

INDEAUVILLE EN QUATRE AXES

Accueillir les visiteurs physiquement

Fédérer les professionnels du tourisme dans une dynamique de valorisation partagée Marketer le territoire, son offre et la promouvoir

Valoriser le territoire sur les marchés touristiques internationaux

UN OBJECTIF

promouvoir un tourisme de partage, source d'enrichissement et de progrès pour les visiteurs comme pour les habitants.

INDEAUVILLE?

UN NOM FORT facilement mémorisable qui s'adresse à tous et agit comme une "accroche", un nom capable de créer un sentiment d'appartenance pour tous

UNE PROMESSE CLAIRE et cohérente qui réunit autour des mêmes valeurs : les histoires à partager

UN PROGRAMME qui intéresse les différents publics grâce à des thématiques qui se renouvellent et évoluent sans cesse :

CULTURE, LITTORAL, CHEVAL, PATRIMOINE, GASTRONOMIE, BIEN-ETRE, EVENEMENTS, NATURE

UN UNIVERS PUISSANT qu'il soit graphique ou verbal (des images marquées par le même style, des mots forts, une façon de parler...)

Combien?

Quantifier le tourisme est toujours une difficulté. Aussi, inDeauville travaille à la mise en place de nouveaux indicateurs en vue de créer un observatoire fiable qui soit un repère pour vos entreprises.

Combien sont-ils à avoir été séduits par notre territoire?

Dans ce chapitre, nous avons rassemblé tous les indicateurs dont nous disposons.

Le tourisme 2021 amorce comme partout en France une reprise. Les progressions sont là même si – dans certains domaines – nous n'avons pas retrouvé nos performances d'avant Covid. Les derniers mois de 2021 ont permis de retrouver un niveau d'activité presque identique à 2019 voir supérieur parfois.

Panorama de notre audience 2021

102 000

visiteurs dans les bureaux d'information.

En légère progression / 2020 : 92600

Mais toujours pas au niveau de 2019 : 126 000

18 000

renseignés par tchat, mails, ou tel...

En progression/2020:12500

Du à la fermeture des bureaux touristiques du 6 avril au 11 mai

956 255

connexions au site www.indeauville.fr

> En baisse/ 2020 : 1 094 684

En progression / 2019 : 845 484

52 122

abonnés aux réseaux sociaux

En progression/2020:

En progression / 2019 : 40351

14 595 abonnés à Ma semaine indeauville

En progression/ 2020 : 14200

En progression / 2019 : 14 349



AU TOTAL, NOUS AVONS CUMULE 863 000 CONTACTS EN 2021

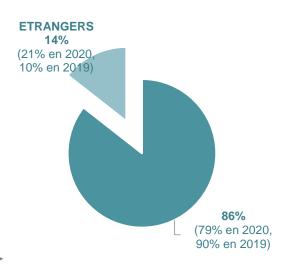
Contre 759 000 en 2019 et 1 261 000 en 2020, soit **100 000** de plus qu'en 2019

2020 a bousculé toutes les normes habituelles de nos audiences, faisant monter en flèche les connexions internet : chacun se renseignant avant de se déplacer pour connaître les conditions d'accès, les lieux fermés, les consignes sanitaires.

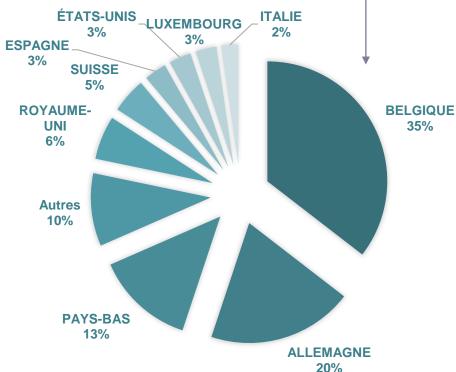
2021 amorce un retour à la presque normalité avec un nombre de contacts en progression par rapport à 2019 (la dernière année « normale ») de près de 100 000.

A NOTER: LE LÉGER RETOUR DES ÉTRANGERS

Les connexions étrangères sur le site sont en progression par rapport à 2019. Depuis 2019, quatre versions étrangères du site ont été produites.



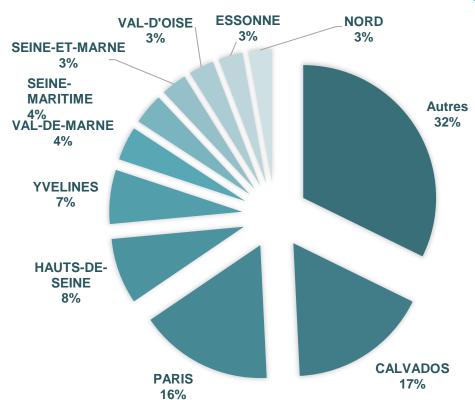
Dans les bureaux d'information touristique, la part des étrangers est en hausse : 8% contre 6% en 2020 mais pas au niveau de 2019 (13%)



A NOTER:

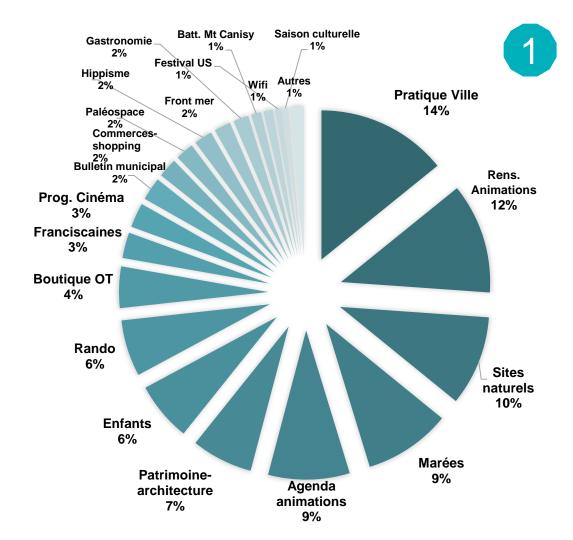
LA GRANDE FIDELITE DE LA REGION PARISIENNE

Les franciliens représentent près de 50% des contacts dans les bureaux d'information touristique. Le Calvados progresse en 2021, dépassant la capitale.

