Accusé de réception en préfecture
014-211407150-20230628-2023-121-DE
Date de télétransmission : 03/07/2023
Date de réception préfecture : 03/07/2023

TROUVILLE SUR • MER

RAPPORT D'ACTIVITÉS 2022

Accusé de réception en préfecture
014-211407150-20230628-2023-121-DE
Date de télétransmission : 03/07/2023
Date de réception préfecture : 03/07/2023

SOMMAIRE

ACTIONS PHARES 2022 PAGE 4

RAPPELS DES OBJECTIFS PAGE 6

ADMINISTRATION DE L'EPIC PAGE 8

EDITIONS ET PARTENARIATS PAGE 16

PROMOTION-GROUPES-COMMERCIALISATION PAGE 20

BOUTIQUE-BILLETTERIE PAGE 30

ACCUEIL PAGE 32

QUALITÉ TOURISME PAGE 39

VISITES COMMENTÉES PAGE 41

ANIMATIONS PAGE 42

LABEL FAMILLE PLUS PAGE 45

COMMUNICATION - ATTRACTIVITÉ PAGE 46

INFOGRAPHIE PAGE 59

Accusé de réception en préfecture
014-211407150-20230628-2023-121-DE
Date de télétransmission : 03/07/2023
Date de réception préfecture : 03/07/2023

LES ACTIONS PHARES DE L'ANNÉE 2022

Les services de l'Office de Tourisme et d'Attractivité mènent tout au long de l'année des actions destinées à améliorer l'image de la ville et renforcer son attractivité, tant auprès des habitants, que des visiteurs ou des sociaux-professionnels.
En 2022, il a ainsi accompli les actions suivantes :

OPÉRATION BALLONS DE LA SAINT-VALENTIN
le 14 février, avec l'accrochage de ballons en forme de cœur dans la ville.

Lancement d'une nouvelle **AFFICHE DE L'ARTISTE MR SMUGGLER,** représentant la ville sous un jour nouveau.

Lancement de la **COLORS PARTY,** une fête colorée pour débuter l'été.

Visites et transport en **TUK-TUKS** électriques, pour découvrir la ville autrement et se déplacer de façon écologique.

Réédition du **TOURNOI D'ÉCHECS,** un événement apprécié de tous.

Nouvelle **BILLETTERIE** accessible en ligne.

JEU CLAP COLETTE, un nouveau jeu de cartes faisant appel aux réflexes et à la rapidité pour toute la famille !

Montée en puissance de **COQUILLES ET SAVEURS,** une grande fête gastronomique autour de la coquille Saint-Jacques.

LE RETOUR DES GRANDS ÉVÉNEMENTS DE L'OFFICE DE TOURISME, plébiscités par tous : patinoire, grande roue, parade d'Halloween, fêtes de fin d'année. Des animations pour toute la famille.

RÉORGANISATION DE L'ACCUEIL DES FAMILLES au comptoir de l'Office, avec un espace dédié et des jeux pour les enfants.

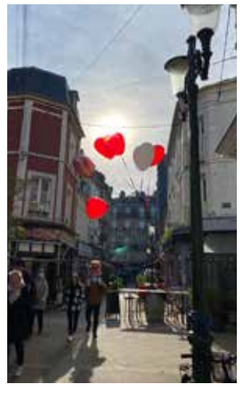
RENOUVELLEMENT DU LABEL FAMILLE PLUS, confirmant l'intérêt de la Reine des plages pour les familles. Trouville-sur-Mer : une destination familiale par excellence qui offre un véritable terrain de jeu pour toutes les tribus !

ACCOMPAGNEMENT DES PROFESSIONNELS TROUVILLAIS : aide à la création de la nouvelle association des commerçants Cap Trouville, création du café du commerce, création du speed meeting au Casino Barrière, ateliers numériques avec Google,

PARCOURS GUIDÉ "À LA DÉCOUVERTE DE TROUVILLE-SUR-MER", pour des visites de la ville en autonomie et pour en apprendre tous les secrets.

Candidature pour la participation à **L'ÉTUDE ADEME,** sur la quantification de l'impact GES de l'Office de Tourisme.

NOUVEAUX PRODUITS BOUTIQUE, toujours plus éthiques et esthétiques, faisant appel aux savoir-faire locaux.



Accusé de réception en préfecture
014-211407150-20230628-2023-121-DE
Date de télétransmission : 03/07/2023
Date de réception préfecture : 03/07/2023

CONTEXTE

Après une année 2021 encore largement perturbée par la crise sanitaire de la Covid-19, 2022 a été celle du retour à une certaine normalité.

L'allègement des protocoles pour les voyageurs vaccinés, la fin du port du masque a redynamisé un secteur en berne. **Les touristes ont été au rendez-vous, notamment durant la saison estivale, qui a enregistré des records de fréquentation, dépassant les chiffres de 2019.**

Les marchés de proximité, Allemagne, pays du Benelux, Royaume-Uni (malgré le Brexit) sont de retour sur notre territoire, mais l'été 2022 a également vu émerger de nouvelles tendances, avec un accroissement de la fréquentation des pays du sud de l'Europe tels que l'Espagne ou l'Italie, marchés auparavant plutôt discrets à Trouville-sur-Mer.

Ce retour à la normalité a également été bénéfique pour l'attractivité économique de la ville. **L'arrivée d'une manager du commerce, et la nomination d'une chargée de l'attractivité économique de l'Office de Tourisme, toutes deux travaillant en étroite collaboration, ont insufflé un nouvel élan,** comme en témoignent les nombreux projets à destination des commerçants et professionnels trouvillais, mis en place en fin d'année et pour les années à venir.

RAPPEL DES OBJECTIFS

La stratégie de l'Office de Tourisme et d'Attractivité, au-delà de conquérir de nouvelles clientèles, de développer la notoriété et l'attractivité de la destination, vise désormais à un meilleur ancrage local, qu'il s'agisse de faire la part belle à l'habitant et de contribuer à son bien-être, d'accompagner et de valoriser le tissu économique local, de développer une offre touristique pleine de sens à même de susciter de l'attachement à la destination et des intentions de revisites.

L'enjeu d'un tel ancrage local nécessite de construire une relation à long terme avec les touristes (à les fidéliser) et à rendre les habitants (résidents permanents ou secondaires) fiers de leur ville. En effet, au sein du système touristique, l'habitant joue un rôle essentiel. **À la fois prestataire, client ou promoteur de la destination, il est aussi un élément constitutif de l'offre et de l'image.**

ENJEUX STRATÉGIQUES 2022

Au-delà des missions habituelles, l'Office de Tourisme et d'Attractivité déploie sa stratégie pour :

• **Contribuer activement à la reprise et au développement de l'activité touristique et économique** aux côtés des professionnels (aide et soutien aux commerçants et entreprises locales, invitation à consommer local).

• **S'adapter aux nouvelles attentes de ses visiteurs :** slow tourisme, mobilités douces, expériences authentiques loin du tourisme de masse.

• **Développer une politique d'attachement (d'ancrage) auprès de la population locale,** des clientèles habituelles et de nouvelles cibles à identifier.

• **Accroître l'attractivité touristique,** notamment en période creuse.

AXES STRATÉGIQUES 2022

FAIRE CONNAÎTRE

FAIRE VENIR

FAIRE AIMER

FAIRE RESTER

FAIRE REVENIR

AXE 1

La qualité d'accueil, notre priorité > maintien de la marque Qualité Tourisme

AXE 2

Un positionnement de l'Office comme « apporteur d'affaires » ou « développeur économique » > promotion de séjours thématiques, billetterie d'activités en ligne, conception et commercialisation d'expériences inédites, développement des séjours pro et séminaires.

AXE 3

Améliorer l'image de marque de la ville et affirmer un positionnement fort et différenciant sur la Côte Fleurie : stratégie d'image et de communication, projets d'embellissement, etc.

AXE 4

Maintenir la dynamique et l'attractivité de la destination en continuant à proposer des animations et des activités adaptées et novatrices.

AXE 5

Réfléchir au tourisme de demain > tourisme durable, développement d'un tourisme plus responsable permettant la cohabitation entre résidents et touristes, s'adapter aux nouvelles attentes, développer une offre touristique pleine de sens.

AXE 6

Enfin, l'Office de Tourisme et d'Attractivité sous sa forme EPIC se doit de pérenniser son projet économique visant à une rentabilité accrue et à une large palette d'activités en consolidant et en développant ses ressources propres.

Conformément à la réglementation, l'Office de Tourisme et d'Attractivité est administré par un Comité de Direction et géré par un Directeur Général. Le Comité de Direction comprend notamment les représentants de la collectivité territoriale qui détiennent la majorité des sièges.

LE COMITÉ DE DIRECTION COMPREND :

- 9 membres titulaires du Conseil Municipal, et leurs conseillers municipaux suppléants

et

- 8 membres titulaires nommés représentant des professions, associations ou personnes représentatives intéressées par le tourisme et l'animation de la Ville de Trouville-sur-Mer, et leurs membres suppléants

Le Comité délibère sur toutes les questions intéressant le fonctionnement et l'activité de l'Office du Tourisme et d'Attractivité, et notamment sur :

- le budget des recettes et dépenses de l'Office de Tourisme et d'Attractivité
- le compte financier de l'exercice écoulé
- la fixation des effectifs minimum du personnel et le tarif de leurs rémunérations
- le compte rendu des contrats et conventions
- le compte rendu des mises en concurrence, procédures adaptées
- le plan annuel de communication et de promotion, incluant le plan médias et le plan de diffusion
- les questions qui lui sont soumises pour avis par le Conseil Municipal.
- toutes les questions relatives à la mise en œuvre de ses missions définies à l'article 1 des présents statuts

LISTE DES MEMBRES QUI CONSTITUENT LE COMITÉ DE DIRECTION DE L'EPIC OFFICE DE TOURISME ET D'ATTRACTIVITÉ DE TROUVILLE-SUR-MER
9 membres issus du Conseil Municipal :

TITULAIRES	SUPPLÉANTS
SYLVIE DE GAETANO	DELPHINE PANDO
DAVID REVERT	ISABELLE DRONG
DIDIER QUENOUILLE	JULIE MULAC
REBECCA BABILOTTE	MAXIME AGUILLE
JEANINE OUTIN	LIONEL BOTTIN
CATHERINE VATIER	DOMINIQUE VIGNESOULT
JEAN-PIERRE DEVAL	JACQUES TAQUE
MARTINE GUILLON	ALINE ESNAULT
STEPHANIE FRESNAIS	PHILIPPE ABRAHAM

ADMINISTRATION DE L'EPIC

Accusé de réception en préfecture
014-211407150-20230628-2023-121-DE
Date de télétransmission : 03/07/2023
Date de réception préfecture : 03/07/2023

LISTE DES MEMBRES QUI CONSTITUENT LE COMITÉ DE DIRECTION DE L'EPIC OFFICE DE TOURISME ET D'ATTRACTIVITÉ DE TROUVILLE-SUR-MER (SUITE)
8 membres issus de professions et activités intéressées par le Tourisme :

ACTIVITÉS OU ORGANISMES REPRÉSENTÉS	TITULAIRES	SUPPLÉANTS
Cures Marines	Corinne DUPONT	Aurélie MAILLARD
Casino Barrière de Trouville-sur-Mer	Stéphane GARCIA	Marie-Line CHRETIEN
- Groupe Bourdoncle - UMIH (Union des Métiers et de l'Industrie de l'Hôtellerie)	Laurent MENDOZA	Virginie DUTANT
UMIH (RESTAURANTS)	Amalia BOUVIER	Jérôme MESLIN
Chambre de Commerce et d'Industrie CCI Pays d'Auge	Patrice ROBERT	Yanic RUBICHON
Commerçants de Trouville-sur-Mer	Stéphane BRASSY	Dominique AUPIAIS
Commerçants de Trouville-sur-Mer	Laure LAMY	Yvan BACCOUCHE
Association Les Amis de Trouville et ancienne association Office de Tourisme	Jean Claude NANTIER-VERDIER	Jean-Claude MONTHOUR

LES DÉLIBÉRATIONS

Le comité de direction s'est réuni 6 fois durant l'année 2022.

EXTRAIT DU REGISTRE DES DÉLIBÉRATIONS DU COMITÉ DE DIRECTION
VENDREDI 11 MARS 2022

1 - Adoption du procès-verbal de la réunion du 17 décembre 2021 - *Délibération n°1/2022*
2 - Débat d'orientations budgétaires 2022 - *Délibération n°2/2022*
3 - Régie de recettes : nouveaux produits et paiement en ligne - *Délibération n°3/2022*
4 - Personnel : indemnité stage - *Délibération n°4/2022*
5 - Compte rendu des conventions - *Délibération n°5/2022*
6 - Régie : nouveaux tarifs et changements de tarifs - *Délibération n°6/2022*

EXTRAIT DU REGISTRE DES DÉLIBÉRATIONS DU COMITÉ DE DIRECTION
MARDI 12 AVRIL 2022

1 - Adoption du procès-verbal de la réunion du 11 mars 2022 - *Délibération n°7/2022*
2 - Rapport d'activité 2021- *Délibération n°8/2022*
3 - Approbation des comptes 2021 - *Délibération n°9/2022*
4 - Affectation des résultats - *Délibération n°10/2022*
5 - Budget 2022 - *Délibération n°11/2022*
6 - Personnel saisonnier - *Délibération n°12/2022*
7 - Compte rendu des conventions - *Délibération n°13/2022*
8 - Régie : nouveaux tarifs et changements de tarifs - *Délibération n°14/2022*

LES DÉLIBÉRATIONS (SUITE)

EXTRAIT DU REGISTRE DES DÉLIBÉRATIONS DU COMITÉ DE DIRECTION
MARDI 28 JUIN 2022

1 - Adoption du procès-verbal de la réunion du 12 avril 2022 - Délibération n°15/2022
3 – Composition du comité de direction - Délibération n°16/2022
4 - Personnel : titres restaurant - Délibération n°17/2022
5 - Personnel : augmentations et statut - Délibération n°18/2022
6 - Personnel : rémunération stagiaire - Délibération n°19/2022
7 - Personnel : renfort service accueil et animation - Délibération n°20/2022
8 – Compte-rendu des conventions - Délibération n°21/2022
9 – Régie : nouveaux tarifs et changements de tarifs - Délibération n°22/2022
10 - Billetterie solidaire : présentation et validation des commissions - Délibération n°23/2022
11 - Délégation au directeur pour la fixation des prix de vente des activités commerciales de l'Office de Tourisme - Délibération n°24/2022
12 – Régie d'avance - Délibération n°25/2022
13 - Régie de recettes - Délibération n°26/2022

EXTRAIT DU REGISTRE DES DÉLIBÉRATIONS DU COMITÉ DE DIRECTION
LUNDI 3 OCTOBRE 2022

1 - Adoption du procès-verbal de la réunion du 28 juin 2022 - Délibération n°27/2022
2 – Budget 2022 : décision modificative - Délibération n°28/2022
3 - Personnel accueil - Délibération n°29/2022
4 - Tarifs des partenariats et insertions publicitaires 2023 - Délibération n°30/2022
5 – Compte-rendu des conventions - Délibération n°31/2022
6 - Régie : nouveaux tarifs et changements de tarifs - Délibération n°32/2022

EXTRAIT DU REGISTRE DES DÉLIBÉRATIONS DU COMITÉ DE DIRECTION
JEUDI 10 NOVEMBRE 2022

1 - Adoption du procès-verbal de la réunion du 3 octobre 2022 - Délibération n°33/2022
2 - Provision pour créances douteuses : méthode de calcul - Délibération n°34/2022
3 - Budget : provision pour créances admises en non-valeurs et créances éteintes - Délibération n°35/2022
4 - Budget : créances admises en non-valeurs et créance éteintes - Délibération n°36/2022
5 - Régie de recettes - Délibération n°37/2022
6 – Billetterie solidaire - Délibération n°38/2022
7 - Personnel : mise à disposition Sophie Legrand - Délibération n°39/2022
8 – Compte-rendu des conventions - Délibération n°40/2022

EXTRAIT DU REGISTRE DES DÉLIBÉRATIONS DU COMITÉ DE DIRECTION
MARDI 13 DÉCEMBRE 2022

1 - Adoption du procès -verbal de la réunion du 10 novembre 2022 - Délibération n°41/2022
2 – Personnel : démission de Sophie Millet-Dauré - Délibération n°42/2022
3 – Personnel : nomination d'une directrice générale par intérim - Délibération n°43/2022
4 – Délégation de signature - Délibération n°44/2022
5 – Prime de direction - Délibération n°45/2022
6 – Personnel : tableau des effectifs 2023 - Délibération n°46/2022
7 – Partenariat : demande de remise gracieuse - Délibération n°47/2022
8 – Budget : participation financière Coquille & Saveurs 2022 - Délibération n°48/2022
9 – Délibération spéciale sur crédits d'investissement - Délibération n°49/2022
10 – Compte-rendu des contrats - Délibération n°50/2022
11 - Régie : nouveaux tarifs et changements de tarifs - Délibération n°51/2022
12 – Délégation de régie - Délibération n°52/2022
13 - Régie de recettes : modification en régie de recettes et de dépenses - Délibération n°53/2022

Accusé de réception en préfecture
014-211407150-20230628-2023-121-DE
Date de télétransmission : 03/07/2023
Date de réception préfecture : 03/07/2023

ADMINISTRATION DE L'EPIC

L'ÉQUIPE

LE PERSONNEL SAISONNIER

PÉRIODE	PERSONNE	CONTRAT	SERVICE
03/01 > 31/01/2022	AURORE PEETERS	CDD	COMMUNICATION
07/02 > 06/11/2022	LUCIE COQUELIN	CDD	ACCUEIL
11/04 > 06/11/2022	MÉLANIE ROUILHAC	CDD EN CDI DEPUIS 07/11/2022	ACCUEIL
16/05 >28/08/2022	EMMA LELIÈVRE	CONTRAT SAISONNIER	ACCUEIL
04/07 > 10/07/2022	LOU DE GAETANO	CONTRAT SAISONNIER	ACCUEIL
21/07 – 11/08/2022	LOUNA HAIZE	CONTRAT SAISONNIER (20H)	ANIMATION

Accusé de réception en préfecture
014-211407150-20230628-2023-121-DE
Date de télétransmission : 03/07/2023
Date de réception préfecture : 03/07/2023

ADMINISTRATION DE L'EPIC

ORGANIGRAMME 2022

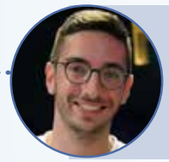
ADMINISTRATION DE L'EPIC

SYLVIE DE GAETANO, PRÉSIDENTE
DIDIER QUENOUILLE, VICE-PRÉSIDENT
COMITÉ DE DIRECTION

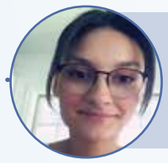
Sophie MILLET-DAURÉ
Directrice Générale
CDI plein temps – Anglais/Allemand

Salma AMER
Directrice Adjointe • Responsable administrative et financière
Accueil, boutique
CDI plein temps - Anglais/Allemand/Serbo-Croate

Stéphanie SUBLEMONTIER
Responsable communication
CDI plein temps - Anglais



Kevin THIBAUD
Community manager
CDI plein temps - Anglais



Lucie LEFÈVRE
chargée des animations et assistante communication/éditions
CDI plein temps - Anglais

Isabelle LEMONNIER
Responsable éditions, partenariats et attractivité
CDI plein temps - Anglais/Espagnol

