

GUIDE

ÉCONOMIE ET TOURISME 2018

Informez-vous

Pour connaître inDeauville, ses enjeux, ses savoir-faire, ses équipes, lisez ce guide. Il dresse le bilan de l'année 2018 et ouvre des perspectives sur 2019. Et pour aller plus loin, retrouvez-nous à partir de février dans les communes.

in DEAUVILLE

UNE ANNÉE EXCEPTIONNELLE EN FRANCE

La France est la première destination touristique mondiale en progression de

3.6%.

84,5 millions de visiteurs étrangers en 2015

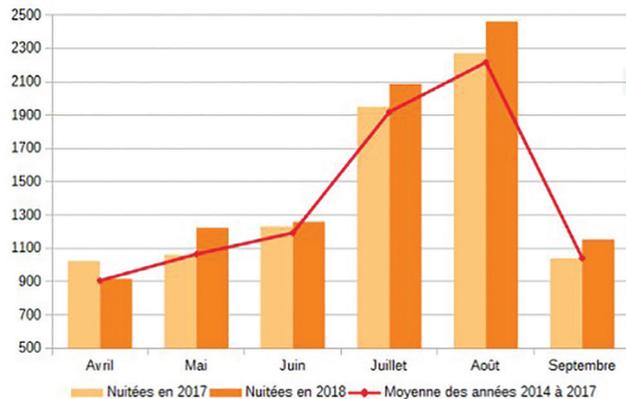
82,7 millions en 2016

86,9 millions en 2017

90 millions en 2018

Les investissements ont pour leur part connu une hausse de 3,2% en 2017 par rapport à 2016, et les recettes dépasseraient les 57 milliards d'Euros.

UN PHÉNOMÈNE ACCENTUÉ EN NORMANDIE



Avec 11 millions de nuitées entre avril 2018 et septembre 2018, la Normandie dépasse son record de 2017 de 500 000 nuitées sur la même période, soit

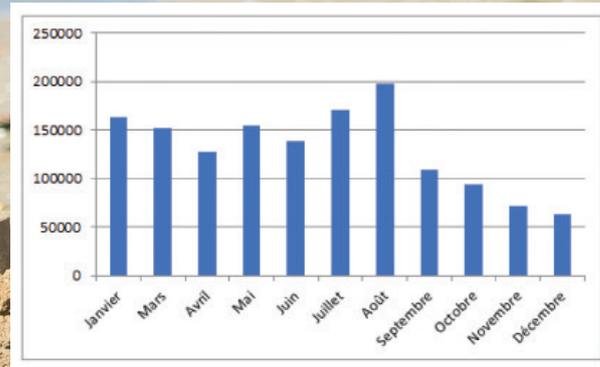
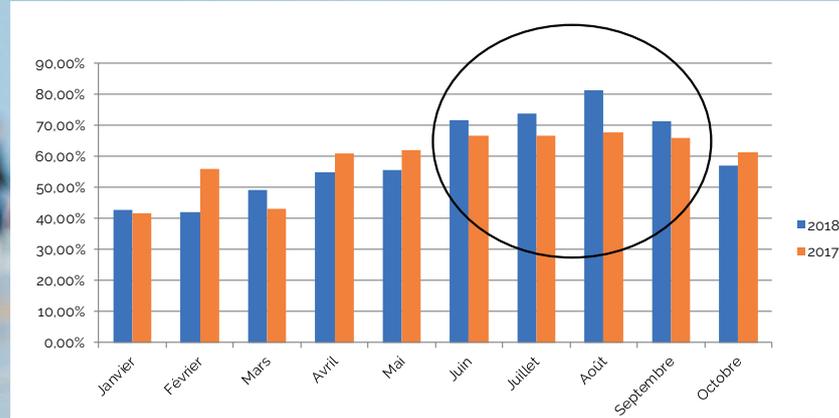
une hausse de **5,3%** qui fait d'elle la deuxième région la plus dynamique après l'Ile de France (incluant Paris).

Pourtant la période est marquée par des grèves très importantes dans les transports (de début avril à fin juin) qui ont fait baisser les taux d'occupation d'hôtels : la fréquentation s'est assez naturellement reportée sur les mois suivants et le cœur de la saison, dès début juillet.

Source Insee

INDEAUVILLE

Après un début d'année pluvieux, les ponts de mai – plutôt ensoleillés – ont fait redémarrer la fréquentation. Le triathlon – en pleine période de grève - a permis de soutenir la fréquentation hôtelière du mois de juin. Les mois de juillet et août ont été exceptionnels, septembre a vu revenir la clientèle professionnelle et le beau temps a fait revenir les touristes durant les week-ends.



Comptage des piétons sur la promenade des Planches



LE TERRITOIRE : UNE FRÉQUENTATION DE WEEK-END TOUTE L'ANNÉE

Zoom

D'après weekendesk, leader de la réservation de week-ends et de courts séjours, les réservations ont augmenté de 28% à l'occasion du week-end du 1^{er} novembre. Une tendance confortée par les événements fête de la coquille ou Festival Planche(s) Contact entre autres. En France comme à l'étranger, les week-ends sont en recherche de packages bien-être et spa qui représentent 62% des réservations. 75% restent en France et la plupart choisissent la Normandie.

Planche(s) Contact, soutien de la fréquentation d'automne

64 retombées presse nationales.

4 émissions radio.

2 reportages TV.

109 retombées presse région.

Environ **50** publications sur les réseaux sociaux, vues par 250 000 internautes.

224 emplacements d'affichage en Normandie. Une forte campagne de promotion dans le hall de la Gare Saint Lazare.

35 000 programmes diffusés.

8000 invitations.





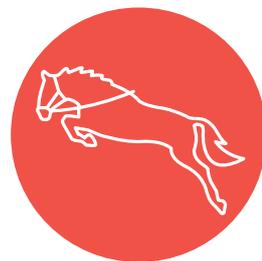
Bénerville-sur-Mer



Blonville-sur-Mer



Deauville



Saint-Arnoult



Saint-Pierre-Azif



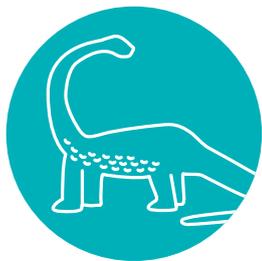
Tourgéville



Vauville



Saint-Gatien-des-Bois



Villers-sur-Mer



Touques



Villerville

Territoire de Deauville

**11 marqueurs
de changement
touristique pour
onze communes**

-1-

Un site internet territorial et commun à tous

1949 pages internet ont été créées sur le site www.indeauville.fr en 2018 (près de 1000 en 2017 en préparation de la mise en ligne) : la moitié pour valoriser l'agenda de toutes les communes ; l'autre pour valoriser équipements, patrimoine, plages, parcs, circuits de visite... C'est le premier outil visible de la stratégie inDeauville.