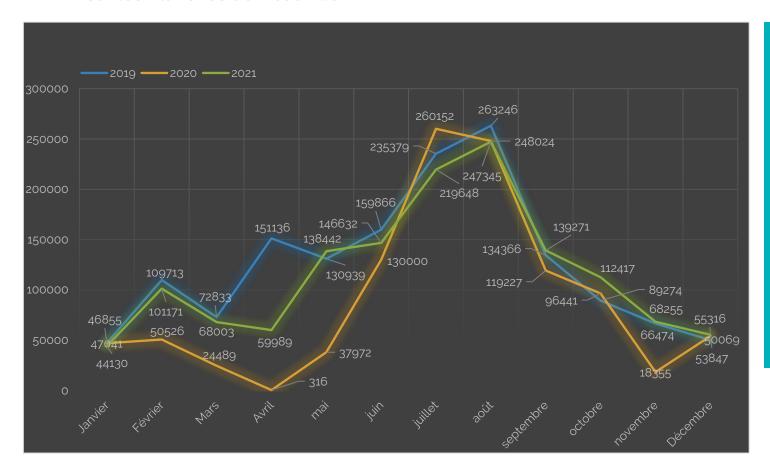


A NOTER: L'ENVIE DE NATURE ET DE DIVERTISSEMENT

Les demandes par catégories dans les bureaux d'accueil



sur les Planches de Deauville



TOTAL

1 510 336 en 2019,
 1 086 204
 en 2020,
 1 400 619
 en 2021.

En début d'année, la période de confinement du printemps marque fortement la fréquentation. A partir de mi-septembre et jusqu'à fin décembre, la fréquentation dépasse 2019.

Nuitées consommées sur le territoire

Selon les déclarations de taxe de séjours aux mairies, le nombre de nuitées consommées sur le territoire inDeauville est de **669 000**

pour l'année 2021.

La comparaison versus l'année précédente n'est pas toujours possible ou pertinente, les données communiquées en ce début d'année 2022 n'étant pas complètes. Mais elle semble pour certains segments – notamment les nuits d'hôtels à Deauville et à Villers-sur-Mer – être en progression de l'ordre de 20%.

HOTELS ET RESIDENCES DE TOURISME

> 557 307 nuitées

Deauville 391 261 (+21%)

Villers-sur-Mer 43 011 (+16,58%)

Saint-Arnoult 96 261

Touques 26 414

MEUBLES ET CHAMBRES D'HOTES 47 269 nuitées

Deauville 8812 (partiel*)

Villers-sur-Mer 21 170 (+18,89%)

Touques 17 287

CAMPINGS ET AIRES DE CAMPING-CARS 64 180 nuitées

Villers-sur-Mer 13821 (+50,24%)

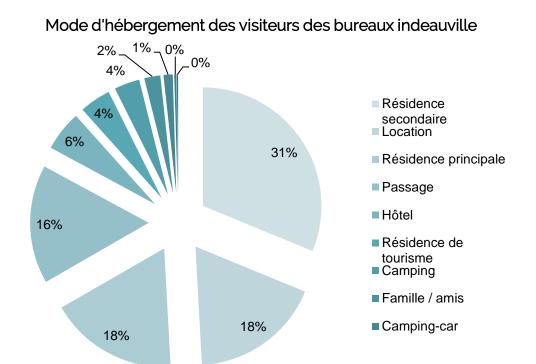
Saint Arnoult 18040 (-9,65%)

Touques 32 319

* Pour Deauville hors Airbnb, Booking et Abritel

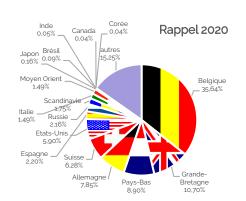
Dans les bureaux d'information touristique, le mode d'hébergement est systématiquement demandé.

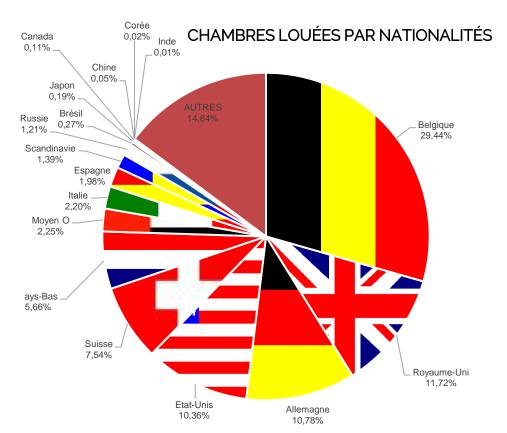
La moitié des visiteurs des bureaux d'information touristique sont des habitants et résidents secondaires. L'autre moitié est composée de touristes au sens strict.



FIDÈLITÉ DE L'EUROPE DU NORD

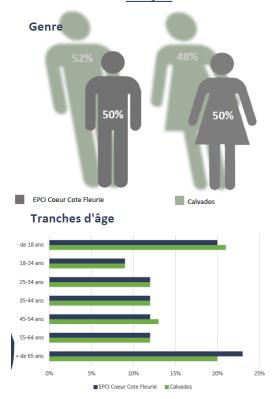
Les étrangers représentent 11% des nuitées consommées sur le territoire.