Aurélie NKEZE
Attachée commerciale
Référente Famille Plus
CDI plein temps - Anglais/Allemand

Carine VERDIER
Responsable promotion, commercialisation, groupes
CDI plein temps - Anglais/Allemand

Sophie LEGRAND
Graphiste
Titulaire Mairie mise à disposition de l'OT à 100% - Plein temps

Floriane MARTIN
Référente Accueil et qualité
Conseillère en séjour • Accompagnatrice visites
CDI plein temps - Anglais/Allemand

Pierre HAIZE
Conseiller en séjour
Accompagnateur visites
CDI plein temps - Anglais/Espagnol

Mélanie ROUILHAC
Conseillère en séjour • Accompagnatrice visites
Assistante commercialisation billetterie
CDI plein temps - Anglais/Espagnol

Sandrine PUTEL-VIMEUX
Conseillère en séjour • Régisseur
Accompagnatrice visites
CDI mi-temps - Anglais/Espagnol/Italien

Accusé de réception en préfecture
014-211407150-20230628-2023-121-DE
Date de télétransmission : 03/07/2023
Date de réception préfecture : 03/07/2023

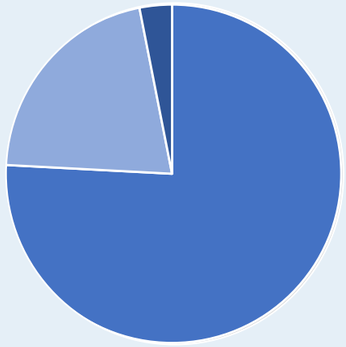
ADMINISTRATION DE L'EPIC

BILAN FINANCIER

	2021	2022
INVESTISSEMENT	12 893,79	-4 259,20
FONCTIONNEMENT	63 718,53	+75 344,30
RÉSULTAT DE L'EXERCICE	**76 612,32**	**71 085,10**

RECETTES DE L'OFFICE DE TOURISME

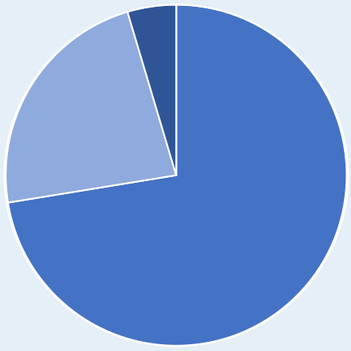
RECETTES HT 2021



Recettes publiques **(76 %)**
Recettes propres **(21 %)**
Divers remboursement **(3 %)**

RECETTES	2021
Recettes publiques	679 772,48 €
Recettes propres	188 798,28 €
Divers remboursement	27 744,34 €
TOTAL	**899 564,89 €**

RECETTES HT 2022

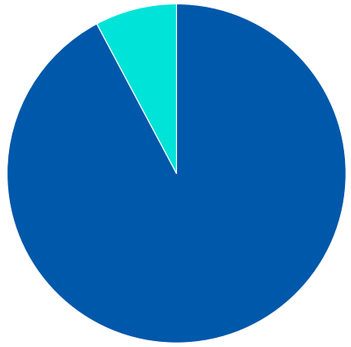


Recettes publiques **(72 %)**
Recettes propres **(23 %)**
Divers remboursement **(5 %)**

RECETTES	2022
Recettes publiques	895 200,78 €
Recettes propres	283 721,60 €
Divers remboursement	57 042,95 €
TOTAL	**1 235 965,33 €**

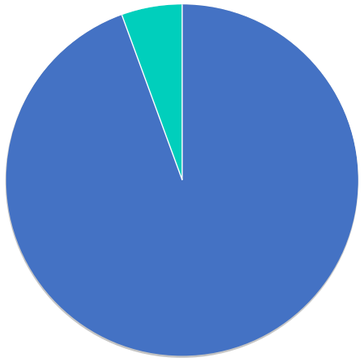
RECETTES PUBLIQUES - DÉTAILS

2021



Taxe de séjour **(92 %) 629 772,48 €**
Subvention Mairie **0 €**
Contribution 4CF et subvention région **(8 %) 53 250 €**

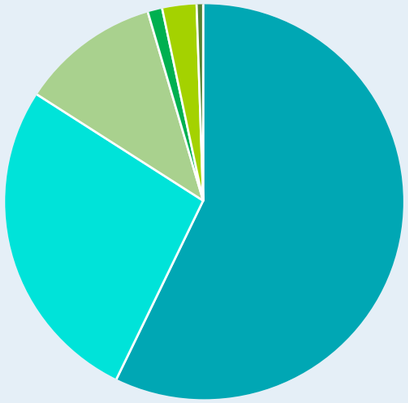
2022



Taxe de séjour **(94 %) 845 199,39 €**
Subvention Mairie **0 €**
Contribution 4CF et subvention région **(6 %) 50 000 €**

RECETTES PROPRES EN € HT - DÉTAILS

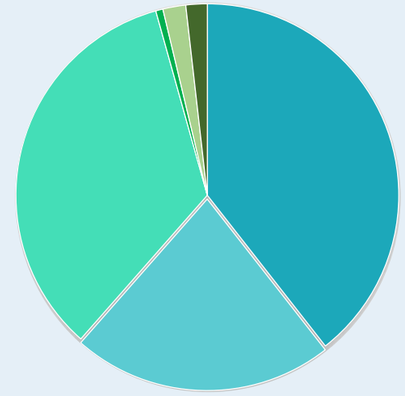
2021



Edition **(57 %)**
Boutique **(27 %)**
Commercialisation **(11 %)**
Visites **(1 %)**
Animation **(3 %)**
Sponsoring **(1 %)**

RECETTES PROPRES	2021
Edition	107 995,51 €
Boutique	50 684,09 €
Commercialisation	21 543,14 €
Visites	2 257,00 €
Animation	5 318,33 €
Sponsoring	1 000,00 €
TOTAL	**188 798,07 €**

2022



Edition **(39 %)**
Boutique **(22 %)**
Commercialisation **(34 %)**
Visites **(1 %)**
Animation **(2 %)**
Sponsoring **(2 %)**

RECETTES PROPRES	2022
Edition	111 630,16
Boutique	62 489,07
Commercialisation	96 733,32
Visites	1 726,00
Animation	5 473,05
Sponsoring	5 100,00
Divers remboursement	570,00
TOTAL	**283 721,60**

OBJECTIFS

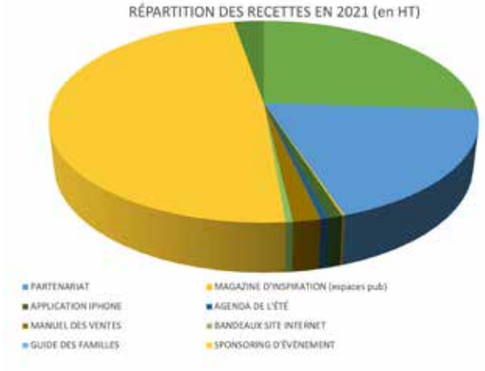
- **Valoriser et promouvoir** la destination
- Conquérir de **nouvelles clientèles**
- **Répondre aux attentes** des touristes et les **fidéliser**
- **Valoriser et promouvoir l'offre touristique** (hébergements, restauration, loisirs, sports, culture)
- **Fédérer et fidéliser les partenaires** de notre territoire
- **Augmenter les recettes** propres de l'OT

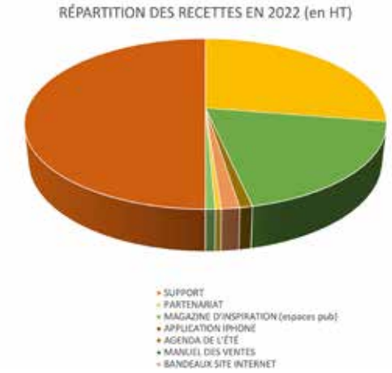
BILAN FINANCIER

SUPPORT	PARTENAIRES PRIVÉS en 2021 (en € HT)
PARTENARIAT	57 229,51
MAGAZINE D'INSPIRATION (espaces publicitaires)	41 590
APPLICATION IPHONE	320
AGENDA DE L'ÉTÉ	3010
MANUEL DES VENTES	1 080
BANDEAUX SITE INTERNET	3 840
GUIDE DES FAMILLES	1000
SPONSORING D'ÉVÉNEMENT	
TOTAL	**107 069,51**
Valeurs échanges marchandises	5 943

SUPPORT	PARTENAIRES PRIVÉS en 2022 (en € HT)
PARTENARIAT	61460,16
MAGAZINE D'INSPIRATION (espaces publicitaires)	42415
APPLICATION IPHONE	0
AGENDA DE L'ÉTÉ	2100
MANUEL DES VENTES	
BANDEAUX SITE INTERNET	3040
GUIDE DES FAMILLES	1000
SPONSORING D'ÉVÉNEMENT	1600
TOTAL	**111 615,16**
Valeurs échanges marchandises	5943

RÉPARTITION DES RECETTES EN 2022





Les recettes des espaces publicitaires papier et web ont augmenté de 4,24 % entre 2021 et 2022

Accusé de réception en préfecture
014-211407150-20230628-2023-121-DE
Date de télétransmission : 03/07/2023
Date de réception préfecture : 03/07/2023

ÉDITIONS & PARTENARIATS

ACTIONS 2022

- Accompagnement et création de la nouvelle association des commerçants **CAP Trouville**.
- Accompagnement de la nouvelle Manager du Commerce dans ses fonctions et collaboration étroite avec le service de la ville et la CCI.
- Participation active auprès des **commissions de la CCI,** en collaboration avec **l'UMIH** ; création des **comités de pilotage** destinés aux commerçants.
- **Gestion des éditions** (magazine, plan, brochure hébergement, guide des marées, livret des activités, manuel des ventes) pour réduire le coût et la diffusion.
- **Réalisation d'une nouvelle édition Guide des Familles La Petite Mouette** en collaboration avec la réferente Famille Plus Aurélie Nkeze, Lucie Lefèvre, chargée des animations et Sophie Legrand, graphiste.
- **Anticipation, gestion, commande** éditions 2023 suite à la crise du papier.
- **Développement du réseau partenaires meublés/chambres d'hôtes** pour promouvoir et sélectionner des biens de qualité et de charme sur notre territoire.
- Reprise de l'organisation de la **Brocante Ali Baba**
- Commercialisation des **Kits de Bienvenue** auprès des hébergeurs et fidéliser leur clientèle.
- Commercialisation du **sponsoring événementiel**
- Création du **Café du Commerce** pour fédérer le réseau des partenaires
- Création du **speed-meeting** au casino Barrière pour permettre aux partenaires du territoire de se rencontrer.
- **Fidélisation du réseau** afin de préserver le lien avec les acteurs économiques : visites des nouveaux commerçants, mise en place de partenariats, conseils, écoute et accompagnement.

NOUVELLE MISSION RESPONSABLE DE L'ATTRACTIVITÉ TOURISTIQUE

- **Fédérer le réseau des prestataires/partenaires et commerçants** en organisant régulièrement des réunions d'échanges, des moments conviviaux, des ateliers ou formations (speed-meetings, Cafés du commerce, cocktail des partenaires, ...) en concertation avec la manager du commerce et les élus.
- **Informer le réseau régulièrement** des tendances, évolutions, nouvelles pratiques, réglementations ou toutes autres données utiles.
- **Jouer un rôle majeur auprès de la ville en collaboration avec la manager du commerce,** en matière de conseil, d'accompagnement.
- **Préserver le lien avec les acteurs économiques et fidéliser le réseau :** visites des nouveaux commerçants, mise en place de partenariats, conseils, écoute et accompagnement.
- **Organiser des Ateliers numériques gratuits** avec la collaboration de Google Numérique pour nos partenaires

Accusé de réception en préfecture
014-211407150-20230628-2023-121-DE
Date de télétransmission : 03/07/2023
Date de réception préfecture : 03/07/2023

LES PARTNER'S DAY

Une PARTNER'S DAY est un stand gratuit pour valoriser les différentes prestations de nos partenaires dans nos locaux ou à l'extérieur en respectant les mesures sanitaires.

Cette opération permet de réaliser des animations spéciales auprès de nos visiteurs :
- Présenter l'activité et les actions de notre prestataire
- Proposer des dégustations pour valoriser et présenter les produits locaux
- Mettre en avant un fournisseur
- Présenter une offre ou une nouveauté de nos prestataires
- Permettre à nos partenaires d'élargir leur réseau et de développer leur fichier client

Nombre de Partner's Day réalisé en 2020 : 9
Nombre de Partners' Day réalisé en 2021 : 29
Nombre de Partners' Day réalisé en 2022 : 25

KIT BIENVENUE

Suite à des demandes de nos partenaires hébergeurs, nous avons proposé des tarifs préférentiels sur des kits de Bienvenue afin de les offrir à leurs clients qui investissent sur Trouville-sur-Mer ou à leurs locataires séjournant sur une longue période dans notre station.
Commercialisation de deux formules :

- Kit de bienvenue à 10 € TTC (incluant un Tote Bag et un bloc-notes offert)

- Kit de bienvenue à 25 € TTC (incluant un Tote Bag, une affiche ancienne, un bloc-notes et une gourde)

Recettes : 700 € TTC • Marge OT : 395,20 € TTC

NOUVEAUTÉ !

COMMERCIALISATION DE LA SKYLINE AUPRÈS DES PARTENAIRES

Recettes : 2306,90 € TTC

ÉDITIONS & PARTENARIATS

LES ACTIONS RÉCURRENTES

- **Assurer la réalisation des différents supports touristiques et agendas,** de la rédaction du contenu jusqu'à l'impression, en passant par la régie publicitaire et la sélection des photos, la gestion de BAT, la gestion des stocks et la diffusion chez tous nos partenaires
- Assurer la réalisation et la mise à jour annuelle du **dossier partenaire**
- **Développer le réseau partenaire** et assurer la commercialisation des partenariats afin d'augmenter les recettes propres de l'Office de Tourisme et d'Attractivité

LES SUPPORTS PAPIER

HÉBERGEMENT
5 000 ex Français/GB
Parution : fin décembre
Diffusion : partenaires, OT sur tout le territoire, envoi postal, salons professionnels et grand public.

AGENDA ÉTÉ
11 000 ex.
Parution : Fin juin
Diffusion : exclusivement par mail afin de réduire les coûts des diffusions.

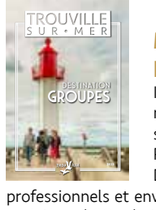
SALLES À LOUER
Tirage en interne à la demande, en Français.
Parution : septembre
Diffusion : sur place, envoi postal et par mail.

MAGAZINE D'INSPIRATION
17 000 ex. en Français/GB
Parution : avril
Diffusion : partenaires, OT sur tout le territoire, envoi postal, salons professionnels et grand public.

GUIDE DES MARÉES
4 000 ex
Parution : fin mars-début avril
Diffusion : partenaires, OT Côte fleurie, envoi postal.

GUIDE DES FAMILLES COLETTE LA P'TITE MOUETTE
5 000 ex
Parution : fin août
Diffusion : auprès des familles à l'Office de Tourisme et des prestataires labellisés.

PLAN
31 000 ex Français/GB
Parution : avril
Diffusion : partenaires, OT sur tout le territoire, envoi postal, salons professionnels et grand public.



MANUEL DES VENTES
Impression : pas cette année uniquement une version en téléchargement.
Parution : septembre
Diffusion : par mail aux professionnels et envoi sélectionné pour les associations (100 ex) et aux professionnels ne possédant pas de mail (100 ex).

QUIZ
1 000 ex. Français
Parution : mai
Diffusion : Office de Tourisme

AGENDA TRIMESTRIEL
(jan-fév-mars) non imprimé car confinement
4 000 ex. (avril-mai-juin)
3 000 ex. (oct-nov-déc)
Parution : chaque trimestre.
Diffusion : exclusivement par mail.

ACTIVITÉS SPORTIVES ET CULTURELLES
500 ex en Français
Parution : septembre
Diffusion : sur place, envoi postal et par mail.

Accusé de réception en préfecture
014-211407150-20230628-2023-121-DE
Date de télétransmission : 03/07/2023
Date de réception préfecture : 03/07/2023

PROMOTION - GROUPES COMMERCIALISATION

OBJECTIFS

- **Valoriser et promouvoir la ville en France et à l'étranger.**
- **Développer la visibilité et la notoriété de la station.**
- **Fidéliser et/ou conquérir de nouvelles clientèles.**
- **Conforter et asseoir le positionnement de la station.**
- **Contribuer à l'attractivité et au développement économique de la ville.**

L'Office de Tourisme définit sa stratégie de promotion en fonction :

- des propositions de plans d'actions des bureaux *Atout France Europe*
- des réunions de stratégie de promotion organisées par les acteurs du tourisme normands - CRT, CDT, OT
- de l'analyse des chiffres, des demandes et retombées du service commercialisation
- de l'identification et l'analyse de notre clientèle (statistiques de fréquentation, origines des visiteurs)
- de l'analyse des données chiffrées du site internet

Un bon ciblage nécessite une analyse approfondie de la destination et de son positionnement. Les études et statistiques montrent que l'offre touristique trouvillaise répond à différents segments et provenances de clientèle. Ainsi, les marchés prioritaires qui constituent nos cœurs de cible sont :

LA FRANCE
85% de notre clientèle
(contre 92 % en 2021)
en provenance de :

1er : Paris-Ile de France
2e : Normandie
3e : Haut-de-France
4e : Auvergne Rhône-Alpes (Centre-Val de Loire en 2021)

LES MARCHÉS EUROPÉENS DE PROXIMITÉ
15 % de notre clientèle
(contre 8 % en 2021)
en provenance de :

1er : Allemagne (2e en 2021)
2e : Belgique (1er en 2021)
3e : Grande-Bretagne (4e en 2021)
4e : Pays-Bas (3e en 2021)

LE TOP 4 DES MARCHÉS LOINTAINS :
1er : États-Unis
2e : Canada
3e : Danemark
4e : Israël

LES ACTIONS 2022 GRAND PUBLIC

MAHANA DU 4 AU 6 MARS - LYON
25.000 visiteurs
Cible : clientèle individuelle et groupe départements Auvergne-Rhône-Alpes

L'édition 2022 s'est tenue dans un climat de reprise positif et dynamique. Les 17 300 visites enregistrées sur l'événement témoignent de l'intérêt des habitants de la région Auvergne Rhône-Alpes pour l'offre proposée par le salon. 87% des personnes venues étaient porteuses de projet en France et/ou à l'étranger avec un budget moyen de 3 445 € et 28% envisageait de réserver dans les 15 jours suivants le salon.

Le visitorat s'est réparti ainsi : 37% vendredi, 35% samedi et 28% dimanche. Côté exposants, le taux de satisfaction sur la quantité de visiteurs est en chute de 34% plaçant Mahana dans la configuration d'un salon de reprise, à l'image de tous les événements de ces derniers mois. En revanche, le taux de satisfaction sur la qualité des visiteurs est en hausse, le portant à 84% vs 73% en 2020.

Des chiffres qui démontrent que le public venu sur le salon était porteur de projets concrets. D'ailleurs, le public accueilli sur notre stand prévoyait un voyage en Normandie dans l'année. Les périodes de voyage envisagées sont principalement : septembre 43% et juin 31%, mai 27%, août 22%, octobre 20%... et positionne ainsi le salon comme une opportunité de remplir l'arrière-saison.

A noter en parallèle que, dans le climat d'incertitude, les visiteurs sont venus se rassurer et chercher des réponses sûres et personnalisées sur le salon. Le bilan de cette action reste donc très positif.