Deux chemins sont possibles pour l'internaute : il peut cliquer sur la commune de son choix ou se rendre directement dans les pages qui correspondent à ses affinités.

Quatre mois après sa mise en ligne en janvier 2018, **l'indexation google** du site www.indeauville.fr est très performante puisqu'il se situe au deuxième rang des stations balnéaires françaises ⁽¹⁾. Ce qui signifie qu'il est visible très facilement en réponse aux recherches par mots clés des internautes (mots clés : week-end, cheval, nautisme, etc). Il oscille depuis mai 2018 entre la deuxième et la troisième place.

(1) Agence digitale et webmarketing CyberCité Ouest Online /palmarès mensuel des sites e-tourisme français disposant de la meilleure visibilité sur Google, grâce à son référencement naturel (ou SEO*).

■ Plus de puissance pour toutes les communes



AVANT INDEAUVILLE, DES CONNEXIONS MORCELÉES

2016

Site internet de Villers-sur-Mer : **123 000 connexions par an**

Site internet de Blonville-sur-Mer, Bénerville-sur-Mer et Tourgéville : **70 000 connexions par an**

Site internet de Villerville : **47 000 connexions par an**

Site internet de Deauville : **620 657 connexions par an**

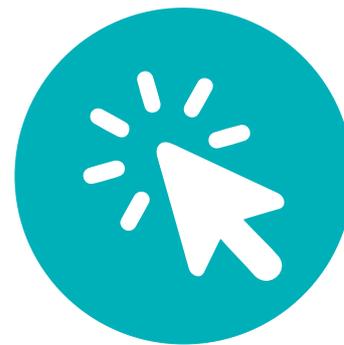
2018

Site internet indeauville.fr : **678 304 connexions par an**

C'est **5 fois** plus de visibilité pour **Villers-sur-Mer**

10 fois plus de visibilité pour **B.B.T**

14 fois plus de visibilité pour **Villerville**

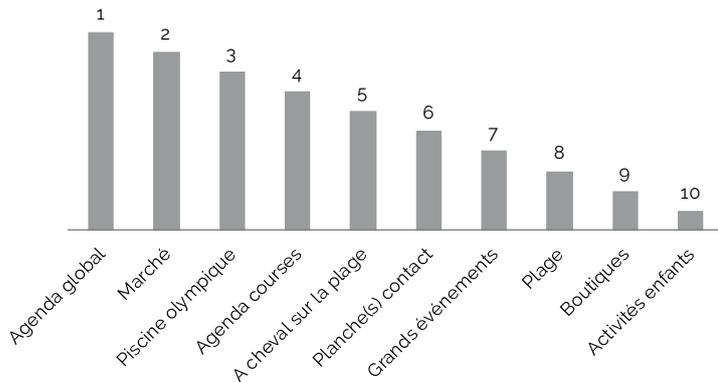


■ Beaucoup plus de raisons de venir inDeauville

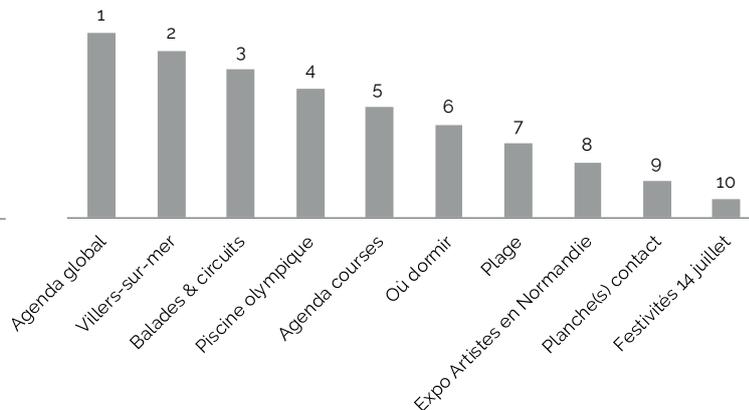
Les événements restent la première recherche sur le site. On vient en s'assurant au préalable qu'il y a un programme.

A noter : l'entrée par la commune continue de fonctionner : Villers-sur-Mer est la deuxième recherche en 2018.

Top 10 pages 2017



Top 10 pages 2018



■ Une audience fidèle et croissante portée par les réseaux sociaux

Chaque commune a conservé ses propres réseaux sociaux, véritables leviers de fidélisation de nos visiteurs. C'est l'un des outils qui permet de créer de l'affluence vers le site www.indeauville.fr. L'audience cumulée des réseaux de toutes les communes est de 37 377 personnes, en progression de 21%.



Facebook : 21 377 abonnés

Deauville : 14 992 (13 376, +12.08%)

Villers : 2 769 (2 448, +13.11%)

Blonville-sur-Mer,

Bénerville-sur-Mer et Tourgéville :

1 824 (1 706, +6.92%)

Villerville : 1 086 (884, +22.85%)

YouTube : 362 abonnés

Deauvillevidéos : 362 (217, +66.82%)



Instagram : 10 651 abonnés

Deauville : 9 550 (7 071, +35.06%)

Villerville : 1 101 (855, +28.77%)



Twitter : 4 987 abonnés

Deauville : 4 384 (3 624, +20.97%)

Blonville-sur-Mer,

Bénerville-sur-Mer et Tourgéville : 378 (369, +2.44%)

Villerville : 225 (133, +69.17%)

Deuxième outil de fidélisation, la newsletter « Ma semaine indeauville » (publiée tous les lundis) dont l'audience atteint presque 12000 internautes est en progression de 16%.

>>> A savoir : on peut s'abonner à « Ma semaine inDeauville » dans tous les bureaux d'information touristique et en ligne sur indeauville.fr.



C'EST QUOI UN BON POST ?

« Les posts qui fonctionnent le mieux sont ceux qui annoncent des événements – festivals et programmes culturels ou sportifs – et ceux qui procurent de l'émotion par la beauté de l'image ou l'histoire qu'ils racontent. Lorsque Claude Lelouch a tourné les images de la suite de « Un homme et une femme » il y a quelques semaines, plus de 14 000 personnes ont vu le reportage réalisé et l'interview qu'il a accordé à inDeauville. Autre exemple marquant en 2018 : l'annonce en vidéo du Festival Livres & Musiques a été vue plus de 74 000 fois.

De jolis buzz inDeauville

Les offres de baptêmes en hélicoptère pour la Fête de la Coquille : **4 935** vues.

L'installation du dinosaure : **4 324** vues

Le feu d'artifice de Villerville : **1 400** vues

Le programme de la fête des pirates : **1 416** vues

FACEBOOK, le réseau leader inDeauville

1410 posts en 2018 sur l'ensemble des comptes des communes.