Flux Vision est la solution Mobile Data Analytics qui fournit des indicateurs statistiques de fréquentation de provenance et de déplacement à partir des informations techniques issues du réseau mobile Orange. In Deauville commence à travailler avec cette nouvelle source depuis 2021.

Profils des touristes français réalisant des nuitées touristiques :





SLOSSAIRE

Pavillonnaire familial aisé : familles avec 2 enfants, propriétaires de pavillons récents en 2^{nde} couronne des agglos, CSP+ avec de bons revenus se rendant en volture à leur travail en débors de leur commune. Périurbain en croissance : familles habitant aussi bien en aopartement ou/en maison, en périphérie des grandes agromérations en

----- Calvados — EPCI Coeur Cote Fleurie

croissance, CSP intermédiaires avec des revenus moyens.

Populaire: familles en appartement de taille moyenne en location, souvent composées de jeunes (<30ans), mixité sociale forte,

Populaire : familles en appartement de taille moyenne en location, souvent composées de jeunes (<30ans), mixité sociale forte, déménageant souvent, employés confrontés au chômage avec revenus modestes.

Résidence secondaire: une majorité de propriétaires, séniors et retraités, ou bien artisans/commerçants, ayant une résidence secondaire en pavillon ou appartement.

Rural dynamique : familles propriétaires, actifs travaillant en dehors de leur commune, habitant de grandes maisons récentes.

Rural ouvrier : familles sédentaires ouvriers exposés au chômage, peu qualifiés avec des revenus modestes, vivant dans des m

Rural ouvrier : familles sédentaires, ouvriers exposés au chômage, peu qualifiés avec des revenus modestes, vivant dans des maisons anciennes.

Rural traditionnel: population vieillissante, souvent agriculteurs ou indépendants, habitant de grandes maisons anciennes.

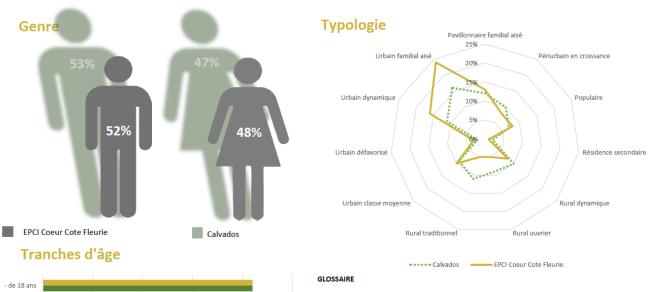
Urbain classe moyenne : jeunes locataires souvent célibataires, de professions intermédiaires ou étudiants, vivant dans de petits appartements en centre ville.

Urbain défavorisé : familles nombreuses, souvent monoparentales, à faibles revenus, sous-diplômés, confrontés au chômage ou emplois précaires, vivant dans des appartements des années 60-70 en zones urbaines sensibles.

Urbain dynamique : jeunes actifs sans enfants, célibataires et locataires, souvent cadres surdiplômés avec de bons revenus, vivant dans de petits appartements anciens en centre ville.

Urbain familial aisé : familles propriétaires, avec 2 enfants, actifs avec des très hauts revenus et surdiplômés, vivant dans un appartement en centre ville ou 1⁸⁴ couronne des agglos.

Profils des touristes et excursionnistes français présents en journée dans la zone d'étude :



18-24 ans

25-34 ans

35-44 ans

45-54 ans

+ de 65 ans

10%

■ EPCI Coeur Cote Fleurie ■ Calvados

15%

20%

Pavillonnaire familial aisé : familles avec 2 enfants, propriétaires de pavillons récents en 2^{nde} couronne des agglos, CSP+ avec de bons revenus se rendant en voiture à leur travail en dehors de leur commune.

Périurbain en croissance : familles habitant aussi bien en appartement qu'en maison, en périphérie des grandes agglomérations en croissance, CSP intermédiaires avec des revenus moyens.

Populaire : familles en appartement de taille moyenne en location, souvent composées de jeunes (<30ans), mixité sociale forte, déménageant souvent, employés confrontés au chômage avec revenus modestes.

Résidence secondaire: une majorité de propriétaires, séniors et retraités, ou bien artisans/commerçants, ayant une résidence secondaire en pavillon ou appartement.

Rural dynamique : familles propriétaires, actifs travaillant en dehors de leur commune, habitant de grandes maisons récentes.

Rural ouvrier : familles sédentaires, ouvriers exposés au chômage, peu qualifiés avec des revenus modestes, vivant dans des maisons anciennes.

Rural traditionnel: population vieillissante, souvent agriculteurs ou indépendants, habitant de grandes maisons anciennes.

Urbain classe moyenne : jeunes locataires souvent célibataires, de professions intermédiaires ou étudiants, vivant dans de petits appartements en centre ville.

Urbain défavorisé : familles nombreuses, souvent monoparentales, à faibles revenus, sous-diplômés, confrontés au chômage ou emplois précaires, vivant dans des appartements des années 60-70 en zones urbaines sensibles.

Urbain dynamique : jeunes actifs sans enfants, célibataires et locataires, souvent cadres surdiplômés avec de bons revenus, vivant dans de petits appartements anciens en centre ville.

Urbain familial aisé : familles propriétaires, avec 2 enfants, actifs avec des très hauts revenus et surdiplômés, vivant dans un appartement en centre ville ou 1^{ète} couronne des agglos.

Zoom sur les internautes en bref!

