT DES SENTIERS PÉDESTRES

Un nouveau marché a été mis en œuvre au 1^{er} janvier 2024, à la suite du précédent qui arrivait à son terme.

Il contient **4 lots géographiques d'entretien courant des sentiers** (débroussaillage et élagage), et **4 lots géographiques de petits travaux et aménagements**.

La pousse de la végétation a été très dense au début du printemps 2024, rendant difficilement praticables certains secteurs, pendant une période (juin-juillet sur les secteurs les plus problématiques). Des interventions ont eu lieu depuis la fin de l'hiver jusqu'à l'automne, avec selon les secteurs, 1 à 4 passages réalisés. Au final, l'entretien a bien été effectué. Quelques travaux et aménagements ont été nécessaires dans des cas de vieillissements d'ouvrages ou à la suite d'événements météorologiques.

Des déviations ont parfois dû être prévues, notamment en raison de travaux sur des ouvrages littoraux ou sur des routes. Selon les cas, un balisage temporaire a pu être mis en place **avec l'aide de la FFRandonnée**, et des alertes ont pu être ajoutées sur les fiches parcours (site et applications).





■ LES STATIONS DE TRAIL ET DE GRAVEL

Dans le cadre du Schéma de Développement de la Randonnée et dans la continuité des ateliers « rando » de 2021 et des ateliers « vélo » de 2022, un travail important est mené depuis le début d'année 2024 pour un projet de Station de Trail et de Gravel. Ce travail est mené en collaboration avec les communes, les acteurs institutionnels concernés et les pratiquants. Les tracés ont été définis lors de groupes de travail en respectant les attentes et besoins des territoires comme des usagers.

Objectifs des parcours

- ➔ **adaptés à la pratique** : grande partie de sentiers et chemins
- ➔ **sécurisés** : limiter les passages par les routes fréquentées, éviter les sites à risque
- ➔ **intéressants au niveau sportif** : distance et dénivelé variés
- ➔ **intéressants pour la découverte** : paysage et territoire

5 secteurs pour le trail

- Cherbourg-en-Cotentin
- Brix et Sottevast
- La Hague
- Fermanville
- Barneville-Carteret et Les Moitiers-d'Allonne

3 pour le gravel

- Cherbourg-en-Cotentin
- Saint-Sauveur-le-Vicomte
- Valognes

Les parcours seront balisés en 2025.

■ LES ÉDITIONS ET LE NUMÉRIQUE

ÉDITIONS 2024

- Topoguide Les sentiers du Val de Saire
- Topoguide Hors des Sentiers Battus
- Carte randonnées



40 000 ex

CONSULTATION SUR CIRKWI ET IGNRANDO

CLASSEMENT	CIRCUIT	CONSULTATIONS
1	Centre-ville historique Cherbourg-en-Cotentin	2 291
2	Le cap de la Hague	2 288
3	Le cap Lévi	1 973
4	Le sentier du contrebandier	1 831
5	Le viaduc de la vallée des moulins	1 763
TOTAL 2024		61 423

Les chiffres de consultation des parcours (site internet, webapplication Nestor en Cotentin, Cirkwi) sont en légère baisse par rapport à 2023, principalement en raison de petits dysfonctionnements d'affichage des parcours sur le nouveau site internet suite à son lancement.



CIRCUITS DU VENDREDI

Pendant la saison estivale, des publications Facebook ont été faites chaque vendredi pour mettre en avant un parcours en particulier : ➔ 4 circuits vélo
➔ 11 circuits pédestres

106 833 impressions totales liées aux 15 publications. On constate un impact des posts sur les affichages Cirkwi.

CONSULTATION SUR LE SITE INTERNET

En 4^e position
des pages les plus consultées

LES CIRCUITS PÉDESTRES

87 964

En 10^e position
des pages les plus consultées

LES CIRCUITS TOUTES PRATIQUES

46 770

■ L'ÉVÉNEMENTIEL



FESTIVAL LE TRAIL FAIT SON CINÉMA

Pour la troisième année, le Cotentin a accueilli, au cinéma CGR Odéon de Cherbourg en-Cotentin, le festival national « **Le trail fait son cinéma** » (4^e édition) qui propose de découvrir une sélection des meilleurs films running de la saison 2023, à la découverte d'histoires, de projets et de courses, des athlètes qui façonnent le trail.

246 spectateurs (salle pleine).