183 vidéos postées ou partagées

9 vidéos dans le top 10 des posts



-2-

Une stratégie éditoriale différente, singulière & multicanale

Aux guides pratiques se sont succédés des guides de voyage thématiques qui foisonnent d'incitations à découvrir le territoire. Chaque guide est assorti d'une web-série qui poursuit le travail de séduction en images.



2 voyageurs sur 3 regardent des vidéos au moment de choisir le lieu de leurs vacances, y compris pour l'hébergement et les activités

LES TOURISTES REGARDENT DES VIDÉOS...

Quand ils pensent à leurs prochaines vacances : 66%



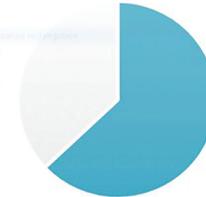
66% des voyageurs regardent des vidéos quand ils pensent à leurs prochaines vacances.

Quand ils choisissent une destination : 65%



65% des voyageurs regardent des vidéos quand ils choisissent une destination.

Quand ils étudient les activités sur une destination donnée : 63%



63% des voyageurs regardent des vidéos quand ils étudient les activités sur une destination donnée.

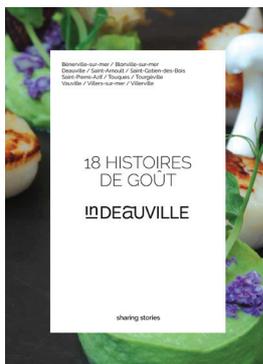
Quand ils choisissent leur hébergement sur une destination donnée : 54%



54% des voyageurs regardent des vidéos quand ils choisissent leur hébergement sur une destination donnée.

Source Caribbean dream destinations

■ Les éditions/vidéos réalisées en 2018



18 histoires de goût :

15000 exemplaires

15 vidéos vues

4380 fois
sur YouTube et

25 031 fois sur
Facebook



Littoral & bien-être 48 histoires à partager :

15000 exemplaires

1 vidéo vue

1165 fois
sur YouTube et

3 266 fois sur
Facebook



Des histoires cheval :

5000 exemplaires

9 vidéos vues

1708 fois
sur YouTube et

32 913 fois sur
Facebook

Les guides sont aussi distribués dans tous les bureaux d'information touristique, chez tous les hébergeurs, restaurateurs, partenaires et dans les lieux publics et de passage du territoire.

■ Ce qui va nous faire progresser en 2019 : un marketing partagé

Les groupes de travail par filières associant socio-professionnels, organisateurs d'événements, associations et experts vont se multiplier afin que notre offre touristique soit mieux renseignée, analysée, coordonnée, communiquée que ce soit pour construire les éditions papier ou nos pages web. Ces groupes existent déjà pour la filière cheval et le tennis. Leur objet : imaginer ce qui pourrait faire progresser l'offre inDeauville dans chaque segment de marché touristique.

Enfin, de nouveaux domaines vont être abordés comme le patrimoine, les parcs, jardins et randonnées.

En 2019, après une première année « expérimentale », les guides vont être assortis d'offres touristiques exclusivement commercialisées par les bureaux d'information inDeauville et en ligne. Un appel d'offres a été lancé pour la réalisation d'une plateforme informatique de commercialisation.

Enfin, leur diffusion et leur promotion vont s'accroître pour nous assurer de leur bonne visibilité.



■ Les éditions 2019 : trois ré-éditions complétées

Guide gastronomie :

Poursuivre et optimiser
Sortie en mars

Contact : Florence Lecomte et Joëlle Pont

Le principe : mise à jour du guide actuel assortie de nouveaux épisodes pour la web séries.

Littoral et nautisme :

Sortie en mai

Contact : Chloé Pérez et Carole Lallouet

Le guide édité en 2018 va être revu en profondeur pour être plus représentatif de l'ensemble de l'offre nautique. Les offres bien-être vont être intégrées dans le nouveau guide pratique (voir page du guide pratique 18).

Cheval :

Sortie en décembre

Contact : Delphine Barré

En mars, une première réunion permettra de définir le plan d'action 2019 et d'analyser le guide récemment sorti. Trois produits exclusifs ont déjà été identifiés et pourraient être mis en place pour l'été.

■ Les éditions 2019 : des nouveautés qui vont faire aimer le territoire

Parcs/randos et jardins

Tout ce qui est vert sur le territoire est déjà en ligne sur www.indeauville.fr depuis l'été.

En version papier, les visiteurs auront désormais accès à toutes les fiches randonnées (également en téléchargement sur le site), qui seront vendues à l'unité ou en coffrets dans les bureaux d'information touristique.

Une campagne prioritaire : le patrimoine

Parce que la culture et le patrimoine sont les premières motivations de fréquentation de notre territoire, 2019 sera consacré à la production d'outils de séduction qui vont conforter ce positionnement. Des « dépliants carte » contenant photos, cartes, adresses vont être édités pour guider les visiteurs. Quatre éditions sont prévues en 2019 :

Patrimoine balnéaire

Patrimoine artistique

Patrimoine historique

Patrimoine religieux.

Ces guides vont être assortis d'un programme de visites guidées qui entrera en cohérence. Enfin une web-série mettra en avant les grands « incontournables » du patrimoine.



■ Une édition très pratique : le répertoire des activités & hébergements

Il sera édité pour répondre au besoin de visiteurs qui sont en attente d'une information généraliste. Ce nouveau guide conçu comme un répertoire sortira en mai. Il pourra être donné en complément d'un plan de ville.



Les calendriers trimestriels se renouvelleront à l'identique en 2019 pour continuer de fidéliser aux événements et animations du territoire dans toute leur diversité.

-3-

Une nouvelle conception du partenariat

Un service unique dédié au partenariat s'est mis en place en 2018. Il est l'interlocuteur unique pour tous les socio-professionnels du territoire qui souhaite s'inscrire dans la dynamique inDeauville.

En 2018, ils ont été plus de **500*** à faire confiance à l'organisation de la SPL Territoire de Deauville et à bénéficier d'une visibilité renforcée :

Visibilité au sein des bureaux d'information touristique

Visibilité dans les éditions

Visibilité sur le web

Visibilité sur les actions de communication

Visibilité sur les actions de promotion

*218 hébergements, 75 restaurants, 214 commerces sont les partenaires de inDeauville.

L'équipe travaille en synergie avec tous les services de la SPL Territoire de Deauville et plus particulièrement les bureaux d'information touristique – porte voix de l'offre – et le service marketing et communication qui conçoit les outils de communication. En 2019, il évolue pour installer une véritable relation de collaboration entre professionnels et services de inDeauville.

■ La création du club inDeauville, c'est pour vous

Ce club vise à fédérer tous les opérateurs du tourisme qui adhèrent à la marque inDeauville et ont à cœur de développer l'attractivité du territoire.