Une progression constante depuis 2018, date de sa mise en ligne sous l'identité inDeauville, excepté 2020, année sous Covid qui a fait monter en flèche l'utilisation d'internet avant tout déplacement.

Les chiffres 2021

677 280

VISITEURS UNIQUES

2 115 011 PAGES VUES

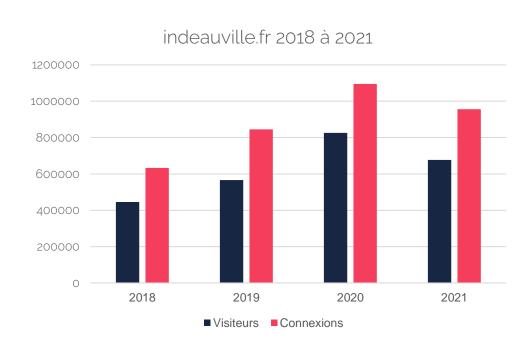
956255 CONNECTIONS Les chiffres depuis 2018

2 515 006

VISITEURS UNIQUES

3 529 496 PAGES VUES

8 058 653 CONNECTIONS



TOP 20 DES PAGES LES PLUS CONSULTÉES : L'événementiel toujours N°1

LE SITE INDEAUVILLE

top pages !

1/ Agenda des courses : 43 856 vues 2/ Piscine olympique: 36 969 vues 3/ Agenda global : 32 961 vues 4/ Villa Strassburger: 25 178 vues 5/ Page sommaire Villers-sur-Mer: 23 033 vues 6/ Page sommaire Deauville: 18 997 vues 7/ Page sommaire Où dormir: 17 308 vues 8/ Les fameux fromages normands: 15 002 vues 9/ Les Falaises des Vaches Noires : 14 567 vues 10/Les grands événements 2021: 13 554 vues 11/ Le parc Calouste Gulbenkian : 12 942 vues 12/ Marché de Deauville : 12 698 vues 13/ Page sommaire Nature, parcs, randonnées : 12 633 vues 14/ Page sommaire plages in Deauville: 12 348 vues 15/ Hippodrome La Touques : 11 626 vues 16/ Page listing Toutes les boutigues in Deauville : 11 595 vues 17/ Page sommaire cheval: 10 330 vues 18/ Parcours du Marathon international inDeauville : 8 893 vues 19/ Festival Planches Contact: 8 791 vues

20/ CSO Longines: 8 487 vues



ABONNES A MA SEMAINE INDEAUVILLE.
TAUX D'OUVERTURE DE 34,15% (contre 18% en 2020).

Les leviers de progression

Malgré la crise sanitaire, l'offre du territoire ne cesse d'évoluer et de se renouveler suscitant l'intérêt des touristes, des habitants, comme des médias, faisant parler, l'inscrivant dans une dynamique qui n'échappe pas aux entrepreneurs touristiques.



L'OUVERTURE DES FRANCISCAINES

> Un lieu unique: culturel, patrimonial, attractif.

SPACE

Une équipe dédiée pour faire grandir l'événementiel villersois.

SPACE

VILLERS SUR MER



Les Estiv'halles



Un programme d'apéroconcerts à Blonville-sur-Mer et un plan d'animations renforcé.

Le renouveau nautique



Autour des belvédères qui se visitent, les nouveaux équipements portuaires font de Deauville une étape de qualité pour les marins : Capitainerie, services portuaires, sanitaires...

Le retour des Equiday's



La manifestation fait étape à Deauville pour la première fois. Le cheval est allé, partout dans le Calvados, à la rencontre des habitants.

Plus de vélos



Locations de vélos et offres de balades se multiplient sur le territoire.... Partout.

Des marchés à thèmes à St Gatien des Bois



Sous ses halles réaménagées, des marchés thématiques et natures à découvrir tous les mois.



Plus de trains!

Confort, connectique, horaires : la nouvelle offre SNCF donne envie de voyager en se laissant porter.

Une vie nocturne à l'hippodrome



Avec son éclairage leds, on y programme désormais des courses le soir...



randos

s'ajoutent aux 8 déjà plébiscitées

Une nouvelle résidence Goélia



Un hébergement 4 étoiles à 300 mètres de la plage de Blonville-sur-Mer



Villers-sur-Mer

Une saison culturelle hors saison

De nouveaux restaurants



inDeauville, destination préférée pour un bon dîner...une histoire bien nourrie en 2021.

Plus de visites guidées

156 visites guidées réalisées pour 2371 clients (3 fois plus qu'en 2020).

Deux nouvelles visites:

« Singeries » à Villerville

« Tout commence à Touques »

Le label destination innovante durable

A l'initiative de France Congrès et Evénements, se déploie le référentiel « Destination Innovante Durable » sur neuf destinations pilotes françaises, avec le soutien de Jean-Baptiste LEMOYNE, Secrétaire d'Etat chargé du Tourisme, des Français de l'étranger et de la Francophonie.

La destination Deauville a été auditée avec succès et certifiée par Bureau Veritas le 6 décembre 2021. Le Label « Deauville Destination innovante Durable » sera officialisé dans quelques semaines, après certification des 9 villes pilotes,

Ce label adossé à la certification internationale ISO20121, va rendre opérationnels les 8 enjeux* et 26 actions qui le structurent, en matière d'engagements sociaux, environnementaux et économiques.

La démarche couvre le tourisme d'affaires comme celui de loisirs, et son intérêt réside dans le fait d'associer toutes les parties prenantes du territoire (visiteurs, socioprofessionnels, habitants etc.) à la bonne réalisation des actions et objectifs désignés.