CHALLENGE COTENTIN TRAIL

Le Challenge Cotentin Trail regroupe **5 trails du Cotentin** (La Diabolik de Ragnar, La Bri'zeuse, La Barjo, Le Tue Vaques et Le Trail à la Belle Étoile) sur 2 formats L et XL. Pour la 4^e édition de ce challenge organisé par l'association Coeur d'enfants, l'Office de Tourisme du Cotentin est partenaire, notamment pour la communication, la gestion d'une page internet et l'affichage des classements.





LA MAD JACQUES

Le Cotentin a accueilli pour la deuxième fois la Mad Jacques du 6 au 8 octobre 2024. L'événement **outdoor festif** s'adresse au grand public sur 2 jours de trek entre Flamanville et la Hague et 24h de festival à l'arrivée (concerts, conférences...).

615 participants (17 % de Manchois, 70 % de femmes).

L'événement reviendra sous une forme gravel du 10 au 12 octobre 2025.

la Mad Jacques

DÉFI TRAIL



Du 29 au 30 juin 2024, une équipe de 16 coureurs du Cotentin, aux profils différents, a effectué le Tour de la Presqu'île du Cotentin découpé en 10 relais pour 10 étapes de 17,7 km à 35 km. L'objectif était de boucler les 267 km du parcours en moins de 24h, tout cela à la poursuite du soleil.

Ce défi a fait l'objet d'un documentaire de 30 minutes réalisé par Valentin ORANGE qui sera diffusé en 2025. Le film a été présenté en avant-première au cinéma Le Richelieu de Réville, puis à Cherbourg-en-Cotentin dans le cadre de la soirée consacrée au festival Le trail fait son cinéma.

RONDE DU COTENTIN

La 1^{ère} édition a eu lieu les 25 et 26 mai. L'événement a affiché complet, avec **833 participants le samedi et 727 le dimanche** (30 % hors Cotentin). Une seconde édition est prévue les 24 et 25 mai 2025, avec une jauge d'inscription doublée.



FILIÈRE NAUTISME

TOURNÉE DES PLAGES DU COTENTIN (juillet et août)

- ➔ 8 communes,
- ➔ 160 inscrits au stage d'aisance aquatique pour un total de 800 séances
 50 % des enfants sont âgés de 4-6 ans
 30 % de 7-8 ans
 20 % 9-10 ans,
- ➔ Une exposition de 20 panneaux sur les rivières et le Cotentin,
- ➔ 50 personnes accueillies pour des découvertes de la plage et du bocage.

ANIMATIONS DÉCOUVERTE DE L'ACTIVITÉ NAUTIQUE

- ➔ Journée UNSS le 5 juin avec 250 élèves issus 10 collèges accueillis dans 5 bases nautiques du territoire,
- ➔ La nouvelle vague du Cotentin le 29 juin, 80 internes en médecine ont embarqué à bord de voiliers dans la rade de Cherbourg,
- ➔ Grand Océan la journée du dimanche 15 septembre à Réville, animation kayak et baptêmes de plongée,
- ➔ Accueil du Sailorz Film Festival au cinéma Odéon le 13 mars,
- ➔ Animations des clubs nautiques lors du passage de la flamme olympique à Cherbourg le 31 mai.

ACCUEIL DES GRANDS ÉVÉNEMENTS

- ➔ Signature d'un contrat avec le RORC pour les 2 prochaines éditions de l'arrivée de la Rolex Fastnet race,
- ➔ Accueil du championnat de France Minimes de voile légère 400 jeunes de moins de 15 ans ont participé à une épreuve nationale du 6 au 10 juillet dans la rade de Cherbourg,
- ➔ Accueil de deux voiliers classiques de légende à Cherbourg le 18 juin.



ACTIONS LIÉES À L'ENVIRONNEMENT ET À LA CONNAISSANCE DU LITTORAL

- ➔ Journée de formation des professionnels des bases nautiques, pour la connaissance du milieu littoral et les bons conseils pour transmettre ces connaissances.

PROMOTION DU TERRITOIRE PAR LA CRÉATION DU COLLECTIF ESPOIR COTENTIN TERRE BLEUE

- ➔ 25 sportifs d'activités nautiques de moins de 25 ans qui brillent au niveau national ou international sont regroupés dans un collectif qui leur permet d'échanger sur leurs entraînements et leur gestion études / sport,
- ➔ Faire rayonner le territoire comme terre d'excellence sportive à travers le monde.