Il permettra d'installer une approche collaborative avec les socio-professionnels de toutes les filières afin d'être plus efficaces, de partager idées et bonnes pratiques.

Au travers des groupes de travail par grands thèmes, le club a pour mission d'encourager la créativité et l'innovation pour promouvoir la destination. Ses rencontres de début de mois seront de véritables rendez-vous pour se retrouver, échanger de façon informelle et se former.



Et c'est le premier du mois !

(sauf en juin, ce sera le 3)

Vendredi 1er mars :

Soigner sa com sur le web

Atelier Instagram – Savoir répondre aux avis – 10 conseils de pro pour votre site.

1^{er} avril : Soirée starting block

Qu'est ce qui va se passer dans les prochains mois : Armada + 75^e anniversaire du Débarquement + Evénements locaux + Hippodromes

3 juin : Pique-nique des porteurs de la marque dans un endroit exceptionnel autour de « Fauteuils en Seine »

1^{er} juillet : Soirée des saisonniers

Découvrir le territoire en une soirée – les outils, les lieux.

1^{er} octobre : Starting Block 2

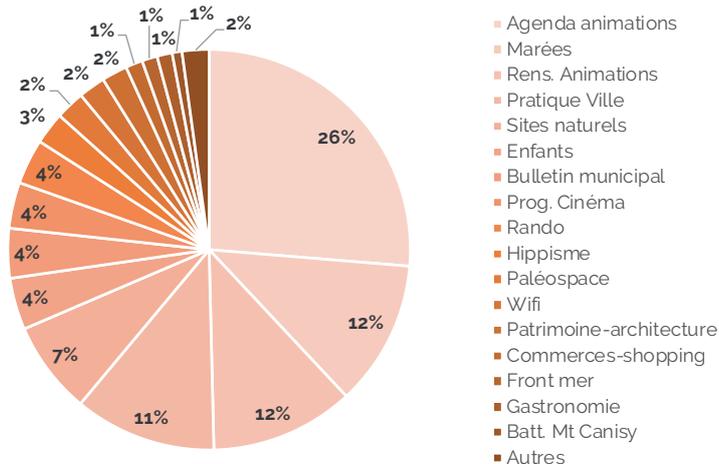
Les enseignements de l'été/ le programme de la fin d'année sur le territoire et en bonus 5 cas inspirants de marketing territorial

-4-

Des bureaux d'information touristique en évolution

Dès les premiers mois de 2018, le service d'accueil de Territoire de Deauville obtenait sa certification qualité en catégorie 1. Onze personnes à l'année, vingt au plus haut de l'été travaillent dans les six bureaux inDeauville pour accueillir près de 125 000 visiteurs. Au-delà du nombre de personnes renseignées, leur temps de présence est allongé.

Thème de la demande concernant le territoire



LES TROIS TENDANCES DANS LES ACCUEILS DE NOS BUREAUX D'INFORMATION :

La demande de conseils
qualitatifs et affinitaires,

L'envie de vivre des expériences
et d'être accompagné
dans l'organisation

L'attente d'un service sur mesure.

■ Un look cohérent tout en conservant l'identité de chaque bureau

Après l'installation d'enseignes, les bureaux vont entrer en cohérence les uns avec les autres, dans l'organisation, les outils ou l'offre produits tout en conservant leurs particularités.



Le bureau de Blonville-sur-Mer s'est mis aux couleurs de inDeauville et a ouvert un espace boutique.



Le nouveau bureau de Tourgéville-Bénerville ouvert en 2018 est une vitrine « efficace » pour faire connaître la dynamique inDeauville.



A Villers-sur-Mer, éclairage et travaux de peinture, revêtement de sol sont réalisés.

-5-

Quatre boutiques pour renforcer encore le lien au territoire



S'appropriier un territoire, c'est pour beaucoup en avoir un petit bout chez soi, ou sur soi : ces petits souvenirs qui permettent de se remémorer un week-end, des vacances, une expérience, des émotions. C'est aussi faire des cadeaux et ramener des souvenirs pour ses proches. Amorcée dans certains bureaux, très développée dans d'autres, une politique de produits dérivés se met en œuvre à l'échelle du territoire des onze communes.

Elle a pour objectifs :

- de conserver à chaque boutique sa propre personnalité en fonction des univers

thématiques de son territoire propre tout en impulsant l'esprit du territoire au travers de la signature inDeauville.

- de développer des dépôts-ventes avec des artistes ou artisans locaux.
- de proposer plus de services : billetteries des événements du territoire, titres de transport, réservations directes auprès des partenaires socioprofessionnels, etc.).

Aujourd'hui, au sein des bureaux d'information de Blonville-sur-Mer, Deauville, Villers-sur-Mer et Villerville, les touristes ont accès à près de 1000 références.

- Des produits exclusifs inspirés par les univers thématiques du territoire.
- Des livres pour illustrer l'histoire et le patrimoine.
- Des articles en dépôt-vente pour promouvoir l'entrepreneuriat ou l'artisanat locaux et les contrats en co-branding.

En 2019 : la boutique en ligne du site www.indeauville.fr et des partenariats de diffusion de ces produits «hors les murs» permettront de développer la notoriété de ces gammes et la fréquentation des boutiques.

Une promotion du national à l'international

Au cours de ses 53 jours de promotion à l'étranger, le service de promotion inDeauville a rencontré 393 prescripteurs touristiques. A Deauville, 18 journées ont été organisées pour faire découvrir le territoire auprès de 142 de ses professionnels.

Les marchés prospectés sont choisis selon de multiples critères : adéquation de notre offre à certains pays, tendances touristiques des marchés, résultats obtenus les années précédentes, statistiques de fréquentation des bureaux d'information... Les priorités par grand secteur géographique sont révisées chaque année. Elles sont aujourd'hui au nombre de cinq.

1

En France

En 2016, 70% des Français sont partis en vacances. Ils ont réalisé 194,8 millions de voyages pour des motifs personnels, dont près de neuf sur dix en France métropolitaine. Le littoral représente 22,2% des voyages. En 2019, nos marchés intérieurs prioritaires sont les régions Paris-Ile-de-France, la Normandie et les Hauts-de-France. Nos seconds marchés prioritaires sont la Bretagne, les Pays-de-la-Loire et Auvergne-Rhône-Alpes.

2

En Europe

Après quatre années de repli, les touristes européens sont revenus en nombre. InDeauville poursuit sa promotion en priorité sur ses marchés les plus matures : la Belgique, l'Allemagne, le Royaume-Uni et les Pays-Bas. Au deuxième rang des priorités vient le Bassin Méditerranéen du fait de l'augmentation des touristes espagnols et italiens sur notre territoire (respectivement 6° et 7° nationalités renseignées dans les bureaux d'information touristique).