Un dossier dont on reparlera en 2022

2

Un territoire digitalisé

La plateforme Activitour nous permet de développer la vente en ligne depuis 2021. Les premiers chiffres (ci-dessous) invitent à poursuivre les premiers tests.

Pourquoi c'est important?

La digitalisation et la vente des activités de loisirs était au 6^{ème} rang des attentes des voyageurs pour 2021.

L'espace « réservation » est désormais en accès direct à près d'un million d'utilisateurs du site indeauville.fr sur sa nouvelle home page.

7405 réservations en ligne au total en 2021 465 réservations d'aquagym

2187 Réservations de visites quidées 80 Traversées de l'Estuaire en bateau

Honnets de bain Deauville

50 Séances « spéciales » au Festival du Cinéma Américain

36 Visites de haras 46
Visites
coulisses
d'une
compétition

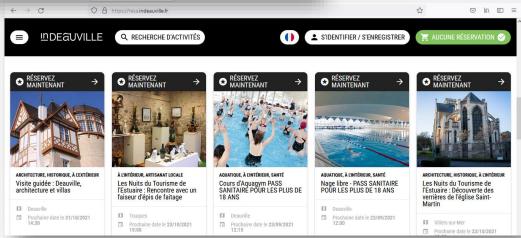
Etc....

UNE PLATEFORME DE VENTE EN LIGNE



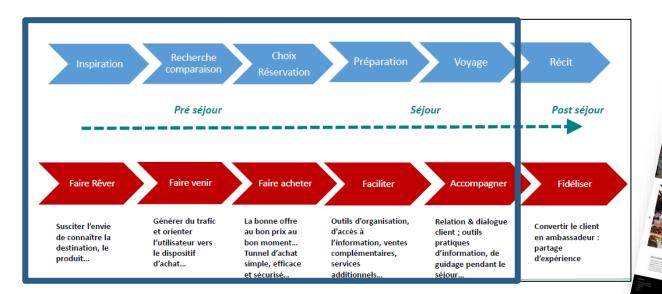
- o ×

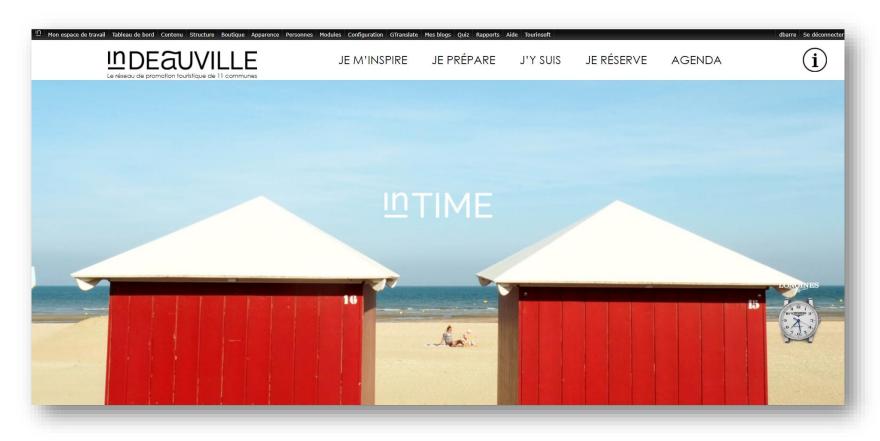




UNE NOUVELLE PAGE D'ACCUEIL

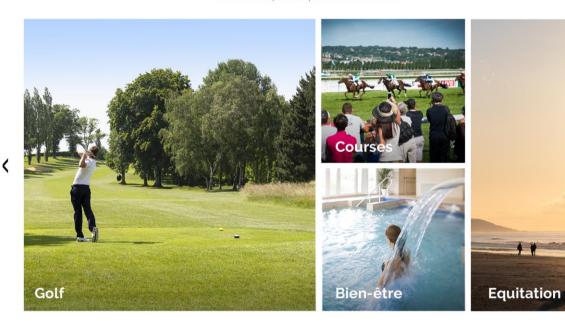
Une nouvelle page d'accueil a été mise en ligne en décembre 2021 en tenant compte de l'audit du site internet réalisé en 2020. Elle est construite selon le schéma ci-dessous qui reprend toutes les étapes du parcours d'un voyageur. Découvrez là en détail sur indeauville.fr ou avec les slides suivants







Découvrez les expériences que vous offrent InDeauville



Dès les premières images, l'internaute accède aux grandes filières du territoire.

Je prépare mon voyage

Nos idées séjours & Des histoires à partager





Plage 10 activités vitaminées

Brise iodée, vue infinie sur la mer et bruit des vagues, les six plages inDeauville ont chacune une âme...

EN SAVOIR PLUS



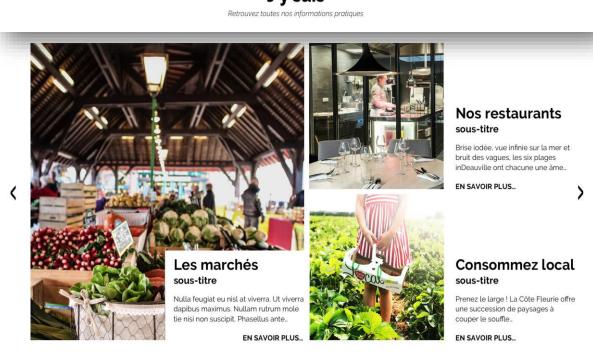
En mer 5 activités nautiques

Prenez le large! La Côte Fleurie offre une succession de paysages à couper le souffle...

EN SAVOIR PLUS...