ADMINISTRATION, FINANCES ET RESSOURCES HUMAINES



L'ACTIVITÉ ADMINISTRATIVE ET ÉCONOMIQUE

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



UN BUDGET PRÉVISIONNEL DE PLUS DE 5 MILLIONS D'EUROS

UN EFFECTIF DE PLUS DE 50 SALARIÉS PERMANENTS

un territoire de 129 communes couvrant près de 1 500 km²

7 BUREAUX D'INFORMATION TOURISTIQUE PERMANENTS

et

3 POINTS D'ACCUEIL SAISONNIERS

DES ÉQUIPEMENTS

un phare, un moulin



■ LE BUDGET PRÉVISIONNEL

Le budget prévisionnel pour l'année 2024 s'équilibre à **5 200 000 €** (soit + 5 % par rapport à 2023) en charges et en produits de fonctionnement.

Par rapport au contrat de DSP, rédigé dans l'été 2021, le budget 2024 est finalement en **augmentation de 20 %** par rapport à son estimation au sortir de la crise sanitaire.

■ LES CHARGES

Comme en 2023, la SPL a prévu à son budget primitif 2024 :

- ➔ une sensible augmentation des achats tant au niveau de la boutique, que de la billetterie et du service réceptif,
- ➔ une possible augmentation de la valeur du point d'indice des salaires qui serait décidée en cours d'année par la branche professionnelle.

LES CHARGES	BP 2024	BP 2024 selon DSP	BP 2023	BP 2022	BP 2021
60 - ACHATS	832 070	241 250	700 420	393 585	486 510
61 - SERVICES EXTÉRIEURS	447 030	1 241 047	427 860	313 480	378 820
62 - AUTRES SERVICES EXTÉRIEURS	878 790		857 750	606 605	1 005 500
63 - IMPOTS TAXES ET VERSEMENTS ASSIMILÉS	210 600	209 951	237 670	193 150	207 500
64 - CHARGES DE PERSONNEL	2 635 600	2 495 483	2 582 600	2 301 400	2 374 330
65 - AUTRES CHARGES DE GESTION COURANTE	6 910		16 210	7 950	8 460
66 - CHARGES FINANCIÈRES	0		0	150	0
67 - CHARGES EXCEPTIONNELLES	8 000		10 000	300	42 700
68 - DOTATIONS AUX AMORTISSEMENTS & PROVISIONS	181 000	143 000	111 000	206 500	111 000
69 - IMPÔTS	0		0	0	0
	5 200 000	4 330 731	4 943 510	4 614 820	4 023 120

■ LES PRODUITS

Comme en 2023, la SPL a prévu à son budget primitif 2024 :

- ➔ une sensible augmentation des ventes de produits boutique (+ 32 %), de billetterie (+ 23 %), d'entrées sur les sites (24 %),
- ➔ une stabilisation des ventes d'encarts publicitaires,

mais a prévu une diminution des ventes de packages (- 15%), au vu des contacts et devis clients qui, à l'heure du montage du budget, étaient peu nombreux par rapport à l'année 2023 (année exceptionnelle).

LES PRODUITS	BP 2024	BP 2024 selon DSP	BP 2023	BP 2022	BP 2021
70 - VENTES PRODUITS, MARCHANDISES	1 171 200	264 500	880 760	404 572	588 650
74 - SUBVENTIONS D'EXPLOITATION	3 861 050	3 988 000	3 966 550	3 565 548	3 841 550
75 - AUTRES PRODUITS DE GESTION COURANTE	0		0	0	0
76 - PRODUITS FINANCIERS	6 500	2 000	6 000	2 000	3 800
77 - PRODUITS EXCEPTIONNELS	131 250	67 000	62 000	15 000	70 000
79 - TRANSFERTS DE CHARGES	30 000	10 000	28 200	36 000	28 200
	5 200 000	4 331 500	4 943 510	4 532 200	4 023 120

■ LE BUDGET RÉALISÉ

Au terme de l'exercice 2024, le compte de résultat présente la situation suivante :

Des charges réalisées pour **96 %** du budget prévisionnel, à hauteur de **4 980 146 €** (contre 5 200 000 € prévues au budget prévisionnel)

- contre 4 928 403 € et un taux de réalisation de 100 % en 2023,
- contre 4 577 950 € et un taux de réalisation de 99 % en 2022,
- contre 3 939 720 € et un taux de réalisation de 98 % en 2021,
- contre 3 734 481 € et un taux de réalisation de 86 % en 2020,

constituées :

■ pour plus de la moitié (52 %) par les charges de personnel.