Puis les pays Scandinaves (depuis 2016) dont les résultats se sont fait sentir à partir de 2018. Sur ces marchés, inDeauville joue sur ses thématiques à forte valeur ajoutée que sont l'art-de-vivre, la gastronomie, le golf et le shopping.

3

Sur le continent Américain

Les Etats-Unis (4,4 millions de touristes) et le Brésil qui devance dorénavant le Canada (1,2 millions de touristes brésiliens contre 1 million de touristes canadiens) sont nos priorités. Les touristes brésiliens sont avides de connaissance et de découvertes locales. En conséquence, inDeauville s'allie avec les Offices de Tourisme de Rouen, du Havre, de Honfleur et la Mère Poulard pour sa promotion sur le Brésil. Pour les Etats-Unis et le Canada, le territoire surfera en 2019 sur les événements des commémorations du 75^e Anniversaire du Débarquement pour renforcer son attractivité complémentaire via les thématiques art-de-vivre, gastronomie, ainsi que notre patrimoine historique et architectural.

4

En Corée du Sud, Proche & Moyen-Orient et Inde

L'Inde monte en puissance sur le marché français avec des voyages haut-de-gamme. Avec 500 000 voyageurs accueillis en 2017, la France est la première destination européenne des clientèles indiennes. La France a été destinataire d'une dizaine de prix en 3 ans par les lecteurs de magazines influents qui saluent le positionnement de leader de la France auprès d'une clientèle urbaine en évolution permanente (« meilleure destination bien-être en Europe » par Asia Spa, « destination luxe par excellence » par Lonely Planet ...).

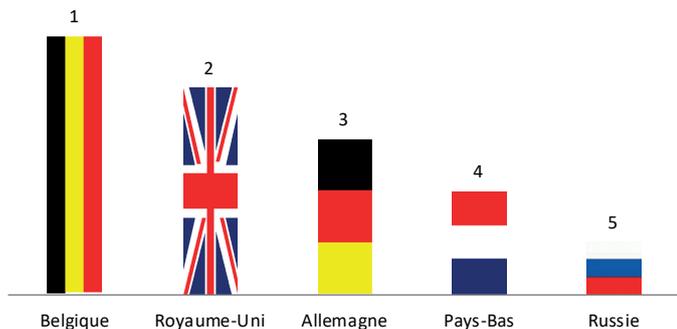
5

En Asie du Sud-Est

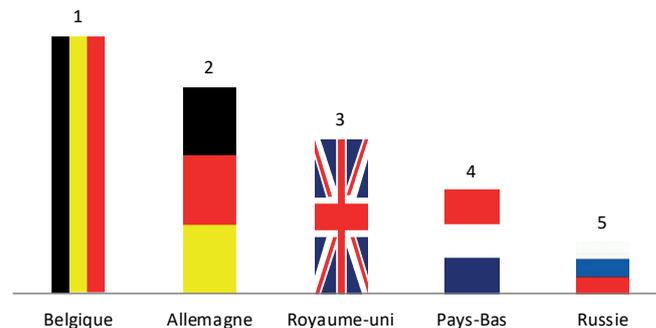
Nouvel axe de promotion : la France est la 2^e destination touristique des Pays d'Asie du Sud-Est avec près d'1 million de touristes en 2017 derrière le Royaume-Uni. C'est dorénavant l'une des régions les plus dynamiques au monde grâce aux locomotives que sont la Malaisie, la Thaïlande, Singapour, l'Indonésie et les Philippines avec une montée en puissance de touristes de classes moyennes à CSP+. Ces pays représentent à eux seuls près de 90% du PIB de l'Asie du Sud-Est. Nous nous appuierons sur les thématiques phares de l'Art-de-vivre, la gastronomie, la culture, le bien-être et le shopping.

■ Quelles nationalités recevons-nous ?