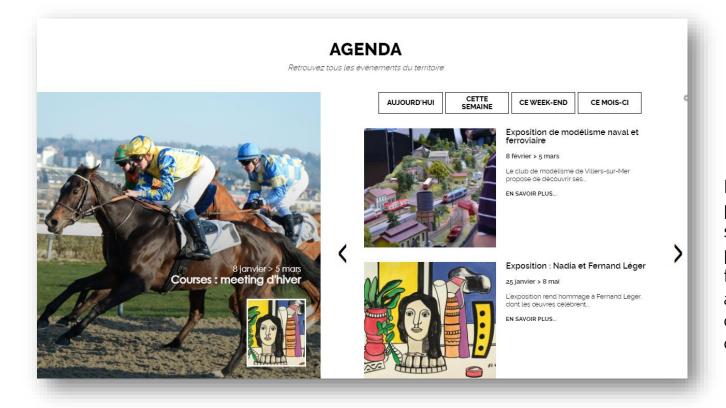
Dans cette rubrique, l'équipe communication propose une lecture différente du territoire et produit des articles sous différents angles.





La rubrique « J'y suis » a été conçue pour mieux valoriser les commerces de proximité et activités de dernière minute.

UNE NOUVELLE PAGE D'ACCUEIL



L'agenda permet de sélectionner par laps de temps : aujourd'hui, cette semaine, ce week-end...



52 122

FOLLOWERS SUR LES RESEAUX SOCIAUX

+10,55% vs 2020



FACEBOOK

21 745 abonnés (+5.42%) 19 371 à la page Deauville 2 374 à la page BBT 920 posts Facebook 2 902 026 touchées 147 943 interactions

INSTAGRAM
23 285 abonnés (+16.42%)
20 520 à la page Deauville
1 699 à la page Villers
1 066 à la page BBT

TWITTER

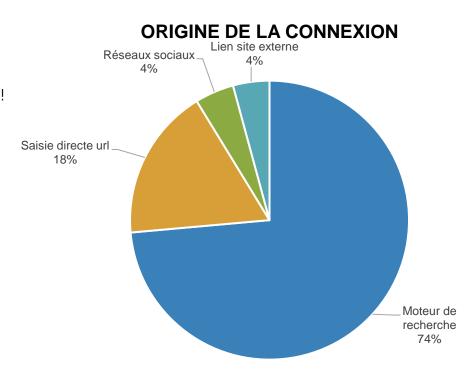
6 012 abonnés au compte Deauville (+7.66%) 857 300 personnes touchées par les Tweets

YOUTUBE 1 080 abonnés à la page Deauville (+15.38%) 68 904 vues pour les vidéos de la chaine Le nombre de pages référencées par Google est le baromètre de notre production de contenus.

Il est de 26 100 pour 2021

(+17.04% : 22 300 en 2020). L'équipe communication/ marketing en lien avec le service partenariats met littéralement tout le territoire en ligne et c'est payant !

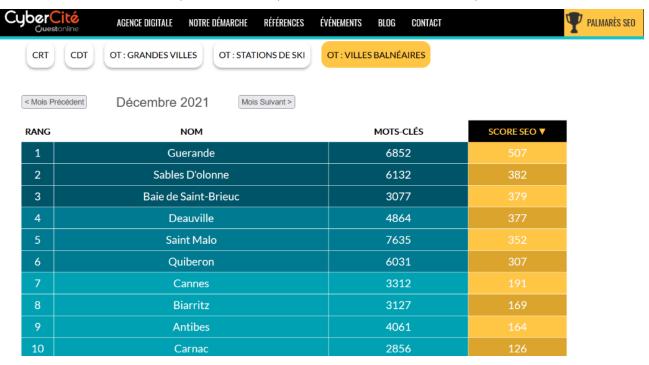




UN BON TAUX DE RÉFÉRENCEMENT NATUREL



Le site indeauville.fr est à la 4^{ème} place France dans le classement des sites de villes balnéaires. Ce résultat est la conséquence d'une production de contenus importante.





La ligne éditoriale est fortement identifiée graphiquement. Elle propose :

- Des éditions pratiques (plans de ville et carnet d'adresses du territoire)
- Des guides par filières :
 nature, cheval,
 gastronomie, littoral,
 etc
- Un guide générique : les 21 incontournables.

Guides affinitaires

Guide gastronomique Guide espaces naturels et jardins Guide littoral et bien-être Guide cheval

Le guide patrimoine (nouveauté)

Les fiches randonnées (4 nouvelles)



Plans de ville

Villerville
Blonville/Benerville/
Tourgéville
Deauville
Villers-sur-Mer
Touques/ Saint Arnoult

Carnet d'adresses

Répertoire d'activités utiles

Calendriers trimestriels

Intégrant les activités type ateliers, lectures de contes...

Guide générique

La présentation du territoire dans toutes ses dimensions (nouveauté)

La carte du territoire (nouveauté)





inDeauville s'engage avec une charte d'achats qui privilégie ce qui est durable : les produits fabriqués à quelques kilomètres par de petits artisans et créateurs éco-responsables ainsi que les produits et livres conçus en Normandie,

Au-delà, inDeauville privilégie les produits dérivés développés et fabriqués par des sociétés françaises ou européennes, qui se soucient de la planète et utilisent le plus possible des matières premières recyclées.

L'esprit de la marque reste dans tous les cas, celui d'une marque de territoire qui valorise les points saillants de son identité.



LOOKEES

Nouveauté à Villerville : la boutique conçue comme un cabinet de curiosités dévoile l'ADN du village en mettant en valeur les artistes et artisans locaux, les établissements emblématiques et l'histoire de la commune.