Celles-ci, si elles ont progressé de quelques 7 % entre 2022 et 2023, du fait notamment de l'évolution de la valeur du point d'indice, de départs à la retraite, ont régressé de près de 2,5 % entre 2023 et 2024, montrant la volonté de la SPL de maîtriser sa masse salariale (non-remplacement des départs à la retraite, optimisation des recours aux saisonniers...).

- contre 54 % en 2023 et 2022,
- contre 56,8 % en 2021,
- contre 55,3 % en 2020,

■ pour 16 % par les achats, en raison notamment de la poursuite du déploiement du concept-store dans les BIT et de la volonté de développer la gamme des produits boutique vendus dans les bureaux.

- comme en 2023,
- contre 13 % en 2022,
- contre 9 % en 2021 et 2020,

■ pour 15 % par les autres services extérieurs et notamment les charges liées au service promotion-communication, les honoraires.

- contre 14 % en 2023,
- contre 16 % en 2022 comme en 2021,
- contre 17,5 % en 2020,

■ pour 8,2 % par les services extérieurs (comme les locations immobilières, les abonnements aux logiciels, la maintenance ou la sous-traitance)

- contre 7,7 % en 2023,
- contre 8,7 % en 2022,
- contre 8 % en 2021 et 2020,

CHARGES RÉALISÉES	2024		2023		2022		2021	
60 - ACHATS	779 031	94 %	782 620	112 %	589 440	121 %	348 293	89 %
61 - SERVICES EXTERIEURS	406 606	91 %	378 383	88 %	399 060	105 %	332 159	106 %
62 - AUTRES SERVICES EXTERIEURS	721 631	82 %	687 773	80 %	730 698	73 %	636 090	105 %
63 - IMPOTS TAXES ET VERSEMENTS ASSIMILES	199 452	95 %	211 372	89 %	190 598	92 %	184 976	96 %
64 - CHARGES DE PERSONNEL	2 595 220	98 %	2 658 283	103 %	2 476 452	104 %	2 238 808	97 %
65 - AUTRES CHARGES DE GESTION COURANTE	7 103	103 %	14 560	90 %	16 856	199 %	8 527	107 %
66 - CHARGES FINANCIÈRES								
67 - CHARGES EXCEPTIONNELLES	1 794	22 %	5 063	51 %	6 018	14 %	37 176	
68 - DOTATIONS AUX AMORTISSEMENTS & PROVISIONS	246 490	172 %	190 346	171 %	168 825	152 %	163 688	79 %
69 - IMPÔTS	22 818							
	4 980 146	96 %	4 928 403	100 %	4 577 950	99 %	3 939 720	98 %

■ Des produits réalisés pour 97 % du budget prévisionnel, à hauteur de :

- contre 4 987 159 € et un taux de réalisation de 101 % en 2023,
- contre 4 554 027 € et un taux de réalisation de 100,5 % en 2022,
- contre 3 908 629 € et un taux de réalisation de 97 % en 2021,
- contre 3 657 257 € et un taux de réalisation de 85,1 % en 2020,

constitués :

■ pour la majeure partie (75 %) par les subventions d'exploitation et pour 72 % pour la seule contribution de la Communauté d'Agglomération du Cotentin, montrant la volonté de la SPL de rechercher d'autres sources de financement et de développer son auto-financement

- contre 75 % en 2023 et 73 % pour la seule contribution de l'Agglomération,
- contre 97,7 % en 2022 et 80 % pour la seule contribution de l'Agglomération,
- contre 85,5 % en 2021 et 84 % pour la seule contribution de l'Agglomération,
- contre 84,8 % en 2020 et 82,9 % pour la seule contribution de l'Agglomération,

Il est à noter que :

■ la subvention de la Communauté d'Agglomération du Cotentin a été sollicitée à hauteur de **3 635 750 €** sur les 3 808 500 € (96 %) inscrits à la DSP - Délégation de Service Public (soit 167 750 € de moins que ce que prévoyait la DSP),