Top 5 nationalités 2017



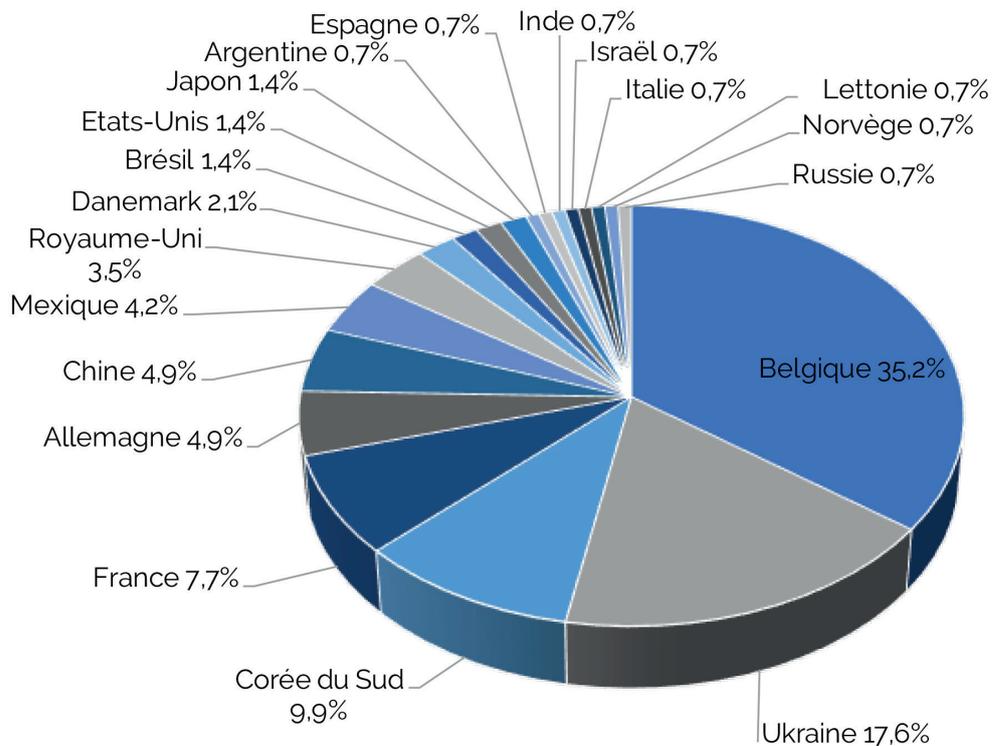
Top 5 nationalités 2018



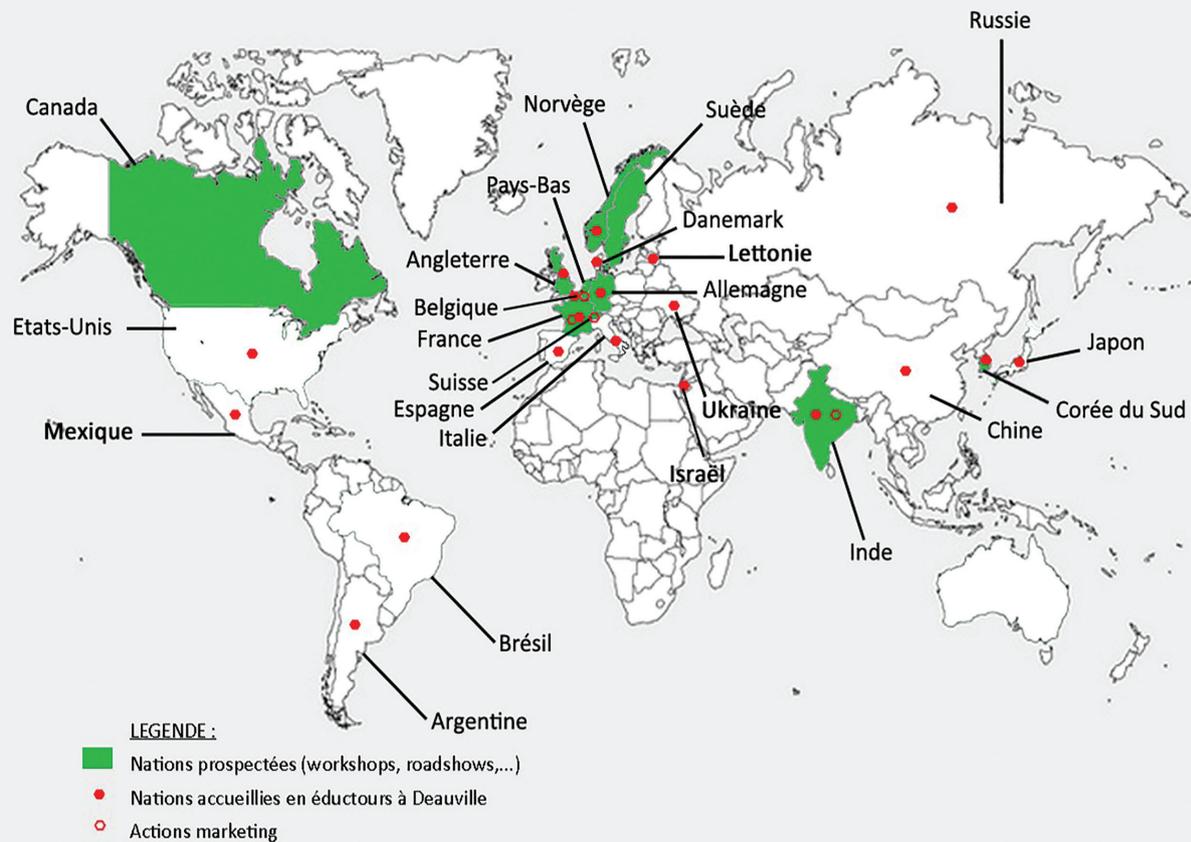
■ Quels professionnels du tourisme visitent notre territoire ?

Les eductours permettent de faire découvrir le territoire inDeauville in situ et de sensibiliser les prescripteurs aux spécificités du territoire. Ils sont la plupart du temps menés conjointement avec les partenaires locaux.

Pays accueillis en eductours en 2018



■ La carte des actions menées en 2018



■ Les 20 actions programmées pour 2019

PLAN PROMOTION 2019			
Mois	Jours	Marchés	Actions
janvier	25-27	France	Salon Tourissima
	28-31	Scandinavie	Roadshow French Travel
	30	France	Salon Fraizy Voyages
février	07-10	Belgique	Salon des Vacances
	25-01 mars	Canada	Destination France
mars	19-20	France multi-marchés	Rendez-Vous en France
	28	France	Salon Visages du Monde
avril	01-05	Brésil	Roadshow Normandie
	02	Pays-Bas	Workshop Creative France
	22-27	Etats-Unis multi-marchés	Prospection + Convention IGLTA
juin	en attente	France	Prospection AGV/autocaristes/réceptifs
	16-20	Royaume-Uni multi-marchés Européens	Workshop City Fair + prospection
septembre	en attente	Asie-du-Sud-Est	Workshop Douce France
	23-27	Inde	Workshop France
octobre	04-05	Bassin Méditerranéen + Emirats Arabes Unis	Workshop France-Med
	05-06	France	Fêtes Normandes
	en attente	France	Salon Asso/Comités d'entreprises
	27-29	Allemagne	Workshop Boutique France
novembre	en attente	France	Prospection agents de voyages/autocaristes/réceptifs
décembre	02-05	France multi-marchés	ILTM

Rappel des définitions :

salon : salon grand public à la rencontre de potentiels visiteurs et touristes

workshop : salon professionnel à la rencontre de prescripteurs généralement sur une seule ville

roadshow : salons professionnels à la rencontre de prescripteurs sur plusieurs villes ou

directement dans leurs bureaux
prospection : rendez-vous établis en amont à la rencontre de prescripteurs dans leurs bureaux

-7-

Un rayonnement international par la presse

Au dernier trimestre 2018, inDeauville a instauré un nouveau comptage pour estimer les retombées presse de façon précise. **288** articles nationaux ont été répertoriés en France et en Europe pour un total de **1,250 millions** d'euros de contre-valeur publicitaire.



2018, PRES D'UNE CENTAINE DE MÉDIA ACCUEILLIS

89 média ont été reçus (hors presse régionale) :

29 français et **60** étrangers, soit **204** professionnels des media ou bloggeurs.

Des journalistes de **13** pays ont été accueillis :
Moyen Orient, Inde, USA, Angleterre, Brésil, Corée du Sud, Espagne, Japon, Allemagne, Belgique, Danemark, Italie, Suisse.



■ Impact médiatique : quelques exemples qui ont marqué 2018



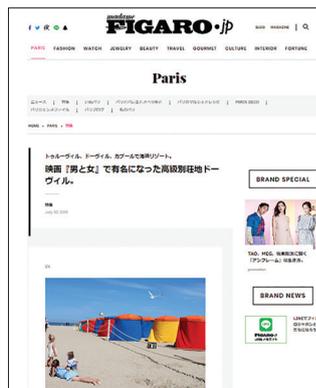
En juin : Pour l'ouverture de sa nouvelle résidence sur la presqu'île, Pierre & Vacances organise un voyage de presse

multimarchés qui rassemble des journalistes de France, Angleterre, Allemagne, Belgique. Au total 32 médias découvrent la résidence et le territoire.



En août : parution dans Elle magazine Italie, mensuel national féminin diffusé à plus de 170 000 exemplaires.

14 juillet : la radio Sanef 107,7 programme 6 heures d'émission en direct depuis la plage de Deauville et invite une quinzaine d'intervenants à venir parler du territoire.