ACCUEIL DE POP UP

STORES
Les produits à marque
Deauville peuvent être
accueillis dans un
corner dédié de façon
ponctuelle. C'était le
cas cet été avec les
espadrilles Deauville

VENDEZ-LES AUSSI!

Après Arqana, un corner des produits dérivés de Deauville est installé dans la boutique des Franciscaines.
Réciproquement, la boutique de Deauville accueille une sélection de livres et produits siglés Franciscaines®.
Bientôt chez vous ?

Un réseau de partenaires dynamique

BIENVENUE À TOUS LES NOUVEAUX!

NOUVEAUX LITS

A Blonville-sur-Mer Résidence Goélia Le Victoria

A Deauville Chalet de la Plage Le Castel Normand

NOUVELLES TABLES

A Deauville

Athanor
Brasserie Marion
Fanfaron
L'Equilibriste
L'Etoile
Le Hibouville
Le Réfectoire
A Saint-Gatien-des-Bois
Pizzeria Au Val d'Auge
A Touques
L'Ecuyer
A Trouville-sur-Mer
La Reine des Plages
Xaka

COMMERCES DE BOUCHE

A Blonville-sur-Mer Fromagerie De Blonville à Parme Glaces Moustache Epicerie primeur La Fine Bouche Glacier Raimo

A Deauville
Anne Pâtisserie Pains
spéciaux
Boulangerie La
Parisienne
Compagnie du Fruit sec
Les Mimiseries
Romlene Primeurs

A Saint-Arnoult Boulangerie La Parisienne

A Touques
My Deli.store (snacking créatif et savoureux)

A Villers-sur-Mer Aux Délices de Léna C' du gâteau

A Trouville-sur-Mer Les Toqués du Terroir Zlow (bar à panier pique-nique zéro déchets)

ACTIVITES

A Touques L'Atelier Hanami (concept-store végétal, ateliers et salon de thé)

A Villers-sur-Mer Atelier Ludoterre (atelier de poterie) Izabelle Lenoir (galerie d'art)

A Saint-Pierre-Azif La Calèche (promenades en calèche)

Hors Territoire Le Domaine de Capucine (centre équestre et ferme pédagogique)

SERVICES

A Deauville
Sofimmo (agence
immobilière)
Sedelka (promotion
immobilière)
Desimo (promotion
immobilière)
Quai Ouest (promotion
immobilière)

A Saint-Arnoult Jourdainne Aktion Immobilier (agence immobilière) Oh my Kidsitting! (garde d'enfants)

A Villerville Amandine Immobilier (agence immobilière)

Hors Territoire Confort à la clé (conciergerie)

VELOS & CO

A Blonville-sur-Mer Les Vélos de Blonville (vente et location)

A Deauville Cycles Deauville (vente) Jean connait un rayon (vente, location et visites guidées)

A Saint-Arnoult
Tap-Ecoscoot (location de scooters)

A Villers-sur-Mer Les Balades de la Côte Fleurie (visites guidées)

A Trouville-sur-Mer Le Local à vélo (vente)

COMMERCES

A Blonville-sur-Mer Play Bonheur (jouets/jeux)

A Deauville
Elise et vous (bijoux)
Envie d'autrefois
(concept-store végétal
et petite restauration)
Les Pépites de Nat
(bijoux)
Lucette est coquette
(cadeaux bien-être)
Lueurs d'intérieur
(luminaires)

A Saint-Arnoult Le BO Magasin (concept-store déco)



EN 2022, on découvrira :

Les restaurants revisités du Groupe Bourdoncle : Les Planches (ex-Villa Gabrielle) Le Hibouville (ex Café de Paris) Le Drakkar, qui s'agrandit.

Propriétaire de La Maison à Deauville, Véronique Marti ouvre en avril, Ama, une adresse arty, déco et gourmande.

Après MB Fromagerie et MB Primeurs en ville et sur le marché de Deauville, une 3º adresse MB, à la fois, magasin et petite restauration, ouvre au printemps Place Chanel.

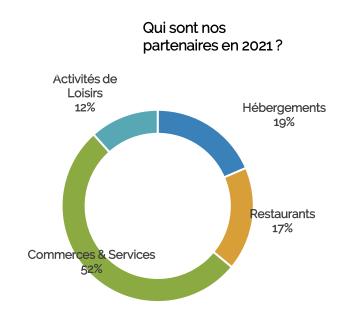
TRAVAILLER ENSEMBLE POUR L'ATTRACTIVITÉ DU TERRITOIRE

464 acteurs économiques

se sont associés à inDeauville en 2021, par l'achat de publicité sur le site internet et dans les brochures.

Etre partenaire, c'est être visible sur le site touristique unique du territoire indeauville.fr et profiter de l'expertise des équipes d'inDeauville pour communiquer encore mieux et séduire ses cibles.

C'est être valorisé dans les guides thématiques, les suggestions de voyages, sur les réseaux sociaux, auprès des visiteurs par le Pôle accueil dans les bureaux d'information touristique, auprès des prescripteurs de voyages (agences, journalistes, blogueurs, etc.) français et étrangers en contact avec les Pôles Promotion et Communication/ Marketing.



TRAVAILLER ENSEMBLE POUR L'ATTRACTIVITÉ DU TERRITOIRE

Les ateliers, bientôt des dates

inDeauville a mis en place en 2021 des ateliers à destination de ses partenaires socioprofessionnels sur certains sujets du secteur du tourisme. Deux ateliers ont été proposés en 2021 : un premier sur les aides financières dans le contexte de la crise sanitaire, un second, pour approfondir ses connaissances sur les particularités et les habitudes de voyages des clients belges et adapter au mieux ses services. Courant 2022, un nouveau calendrier d'ateliers sera proposé, imaginé et conçu en interne, grâce aux savoir-faire et compétences des différents pôles de la **SPL**.