FÊTES NORMANDES 1 ET 2 OCTOBRE - ÉVREUX
15.000 visiteurs
Cible : clientèle individuelle et groupe départements Eure et région IIe de France.

Le temps d'un week-end, le centre-ville d'Évreux se métamorphose pour célébrer son identité régionale à travers ses richesses culturelles, artisanales, historiques, touristiques et gastronomiques.

Cette fête se différencie chaque année par un thème : la vache en 2015, la mer en 2016, le cheval en 2017, les vikings en 2018, le cinéma en 2019, les châteaux en 2021. La 7ème édition « la voie des airs » nous a plongé cette fois dans la formidable épopée de l'aviation.

Exposition, simulateurs de vol, histoire de l'aviation normande et ébroïcienne, reconstitutions et spectacles... ont fait partie des temps forts de cet événement sans oublier les producteurs, artisans, agriculteurs, offices de tourisme, musées, chefs culinaires...

Cette action est une opportunité pour promouvoir la destination et ses atouts touristiques auprès de la clientèle est-normande et région Île-de-France.

Accusé de réception en préfecture
014-211407150-20230628-2023-121-DE
Date de télétransmission : 03/07/2023
Date de réception préfecture : 03/07/2023

PROMOTION

LES ACTIONS 2022 PROFESSIONNELLES

WORKSHOP SPVA - 21 JANVIER - LA HÊTRAIE

150 responsables groupes
Cible : responsables des voyages de groupes (associations, clubs, CE...) et programmation de notre destination en brochure, clientèle groupe.

2e participation. La formule est différente de l'édition 2020. Désormais, c'est l'unique agence la SPVA qui invite ses clients décideurs groupes ainsi que sa clientèle individuelle.
Fréquentation qualitative mais plutôt décevante en nombre. C'est le seul workshop qui a été maintenu en ce début d'année, dans ce contexte encore tendu avec la crise sanitaire. Cela explique sûrement cette faible fréquentation. Néanmoins, cette action est loin d'être dénuée d'intérêt. Elle nous permet d'abord de créer des liens avec la SPVA avec laquelle nous ne travaillons pas encore et de nous mettre en relation directe avec les prescripteurs de voyages de groupes du Nord de la France.
Un démarchage auprès d'autocaristes des Hauts-de-France a été fait en amont (7 rdv). 1er démarchage depuis la crise, nous retrouvons des autocaristes marqués par la perte de personnels mais optimistes pour la suite.

RENDEZ-VOUS EN FRANCE - 22 ET 23 MARS - NANTES

600 professionnels
Cible : TO internationaux, clientèle individuelle et groupe, programmation en brochure.

Après les reports des éditions 2020 et 2021, ce salon a rassemblé cette année 600 tour-opérateurs, en provenance de 57 marchés et 700 exposants. La Normandie faisait partie avec les régions PACA et Ile de France, des trois plus grandes délégations représentées sur le salon.
Bien que l'ampleur de l'évènement et le nombre de rendez-vous aient été plus faible que les précédentes éditions, le bilan reste positif.
17 rendez-vous provenant des marchés internationaux suivants :
Grande-Bretagne (1), Allemagne (1), Espagne (2), Slovénie (1), Ukraine (1), Roumanie (1), Slovaquie (1),Mexique (1), Israël (2), Suisse (2), USA (1), Canada (1), France (2).
Suite à ce salon, on compte 2 retours directs avec 1 séminaire en avril 2022 pour le TO slovaque Monté Christo et 6 dates en mai et juin 2022 pour 6 groupes du TO Espagnol Spécial Tour Madrid, les groupes seront logés au Mercure. Il offre aussi la possibilité de travailler avec l'ensemble des marchés étrangers, de développer la programmation de nos produits, d'améliorer notre visibilité et d'accroître nos ventes. Il est particulièrement enrichissant en matière de veille, d'analyse et d'évolution de la mise en marché de notre offre touristique. Les rendez-vous permettent en effet d'obtenir un panorama de la programmation sur nos marchés prioritaires mais aussi sur les marchés lointains, et d'échanger avec les TO sur leurs attentes.

IFTM TOP RÉSA -DESTINATION FRANCE DU 20 AU 22 SEPTEMBRE - PARIS

34 000 professionnels
Cible : autocaristes, réceptifs, TO et agences de voyages - France, Europe, programmation en brochure et vente de produits groupes.

L'IFTM Top Résa est le salon professionnel international multi cibles du tourisme et des voyages qui couvre tous les motifs de déplacements : affaires, loisirs, groupes et MICE avec 200 destinations, 1700 marques, 34 000 professionnels. Nous étions présents sur un espace Calvados qui réunissait plusieurs acteurs touristiques du territoire : Caen la Mer, Le Mémorial, Honfleur, la Fromagerie Graindorge et Calvados Experience.
L'offre normande était également complétée par la présence des espaces d'Attitude Manche et espace Normandie réunissant une dizaine d'agences réceptives venues promouvoir leurs packages pour la saison à venir. Notre participation nous a permis de promouvoir nos packages de manière optimale auprès des autocaristes, réceptifs, agences de voyages, d'entretenir nos relations commerciales, d'asseoir notre positionnement sur le marché professionnel France, de faire un point sur ses évolutions et tendances et de développer notre image de marque.

MARCHÉ DES VOYAGES DE GROUPE DU 15 AU 17 NOVEMBRE - AUVERGNE-RHÔNE-ALPES

250 responsables groupes
Cible : responsables des voyages de groupes (associations, clubs, CE...) et programmation de notre destination en brochure, clientèle groupe.

3e participation. Ce workshop annuel permet de mettre en relation directe les prescripteurs de voyages de groupes avec les prestataires de services touristiques pour que les responsables de groupes préparent au mieux leurs prochains voyages. Les clients sont des prescripteurs de voyages de groupes loisirs, de comités d'entreprises, d'amicales, d'associations, de clubs... 3 jours (15, 16 et 17 novembre 2022) pour rencontrer ces décideurs de 5 autocaristes (Migratour, Voyages Courriers des Dombes, voyages Buchet, autocars Chabannes et Publitours).

L'objectif de cette opération est de concrétiser un maximum de groupes durant les mois qui suivent mais aussi de fidéliser cette clientèle. 4 partenaires normands étaient présents et au vu de l'éloignement de notre destination vis-à-vis de leur lieu de résidence, nous avions travaillé une proposition de séjour en Normandie basé sur 4 jours sur place incluant la visite guidée de Trouville-sur-Mer suivie d'une dégustation de fruits de mer sur le marché aux poissons, la visite du Mémorial de Caen et des Plages du Débarquement, la visite de Caen et de Ouistreham, une journée autour des savoir-faire avec la visite de Graindorge, celle de Drouin et la visite de Honfleur.

Cette démarche a été très appréciée et leur a permis de mieux se projeter sur un séjour dans notre région.
Suite à notre participation à l'édition 2019, nous avons eu la bonne nouvelle d'apprendre qu'un groupe de 40 personnes de l'association ARPACF avait confirmé leur séjour en juin 2023.

MARCHÉ DES VOYAGES DE GROUPE 22 ET 23 NOVEMBRE - GRAND-EST

200 responsables groupes
Cible : responsables des voyages de groupes (associations, clubs, CE...) et programmation de notre destination en brochure, clientèle groupe.

3e participation. Tout comme le Marché des Voyages de groupes Auvergne-Rhône-Alpes, ce workshop est annuel et permet de mettre en relation directe les prescripteurs de voyages de groupes (comités d'entreprises, associations, clubs...) avec les prestataires de services touristiques pour que les responsables de groupes préparent au mieux leurs prochains voyages. Les clients sont des prescripteurs de voyages de groupes loisirs de comités d'entreprises, d'amicales, d'associations, de clubs...

Ils ont pour origine le département du Haut-Rhin pour les Voyages Express Sundgoviens/Autocars Gast et le département de la Haute-Saône pour les Voyages Tard. L'objectif de cette opération est de concrétiser un maximum de groupes durant les mois qui suivent mais aussi de fidéliser cette clientèle.

4 partenaires normands étaient présents et au vu de l'éloignement de notre destination vis-à-vis de leur lieu de résidence, nous avions travaillé une proposition de séjour en Normandie basé sur un 4 jours sur place incluant la visite guidée de Trouville-sur-Mer suivie d'une dégustation de fruits de mer sur le marché aux poissons, la visite du Mémorial de Caen et des plages, la visite de Caen et de Ouistreham, une journée autour des savoir-faire avec la visite de Graindorge, celle de Calvados Père Magloire L'Experience et la visite de Honfleur. Cette démarche a été très appréciée et leur a permis de mieux se projeter sur un séjour dans notre région.
Suite à notre participation à l'édition 2021, Les autocars Gast ont programmé notre proposition de séjour en brochure 2023.

Accusé de réception en préfecture
014-211407150-20230628-2023-121-DE
Date de télétransmission : 03/07/2023
Date de réception préfecture : 03/07/2023

PROMOTION

LES ACTIONS 2022 PROFESSIONNELLES

DÉMARCHAGE DU 28 NOVEMBRE AU 2 DÉCEMBRE - RÉGION HAUTS-DE-FRANCE

19 rendez-vous. Partenaires : Fromagerie Graindorge et Calvados Experience
Cible : autocaristes, programmation en brochure et vente de produits journées et séjours groupes.
2ème prospection en direct des autocaristes et agences de voyages des Hauts-de-France. Nous avions concocté un programme journée « Savourez le Pays d'Auge » représentant nos 3 sites/destinations.

Cette suggestion a été la bienvenue pour ces professionnels à la recherche d'idée journée. La Normandie est une destination groupe par excellence. Beaucoup de demandes pour cette région proche, facile d'accès, appréciée pour sa beauté, son authenticité et sa gastronomie.

Avec la présentation de notre destination dans les bureaux, j'ai tout de même entendu qu'un arrêt visite à Trouville-sur Mer n'était pas toujours d'actualité, privilégiant Honfleur ou Deauville pour leurs renommée et certaines agences peinent à sortir des grands classiques. Nous avons finalement toujours des suggestions et nouveautés à leur apporter pour qu'ils puissent innover dans leur programme.

Aussi, j'ai reçu beaucoup de compliments sur la place de stationnement autocar en centre-ville dédiée aux groupes réservant une prestation via notre service commercial, des compliments également sur notre guide groupe avec nos programmes journée et séjours très appréciés qui collent parfaitement à ce que les professionnels recherchent.

Cette tournée devrait se faire plus régulièrement. Il y a beaucoup de potentiel en matière de retombées et encore du travail à faire pour positionner Trouville-sur-Mer comme une destination incontournable sur la Côte Fleurie. On peut déjà s'attendre à plusieurs retombées 2023 - 2024 avec la visite Histoire de Pêqueux, un eductour spécial groupes scolaires, des journées et séjours combinant les packages « Savourez le Pays d'Auge » et Mémorial-Plages du Débarquement et une journée sur la thématique du cheval.

DÉMARCHAGE DU 28 NOVEMBRE AU 2 DÉCEMBRE - RÉGION PAYS DE LA LOIRE

15 rendez-vous. Partenaires : Fromagerie Graindorge et Calvados Experience
Cible : autocaristes, programmation en brochure et vente de produits journées et séjours groupes.

2e prospection en direct des autocaristes et agences de voyages des Pays de la Loire.
Tout comme pour celui réalisé dans le Nord, nous sommes parties avec un programme journée « Savourez le Pays d'Auge » représentant nos 3 sites/destinations. Cette suggestion a été la bienvenue et tous nous ont réservé un excellent accueil.

La Normandie est une destination qui est appréciée de leur clientèle pour sa proximité, sa facilité d'accès, son authenticité et sa gastronomie. À noter que depuis la crise sanitaire, certaines agences n'ont pas bien redémarré leur activité de tourisme de groupe et que plusieurs agences ont été rachetées par des plus grosses, plus solides.

Toujours autant de compliments sur la place de stationnement autocar en centre-ville dédiée aux groupes et aussi sur notre guide groupe avec nos programmes journée et séjours très appréciés. Cette tournée devrait se faire plus régulièrement. Il y a beaucoup de potentiel en matière de retombées et encore du travail à faire pour positionner Trouville-sur-Mer comme une destination incontournable sur la Côte Fleurie.

On peut s'attendre aussi à plusieurs retombées dès 2023 - 2024 avec des journées et/ou séjours combinant les packages « Savourez le Pays d'Auge », « Quand le Calvados devient une Expérience » et les incontournables Caen, Plages du Débarquement, Honfleur.

LE CLUB DES CHARGÉS DE PROMOTION DE NORMANDIE

Qui sommes-nous ?
- 15 destinations normandes
- 4 départements : Calvados, Manche, Orne et Seine-Maritime
- 1 club orchestré par OTN
- 15 chargé(e)s de promotion

Notre projet en commun après plusieurs mois de travail ?
Un workshop immersif, inédit, inspirant que l'on veut convivial, incontournable, innovant et en lien avec les thématiques fortes du territoire normand.

Quand ?
Du 6 au 8 novembre 2023

Le programme ?
Jour 1 : workshop dans une ambiance « place de village » pour échanger, partager et découvrir toutes les richesses de notre région autour de 10 ateliers thématiques :
Jours 2 et 3 : sur le terrain avec 5 circuits d'éductours thématiques co-construits dont Deauville, Trouville-sur-Mer, Honfleur et Lisieux.

Les objectifs ?
- Renouer, renforcer et réinventer le lien avec les prescripteurs de voyages
- Faire vivre aux professionnels du tourisme une expérience normande inédite et exceptionnelle
- Booster la notoriété de la Normandie et de chaque destination
- Optimiser la fréquentation touristique et répartir les flux
- Augmenter les retombées économiques
- Fédérer les partenaires
- Mettre en valeur des offres responsables et durables

Les cibles ?
100 prescripteurs : agences réceptives, tour- opérateurs, agences de voyages, autocaristes, MICE, clubs, associations.

NORMANDIE
CTN
Fédération Régionale des Offices de Tourisme

Accusé de réception en préfecture
014-211407150-20230628-2023-121-DE
Date de télétransmission : 03/07/2023
Date de réception préfecture : 03/07/2023

GROUPES - COMMERCIALISATION

BILAN DES DEMANDES

NOMBRE DE DEMANDES GROUPES			
2019	2020	2021	2022
573	130	271	537

Le service groupe traite chaque année un nombre important de demandes groupes.

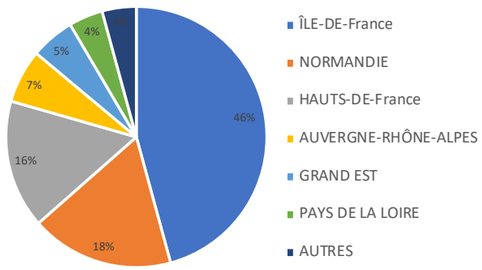
De la simple assistance aux demandes de devis, de la création de programmes journées, séjours aux réservations de visites guidées..., ces demandes sont formulées par mail, téléphone, à l'accueil de l'Office de Tourisme et lors des actions de promotion auxquelles nous participons.

Avec 537 demandes groupes reçues et traitées en 2022, le service renoue avec le niveau d'activité avant-covid.

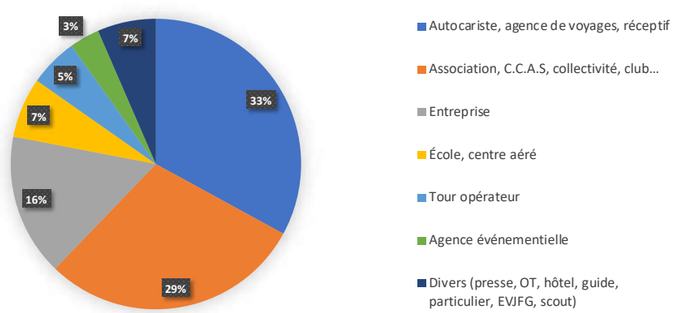
Il y a 41 demandes de l'étranger. En voici le top 4 :
- 1er : Allemagne
-2e : Belgique
- 3e : Grande Bretagne
- 4e : Israël
Le nombre des demandes d'origine étrangère n'a pas retrouvé le niveau de celui d'avant crise (24% en 2019 contre 8% en 2022

RÉPARTITION DES DEMANDES ET NATURE DES GROUPES

Origine des demandes groupes France 2022



Nature des demandes groupes 2022



GROUPES - COMMERCIALISATION

Afin de valoriser et de commercialiser la destination auprès des groupes, l'Office de Tourisme et d'Attractivité propose depuis 2011 un service réceptif groupes en charge de l'élaboration et de la vente de produits touristiques.

L'Office de Tourisme dispose d'un certificat d'immatriculation au registre des opérateurs de voyages et de séjours. Il est inscrit sous le numéro : IM14110021
L'immatriculation est délivrée par la commission d'immatriculation d'Atout France, agence de développement touristique de la France.

OBJECTIFS

- **Valoriser et promouvoir la destination**
- **Fidéliser et/ou conquérir de nouvelles clientèles**
- **Répondre aux attentes des professionnels du tourisme de groupes à la recherche d'offres clés en main**
- **Développer une offre touristique attractive de la destination**
- **Programmation de la destination en brochure professionnelle des voyagistes**
- **Établir des partenariats privilégiés avec nos prestataires**
- **Contribuer au développement économique de la ville et aux ressources propres de l'Office de Tourisme et d'Attractivité en générant des recettes**

LES CIBLES

> Associations, clubs 3e âge, CCAS, comités d'entreprise, autocaristes, tour-opérateurs, agents de voyages, réceptifs, sociétés et entreprises : séminaires, team building, incentives

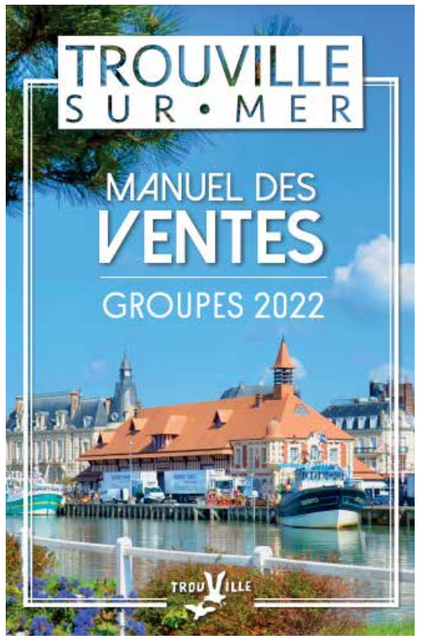
LES SERVICES

- **Expertise locale de la destination**
- **Conception du Manuel des ventes groupe**
- **Montage et commercialisation de produits et séjours groupes clés en main (avec ou sans nuitées)**
- **Commercialisation de visites guidées groupes**
- **Montage et vente de produits et séjours sur mesure selon l'intérêt spécifique et la demande**
- **Conventions de partenariat prestataires groupes**
- **Conseils personnalisés, accompagnement, suivi des ventes**
- **Démarchages, workshops, salons professionnels et grand public en région**

LES PRODUITS

Les produits en brochure présentent l'ensemble de l'offre touristique groupe de la station et de ses alentours. Tels que les produits d'appel, ils sont dits de « promotion – séduction ». Ils combinent l'ensemble des activités, sites et lieux de visites qui répondent aux critères d'accueil de la clientèle groupe.