En juillet : Sur son édition online, le magazine « Figaro Japon » publie un long article. Les articles sur les dernières tendances en France (destinations, gastronomie et loisirs...) sont des références pour les touristes japonais. Le site cumule 550 000

visiteurs uniques par mois.

Au cours de l'année 2018, inDeauville a bénéficié de deux reportages tourisme d'affaires dans les deux plus grands média sur ce secteur.

■ Des tournages et reportages qui font le tour du monde

Un chiffre : **62** jours de tournage ou prises de vue se sont déroulés sur le territoire, certains ont une portée internationale.



En juin 2018 la Maison Chanel lance sa collection « les Eaux de Chanel ». Elle avait investi pour ce lancement mondial la plage de Deauville, des décors inspirés par l'univers de Gabrielle Chanel avaient été totalement créés. Des journalistes et influenceurs du monde entier ont été accueillis tout au long de la semaine, amenés depuis Paris par le mythique train l'Orient Express.



En août 2018 CNN (l'un des plus gros média américain) est sur le territoire et tourne un reportage de 22 minutes sur le monde des courses pour « winning post », émission qui couvre les principaux événements hippiques à travers le monde.

**En octobre 2018 la suite du mythique film
« Un homme et une femme » de Claude Lelouch**



a été tourné à Deauville. Au casting pour cet épilogue, les mêmes acteurs que pour le film de 1966 : Jean-Louis Trintignant et Anouk Aimée. La fameuse Ford Mustang fait aussi parti de la distribution.



2 jours de tournage sur la plage de Tourgéville d'une série TV sud-coréenne avec des stars coréennes cumulant des millions de followers et une équipe de tournage composée de 46 personnes. La diffusion a eu lieu en novembre

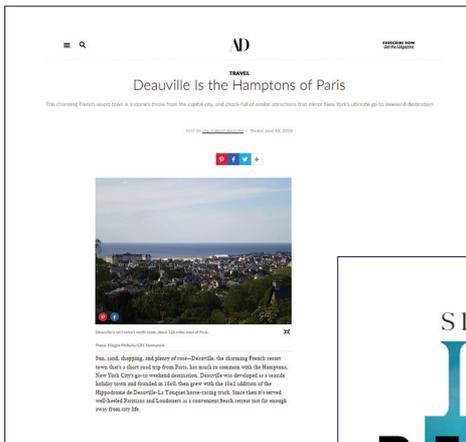
sur TV olive Corée, 4^e chaine du pays en terme d'audience.



Accueils bloggeurs : de nombreuses retombées toute l'année à l'instar de cette vidéo réalisé par un influenceur d'**Arabie saoudite**. Elle a obtenu + de **22 000** vues



Allemagne : article sur Deauville, repris dans **5** quotidiens régionaux allemands



inDeauville est comparé aux Hamptons par AD Architectural Digest

Cahier de l'Édition n° 2800 du 5 au 11 juillet 2018

SPÉCIAL ÉTÉ 2018

L'OBSESSION

DEAUVILLE

TROUVILLE, CABOURG, HONFLEUR, HOULGATE

La côte normande au Triport

avec **le bleu** magazine

BONNE ACADEMIQUE
10 PAGES

16 pages dans le **Nouvel Observateur** cet été sur la côte fleurie.

CHEQUE DE GENTENAPRESSE DE BELGIËS
Date: 25860216
Journal: "De Personeel"
Page: 14

Terug naar de gloriejaren

Vijfsterresidentie Pierre & Vacances Deauville

De zomervakantie, dat betekent voor veel Vlamingen gezinnen ijsjes likken op de zeedijk, bruin bakken op het strand en vooral veel files richting de Belgische kust. Maar het hoeft niet altijd zo cliché te zijn. Niet zover verder, over de Franse grens, kan je net zo goed genieten van de Noordzee, zonder de platgetreden paden te moeten betreden. Welkom in Deauville, de Noord-Franse badstad die de charme van begin vorige eeuw wil laten herleven.

Wie je wil genieten van het strand, moet je toch naar Frankrijk. De zomervakantie is nu eenmaal een tijd van de zee. De zee is niet alleen een plek om te zwemmen, maar ook een plek om te genieten van de zee. De zee is niet alleen een plek om te zwemmen, maar ook een plek om te genieten van de zee. De zee is niet alleen een plek om te zwemmen, maar ook een plek om te genieten van de zee.

4 pages dans le magazine belge **Check**, diffusé à **300 000** exemplaires.

THE Sun THE SUN & NEWS THE COUNTRY

< NZ NEWS FABULOUS MONEY MOTORS TRAVEL TECH DEAR DEIRDRE

All Fabulous Fashion Hair & Beauty Celebrity Health & Fitness

Fabulous

HOLE IN ONE Choose a golf and spa hotel in Newport or France for the perfect couple's compromise holiday

It's always difficult to find a holiday that suits you and your fella — but we've found the perfect compromise that's fun for everyone

REVEALED by Catherine Swanson-Pedley
19th August 2018, 12:31 pm | Updated: 20th August 2018, 10:30 pm

Twitter Facebook WhatsApp Comment Now

CHOOSE a golf and spa hotel at home or abroad for the perfect couple's compromise.
We compare the 2,970-sq-ft-acre Celtic Manor estate in Newport, Wales, with L'Hotel Du Golf in France to help you pick your next vacation.

Newport, Wales

2 pages des **fabulous Magazine** (supplément week-end du journal en anglais The Sun)

-8-

Une politique événementielle forte et volontaire

■ La culture, premier levier d'attractivité du territoire

Les principaux événements culturels du territoire poursuivent leur croissance boostés par des plans de communication ciblés. L'objectif est d'attirer des publics qui font d'un programme culturel un motif de vacances ou de week-end. Des partenaires média accompagnent leur déploiement. C'est le cas, entre autres avec SANEF, la radio de l'autoroute présente à Deauville en été et chaque année au Festival Planche(s) Contact.



CULTURE & TOURISME SE NOURRISSENT L'UN L'AUTRE

Selon le site entreprise.gouv.fr :

« L'offre culturelle et patrimoniale représente l'un des principaux atouts touristiques de la France. Le poids de ce secteur est estimé à près de 100 000 emplois et 15 milliards d'euros de retombées économiques. En France, le tourisme et la culture sont deux thématiques complémentaires. En effet, si les professionnels du tourisme exploitent la richesse culturelle d'une destination pour accroître son attractivité et générer des retombées économiques, la fréquentation touristique participe également à la survie des sites culturels. Il s'agit d'une des principales motivations de séjour pour les touristes français et étrangers, quel que soit leur pays d'origine ».