Une prospection internationale



310

PRESCRIPTEURS RENCONTRES EN RENDEZ-VOUS INDIVIDUELS



32

JOURS DE PROSPECTION A L'ETRANGER OU EN DISTANCIEL



21

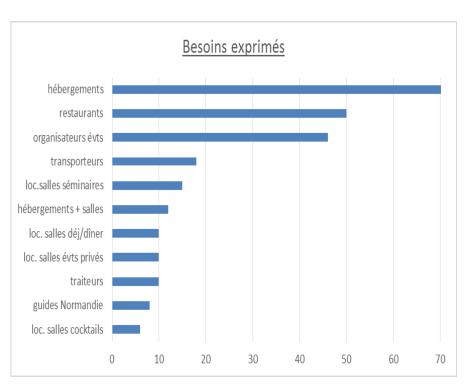
TOURS OPERATEURS
& RECEPTIFS
ACCUEILLIS A
DEAUVILLE AU
COURS DE 7
EDUCTOURS

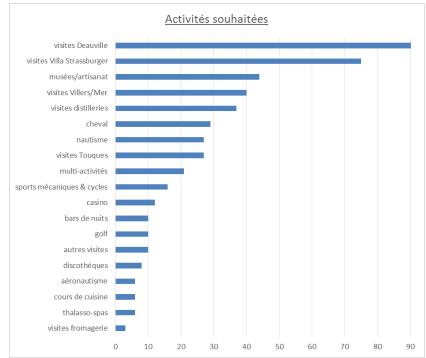


5

WEBINAIRES DE FORMATION AUPRES DE 175 PRESCRIPTEURS Pays fermés et rassemblements internationaux annulés: depuis deux ans le service promotion est impacté par la crise sanitaire. Néanmoins les opérations en distanciel ont permis de compenser et l'activité a rebondi au second semestre 2021.

384 DEMANDES D'ACCUEIL DE GROUPES TRAITEES EN 2021



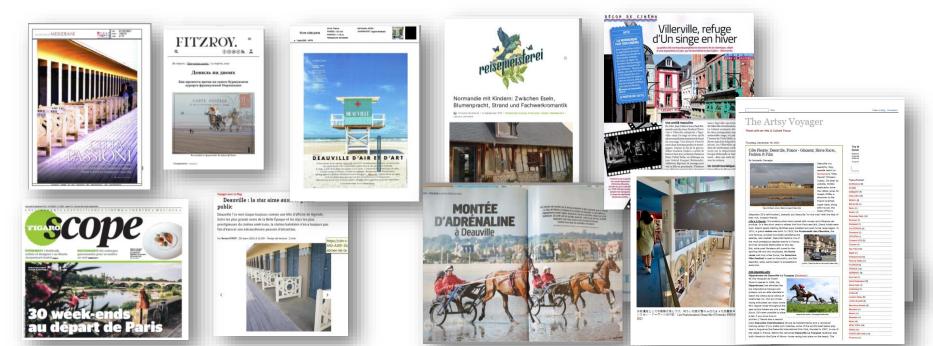


ET EN 2022?

>>> Poursuite et renforcement de la priorité donnée à la France et à l'Europe tout en maintenant le lien avec quelques marchés lointains. Un travail de promotion en synergie avec nos homologues Normands (Offices de Tourisme, Calvados Attractivité. Normandie Tourisme).

PLAN PROMOTION PREVISIONNEL 2022			
Mois	Jours	Marchés	Actions
février	21-25	Canada	Roadshow Destination France (BtoB)
	25-27	France - Hauts-de-France	Salon Tourissima (BtoC)
mars	04-06	France - Rhône-Alpes	Salon Mahana (BtoC)
	09-11	Allemagne	ITB + prospection (BtoB)
	22-23	Multi-marchés	Rendez-Vous en France (BtoB)
	24-25	Belgique	Salon des Vacances (BtoC)
avril	à définir	France - Grand-Est	Prospection (BtoB)
	29-01er mai	France - Pays-de-la Loire	SIT Nantes (BtoC)
mai	06-08	France - Bretagne	SIT Rennes (BtoC)
	à définir	Suisse	Prospection (BtoB)
juin	09	Pays-Bas	Explore France (BtoB)
septembre	26-29	Inde	Explore France (BtoB)
octobre	01-02	France - Normandie	Fêtes Normandes (BtoC)
	03-06	Espagne & Portugal	Workshop Francia + prospection (BtoB)
	17-21	Amériques (Etats-Unis, Canada, Brésil, Mexique)	France 360 (BtoB)
	25-29	multi-marchés cible LGBT + Italie	Convention IGLTA + prospection (BtoB)
novembre	01-04	Royaume-Uni	World Travel Market + prospection (BtoB)
décembre	05-08	Multi-marchés (Haut-de-Gamme)	ILTM (BtoB)

En 2021, inDeauville a accueilli sept télévisions (le JT de 13h de France 2 et TF1, l'émission Capital, deux JT de M6, le JT de France 3 national, BFM). L'équipe communication a organisé une présentation des Franciscaines en live sur Facebook pour plus de 5000 contacts du bureau Atout France Etats-Unis. 24 journaux ont été reçus ainsi que 17 influenceurs. Là aussi, le contexte n'était pas très favorable mais les retombées France sont bonnes, notamment en TV ce qui permet de re-booster la fréquentation de proximité.



Merc

Contact:

Pôle Développement Commercial : Partenariats et Boutiques 02 31 14 40 04 – partenaires@indeauville.fr