Pour répondre aux attentes spécifiques de nos différents profils visiteurs, ces produits nous conduisent souvent au montage d'offres sur mesure. Les prestataires hors Trouville-sur-Mer permettent d'élargir notre zone de compétence. En proposant une offre globale qualitative, nos programmes sont plus riches et attractifs.



SATISFACTION CLIENTS

AUX QUESTIONS :

• Ce package a-t-il répondu à vos attentes ?
100% des clients satisfaits

• Avez-vous été satisfait de votre (vos) repas ?
91,7 % des clients satisfaits

• Avez-vous apprécier le rapport qualité/prix de votre package ?
92,6 % des clients satisfaits

ACTIONS 2022

- **Conception du manuel des ventes groupes 2023**
- **Mise à jour des packages : prix ajustés**
- **Pourcentage de marge augmenté**
- **Mise en place d'un système de commissionnement pour les professionnels revendeurs (5%)**
- **Montage et vente de produits et séjours groupes (avec ou sans nuitées)**
- **Commercialisation de visites guidées groupes**
- **Démarchages de nouveaux prestataires, négociation tarifs et gratuités**
- **Rédaction des conventions de partenariat prestataires groupes**
- **Workshops, salons professionnels et grand public en région, prospection**
- **Adhésion au Club des chargés de commercialisation de Normandie orchestré par OTN : Analyse des besoins, ateliers d'échanges thématiques, création de produits, mise en marché et axes prioritaires de travail.**

Accusé de réception en préfecture
014-211407150-20230628-2023-121-DE
Date de télétransmission : 03/07/2023
Date de réception préfecture : 03/07/2023

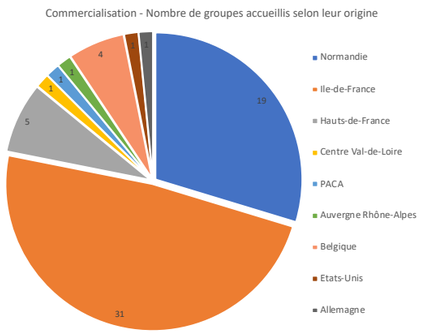
GROUPES - COMMERCIALISATION

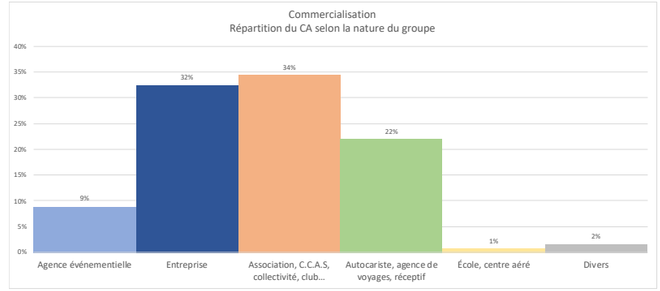
COMMERCIALISATION FORFAITS GROUPES

Année exceptionnelle après 2 ans de crise sanitaire. Malgré une reprise tardive, en avril 2022 et alors que les années classiques voient un début d'activité dès le 1er trimestre, c'est une année record, dépassant les chiffres de 2019.
La comparaison avec 2021 faisant peu sens, avec des pourcentages d'évolution oscillant entre 250 et 370 % avec la reprise, nous préférons la comparaison avec 2019.

2019 VS 2022			
Critères	**2019**	**2022**	**Evolution**
NOMBRE DE DOSSIERS	52	64	23%
NOMBRE DE PERSONNES	1933	2416	25%
CHIFFRE D'AFFAIRE HT	**87 911,00 €**	**96 733,32 €**	**10%**
MARGE H.T	14 478,43 €	15 894,14 €	10%

64 dossiers validés sur 131, soit un taux de concrétisation de 49%





À noter : le public séminaire (agence événementielle + entreprise), en forte évolution dans le service, ne représente que 16 % du nombre de personnes venues en 2022 mais 41 % du CA. Cette clientèle est donc intéressante à travailler, elle a du budget. Ces dossiers sont néanmoins difficiles à monter (plus de temps de recherche, plus exigeants, bien plus sur mesure qu'un dossier associatif par exemple).

CHIFFRE D'AFFAIRES GÉNÉRÉ POUR LE COMPTE DES PRESTATAIRES TROUVILLAIS

- **Restaurants : 28 452 € HT**
- **Activités, marché aux poissons, loisirs, visites Trouville-sur-Mer : 20 745 € HT (dont visites commentées de Trouville-sur-Mer : 3 020 € HT - 565 personnes)**
- **Hôtellerie Trouville-sur-Mer : 11 563 € HT**

À noter en 2022 que 75 % du chiffre d'affaires du service commercialisation est réalisé à Trouville-sur-Mer contre 40 à 50 % du chiffre habituellement en cette année de reprise, tous nos groupes ou presque voulaient voir la mer, très peu de demandes pour l'intérieur des terres.

Accusé de réception en préfecture
014-211407150-20230628-2023-121-DE
Date de télétransmission : 03/07/2023
Date de réception préfecture : 03/07/2023

BOUTIQUE - BILLETTERIE

La marque Trouville-sur-Mer doit contribuer à la valorisation de l'identité trouvillaise. Les produits dérivés permettent de véhiculer l'image et les valeurs de la destination au-delà de nos frontières et contribuent ainsi à sa promotion. Nous favorisons les produits européens, fabriqués ou marqués en France, voire en Normandie.

OBJECTIFS

- **Augmenter les recettes** de l'Office de Tourisme et d'Attractivité.
- **Valoriser et véhiculer l'image de Trouville sur Mer**, à la fois station balnéaire « Reine des plages », station familiale et port de pêche authentique.
- **Renforcer la notoriété** de la station et contribuer à son rayonnement
- **Se démarquer des autres stations, innover**
- **Rajeunir l'image de Trouville-sur-Mer**, produits tendance
- **Valoriser les produits et les créateurs locaux, normands et français**

Les gammes de produits respectant 4 thématiques phares :

- LA GASTRONOMIE : vaisselle, thé, miel de Trouville, mug, carafe d'eau
- L'IDENTITÉ FAMILIALE : livres, jeux et objets pour enfants
- L'HISTOIRE/L'ARCHITECTURE/DÉCOUVERTE : livres, livret de randonnée...
- L'ESPRIT BALNÉAIRE BRANCHÉ ET ÉLÉGANT : paniers, tote bags, vide poches, draps de plage, sacs de plage, textile...

Les produits de l'espace boutique (hors dépôts-ventes) ont permis de générer
un chiffre d'affaire HT de 63 289,71 €, contre 50 684€ en 2021.

TOP 10 DES VENTES 2022	
PRODUIT	**QUANTITÉ**
Cartes postales	1173
Magnets	950
Pièces souvenir	620
Affiches	403
Autocollants	399
Bloc-notes	372
Tote-bags	347
Stylos	312
Peluches	304
Mugs	183

BOUTIQUE - BILLETTERIE

AFFICHE M. SMUGGLER

Régulièrement, l'Office de Tourisme et d'Attractivité invite des artistes à donner leur vision de Trouville-sur-Mer en affiches.
Cette année, c'est Mr Smuggler, un artiste normand, qui a livré " son Trouville-sur-Mer ". Dans ses dessins il mélange, assemble et fait se rencontrer différentes facettes de la ville avec sa technique de prédilection, la linogravure.
Cette affiche en différents tirages ainsi que des cartes postales de l'artiste sont en vente à la boutique de l'Office de Tourisme.

UNE NOUVELLE BILLETTERIE

L'Office de Tourisme et d'Attractivité s'est doté d'un nouveau système de caisse et d'une nouvelle billetterie de réservation et vente en ligne afin de pouvoir développer la commercialisation de l'offre touristique de Trouville-sur-Mer et du territoire normand.

Nous avons profité du changement de nos outils de réservations, encaissement, comptabilité et gestion des stocks pour **mettre en place cet outil performant plus adapté aux nouvelles pratiques de nos visiteurs.**

Élaborée en collaboration avec **Welogin,** entreprise française proposant des outils dédiés aux métiers du tourisme et de la culture, notre billetterie propose un - choix d'activités de loisirs, sportives ou culturelles (visites guidées, animations ou événements, projections, ateliers ou encore des entrées de musées ou sites touristiques), mais aussi des bons cadeaux.
Simple d'utilisation, la boutique en ligne permet de remplir son panier, payer, réceptionner les billets par mail.

La plateforme est ouverte à tous, partenaires ou non partenaires de l'Office de Tourisme et d'Attractivité, moyennant une commission. Ce nouveau service leur permet d'accroître leur notoriété et leur visibilité, de conquérir de nouvelles clientèles, et surtout de répondre aux attentes de nos visiteurs en quête de services pour faciliter l'organisation de leur séjour.

Accusé de réception en préfecture
014-211407150-20230628-2023-121-DE
Date de télétransmission : 03/07/2023
Date de réception préfecture : 03/07/2023

LES MISSIONS

• Accueil et conseils en séjour des visiteurs français et étrangers : de passage, en séjour, résidents secondaires, habitants à l'année

• Vente de produits contribuant à la promotion de la station par le biais de la boutique (produits marqués Trouville, dépôt vente de producteurs et fournisseurs locaux)

• Billetterie d'évènements portés par les associations locales, l'Office de Tourisme et d'Attractivité et la ville

• Promotion du territoire et des partenaires de l'Office de Tourisme et d'Attractivité

LES MOYENS

• Des conseillèr(e)s en séjour parlant au minimum une langue étrangère

• Un bureau d'accueil ouvert 363 jours par an

• De la documentation variée permettant de répondre aux demandes des visiteurs

• Des outils au service de l'équipe : fiches procédures, modèles, modes opératoires, outils de mesure de la satisfaction visiteurs

LES CHIFFRES

	DEMANDES DE RENSEIGNEMENTS (COMPTOIR, TÉLÉPHONE, COURRIEL)					VISITEURS				
	2019	2020	2021	2022	Variation 2019/2022	2019	2020	2021	2022	Variation 2019/2022
Janvier	856	978	647	926	+8%	938	1348	599	1250	+33%
Février	1841	2032	1863	1770	-3%	2181	2747	2288	2384	+9%
Mars	1755	576	1257	1729	-1%	2430	804	1604	2197	+9%
Avril	3016	-	877	2699	-10%	4060	-	551	4060	-
Mai	2921	592	2906	3162	+8%	3640	285	3340	4462	+22%
Juin	3605	2548	3870	3594	-0,30%	4389	2384	4358	4711	+7%
Juillet	5964	6195	6718	6640	+11%	7597	7606	7280	9979	+31%
Août	6612	6276	7183	7234	+9%	8552	8409	9056	11427	+33%
Septembre	2945	2899	3142	3388	+15%	4685	3711	4336	5716	+22%
Octobre	2213	2059	2752	2608	+17%	3530	2525	3451	4332	+22%
Novembre	1189	-	1518	1289	+8%	1725	-	2159	2032	+17%
Décembre	1252	912	1473	1310	+4%	1655	1062	1782	1930	+16%
TOTAL	34 169	23 899	31 454	36 349	+6%	45 382	29 792	37 353	54 470	+20%

Sources : statistiques accueil Tourinsoft 2019/2020/2021 /2022 cellule de comptage shopline

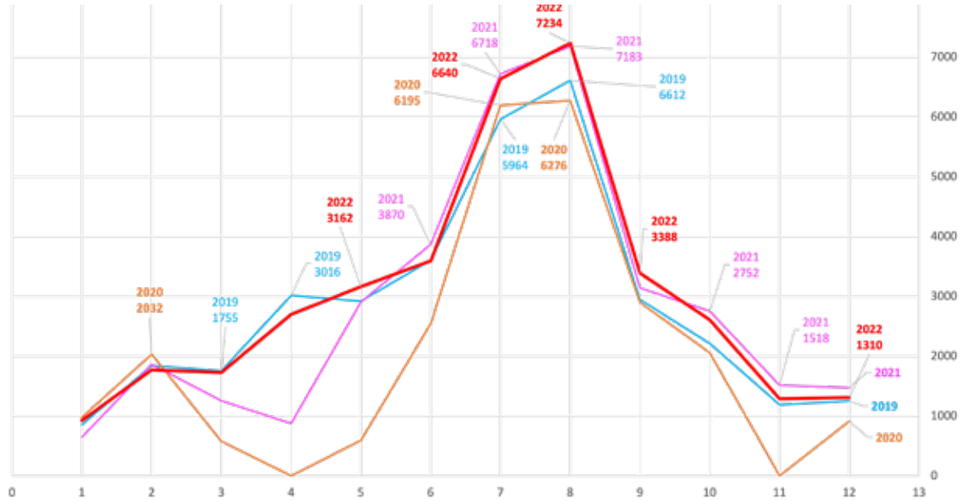
L'année 2022 s'est révélée être à la hauteur de toutes les espérances après les deux dernières années marquées par la crise sanitaire et ses nombreuses restrictions ayant privé nos chers visiteurs de venir jusqu'à nous.

Nous pouvons affirmer que nos visiteurs se sont bien rattrapés en 2022 ! En effet, la fréquentation globale à l'accueil de l'Office de Tourisme et d'Attractivité a augmenté de 20% depuis 2019.

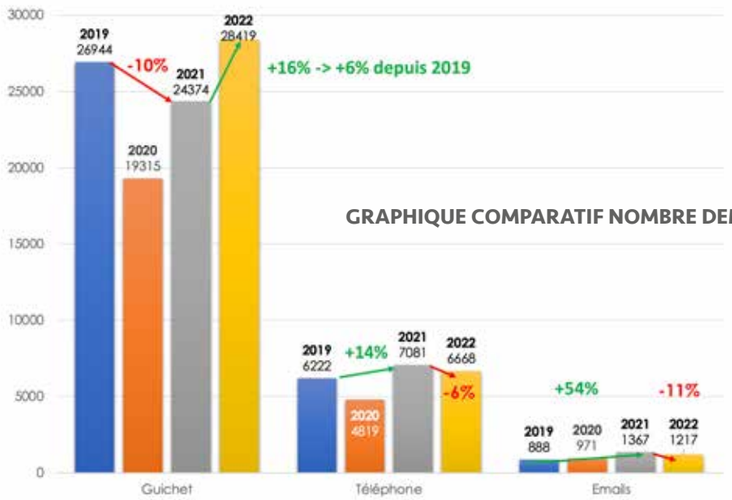
Une nouvelle année de records avec 6% de demandes en plus adressées aux conseillers en séjour (comptoir, téléphone, mail...) et notamment 16% de demandes en plus enregistrées au comptoir.

Seulement quelques légères baisses ont été constatées sur les demandes par téléphone (-6%) et par mail (-11%). Ces différences peuvent être expliquées par la mise en place d'une permanence pour l'accueil à distance lors des périodes de restrictions sanitaires qui a permis d'enregistrer des demandes par téléphone et mail supplémentaires en 2021.

En somme, l'Office de Tourisme et d'Attractivité s'est vu réaliser une nouvelle année exceptionnelle sur les chiffres de fréquentation, que ce soit au comptoir ou de passage dans l'espace d'accueil et la boutique.



ÉVOLUTION DU NOMBRE DE DEMANDES Source : statistiques accueil Tourinsoft 2019/2020/2021/2022



GRAPHIQUE COMPARATIF NOMBRE DEMANDES PAR MODES DE CONTACT

Source : statistiques accueil Tourinsoft 2019/2020/2021/2022

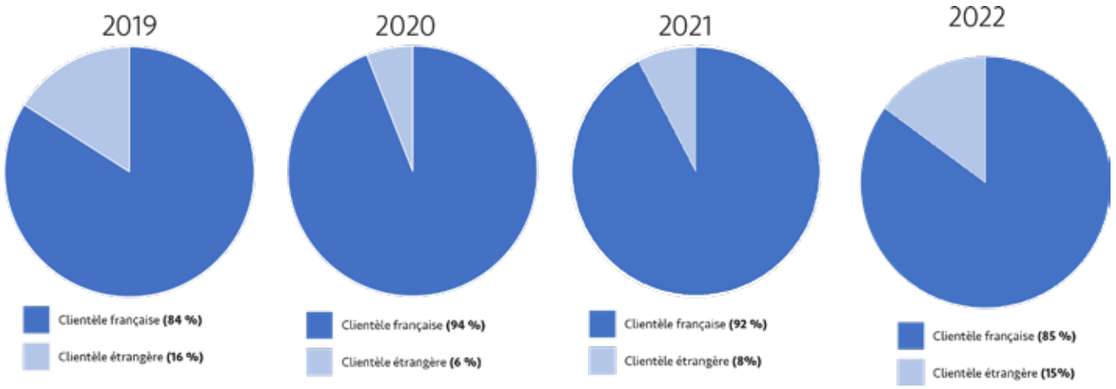
Accusé de réception en préfecture
014-211407150-20230628-2023-121-DE
Date de télétransmission : 03/07/2023
Date de réception préfecture : 03/07/2023

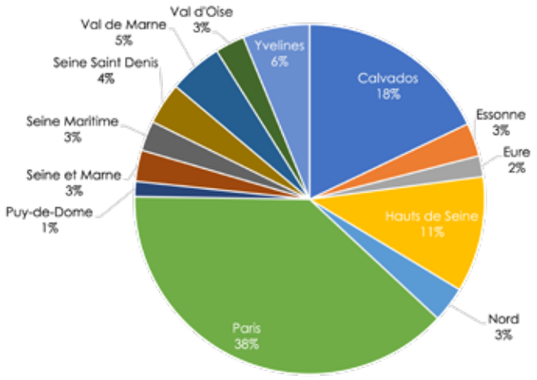
ACCUEIL

NOS CLIENTÈLES FRANÇAISES

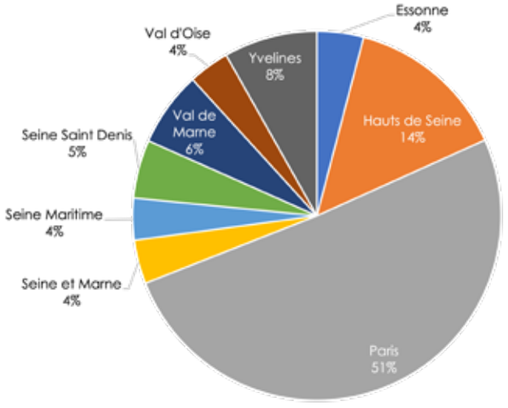
Notre clientèle est française à 85% en 2022 (contre 84% en 2019 et 92% en 2021).
Elle est majoritairement francilienne.

La part de la clientèle étrangère a donc augmenté de 7% depuis 2021 pour retrouver sa fréquentation quasi équivalente à 2019.