- contre 3 635 750 € en 2023 soit 96 % ou 146 000 € de moins que ce que prévoyait la DSP,
- contre 3 685 750 € en 2022 soit 97,5 % ou 95 250 € de moins que ce que prévoyait la DSP,
- contre 3 290 499 € en 2021 soit 94,5 % ou 240 500 € de moins que ce que prévoyait la DSP,
- 3 032 149 € en 2020 soit 80,3 % ou 744 049 € de moins que la DSP,

■ la collecte de la taxe de séjour par les services de la SPL pour le compte de l'Agglomération progresse une nouvelle fois de 18 % au total

- après une augmentation de près de 7 % entre 2022 et 2023,
- 21 % entre 2021 et 2022,
- 44 % entre 2020 et 2021.

Cependant,

- les montants collectés directement par les hébergeurs continuent de diminuer en 2024 de 2 % pour représenter tout de même un peu plus de 1 million d'euros correspondant à quelques 1,4 million de nuitées (contre 1,5 million de nuitées en 2023 et jusqu'à 1,6 million de nuitées en 2019 lorsque les Opérateurs Numériques ont commencé à collecter la taxe pour le compte des collectivités),
- quand le reversement des opérateurs numériques augmente de 49 % (après avoir déjà progressé de 19 % en 2023 et 32 % en 2022), atteignant également un peu plus de 1 million d'euros.



- **les ventes de produits dans les boutiques ont augmenté de plus** représentant 5,6 % des recettes pour un montant de 280 951 € (contre 4 % et 211 858 € en 2023, 3 % et 151 754 € en 2022, 90 378 € en 2021, 76 211 € en 2020),
- **les ventes de produits packagés, après une forte augmentation en 2023, ont connu une légère baisse en 2024**,
représentant 276 879 € et 5,5 % des recettes 2024 (contre 328 180 € et 6,5 % en 2023, 119 947 € en 2022, 128 593 € en 2021),
- **les ventes de billetteries et les entrées sur les sites et manifestations, du fait d'une météo un peu capricieuse, ont accusé une baisse également**,
les ventes d'entrées sur les sites et manifestations gérés par l'Office de Tourisme ont diminué de 23 % pour atteindre 51 419 € (contre 67 453 € en 2023, 52 991 € en 2022, 32 689 € en 2021, 26 832 € en 2020).
- **les ventes de partenariats ont accusé une baisse de 12 % en 2024 pour atteindre 105 084 €** (contre 120 270 € en 2023, 103 183 € en 2022, 64 618 € en 2021, 78 674 € en 2020).

PRODUITS RÉALISÉS	2024		2023		2022		2021	
70 - VENTES PRODUITS FABRIQUES, MARCHANDISES	1 071 039	91 %	1 030 862	117 %	684 330	116 %	400 835	99 %
74 - SUBVENTIONS D'EXPLOITATION	3 753 216	97 %	3 746 350	94 %	3 753 656	98 %	3 341 521	94 %
75 - AUTRES PRODUITS DE GESTION COURANTE	57		134		89		145	
76 - PRODUITS FINANCIERS	17 861	275 %	9 531	159 %	5 064	133 %	3 563	178 %
77 - PRODUITS EXCEPTIONNELS	159 486	122 %	129 582	209 %	86 603	124 %	78 682	525 %
78 - REPRISE SUR AMORTISSEMENTS & PROVISIONS			39 427		4 327		46 284	
79 - TRANSFERTS DE CHARGES	27 643	92 %	31 270	111 %	19 955	71 %	37 596	104 %
	5 029 304	97 %	4 987 159	101 %	4 554 027	100 %	3 908 629	97 %

- **les produits exceptionnels correspondent à une quote-part de subvention d'investissement pour les travaux d'amélioration des bureaux dernièrement réalisés.**
Le Conseil d'Administration, en 2025, statuera, après présentation des travaux (bilan, compte de résultat) sur les comptes annuels de l'exercice clos au 31 décembre 2024 et sur le **bénéfice de 49 158,58 €**
 - après un résultat bénéficiaire de 58 756,26 € en 2023,
 - contre un résultat 2022 déficitaire de 23 922 €,
 - contre un déficit de 31 090 €, en 2021,
 - contre un résultat déficitaire de 77 223 € en 2020,
 - mais des résultats comptables bénéficiaires de 16 023 € en 2019 et de 9 724 € en 2018.