CLIENTÈLE FRANÇAISE



CLIENTÈLE PARIS-ILE DE FRANCE

Sources : statistiques accueil Tourinsoft 2021/2022

NOS CLIENTÈLES ÉTRANGÈRES

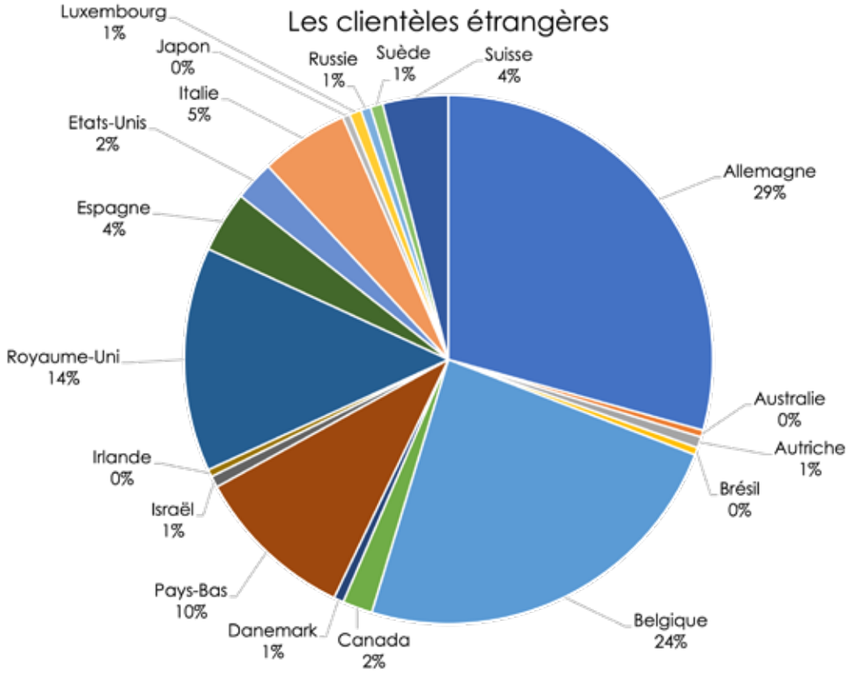
TOP 4 DES MARCHÉS DE PROXIMITÉ

1er : Allemagne
2e : Belgique
3e : Grande-Bretagne
4e : Pays-Bas

Un top 4 chamboulé cette année par **une clientèle allemande majeure** détrônant ainsi la clientèle belge. La clientèle anglaise s'est aussi montrée plus importante en 2022, passant devant la clientèle néerlandaise qui s'est faite plus discrète.

MARCHÉS LOINTAINS

Quasiment absents depuis 2020 dû à la crise sanitaire, ils sont de retour majoritairement avec la clientèle américaine en 2022 (États-Unis et Canada).
• On retrouve néanmoins : le Danemark, Israël, la Russie, l'Autriche et la Suède.



Source: statistiques accueil Tourinsoft 2021/2022

Accusé de réception en préfecture
014-211407150-20230628-2023-121-DE
Date de télétransmission : 03/07/2023
Date de réception préfecture : 03/07/2023

ACCUEIL

LE SYSTÈME D'ÉCOUTE CLIENT

QUELS OUTILS ?

- Les remarques et suggestions
- Les réclamations
- La satisfaction visiteur complétée par une étude visiteurs sur la borne guestviews)
- Les avis en ligne (Trip Advisor / Google)

• Mise en place depuis 2020, une étude client est mise à disposition sur une borne tactile dans l'espace accueil de l'Office de Tourisme et d'Attractivité afin de proposer une écoute active pour accompagner la démarche qualité et créer du lien avec nos visiteurs :

- L'application propose une interface ludique pour écouter nos visiteurs à chaud et piloter la satisfaction au quotidien.

- Collecte de contacts pour enrichir notre base de données et lui envoyer des communications ciblées afin d'augmenter la notoriété du territoire.

- Personnalisation automatique d'un e-mail post-participation en fonction des centres d'intérêts pour mettre en avant nos partenaires ou en fonction du niveau de satisfaction pour encourager nos ambassadeurs potentiels.

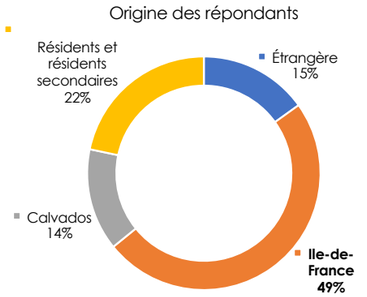
L'Office de Tourisme et d'Attractivité demeure garant des besoins et des attentes des visiteurs, et vise à faire de ses visiteurs des ambassadeurs actifs de la destination, afin d'améliorer l'offre touristique et de s'inscrire dans une démarche d'évolution et de progrès.

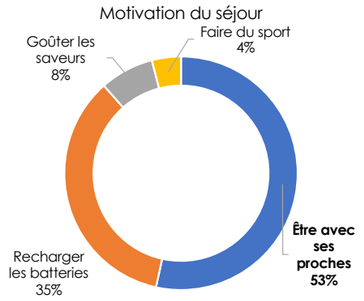
Au total c'est **667 participants** qui ont contribué à l'enquête dans l'espace d'accueil en 2022 avec un taux final de satisfaction à 93%.

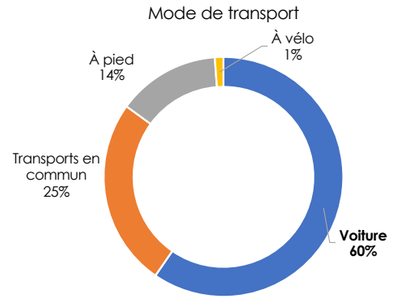
L'écoute client « à chaud » nous aide à identifier les insatisfactions et à donner la parole à nos visiteurs. Ainsi nous avons pu constater que la petite part d'insatisfaction (7%) provenait d'un manque d'incitation à découvrir de nouvelles activités par les conseillers en séjour, sujet notamment abordé en équipe dans notre démarche Qualité Tourisme™ au cœur même du travail quotidien mené.

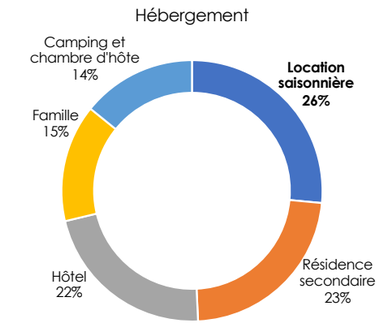
Au-delà de la satisfaction, notre objectif était de **mieux connaître la clientèle** passant la porte de notre Office de Tourisme et d'Attractivité en 2022.

À travers une enquête de profil nous avons donc pu dégager les profils majoritaires de nos visiteurs :









Durée moyenne du séjour	Première visite	Raison du passage à l'OT
La durée de séjour moyenne était d'une semaine en 2022 (long séjour).	Plus de la moitié des répondants a indiqué **être déjà venue au moins 1 fois à Trouville-sur-Mer**	La majorité des répondants est venue à l'OT pour obtenir des idées de visites : natures, guidées, thématiques…

L'enquête permet de nous révéler des visiteurs fidèles à l'Office de Tourisme et d'Attractivité. Locaux et résidents secondaires issus de la région parisienne demeurent les plus présents. Trouville-sur-Mer semble être le lieu idéal pour recharger ses batteries en profitant de ses proches et des nombreuses visites proposées par l'Office de Tourisme et d'Attractivité !

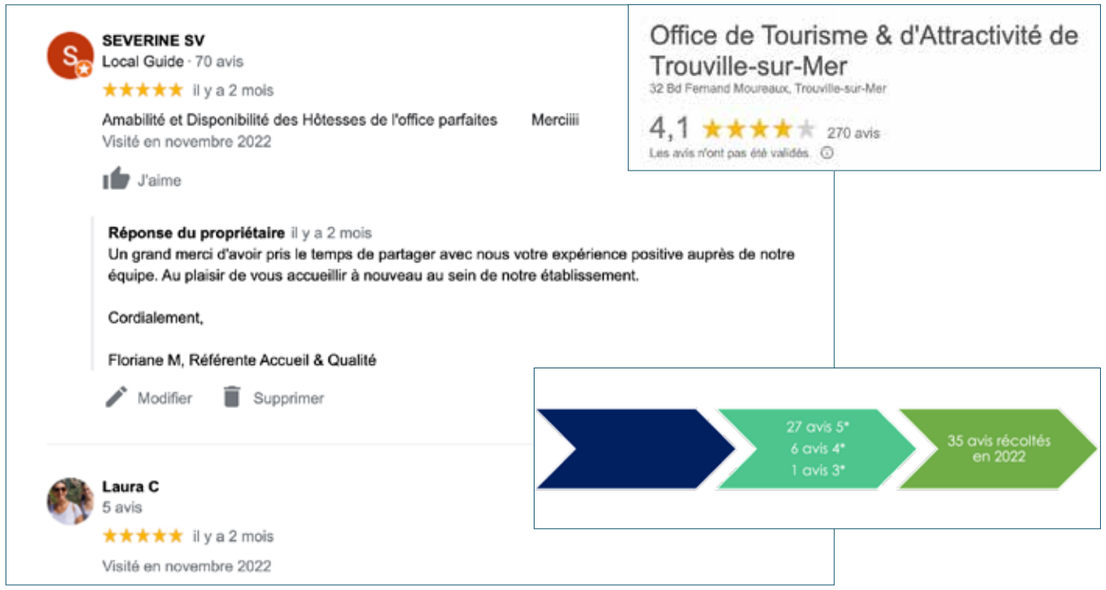
LES REMARQUES VISITEURS

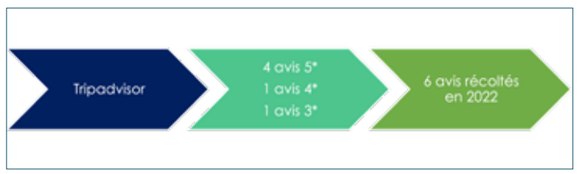
LES RÉCLAMATIONS

Ces indicateurs font l'objet d'un suivi et des actions peuvent être mises en place lors d'un rendez-vous annuel

LES AVIS EN LIGNE

Les avis clients sont gérés par la Référente Accueil et Qualité, qui apporte systématiquement une réponse au commentaire laissé par le visiteur, que l'avis soit positif ou négatif.
Les actions d'amélioration sont mises en place en accord avec la Direction et les services concernés.





Accusé de réception en préfecture
014-211407150-20230628-2023-121-DE
Date de télétransmission : 03/07/2023
Date de réception préfecture : 03/07/2023

QUALITÉ TOURISME
RÉPUBLIQUE FRANÇAISE

NOTRE ENGAGEMENT QUALITÉ

Tendre vers toujours plus d'efficacité, plus de service et plus de qualité, anticiper les nouvelles attentes de la clientèle depuis la crise sanitaire. Le client doit être au centre de toutes nos préoccupations, qu'il soit visiteur occasionnel, résident permanent ou secondaire, prestataire, partenaire ou élu. La politique qualité s'inscrit dans la politique stratégique et définit les objectifs Qualité à atteindre par l'OT pour être conforme aux attentes des visiteurs décrites dans le référentiel Qualité Tourisme™.

Pourquoi l'Office de Tourisme de Trouville-sur-Mer et d'Attractivité met en œuvre cette démarche qualité ?

• La qualité de service est en pleine expansion et tend à se généraliser de plus en plus. Elle est complétée d'une volonté permanente d'amélioration de notre efficacité interne.

• Dans un marché de plus en plus concurrentiel, la force d'un Office de Tourisme et d'Attractivité s'exprime dans sa capacité à répondre et à anticiper les attentes du consommateur. La diversité de l'offre touristique, la mobilité des clients mais aussi, les nouvelles pratiques de consommation ont rendu le touriste **de plus en plus exigeant**.

S'engager sérieusement dans la démarche qualité, c'est vouloir progresser, gagner du temps, travailler mieux en équipe, apprendre à mieux communiquer, valoriser nos actions, analyser et améliorer nos résultats pour développer de nouvelles actions dans l'intérêt du visiteur.

CETTE POLITIQUE S'APPUIE SUR DES OBJECTIFS AUXQUELS L'OFFICE DE TOURISME DE TROUVILLE-SUR-MER ET D'ATTRACTIVITÉ DE TROUVILLE-SUR-MER TEND À RÉPONDRE :

OBJECTIFS PAR RAPPORT AU CLIENT

• S'adapter aux exigences de nos clients et aux évolutions entrainées par la crise sanitaire
• Faire des conseillers en séjour de véritables experts du territoire et développer leur force de proposition sur celui-ci
• Continuer à améliorer la qualité de notre accueil, de nos produits et services, à travers la mise en place d'un système d'écoute client
• Donner confiance et satisfaction aux clients (Marque Qualité Tourisme™ = Gage de confiance)
• Fidéliser les clients actuels et en gagner de nouveaux, les faire rester plus longtemps, les faire revenir
• Diminuer les remarques et réclamations en répondant par des actions concrètes

OBJECTIFS STRATÉGIQUES

• Améliorer notre image de marque en diminuant les mauvaises références
• Renforcer notre positionnement face à la concurrence
• Accroître notre performance économique (rentabilité des missions) et favoriser le développement de nos actions, en s'organisant mieux et en améliorant notre efficacité interne, en développant la synergie de tous les services

OBJECTIFS HUMAINS

•S'orienter vers un management adapté
• Mettre en valeur le travail du personnel et augmenter la motivation vis à vis d'un travail bien fait.
• Être performant et efficace dans la réalisation des animations et des activités.

De plus, depuis mars 2012, **la ville et l'Office de Tourisme de Trouville-sur-Mer et d'Attractivité se sont engagés dans une démarche de labellisation Famille Plus**, dont l'objectif consiste à marquer l'identité familiale de la station et d'améliorer l'offre en matière de services et de produits. Plus récemment, depuis 2021, l'Office de Tourisme et d'Attractivité de Trouville-sur-Mer s'est également vu attribuer la marque Tourisme & Handicap rendant tous les services et aménagements accessibles aux visiteurs.

Accusé de réception en préfecture
014-211407150-20230628-2023-121-DE
Date de télétransmission : 03/07/2023
Date de réception préfecture : 03/07/2023

QUALITÉ TOURISME

SUIVI ET PRÉPARATION DE L'AUDIT QUALITÉ TOURISME

Après le succès du renouvellement de la marque Qualité Tourisme™ lors d'un audit mystère en juillet 2021 (taux de réussite à 96,86% contre 85% attendu au minimum par le référentiel), l'équipe de l'Office de Tourisme se prépare à un audit complet en 2023 !

Pour rappel, un audit complet de tous les services de l'Office de Tourisme de Trouville-sur-Mer et d'Attractivité est réalisé désormais tous les 5 ans, comprenant également un audit intermédiaire destiné à l'accueil avec une visite mystère au comptoir. L'objectif est de recentrer l'évaluation au cœur de notre métier : l'accueil et l'écoute client.

Une première étape de préparation a eu lieu en octobre 2022 avec la visite de Marie-Flo GUY, directrice OTN (Offices de Tourisme de Normandie) et Romane MOREAU, chargée de mission Qualité, pour faire le point sur le suivi qualité opéré par l'ensemble de l'équipe depuis 2019 (date de la dernière visite sur place).

Ainsi, un audit blanc a eu lieu le 7 février 2023 afin de préparer l'audit complet qui aura lieu les 5 et 6 juin 2023.

NOS ENGAGEMENTS QUALITÉ ET DÉVELOPPEMENT DURABLE ENVERS NOS VISITEURS

QUALITÉ TOURISME
RÉPUBLIQUE FRANÇAISE

NOS ENGAGEMENTS POUR LE DÉVELOPPEMENT DURABLE

Vous entrez dans un Office de Tourisme classé en catégorie 1, et détenteur de la Marque Qualité Tourisme™.

Notre Office de Tourisme s'engage dans une démarche durable à travers différentes actions :

NOS ACTIONS INTERNES :
- Nous recyclons le papier imprimé
- Nous trions et recyclons les flyers, cartons et brochures inutilisées
- Nous recyclons nos cartouches d'encres usagées
- Nos déplacements se font de manière raisonnée (à vélo pour les déplacements professionnels courts)
- Nos équipements sont mis en veille automatiquement

NOS ÉDITIONS :
- Nous travaillons avec des imprimeurs certifiés Imprim'Vert®
- Nos éditions sont gérées de façon raisonnée

NOTRE ESPACE BOUTIQUE :
- Nous mettons en valeur les produits imaginés à Trouville-sur-Mer ou produits en Normandie

DÉCOUVRIR TROUVILLE-SUR-MER ET SON TERRITOIRE :
- Nous communiquons sur les mobilités douces pour le déplacement de nos visiteurs : vélo, transports en commun, train, covoiturage...
- Nous mettons à disposition de la documentation sur les milieux naturels fragiles sur l'ensemble du territoire

L'OFFICE DE TOURISME S'EST ENGAGÉ À :
- Inviter les visiteurs à consulter les brochures sur le site internet
- Mettre en oeuvre des actions d'amélioration de la qualité de vie environnementale lors des réunions de groupe Qualité Tourisme™
- Privilégier les acteurs locaux
- Rejoindre le réseau des Acteurs du Tourisme Durable (ATD)

TROUVILLE

QUALITÉ TOURISME
RÉPUBLIQUE FRANÇAISE

NOS ENGAGEMENTS QUALITÉ

Vous entrez dans un Office de Tourisme classé en catégorie 1, et détenteur de la Marque Qualité Tourisme.
Afin de répondre au mieux à vos attentes, nous nous engageons à :
You enter a Category 1 Tourist Office, and holder of the Quality Tourism Mark. In order to meet your expectations, we are committed to:

VOUS FOURNIR UN CONSEIL **PERSONNALISÉ ET ADAPTÉ À VOS BESOINS** *PERSONALIZED ADVICE*

PERMETTRE L'ACCÈS À L'INFORMATION **POUR TOUS LES PUBLICS** *ACCES FOR ANY PUBLIC*

VOTRE SATISFACTION *YOUR SATISFACTION*

FORMER NOTRE PERSONNEL **POUR RÉPONDRE À VOS ATTENTES** *STAFF TRAINED*

VALORISER NOS PARTENAIRES **ET LEURS OFFRES** *DEVELOPMENT OF OUR PARTNERS*

Un livre d'or numérique est à votre disposition au sein de l'accueil pour vous donner la parole sur votre expérience dans notre Office de Tourisme. N'hésitez pas à partager votre avis !
A digital guest book is at your disposal on your way out, thanks to take few minutes to share your experience !

TROUVILLE

VISITES COMMENTÉES

Notre mission est de favoriser la découverte de la station à travers l'offre très riche que proposent nos partenaires mais aussi en diversifiant notre propre offre de circuits : le côté port de pêche, le côté balnéaire, l'architecture, le patrimoine, les artistes etc.

OBJECTIFS
- Favoriser la découverte de la station
- Valoriser l'image et l'identité de la station
- Fidéliser les clientèles
- Générer des recettes propres

LES ACTIONS
- Des visites guidées individuelles
- Des visites en collaboration avec Michèle Clément, guide conférencière
- Des visites thématiques

LES NOUVEAUTÉS 2022

- **Tuk-tuk.** Un prestataire extérieur a proposé, aux beaux jours, une visite de la ville en Tuk-tuk avec des commentaires sur l'histoire de la ville (travaillé avec 2 membres de l'équipe de l'Office de Tourisme de Trouville-sur-Mer et d'Attractivité). Prestation déjà existante sur Le Havre, ils ont tenté l'expérience dans notre station. Le succès n'a pas été celui espéré, 66 personnes ont été véhiculées entre mai et août.
- **Balade à vélo.** Un prestataire extérieur a souhaité proposer des balades à vélo sur les hauteurs de Trouville-sur-Mer avec un commentaire des alentours. Cette visite n'a fait aucun départ en 2022.
- **Visite guidée aux Roches Noires.** Proposée par le Paléospace, c'est une visite sur la paléontologie.
- **Enigmatik Expérience.** Elle n'est pas nouvelle en soi, mais elle fait son retour depuis la COVID et avec une nouvelle version ; best-of des 2 premières.