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 2021 et durant l'été 2023.
Conformément à la convention établie pour 4 ans, la SPL a de nouveau apporté son soutien administratif et technique à l'association, au cours de l'année 2024, en assurant :

- **la comptabilité** de l'association,
- **la gestion de la paie** des salariés de l'association.

La SPL a dénoncé, au cours de l'année 2024, la présente convention, n'ayant plus le temps et les moyens suffisants pour assurer ces tâches. L'accompagnement de l'association par la SPL prendra fin au terme de la clôture de l'exercice 2024.

■ LA COLLECTE DE LA TAXE DE SÉJOUR

L'évolution du nombre de nuitées déclarées directement par les hébergeurs locaux (sans tenir compte des nuitées déclarées par les opérateurs) entre 2023 et 2024 présente les caractéristiques suivantes :

NOMBRE DE NUITÉES DÉCLARÉES	2024	2023	Evolution N/N-1
CHAMBRES D'HÔTES	43 331	45 182	- 4,1 %
AIRES DE CAMPING-CARS	2 291	2 522	- 9,2 %
PORTS DE PLAISANCE	-	-	-
PALACES	-	-	-
HÔTELS DE TOURISME	324 975	374 474	- 13,2 %
RÉSIDENCES DE TOURISME	4 178	1 826	128,8 %
VILLAGES DE VACANCES	29 754	30 203	- 1,5 %
MEUBLÉS DE TOURISME	296 577	322 401	- 8,0 %
TERRAINS DE CAMPING ET TERRAINS DE CARAVANAGE	678 994	723 390	- 6,1 %
AUBERGE COLLECTIVE	28 989	35 903	- 19,3 %
TOTAL DIRECT	1 409 089	1 535 901	- 8,3 %

en valeur absolue, ➔ les **terrains de campings enregistrent 48 % des nuitées** déclarées par les hébergeurs, mais accusent une **baisse de 6 % de nuitées** par rapport aux nuitées déclarées en 2023,

➔ les **établissements hôteliers représentent 23 % des nuitées déclarées** par les hébergeurs et accusent également une **baisse de 13 %** du nombre de nuitées par rapport à 2023,

➔ les **meublés de tourisme représentent 21 %** des nuitées déclarées par les hébergeurs et accusent eux-aussi une **baisse de 8 %** des nuitées déclarées en 2023, mais ce nombre est sans compter les nuitées déclarées par les opérateurs numériques qui lui augmente chaque année.

Il n'est pas très pertinent de regarder l'évolution du nombre de nuitées entre 2023 et 2024 en valeur relative, car les évolutions les plus significatives (+ 128 %) portent sur des natures d'hébergement qui comptabilisent très peu de nuitées en valeur absolue.

L'évolution du **montant de la taxe de séjour déclaré comme collecté directement par les hébergeurs locaux est, à fin mars 2025, en augmentation de près de 9 %** par rapport à la somme déclarée à la même date l'an dernier (1,178 million d'euros contre 1,082 millions d'euros en 2023).

Parallèlement, le montant de taxe de séjour collecté par les **opérateurs numériques a progressé de 49 %** (passant de 701 459 € à 1 048 197 €).

En cumulé, le montant de taxe de séjour collecté en 2024 sur le territoire du Cotentin est en **augmentation de 24 % par rapport à 2023 pour atteindre 2 226 419 €** (contre 1,783 million € en 2023 et 1,671 million € en 2022), quand la DSP prévoit 800 000 €.

MONTANT COLLECTÉ DIRECTEMENT : **1,178 M €** / + 9 % par rapport 2023

MONTANT COLLECTÉ PAR LES OPÉRATEURS NUMÉRIQUES : **1,048 M €** / + 49 % par rapport 2023

MONTANT TOTAL DE TAXE DE SÉJOUR COLLECTÉ : **2,226 M €** / + 24 % par rapport 2023

RESSOURCES HUMAINES

■ LA TYPOLOGIE DES COLLABORATEURS

🌊 NOMBRE DE COLLABORATEURS

Au cours de l'année 2024, ce sont :

- **82 salariés uniques sous contrat** (56,55 ETP)
- **3 stagiaires dédommagés**

82 %

67 femmes



18 %

15 hommes

🌊 RÉPARTITION PAR ÂGE

Âge moyen des salariés saisonniers **31**

Âge moyen des collaborateurs permanents **49**

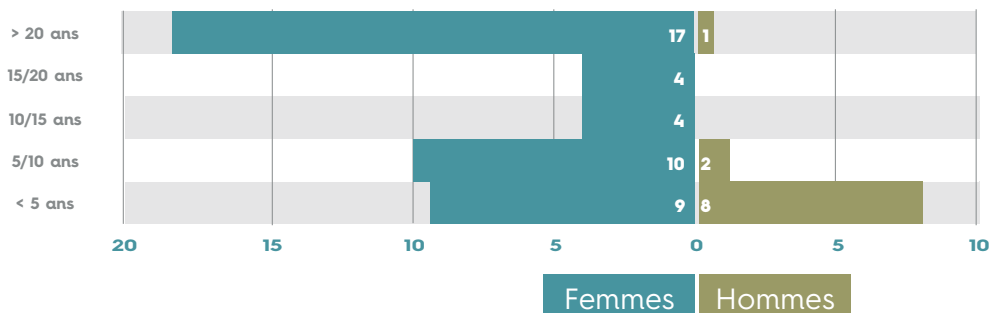
Âge moyen : **39 ans**

40



38

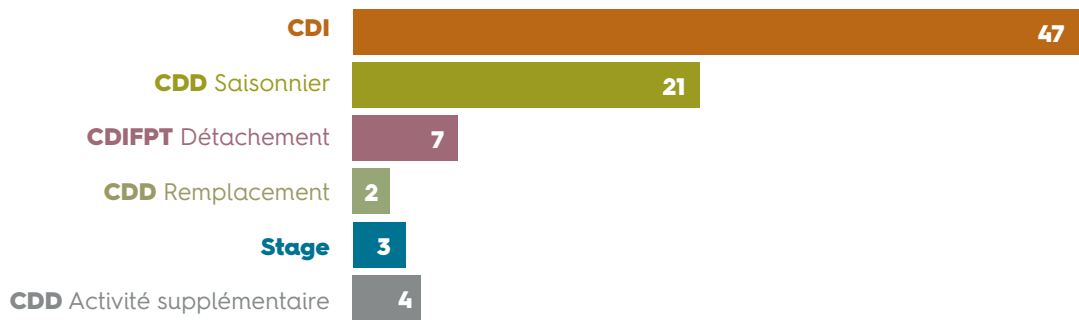
🌊 ANCIENNETÉ



Ancienneté moyenne : **13 ans**



RÉPARTITION PAR STATUT



MOUVEMENTS DE PERSONNEL

Outre les embauches de 19 saisonniers pour des contrats de 1 à 7 mois, il faut noter :

- la démission d'un collaborateur permanent,
- un départ à la retraite avant la saison,
- la fin d'un CDI à la SPL par le biais d'une rupture conventionnelle,
- la fin de 2 CDD (de remplacement et d'apprentissage) d'un commun accord,
- la transformation d'un CDD d'apprentissage en CDI,
- la conclusion de 2 nouveaux contrats d'apprentissage,
- le recrutement de 2 nouveaux collaborateurs en CDI et de 3 collaborateurs en CDD pour accroissement d'activité, toujours en poste au 31/12/2024.

RÉPARTITION PAR TEMPS DE TRAVAIL

- 80 % des contrats de travail sont des contrats à temps plein, parmi eux :



- 20 % des contrats de travail sont des contrats à temps partiels, tous occupés par des femmes.

RÉPARTITION SELON LA QUALIFICATION

	TOTAL	FEMMES	HOMMES
Employés	55 %	79 %	21 %
Techniciens-Agents de maîtrise	38 %	85 %	15 %
Cadres	7 %	67 %	33 %

■ LE FONCTIONNEMENT DU COMITÉ SOCIAL ET ÉCONOMIQUE (CSE)

6^E ANNÉE DE FONCTIONNEMENT

Si les membres du CSE ont été totalement renouvelés en fin d'année 2022 (4 postes de titulaires et 4 postes de suppléants), le CSE a accusé, au cours de l'année 2024, de nombreux départs :

- 3 démissions (dont la Déléguée Syndicale),
- 1 départ (du fait de la démission de la SPL).

Les suppléants sont donc passés titulaires, assurant la continuité du CSE puisque l'effectif du CSE atteint toujours 50 % des postes disponibles et chaque collège reste représenté.