RECETTES 2022 : 1 726 € HT contre 2 257 € HT en 2021

	NOMBRE DE VISITES		NOMBRE DE PLACES VENDUES À L'OT	
	2021	**2022**	2021	**2022**
Visite commentée Balnéaire	11	**10**	142	**133**
Visite commentée Pêcheurs	6	**6**	48	**60**
Visite théâtralisée "Histoires de pêqueux"	11	**17**	138	**332**
Visite guidée Michèle Clément	4	**3**	81	**49**
Balade Nature	9	**7**	169	**121**
Visite du quartier Saint-Jean	2	**3**	26	**71**
Visite en anglais avec Kate	0	**4**	0	**39**
Balade en Tuk-tuk	/	**26**	/	**66**
Visite guidée du Paléospace	/	**1**	/	**2**
TOTAL	43	77	604	873
Variation 2021/2022	+ 79 %		+ 44 %	

Accusé de réception en préfecture
014-211407150-20230628-2023-121-DE
Date de télétransmission : 03/07/2023
Date de réception préfecture : 03/07/2023

OBJECTIFS

- Marquer et conforter l'identité familiale de la station (labellisée Famille + depuis 2012)
- Renforcer l'image dynamique et animée de la ville
- Fidéliser les familles : résidents secondaires et permanents, ainsi que les visiteurs
- Conquérir de nouvelles clientèles
- Satisfaire les clientèles locales de Trouville-sur-Mer et proches alentours.
- Diversifier et enrichir l'offre d'animations grâce au développement et à la fidélisation d'un réseau de partenaires
- Favoriser la découverte de la ville et des commerçants
- Augmenter les recettes propres de l'Office (sponsors, partenariats, animations payantes)

NOS CIBLES

- Les familles : grands-parents/petits-enfants et parents/enfants
- Enfants de 3 à 12 ans
- Pré-ados et ados

LES GRANDES ANIMATIONS

OPÉRATION BALLONS DE LA SAINT-VALENTIN

La Saint-Valentin a été un temps fort de ces vacances d'hiver : le 14 février, 250 ballons ont été installés partout en ville, un groom est venu gonfler des ballons sur mesure pour le public et des roses ont été distribuées à la patinoire pour les dames. Des petits gestes qui ont été appréciés.

COLORS PARTY

L'Office de Tourisme a lancé le 1er juillet 2022 un événement qui deviendra sans aucun doute un rendez-vous phare : la Colors Party ! Ciblant en particulier les 18-25 ans mais aussi les jeunes adultes et les familles, cet événement célèbre le début de l'été. Stands de restaurations, animations collectives type bulle-foot, molky, mais aussi simulateur de surf et slacklines ont ravi petits et grands avant le clou de la journée les lancers de poudres colorées (biodégradables) animés par un DJ local. La sécurité a été assurée par la police municipale, une société de sécurité privée avec en complément un poste de premier secours de la Croix Rouge ainsi qu'un stand de prévention de risques (alcool, drogue, conduites à risques).
Une superbe fréquentation (plus de 500 participants) des animations qui ont cartonné et un lancer de poudre triplé aux vues de l'enthousiasme de tous ! Un bilan plus que positif.

VISITES ET TRANSPORT EN TUK-TUKS ÉLECTRIQUES

De mai à mi-août, l'Office de Tourisme a mis en place un partenariat avec la société T'Tuk tuk, pour assurer des visites guidées et renforcer l'offre en termes de transport en commun pour les utilisateurs de la navette. A bord de tuk-tuks électriques, les visiteurs ont pu profiter d'une visite guidée pour découvrir la ville autrement. Si cette proposition n'a pas rencontré le succès attendu, les Trouvillais et résidents secondaires ont quant à eux plébiscité l'offre complémentaire à la navette mise en place par la ville. En effet, les utilisateurs de la navette bénéficiaient de jetons gratuits leur permettant de se rendre du rond point des Belges à la plage gratuitement.

LE RETOUR D'HALLOWEEN

Le 31 octobre. Après 2 ans sans parade à Halloween, celle-ci a pu reprendre du service ! Cette édition couronnée de succès, avec un public au rendez-vous et heureux de participer à un tel évènement. La parade était rythmée par des musiciens et 2 échassières mêlés à la foule. Comme le veut la tradition, le circuit s'est finalisée sur la plage par un lâcher de bonbons pour les enfants. La Boum des fantômes a également fait son grand retour, au salon des gouverneurs. Un événement plébiscité par les familles avec près de 400 participants.

ZOMBIE RUN

La zombie run est un parcours à obstacles et à énigmes avec sur le chemin, des zombies qui tentent de vous contaminer. Le but est de terminer le parcours en gardant les vies qui ont été attribuées en début de course. Prévu le 31 octobre après la parade, cet événement à dû être annulé pour 2 raisons : le manque d'inscriptions pour les participants de la catégorie "zombies". Malgré la gratuité nous n'avons pu atteindre le quorum nécessaire au déroulement optimum du jeu, et surtout l'importante dégradation des conditions météorologiques nous ont incités à ne prendre aucun risque pour les participants.

COQUILLES ET SAVEURS

Fort du succès de l'année passée, l'événement « Coquilles et saveurs », mettant à l'honneur la coquille Saint-Jacques de la baie de Seine, a de nouveau eu lieu à Trouville-sur-Mer les 3 et 4 décembre 2022, sous un chapiteau de 550m², avec la complicité du service Communication- Attractivité pour la mise en place des animations. Mêlant vente de coquilles par les pêcheurs de Trouville-sur-Mer, démonstrations culinaires par les disciples d'Escoffier et les chefs trouvillais, dégustations, stands de produits gastronomiques et du terroir, animations patrimoniales et musicales, Coquilles et saveurs est un rendez-vous convivial et gourmand mettant en avant le trésor de nos côtes. Les restaurateurs locaux ont également été invités à proposer un menu spécial « coquille » lors de ces 2 jours et durant toute la durée de l'opération Coquille en fête, mais également à faire la démonstration de leurs recettes à base de coquille Saint-Jacques.
Plus de 6000 visiteurs ont répondu présent pour cette fête gastronomique.

PATINOIRE, GRANDE ROUE, FÊTES DE FIN D'ANNÉE : DES ANIMATIONS POUR TOUTE LA FAMILLE

Après les restrictions de 2020 et 2021, 2022 a connu le retour de la patinoire et de la grande roue. Ces attractions, appréciées tant des Trouvillais et résidents secondaires que des touristes, ont connu une belle fréquentation pour chacune d'elles.
Enfin les animations de fin d'année avec la venue du Père Noël et la parade féérique ont également été des moments particulièrement prisés du public. De nombreux spectateurs ont répondu présent pour la parade du 30 décembre malgré une météo peu clémente.

Accusé de réception en préfecture
014-211407150-20230628-2023-121-DE
Date de télétransmission : 03/07/2023
Date de réception préfecture : 03/07/2023

ANIMATIONS

LES ACTIONS RÉCURRENTES

> Organiser ou apporter son concours ponctuel à l'organisation d'événements de la ville, des associations et des partenaires, comme :
- Le festival du cerf-volant, en avril
- Théâtre et Lecture, en juillet/août
- La Fête de la Mer, en juillet
- Off-courts, en septembre
- Coquille et Saveurs, en décembre

> Concevoir et assurer l'élaboration, l'organisation, le suivi et l'animation du programmes des vacances scolaires (5 fois par an) : ateliers culinaires, ateliers créatifs et ludiques, ateliers de magie, chasses au trésor, grands jeux de plage en été, boums, patinoire, concours et jeux divers...

> Développer des partenariats financiers et matériels avec les acteurs locaux et nationaux

> Fédérer un réseau de partenaires/associations/acteurs locaux pour enrichir et diversifier le programme d'animations

LES ANIMATIONS EN CHIFFRES

ÉVOLUTION DU NOMBRE D'INSCRIPTIONS ET RECETTES

En 2021	En 2022
1 408 inscriptions	**2 403 participants**
12 202 € HT	**16 261 € HT**
(animations OT, ventes "Mystère sur le tournage" sponsoring et subventions)	**(animations OT, commissions billetterie, ventes "Mystère sur le tournage" et sponsoring)**

LES ANIMATIONS DE L'OFFICE EN CHIFFRES	Quantité	Nbre participants
ATELIERS CRÉATIFS " BRICO'COOL"	**38**	254
INITIATIONS ROLLER	**4**	480
CHASSE AUX OEUFS	**1**	155
CONCOURS DE CHÂTEAUX DE SABLE	**2**	34
CHASSES AU TRÉSOR	**7**	214
TOURNOIS D'ÉCHECS	**2**	84
BOUM	**1**	376
CONCOURS DE CITROUILLES	**1**	22
MAQUILLAGE ENFANTS	**1**	78
PROJECTIONS DE FILM	**2**	120
PHOTOS AVEC LE PÈRE-NOËL	**1**	76
JEUX DES VITRINES	**11**	510
	71	2403

SPONSORS

L'Office de Tourisme et d'Attractivité mène des actions de sponsoring auprès de ses partenaires pour chacun de ses grands événements, en échange de visibilité et d'offres privilégiées. Les recettes du sponsoring permettent de compléter l'offre d'animations ou d'élargir la communication.

Nombreux sont les partenaires qui nous soutiennent, contribuant ainsi au succès de ces opérations et au rayonnement de nos événements.

2021
• Subvention du jeu "Mystère sur le tournage" : 3250 € TTC
• Féeries de Noël : 1000 € HT
Soit 4250 €
+ Sponsoring à l'année
par le Casino Barrière Trouville

2022
• Sponsoring Patinoire : 2250 € HT
• Sponsoring Grande Roue : 1300 € HT
• Sponsoring Colors Party : 1500 € HT
• Sponsoring Halloween : 50 € HT
Soit 5100 € HT sur l'année
+ Sponsoring à l'année
par le Casino Barrière Trouville

FAMILLE PLUS

LABEL FAMILLE PLUS

Labellisée Famille Plus depuis 2012, Trouville-sur-Mer est une destination où il fait bon séjourner en famille.
Le Label FAMILLE PLUS est le label national d'accueil des familles et des enfants dans les communes touristiques.
La ville de Trouville-sur-Mer confirme ainsi son engagement sur :
> Un accueil personnalisé des familles
> Des animations et des activités adaptées à tous les âges
> Des tarifs malins
> Une sensibilisation des professionnels aux attentes des enfants

LES ACTIONS

> Développer des animations ludiques et créatives pendant les vacances scolaires
> Publier un guide des familles
> Proposer un coin enfant dans l'accueil de l'Office de Tourisme et d'Attractivité
> Offrir des goodies aux familles en séjour
> Proposer une rubrique spéciale famille sur notre site
> Sensibiliser et conseiller les structures labellisées

CRÉATION DU JEU CLAP COLETTE !

Entièrement imaginé, créé et développé par Lucie Lefèvre et Aurélie Nkeze, illustré par Sophie Legrand, ce jeu de cartes a été lancé en juillet 2022.
Un jeu de réflexes avec Colette et sa bande. À chacun son geste et son cri, ou pas.

De 2 à 6 joueurs, +/- 10 min, de 6 à 116 ans.
Le jeu est en vente à 9 € dans la boutique de l'Office de Tourisme.
Plus de 150 jeux ont déjà été vendus.

RÉAMÉNAGEMENT ESPACE ENFANTS

AU SEIN DE L'OFFICE DE TOURISME

• Jeux fixés au comptoir à disposition des plus petits
• Création d'un jeu type jeu de l'oie pour les plus grands, avec notre mascotte Colette
• Cadeau de bienvenue amélioré : carnet de voyage + boîte de crayon de couleurs logotée + planche avec stickers
• Matérialisation d'un "Comptoir des familles" dédié à la valorisation des offres pour les familles avec enfants

PRESTATAIRES LABELLISÉS

> Office de Tourisme et d'Attractivité

> Piscine municipale
> Club Nautique de Trouville-Hennequeville
> Trouville Tennis Club
> Les Trouvillaises
> École de surf North Shore
> Concept Sport Emotion
> Promenade en mer
> Musée Villa Montebello
> Bibliothèque municipale
> Atelier Bleu Vert Mer
> Le Club de la plage
> Ateliers créatifs de Marie
> Mini Golf
> Petit Train
> Maison Bien-être sur mer

> Brasserie Les Bains
> Bistrot le Vivier
> Crêperie du port
> Le Galatée
> Atelier de Luc

> Hôtel/Restaurant Les Embruns***
> Hôtel/Restaurant Le Central***
> Hôtel L'Estran**
> Hôtel Le Reynita**
> Résidence Pierre & Vacances Les Tamaris
> Appartement meublé Maison Kalbot
> Appartement meublé Mme Molho

2022, ANNÉE DU RENOUVELLEMENT

Audit de renouvellement du Label Famille Plus assuré par un cabinet indépendant :
- Contrôles à distance sur juin et juillet (téléphone, mails)
- Contrôle sur place les 8 et 9 août
L'Office de Tourisme et d'Attractivité et une vingtaine de prestataires labellisés ont été visités.
La cabinet a vérifié la conformité des prestations (qualité et gestes d'accueil pour les familles, qualité des prestations, tarifs famille, etc...) : une grille de contrôle d'une soixantaine de critères pour l'Office de Tourisme et d'Attractivité et d'une dizaine pour les prestataires.
SEPTEMBRE 2022 : avis favorable du cabinet d'audit
NOVEMBRE 2022 : reconduction validée par le Comité National
Prochain audit : 2025

Accusé de réception en préfecture
014-211407150-20230628-2023-121-DE
Date de télétransmission : 03/07/2023
Date de réception préfecture : 03/07/2023

COUVERTURE MÉDIATIQUE

Outre les partenariats médiatiques habituels (France-bleu, Ouest- France, Le Pays d'Auge) sur certains événements, plusieurs espaces publicitaires ont été achetés dans différents médias offrant ainsi à Trouville-sur-Mer une visibilité accrue. (cf détails dans la rubrique Presse)

ORGANISATION DU SERVICE COMMUNICATION-ATTRACTIVITÉ

Le service communication/attractivité intervient tant sur des projets de communication touristique, qu'évènementielle ou encore territoriale.

Sous la direction de Sophie Millet-Dauré, l'équipe se compose de :
- **Stéphanie Sublemontier :** responsable communication
- **Kevin Thibaud :** chargé de la communication digitale et des réseaux sociaux (Facebook OT, Instagram, Twitter)
- **Lucie Lefèvre :** chargée des animations et assistante communication/éditions
- **Sophie Legrand :** graphiste en charge de la communication de l'OT : (personnel Mairie mis à disposition à 100 %)

Ainsi le service gère la communication des événements de l'Office de Tourisme et d'Attractivité et de la Ville ainsi que les événements soutenus par la ville et les associations trouvillaises. Mais intervient également sur des campagnes de promotion à l'échelle du département (Calvados Attractivité) ou de la région (Normandie Attractivité), parfois également à l'échelle nationale aux côtés d'Atout France.

ACTIONS RÉCURRENTES

- **Définir une politique de communication** cohérente à l'échelle de la station et en assurer le suivi. Élaboration d'une stratégie d'image de marque et de communication.

- **Elaboration des moyens et supports de communication** des événements de l'Office de Tourisme et d'Attractivité, en collaboration avec les services concernés.

- **Assurer les relations avec les médias :** accueils presse, organisation points presse, réalisation dossiers de presse, envois et relances.

- **Mettre en place des actions de fidélisation et de promotion,** par le biais des nouvelles technologies notamment :
  - développement du fichier d'abonnés
  - e-mailings newsletters
  - signatures mail
  - rubriques dédiées sur le site internet (Agenda, Mag)
  - diffusion d'infos sur écrans digitaux au sein de l'Office de Tourisme et d'Attractivité et de la mairie
  - Réseaux sociaux

- **Éditer des supports de communication** dédiés à la promotion ponctuelle ou plus généralisée et en assurer la diffusion ou l'installation (flyers-programmes, affiches, agendas trimestriels, marque-pages, panneaux agenda, panneaux grand format, panneaux ronds-points, panneaux entrée de ville, etc.)

- **Gérer et animer les réseaux sociaux**.

- **Assurer le développement et la mise à jour du site internet.**

- **Assurer la mise à jour de toutes les animations sur la plateforme Tourinsoft** et autres plateformes d'informations/médias (par exemple : Infolocales).

- **Réaliser des campagnes d'affichage ou campagnes radios**.

- **Établir des partenariats avec des médias :** presse ou radios.

- **Acheter des espaces publicitaires ou négocier des publi-reportages**.

COMMUNICATION - ATTRACTIVITÉ
IMAGE DE LA VILLE

ACTIONS 2022

- **Élaboration et mise en place des actions de communication pour les événements de l'Office de Tourisme et d'Attractivité** : Colors party, Zombie Run, Nuit du tourisme, fêtes de fin d'année… (création de vidéos, supports de communication, dossier de presse…)

- **Collaboration** avec le service communication de la mairie. (Evénements de la ville, RLPI, participation au comité événementiel, aux réunions de coordination culture.)

- **Participation à l'animation des événements Office de Tourisme et d'Attractivité et Mairie** : Colors Party, Fête de la mer, Fête de la coquille, Nuits du Tourisme, Halloween, fêtes de fin d'année…

- Refonte du **dossier de presse**.

- Reportages **photos**.

- **Soutien aux partenaires de l'Office de Tourisme et d'Attractivité et promotion de la destination** : aide à la création de supports de communication, création de vidéos et rédaction d'articles (Les recettes gourmandes des restaurants Les étiquettes, les 4 chats…)

- Collaboration aux actions de communication du **CDT**, du **CRT** et du **PMES** (campagne "Normandie sans ma voiture", campagne Côte de Nacre VS Côte Fleurie, carnet Gambade, Traversées de l'Estuaire, Guide des incontournables de l'Estuaire, campagne "A bicyclette", Nuits du tourisme…)

- Lancement des **playlists de l'Office de Tourisme et d'Attractivité.**

- Suivi du **sponsoring** des événements de l'Office de Tourisme et d'Attractivité.

Accusé de réception en préfecture
014-211407150-20230628-2023-121-DE
Date de télétransmission : 03/07/2023
Date de réception préfecture : 03/07/2023

COMMUNICATION - ATTRACTIVITÉ

MÉDIAS / CANAUX

SUPPORTS AFFICHAGE VILLE/OT

OFFICE DE TOURISME
- Panneau d'affichage A3 vitrine
- Affiches grand format comptoir x 3
- Panneaux façade Gd RV x 4
- Panneaux agenda trimestriel mairie
- Panneau agenda trimestriel été chalet plage
- Panneaux été chalet WC

MAIRIE
- Panneau entrée de ville (7x3m - éclairé)
- Panneau rond-point
- Panneaux sucette et Decaux
- Panneau affichage Mairie
- Affichage A3 bâtiments municipaux
- Drapeaux, kakémonos sur le quai + plage
- Panneau entrée établissement des bains

MASS MÉDIA

PRESSE
- Publi-reportages magazines
- Achats espaces pub
- Dossiers/communiqués de presse
- Reportage

TV
- Reportages/ITW
- Campagnes pub
- Partenariats

RADIO
- Partenariat
- Campagnes pub
- Reportages/itw

CAMPAGNE D'AFFICHAGE EXTÉRIEURE
- Abri-bus
- 4x3
- 2m2
- Colonnes Morris
- Affichages en gare

PRINT

OFFICE DE TOURISME
- Marque pages
- Magazine de destination
- Affiches/flyers/ dépliants
- Supports jeux et ateliers vacances
- Agendas & programmes
  (Agendas trimestriels et programmes vacances scolaires)
- Brochure Hébergements
- Supports spécifiques grands événements
- Plan
- Guide Famille + : « Mon carnet de voyage - Mes vacances avec Colette »
- Bienvenue multilangues
- Marées

MAIRIE
- Affiches/flyers/ dépliants
- Supports spécifiques grands événements
- Magazine La Mouette
- Livret semestriel RDV culturels

DIGITAL

RÉSEAUX SOCIAUX
- Facebook
- Instagram
- Youtube
- Twitter

TOURINSOFT
Système d'information touristique et marketing : Remontées offres hébergements/ restau activités/commerces et services vers sites internet Office de Tourisme et d'Attractivité / Calvados Attractivité / Normandie Tourisme

SITES WEB
OFFICE DE TOURISME
- Magazine
- Agenda
- Remontées offres hébergements/restau activités/commerces et services Tourinsoft
- Infos pratiques
- Bandeaux

MAIRIE
- Infos pratiques et réglementaires
- Actus

SITES RELAIS
Infolocales / Graine de Viking
Sortir en Normandie / La tartine/ Aux Arts

EMAILINGS ET NEWSLETTERS
- Newsletter hebdomadaire OT
- Illiwap (application Mairie)

SUPPORTS DIGITAUX
OFFICE DE TOURISME
- Signatures mail
- Borne tactile extérieure
- Borne tactile intérieure
- Ecran plasma
- Ecran digital extérieur

MAIRIE
- Banners Mairie x 2

SALONS

- SALONS GRAND PUBLIC
- SALONS PRO-WORKSHOPS

PÔLE ACCUEIL

BOUTIQUE

PRÉSENTOIRS FLYERS

ÉQUIPE ACCUEIL

BILLETTERIE

Accusé de réception en préfecture
014-211407150-20230628-2023-121-DE
Date de télétransmission : 03/07/2023
Date de réception préfecture : 03/07/2023

LA STRATÉGIE DIGITALE

CONTEXTE

L'année 2020 a été l'année de crise, l'année 2021 celle des retrouvailles et l'année 2022 a signé le retour à la vie « normale ».
Le service communication, en constante collaboration avec les services de l'Office de Tourisme et d'Attractivité, de la Ville de Trouville-sur-Mer et les acteurs institutionnels départementaux et régionaux, a retrouvé son rythme d'avant-Covid.
Un rythme qui permet de mieux préparer les actions, les mettre en place et en faire le suivi.

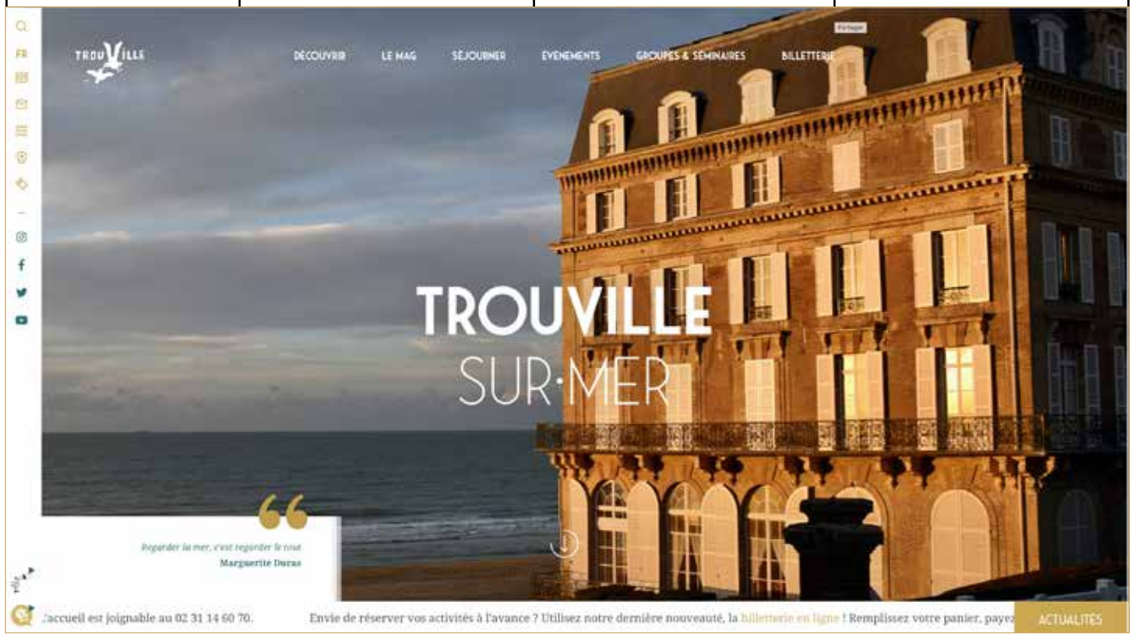
L'année 2022 est une année record en termes de fréquentation, voire même, à certains moments, de sur-fréquentation. C'est le travail du service communication de justement éviter une sur-fréquentation estivale et essayer d'attirer les visiteurs sur les périodes plus creuses.

OBJECTIFS

Les objectifs du service communication sont toujours les mêmes : informer en temps réel, satisfaire les clientèles habituelles, répondre aux attentes des touristes, séduire de nouvelles clientèles, créer du lien, développer le sentiment de fierté d'appartenance, faire rêver, susciter l'envie, valoriser la destination, promouvoir l'offre touristique et d'animations.
L'Office de Tourisme et d'Attractivité communique et veut développer davantage les différents canaux existants afin de toucher un maximum de personnes, toutes cibles confondues : presse, télévision, réseaux sociaux, radio...

LE SITE INTERNET

AUDIENCE	Utilisateurs	Sessions	Pages vues
2021	271 906	443 169	1 162 322
Objectifs 2022	250 000	500 000	1 000 000
2022	302 938	464 591	1 139 585
	+11,44% par rapport à 2021	**+4,74% par rapport à 2021**	**-1,9% par rapport à 2021**



COMMUNICATION - ATTRACTIVITÉ

DONNÉES GÉOGRAPHIQUES : TOP 10

	Origine	Pourcentage
1.	France	89,02 %
2.	Belgique	2,64 %
3.	Allemagne	1,41%
4.	Etats-Unis	1,13 %
5.	Royaume-uni	0,87 %
6.	Pays-Bas	0,76 %
7.	Suisse	0,54 %
8.	Italie	0,34 %
9.	Canada	0,30 %
10.	Espagne	0,24 %
	Autres pays	2,07 %
	Total	100 %

TOP 10 DES PAGES LES PLUS VISITÉES

1	Webcams
2	Page d'accueil
3	Tout l'agenda
4	Marché hebdomadaire
5	Activités
6	Où dormir ?
7	Piscine municipale
8	Où manger ?
9	Hôtels
10	Évènements

DONNÉES INTÉRESSANTES

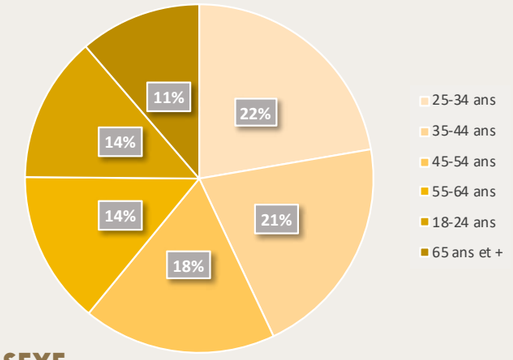
SYSTÈME D'EXPLOITATION

71,22% des utilisateurs consultent le site internet via leur smartphone
28,78% des utilisateurs consultent le site internet via leur ordinateur

Soit presque 3/4 des utilisateurs consultant le site internet via leur smartphone

ÂGE

Sur l'ensemble des données recueillies, voici les tranches d'âges qui consultent le site de l'Office de Tourisme et d'Attractivité :



SEXE

Sur l'ensemble des données recueillies :
59,77% sont des femmes
40,23% sont des hommes

RECETTES

Les recettes générées par le site internet le sont exclusivement via la vente d'espaces publicitaires.
Pour 2022, elles s'établissent à 3040 € HT.
Soit 190 € HT le bandeau pour 16 partenaires.

Accusé de réception en préfecture
014-211407150-20230628-2023-121-DE
Date de télétransmission : 03/07/2023
Date de réception préfecture : 03/07/2023

RÉSEAUX SOCIAUX

Tous les réseaux sociaux de l'Office de Tourisme et d'Attractivité sont gérés par le community-manager, à l'exception de la newsletter, gérée par la responsable communication.

FACEBOOK

Fréquence : 1 à 3 publications par jour.
La page Facebook a pour objectif de valoriser la destination et de renforcer son attractivité, de mettre en avant les partenaires commerçants et hébergeurs de de l'Office de Tourisme et d'Attractivité, de promouvoir les événements de la station, de fidéliser, de créer une communauté d'ambassadeurs, de créer des liens et de favoriser le partage d'informations.
Un budget permet de promouvoir ponctuellement la page et de booster certaines publications et évènements phares.

	2020	2021	**2022**	Nombre de post publiés
	9 172	12 040	**14 055**	600 posts

L'Office de Tourisme et d'Attractivité a dépensé 515,86€ en publicité sur Facebook, pour une couverture* de 238 711 personnes.
*Couverture : le nombre de personnes qui ont vu vos publicités au moins une fois au cours de la campagne.

TWITTER

Le compte Twitter de l'Office de Tourisme et d'Attractivité a pour objectif de renforcer la notoriété et l'attractivité de la destination.
Ponctuellement des événements culturels, phares et médiatiques, sont couverts sur ce compte Twitter par un agent du service communication de l'Office de Tourisme et d'Attractivité.

	2020	2021	**2022**	Nombre de post publiés
	1568	1735	**1 878**	220 tweets

COMMUNICATION - ATTRACTIVITÉ

INSTAGRAM

Le compte Instagram de l'Office de Tourisme et d'Attractivité a pour objectif de faire rêver, de développer la notoriété et l'attractivité de la destination, de fidéliser, de créer une communauté, de donner envie de venir et de revenir.

	2020	2021	**2022**	Nombre de post publiés
	10 439	14 267	**16 866**	104 photos

L'ANNÉE 2022 EN QUELQUES CHIFFRES…
Plus de 6 800 nouveaux abonnés
Plus de 120 000 « j'aime »
Plus de 1 800 commentaires

YOUTUBE

« TROUVILLE, MON AMOUR »

Le compte YouTube « Trouville, mon amour », créé en 2017, a pour objectif de faire rêver, de renforcer la notoriété et l'attractivité de la destination, de fidéliser, de créer une communauté d'amoureux de Trouville-sur-Mer, de donner envie de venir et de revenir.

	2021	**2022**	Nombre de vidéos publiées	Nombre de vues
	494	**532**	3 vidéos	15,5k

NEWSLETTER "LES NOUVELLES INSPIRANTES"

La newsletter hebdomadaire de l'Office de Tourisme et d'Attractivité permet de diffuser et valoriser les actions de promotion, mettre en avant nos partenaires, les événements de l'Office et de la ville, et toute information utile tant aux visiteurs qu'aux Trouvillais.
Cette newsletter est écrite par le service communication de l'Office de Tourisme et d'Attractivité et envoyée via l'application Mailjet.

Nombre d'abonnés à la newsletter	2021	**2022**	Nombre de news publiées
	5 058	**5 750**	52 news

Accusé de réception en préfecture
014-211407150-20230628-2023-121-DE
Date de télétransmission : 03/07/2023
Date de réception préfecture : 03/07/2023

LA BORNE TACTILE D'INFORMATION

2 bornes sont disponibles à l'Office de Tourisme et d'Attractivité.

Une borne tactile d'information, installée à l'extérieur, consultable 7 jours sur 7, 24 h sur 24, celle-ci a été changée en juillet pour un modèle plus performant.

Une autre borne tactile est disponible à l'accueil, consultable pendant les heures d'ouverture. Ces deux bornes permettent d'accéder aux informations touristiques de la ville, de ses alentours et à l'agenda des animations.

Les informations partenaires (hébergements uniquement), les disponibilités, l'agenda et les autres informations sont alimentées directement par la base de données Tourinsoft.
Une personnalisation des informations a été mise en place pour relancer l'attractivité de cet outil, ce qui se traduit par un bond conséquent en matière de fréquentation des bornes.

EN 2021

Borne extérieure : 564 visiteurs uniques /1 650 pages consultées

EN 2022

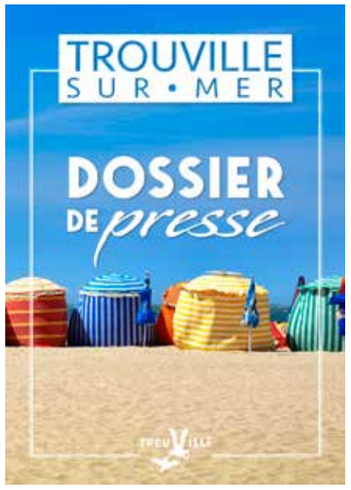
Borne intérieure :
Nombre de visiteurs uniques = 2 106
Nombre de pages consultées = 6 576

Borne extérieure :
Depuis juillet 2022 (suite à changement de borne en juillet, les données de janvier à juin 2022 ne sont plus disponibles) :
Nombre de visiteurs uniques = 1 139
Nombre de pages consultées = 2 551

PRESSE - MÉDIAS

Depuis 2022 l'Office de Tourisme et d'Attractivité, ne prend plus en charge les relations presse et la communication de la Ville. Le service communication relaie toutefois les informations concernant les événements culturels, sportifs et les loisirs.

La Normandie et Trouville-sur-Mer séduisent toujours autant les journalistes étrangers, qui ont pu revenir nous rendre visite et promouvoir la ville à l'étranger.



LES OUTILS

• **Un dossier de presse en français - anglais – allemand**
Révisé en 2022. Il sera traduit en 2023

• **Des fiches thématiques :**
> Trouville-sur-Mer, Port de pêche réputé
> Trouville-sur-Mer, Reine de la gastronomie de la mer
> Trouville-sur-Mer, l'Art de Vivre
> Trouville-sur-Mer et son patrimoine architectural
> Trouville-sur-Mer et les peintres autour de l'impressionnisme
> Raymond Savignac

Révision et refonte des fiches prévues en 2023.

• **La documentation touristique de la destination**
> magazine de destination « Inspiration »
> plan découverte
> brochure hébergements
> dépliant de bienvenue traduit en plusieurs langues étrangères

• **Une rubrique « Presse » sur le site internet pour :**
> consulter la revue de presse : articles parus dans la presse locale, nationale ou internationale
> accéder aux dossiers et fiches presse thématiques
> accéder à la photothèque : service verrouillé (nécessite un mot de passe)
> contacter le service presse de l'Office de Tourisme et d'Attractivité via un formulaire dédié.

• **L'envoi de communiqués et invitations aux points presse** relatifs aux événements et programmes d'animations.

• **Une page Facebook, comptes Twitter et Instagram**

PRESSE - MÉDIAS (SUITE)

ACTIONS 2022

Le service communication a également poursuivi le développement de la photothèque par le biais de shootings thématiques, avec l'emploi d'une stagiaire dédiée.

Des partenariats avec les médias locaux (à l'occasion des événements, jeux pour faire gagner des places à la patinoire, ...) et des influenceurs (Buchowski) sont régulièrement mis en place pour accroître la diffusion de l'information événementielle.

BILAN

• **860 articles** (910 en 2021) parus dans la presse locale, nationale et internationale : Ouest-France, Le Pays d'Auge, Paris-Normandie, Côte Fleurie Magazine, Les planches, L'Éveil, le 21ème, Normandie Prestige, Fou !, Femme actuelle, Au coeur des régions, L'Auto-Journal, The Sun, Gala, National géographic Espagne, Valeurs Actuelles, Le Figaro, Point de vue, Beaux-arts, La Repubblica...

• **6 conférences de presse** (18 en 2021, comprenant les points presse de la ville) pour annoncer les grands événements organisés par l'Office, les programmes d'animations des vacances scolaires.

• **6 ITW radios** (17 en 2021 dont ITW "Ville") : France Bleu Normandie.
(A noter que France Bleu a supprimé en 2022 les ITW "Tourisme" de l'été de sa grille des programmes)

• **10 reportages et émissions TV** (13 en 2021) : TF1, France 3, France 2, BFM, TFX.

Accusé de réception en préfecture
014-211407150-20230628-2023-121-DE
Date de télétransmission : 03/07/2023
Date de réception préfecture : 03/07/2023

COMMUNICATION - ATTRACTIVITÉ

14 ACCUEILS PRESSE (16 EN 2021)

AVRIL
• **Presse écrite -** Fifty&me (Belgique)
• **Presse écrite -** Yonder.fr

MAI
• **TV -**TF1
• **Presse écrite -** L'Auto-Journal

JUIN
• **Presse écrite -** The Sun (Royaume-Uni)
• **Influenceur -** Buchowski

JUILLET
• **Presse écrite -** National Geographic (Espagne)
• **Presse écrite -** Hotels & Lodges
• **Presse écrite -** Journaliste indépendant (Allemagne)

SEPTEMBRE
• **Presse écrite -** Daily telegraph, Mary Anne's France blog, Bella Magazine, 101 holidays, Yours Magazine, Good Motoring Magazine, Hello! Magazine (Royaume-Uni)
• **Presse écrite -** Beaux-Arts Magazine

NOVEMBRE
• **TV -** ORF (Allemagne)

DÉCEMBRE
• **Presse écrite -** Instant Calvados
• **Presse écrite -** Journaliste indépendant (Grèce)

REPORTAGES TV/RADIOS (REPÉRÉS)

• TF1
JT 13 h ou 20 h (Fréquentation touristique)

France 2
JT 13 h ou 20 h (Fréquentation touristique)

France 3
19/20 (Fréquentation touristique)

France bleu
ITW (Coquilles et saveurs, animations)

BFM
Reportages (Fréquentation touristique)
Reportage Trace Nocturne

TFX
Reportage Sophie Davant et Trouville-sur-Mer

Trouville-sur-Mer est également largement à l'honneur sur les bulletins d'information météo (TF1, France 2 notamment), grâce aux images de la webcam du port, dont l'opérateur Skaping permet la récupération par les chaînes TV pour les utiliser en illustration.

60 demandes presse à gérer en 2022 uniquement (90 en 2021)

Recherches de contacts et infos pour sujets divers, programmes des vacances, infos sur nos produits, dossiers de presse, ITW, adresses, demandes visuels, photos, tournages, reportages.
Liste des médias concernés
Ouest-France, Le Pays d'Auge, France 3 Normandie, Service presse de Calvados Attractivité, service presse Normandie Tourisme, Paris-Normandie, Normandie Passion, France Bleu, TF1 (Au coeur des régions, JT), France TV (Les Échappées belles, Endemol France (Le meilleur boulanger), Femme actuelle, Editions Lapérouse, Gala, France 5 (les 100 lieux qu'il faut voir), Le Figaro, Point de vue, Ubjet.org, Pierre et Vacances, Saphir Résa, Valeurs Actuelles, Artcity.com, FF Golf, Thuries Magazine, Elle à table, Reesen.

Accusé de réception en préfecture
014-211407150-20230628-2023-121-DE
Date de télétransmission : 03/07/2023
Date de réception préfecture : 03/07/2023

ACHATS D'ESPACES PUBLICITAIRES ET PUBLIREPORTAGES

L'Office de Tourisme et d'Attractivité achète des espaces publicitaires et publi-reportages pour promouvoir la destination et les événements de la ville.