Au terme de l'année, le CSE se compose de :

- ➔ **deux membres titulaires et un membre suppléant pour le collège des Employés,**
- ➔ **un membre titulaire pour le collège des Agents de maîtrise-Techniciens-Cadres.**

6 RÉUNIONS (contre 8 en 2023, 6 en 2022, 10 en 2021, 13 auparavant) pour évoquer :

- la politique sociale de l'entreprise (points Ressources Humaines sur les recrutements, les départs ou arrivées de collaborateurs, le déménagement de certains collègues dans de nouveaux locaux, le baromètre social, la présentation de l'index égalité Hommes-Femmes, les NAO...),
- la situation économique et financière de l'Entreprise (le budget prévisionnel, l'arrêté des comptes, des états sur la consommation budgétaire...),
- les actions en matière de santé, sécurité et conditions de travail (des informations sur le nombre d'arrêts et d'accidents de travail, la révision du DUER - Document Unique d'Évaluation des Risques...),
- la présentation du rapport d'activité et des comptes du CSE,
- les réponses à 7 questions posées par les collaborateurs (contre 15 en 2023, 28 en 2022, 44 en 2021, 94 en 2020).

5 RÉUNIONS DE NAO - Négociation Annuelle Obligatoire, avec la Déléguée Syndicale pour traiter des thématiques :

- des salaires effectifs, ayant abouti à un PV de désaccord,
- du CET - Compte Épargne Temps, ayant abouti à un accord,
- de l'acquisition de congés payés en arrêt pour maladie ou accident, professionnel ou non, ayant abouti à un avenant n°1 à l'accord sur les congés, dimanches travaillés et journée de solidarité,
- de l'épargne salariale, ayant abouti à :
 - ➔ la non-conclusion d'un accord d'intéressement,
 - ➔ la veille annuelle sur la constitution ou non d'une RSP - Réserve Spéciale de Participation afin de conclure un éventuel accord le cas échéant,
 - ➔ l'étude en fin d'année, au vu des prévisions d'atterrissage budgétaire, de la possibilité d'octroyer une PPV - Prime de partage de la Valeur aux salariés,
 - ➔ la nécessité de mener des démarches, hors NAO, pour mettre en place un / des Plan(s) d'Épargne Entreprise (PEE, PERE-CO).

LE BAROMÈTRE SOCIAL

RÉSULTATS DU MOIS D'AOÛT 2024

RÉPONDANTS : **68,5 %**

86,5 %

SE SENTENT TRÈS BIEN
OU BIEN DANS
LEUR TRAVAIL

92 % considèrent que **leurs compétences**
sont en adéquation avec leurs missions

81 % pensent que leur travail
contribue à **leur développement personnel**

86 % recommandent de **postuler à la SPL**

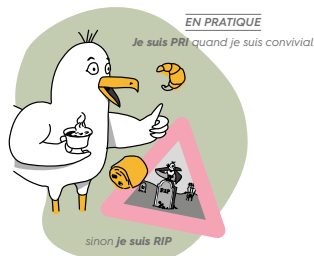
92 % valident les 2 rassemblements par an
pour la **cohésion d'équipe** notamment

97 % font vivre les **valeurs de la SPL au quotidien**

CONVIVIALITÉ

PRI - Positif / Respectueux / Inclusif

- Je fais preuve de savoir-être et savoir-vivre
- Je suis tolérant : je respecte l'autre et ses différences
- Je suis inclusif : accueillant, empathique, je ne laisse personne sur la touche



RESPONSABILITÉ

OCA - Ose / Comprends / Assume

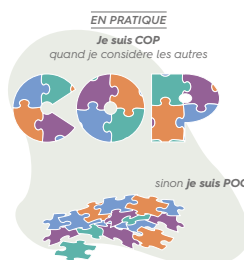
- J'ose questionner, reformuler, proposer, j'écoute, je me remets en question
- J'assume mes actions, mes choix, mes missions
- Je véhicule l'image de la SPL



CONSIDÉRATION

COP - Communication / Puzzle

- J'ai mon rôle dans le collectif et réciproquement
- Je communique clairement et respectueusement, je me mets à la place de celui qui recevra mon message
- Je sais reconnaître les compétences et comportements de mes collègues



CONFIANCE

CAP - Considération / Acte / Parole

- J'énonce les attendus et les délais et je les respecte en retour
- J'accorde le droit à l'erreur
- Je fais ce que je dis et je dis ce que je fais



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