NORMANDIE PRESTIGE

Achat d'espaces publicitaires dans Normandie Prestige avec 10 pages de rédactionnel de promotion de la destination Trouville-sur-Mer et ses activités :
• 1001 façons de découvrir Trouville-sur-Mer : 4p
• Trouville-sur-Mer, terre de saveurs : 2 p
• Exposition Courbet : 2 p
• Festival Off-Courts : 1p
• Théâtre et lecture : 1p
• Fête de la mer : 1p
• + insertion pub ¼ de page « Trouville-sur-Mer, inspirez-vous !»
• + insertion pub pleine page exposition Courbet (offert)
Montant : 1725 € HT

LE 21ÈME

Achat d'espaces publicitaires ¼ de page + 1 à 2 pages de rédactionnel dans chaque numéro + agenda :
• Avril/juin : Pub grande roue + rédactionnel balade Histoire de pêqueux et jeu mystère sur le tournage + agenda ;
• Juillet : Pub produits boutique OT + rédactionnel 1001 façons de découvrir Trouville + agenda
• Août : Pub produits boutique OT + rédactionnel animations enfants + agenda ;
• Septembre : pub Histoires de pêqueux + rédactionnel Nuits du tourisme + agenda ;
• Octobre/décembre : Pub animations OT + rédactionnel Halloween + agenda
Montant : 3075 € HT

NORMANDIE PASSION

• Insertion pub Histoires de pêqueux 1/2 page - numéro été
• insertion pub pleine page féeries de Noël- 100ème numéro
Montant : 2881 € HT

AUX ARTS

• Insertion pub pleine page Courbet - numéro été
• Insertion pub 1/2 page animations de l'Office de Tourisme et d'Attractivité - numéro octobre
Montant : 400 € HT

GRAINE DE VIKING

• Insertion pub ¼ de page
Montant : 390 € HT

MAGAZINE FOU !

• Double page publi-rédactionnel
Montant : 1390 € HT

PLEINE VIE

• Insertion 1/2 page - numéro de septembre
Montant : 600€ HT

ACTIONS

• **déterminer la charte graphique de l'OT** et assurer le suivi de son évolution

• **assurer la création et la réalisation de tous les supports de communication des animations :**
affiches tous formats, flyers, programmes, dépliants, bandeaux internet, recettes, jeux des vitrines, billetterie, diplômes, panneaux agenda, signalétique, etc...

• **concevoir et réaliser toutes éditions touristiques**

• **concevoir certains produits boutique**

• **assurer la création et la réalisation des supports de travail et outils de promotion/communication/vente :**
Manuel des ventes • dossier partenaires • partner's days • livret visites guidées • outils pour l'accueil

• **assurer la mise en page des rapports d'activités, plans d'actions, stratégies touristiques, bilans divers**

• **concevoir les bandeaux publicitaires des partenaires sur le site**

• **déterminer la charte graphique, concevoir et réaliser les créations graphiques pour le musée Villa Montebello (jusqu'au 7 novembre 2022)**
(affiches, invitations, dossiers de presse et communiqués, catalogues d'exposition, flyers ateliers du musée...)

PRINCIPALES RÉALISATIONS 2022

LE PLAN DE VILLE

Accusé de réception en préfecture
014-211407150-20230628-2023-121-DE
Date de télétransmission : 03/07/2023
Date de réception préfecture : 03/07/2023

LE MAGAZINE D'INSPIRATION

148 pages

HÉBERGEMENTS 2023

68 pages

GUIDE DU PARTENARIAT

20 pages

RAPPORT D'ACTIVITÉS 2021

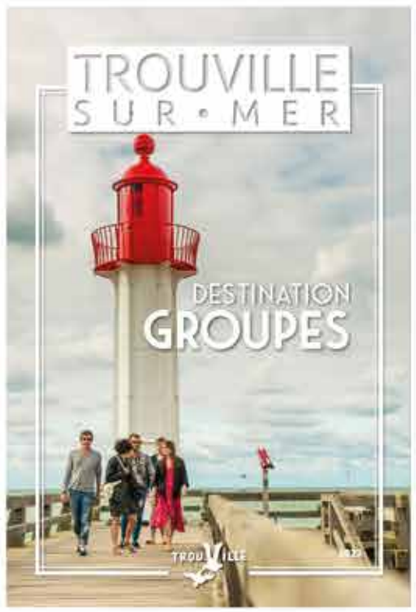
88 pages

ACTIVITÉS SPORTIVES ET CULTURELLES

28 pages

MANUEL DES VENTES

36 pages



PLAN D'ACTIONS 2022

8 pages

BIENVENUE

4 langues - Dépliant 6 volets

Accusé de réception en préfecture
014-211407150-20230628-2023-121-DE
Date de télétransmission : 03/07/2023
Date de réception préfecture : 03/07/2023

LES GUIDES DES MARÉES 2022 ET 2023

16 pages

SALLES À LOUER

8 pages

RÉEDITION CARNET DE VOYAGE COLETTE LA P'TITE MOUETTE

32 pages

AGENDA DE PRINTEMPS

16 pages

AGENDA DE L'ÉTÉ

44 pages

AGENDA DE L'AUTOMNE

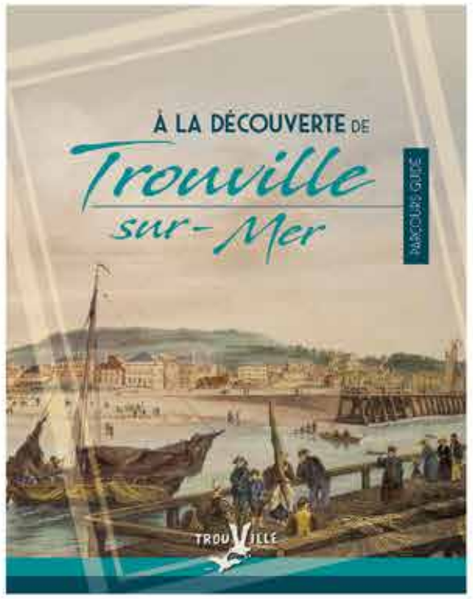
16 pages

AGENDA DE L'HIVER 2023

12 pages

À LA DÉCOUVERTE DE TROUVILLE-SUR-MER

48 pages



DOSSIER DE PRESSE 2022

20 pages

PLAN D'ACTIONS 2023

4 pages

CARNET DE ROUTE CHASSE AU TRÉSOR

12 pages

Accusé de réception en préfecture
014-211407150-20230628-2023-121-DE
Date de télétransmission : 03/07/2023
Date de réception préfecture : 03/07/2023

VACANCES D'HIVER

Affiche A3
Affiche 80x120
Programme des vacances (16 pages)
Affiche Brico cool
Jeu des vitrines
(affiche, formulaire, fiches commerçants, urne Office)
Banner
Signature mail
Bandeau newsletter

Accusé de réception en préfecture
014-211407150-20230628-2023-121-DE
Date de télétransmission : 03/07/2023
Date de réception préfecture : 03/07/2023

INFOGRAPHIE

PATINOIRE

Affiche A3
Affiche 80x120
affiche decaux
7x3 entrée de ville
rond-point
banner
signature mail
bandeau newsletter
affiches informations
affiche partenaires
invitations
entrée gratuite

VACANCES DE PRINTEMPS

Affiche A3
Affiche 80x120
Programme des vacances (16 pages)
Affiche Brico cool
Affiche chasse aux oeufs de Pâques
Jeu des vitrines
(affiche, formulaire, fiches commerçants, urne Office)
Banner
Signature mail
Bandeau newsletter

Accusé de réception en préfecture
014-211407150-20230628-2023-121-DE
Date de télétransmission : 03/07/2023
Date de réception préfecture : 03/07/2023

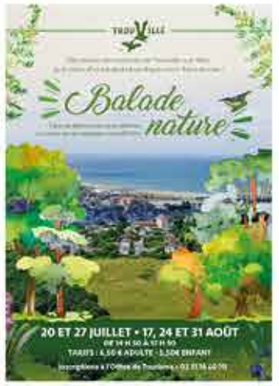
GRANDE ROUE

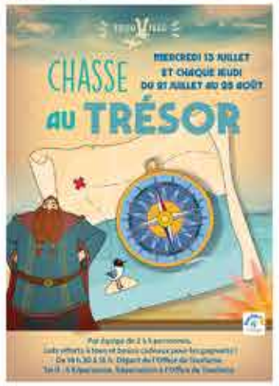
Affiches A3
Affiche 80x120
affiche decaux
7x3 entrée de ville
rond-point
banner
signature mail
bandeau newsletter

COLORS PARTY

Affiches A3
Affiche 80x120
affiche decaux
7x3 entrée de ville
rond-point
banner
polaroïd plage
signature mail
bandeau newsletter

AFFICHES ÉTÉ 2022





Accusé de réception en préfecture
014-211407150-20230628-2023-121-DE
Date de télétransmission : 03/07/2023
Date de réception préfecture : 03/07/2023

VACANCES D'AUTOMNE

Affiche A3 - 80x120 - Decaux
Programme des vacances (16 pages)
Affiche Brico cool
Affiche Ciné chocottes
Affiche concours de citrouilles
Affiche boum des Fantômes

Jeu des vitrines
(affiche, formulaire, fiches commerçants, urne Office)
Banner
Signature mail
Bandeau newsletter
Bache partenaires

Marelle
Décors
Polaroïd plage
Affiches zombie run
Académie des sorciers
(affiche - carnet du joueur 8 pages)
...

Accusé de réception en préfecture
014-211407150-20230628-2023-121-DE
Date de télétransmission : 03/07/2023
Date de réception préfecture : 03/07/2023

VACANCES DE NOËL

Affiches A3 - 80x120 - Decaux
Affiche Bricocool - Ciné Merveille - Père noël
Affiche Astraïa
7x3 entrée de ville
rond-point
signature mail
bandeau newsletter
polaroïd plage
Programme des vacances (12 pages)

BROCANTE DU JOUET

Affiches A3
Bulletins d'inscrip

VOEUX 2023

Carte de voeux
Affiches
Autocollants

Accusé de réception en préfecture
014-211407150-20230628-2023-121-DE
Date de télétransmission : 03/07/2023
Date de réception préfecture : 03/07/2023

PANNEAUX FAÇADE OFFICE DE TOURISME ET MAIRIE

AFFICHES ACCUEIL

AFFICHES QUALITÉ TOURISME, FAMILLE PLUS, CHARTES ÉCO-RESPONSABILITÉ

AUTOCOLLANT ET CARTE PARTENAIRE

CARTE SALONS

COLETTE LA P'TITE MOUETTE

Autocollants
Jeu de cartes clap Colette
Banc Office de Tourisme

Accusé de réception en préfecture
014-211407150-20230628-2023-121-DE
Date de télétransmission : 03/07/2023
Date de réception préfecture : 03/07/2023

INFOGRAPHIE

PRODUITS BOUTIQUE

Cartes postales
Projets Vides poches
Tote-bags
Mug
Projets puzzle
...

Accusé de réception en préfecture
014-211407150-20230628-2023-121-DE
Date de télétransmission : 03/07/2023
Date de réception préfecture : 03/07/2023

INFOGRAPHIE

CRÉATION VISUEL TROUVILLE

Décliné sur un néon pour la vitrine
Tote-bag, mug, gourdes....
...

CAFÉ DU COMMERCE

Création logo
Petits bloc-notes réalisés en interne

BANDEAU PUBLICITAIRE PARTENAIRE

DIVERS

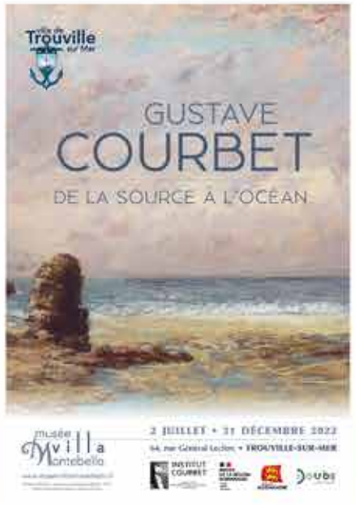
Invitations

Polaroïd générique plage

Accusé de réception en préfecture
014-211407150-20230628-2023-121-DE
Date de télétransmission : 03/07/2023
Date de réception préfecture : 03/07/2023

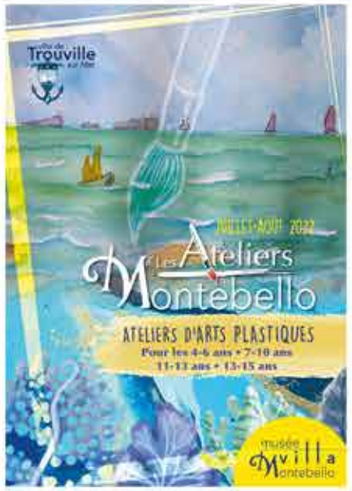
INFOGRAPHIE

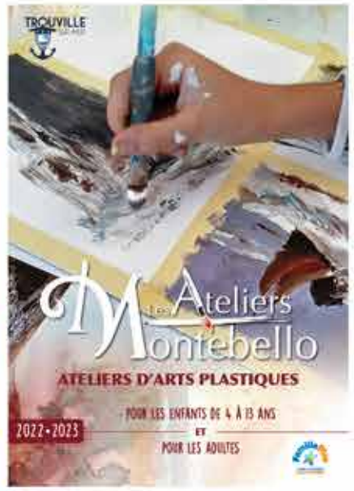
ENCARTS PUBLICITAIRES



MUSÉE VILLA MONTEBELLO

Programme Ateliers du Musée
(Hiver, printemps, été, dépliant de rentrée, automne)





Signalétique

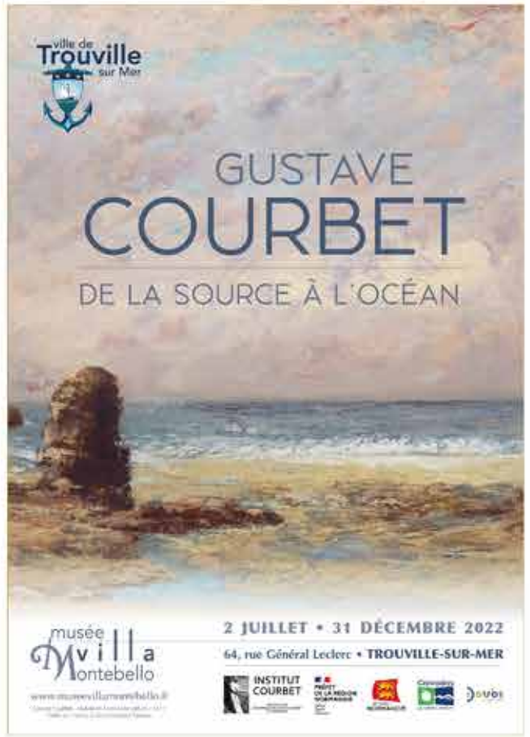
Accusé de réception en préfecture
014-211407150-20230628-2023-121-DE
Date de télétransmission : 03/07/2023
Date de réception préfecture : 03/07/2023

EXPOSITION JUSTE AU-DESSUS DES ROCHES NOIRES

Affiche
Carton d'invitation
Livret d'exposition (36 pages)
Bannière facebook

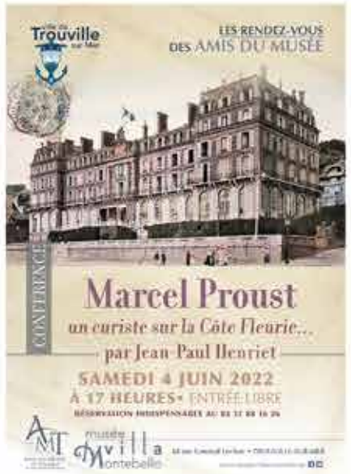
EXPOSITION GUSTAVE COURBET

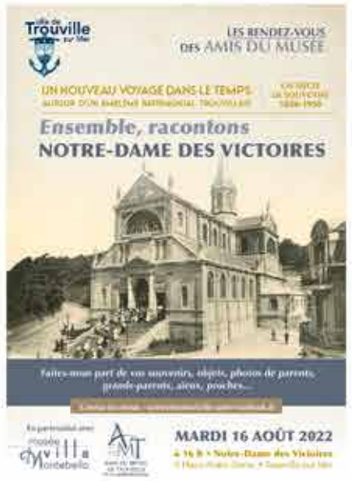
Affiche
Carton d'invitation
Dossier de presse (36 pages)
kakémonos
Save the date
Affiches autour de l'exposition (conférences...)



Accusé de réception en préfecture
014-211407150-20230628-2023-121-DE
Date de télétransmission : 03/07/2023
Date de réception préfecture : 03/07/2023

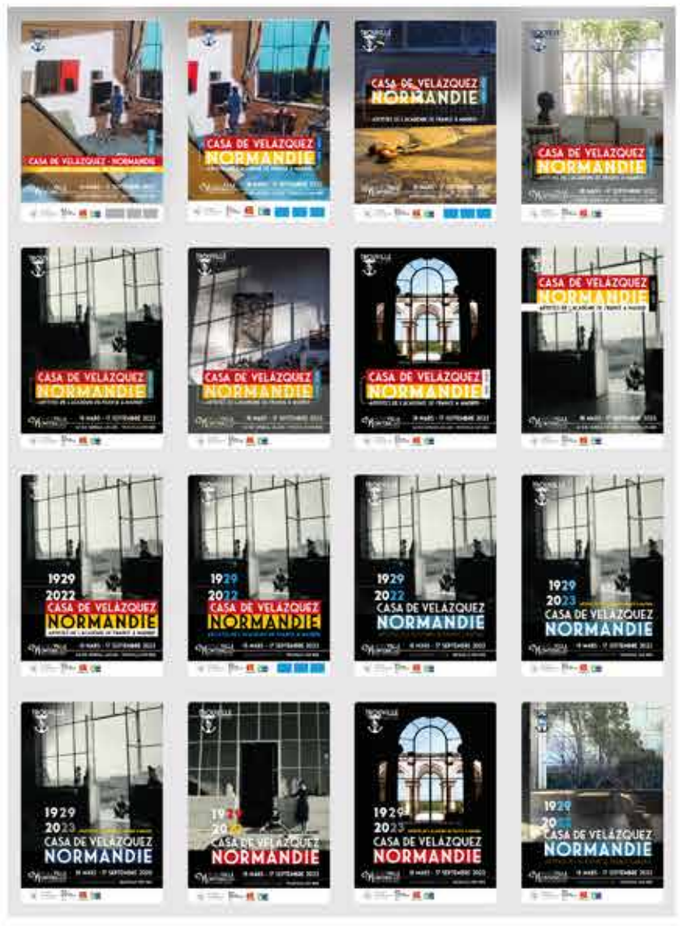
AFFICHES AMIS DU MUSÉE, FRAC ET REGARDS AU LONG-COURT





PROJET EXPOSITION
ARTISTES DE LA CASA DE VELAZQUEZ

Dossier de présentation 4 pages + fiche Musée/Casa
Projets d'affiche
Projets 7x3 entrée de ville



Accusé de réception en préfecture
014-211407150-20230628-2023-121-DE
Date de télétransmission : 03/07/2023
Date de réception préfecture : 03/07/2023

TROUVILLE

OFFICE DE TOURISME ET D'ATTRACTIVITÉ
32, bd Fernand Moureaux – 14360 TROUVILLE-SUR-MER
Tél. : +33 (0)2 31 14 60 70 – Fax : +33 (0)2 31 14 60 71
tourisme@trouvillesurmer.org • www.trouvillesurmer.org

OFFICE DE TOURISME CLASSÉ
QUALITÉ TOURISME
Famille Plus VIVRE ENSEMBLE DE BELLES EXPÉRIENCES