CLAUDE NORI

Planche(s) Contact :

12100 visiteurs (+17%)

Exposition Artistes en
Normandie : **10027**
visiteurs (+100%
par rapport à l'expo
d'été 2017)



Festival de
Pâques

3206
visiteurs



Sable show :

12000
visiteurs (+20%)

**Les
indicateurs
culturels
sur le
territoire**



Festival Livres
& Musiques

9000
visiteurs



Festival des
Nouveaux talents :
1300 visiteurs



Les médiévales
de Touques :
toujours un
grand succès
annuel.

Paléospace
60 000 visiteurs



La belle progression d'un Festival à Villerville

C'est sa cinquième édition. Alain Desnos, ancien directeur de théâtre et directeur de ce festival, est désormais persuadé que l'événement peut s'installer dans la durée. Implication des habitants, des entrées en hausse et un niveau de performance et de mise en scène élevé ont marqué l'édition 2018.



Festival Août Musical :
2589 visiteurs



Salon du livre
de Villers-sur-Mer :
1800 visiteurs



■ Ce qui va nous faire progresser en 2019

La Micro-Folie jusqu'en septembre

Ce lieu multiculturel et multifonction a ouvert le 22 décembre au Point de Vue. Le concept micro-folie qui se déploie partout en France affiche les mêmes ambitions que les Franciscaines : diffuser des contenus culturels, favoriser la création et la créativité, être un lieu de convivialité et d'échanges. Il a attiré ses deux premières semaines d'ouverture 6842 visiteurs.



De nouveaux outils de médiation au Paléospace

Un dispositif de visites avec tablettes numériques permettra dès 2019 de s'approprier des connaissances de façon ludique. L'accueil des scolaires va être développé grâce à l'installation d'une nouvelle structure couverte.



Le festival de l'Art Russe revient du 22 au 24 août : les meilleurs danseurs au monde se retrouveront à Deauville pour une deuxième édition encore plus

époustouflante et surtout inédite en France.

Planche(s) Contact fêtera ses 10 ans. Pour cette édition anniversaire, l'équipe du Festival rebat les cartes de la programmation.



■ Les sports équestres confortés par le Pôle International du Cheval Longines Deauville

En 2019, le Pôle va bénéficier du partenariat Longines dont on connaît l'implication internationale dans le monde équestre et hippique. Un atout important qui va lui permettre de développer sa visibilité. Les meilleurs cavaliers internationaux ne s'y sont pas trompés. Très récemment Félicie Bertrand, Clément Boulanger, Tony Hanquingant, Robert Breul ou Astier Nicolas se sont installés à proximité et utilisent ses équipements de haute qualité.

Ils s'entraînent au Pôle !



Félicie Bertrand,
cavalière de CSO, médaillée
d'or individuelle aux jeux
méditerranéens en 2018



Clément Boulanger,
cavalier international 4* CSO –
Formateur de jeunes chevaux



Tony Hanquingant,
cavalier international 4* CSO –
Formateur de jeunes chevaux
– coach – Champion de France
2014



Robert Breul
Cavalier international
4*CSO



Bertrand Lebarbier,
Cavalier international



Astier Nicolas,
cavalier international de
concours complet, double
médaillé olympique JO
Rio 2016



Pénélope Leprévost,
cavalière internationale 5*
CSO - médaillée d'or au
JO Rio 2016



Patrice Delaveau,
cavalier international 5*
CSO - Vice-Champion du
Monde par équipe et en
individuel à Caen en 2014



Mathieu Billot
cavalier international
5*CSO, gagne le jumping
international de Bourg-
en-Bresse en 2017



Kévin Staut,
cavalier international 5*
CSO, médaillé olympique
JO Rio 2016

Une activité permanente :

11 évènements organisés par des sociétés extérieures,

13 compétitions officielles organisées par le Pôle,

646 chevaux présents lors des Warm-Up (entraînements),

1 300 boxes loués lors des compétitions,

13 000 engagements,

78 journées de compétition.

Les concours internationaux portent l'image du territoire à travers le monde :

364 chevaux étaient engagés pour le Jump'In Deauville 2018 en provenance de 17 nations différentes. Les meilleurs cavaliers sont venus concourir : Pénélope Leprévost, Alexis Deroubaix, Philippe Rozier, Patrice Delaveau, Félicie Bertrand, Edward Lévy, Clément Boulanger....

Pour le Dress'In Deauville, ils étaient 95 chevaux (contre 76 en 2017). 19 nations étaient présentes : Arménie, Australie, Belgique, Danemark, Espagne, France, Grande-Bretagne, Allemagne, Japon, Luxembourg, Pays-Bas, Palestine, Russie, Suisse, Suède, Thaïlande, Taïpé, Ukraine, USA.

L'Académie Delaveau et l'école de polo forment les champions de demain

La formation va marquer plus fortement le territoire et continuer d'attirer les meilleurs espoirs. Après l'école de polo, s'ouvrira en 2019 l'Académie Delaveau, une véritable école qui allie sport, étude et emploi.



■ Les hippodromes, socle de la fréquentation estivale

Pour Franck Le Mestre, directeur de l'hippodrome de la Touques, « l'année 2018 est une bonne année avec une augmentation du panier moyen des visiteurs et des entrées payantes. Des dispositifs pour attirer les familles ont été mis en place : château gonflable, entre autres, et

nouvelles animations. Sur l'année plus de **80 000** visiteurs sont passés par l'hippodrome. Le dernier trimestre est particulièrement bon ».

L'Hippodrome de Clairefontaine a quant à lui fêté ses 90 ans avec en cadeau le label excellence

Tripadvisor. **44 935** visiteurs ont poussé ses portes pour assister aux courses (137 sur la saison 2018). 72 visites guidées ont permis aux visiteurs de découvrir l'envers du décor.

Un centre d'entraînement qui rayonne

Jean-Paul Rouget, célèbre entraîneur de chevaux de course a rejoint le centre d'entraînement de Deauville en juillet dernier. 80 boxes, un investissement de 1,3 million d'euros et la création d'une douzaine d'emplois en plus de 12 emplois transférés de Pau, centre d'entraînement principal de l'entreprise : ces trois chiffres montrent la confiance de l'entraîneur dans la dynamique cheval du territoire.

Horizon 2020 : une délocalisation heureuse

La clinique équine de l'Ecole Nationale Vétérinaire de Maison Alfort (Enva) prendra ses quartiers au Centre d'imagerie et de recherche sur les affections locomotrices équines (Cirale) en 2020, à 20 km de inDeauville. Cette délocalisation représente 10 millions d'euros d'investissement avec des équipements et l'arrivée d'au moins 170 étudiants. Un atout supplémentaire qui fait de notre territoire une région incontournable pour les passionnés de chevaux.

■ Les courses à pied s'installent dans nos paysages

Des retombées économiques fortes avec le Triathlon International

Les 24 et 25 juin, pour sa 7e édition, le Triathlon International de Deauville Pays d'Auge a une nouvelle fois battu un record de participation. Ses chiffres témoignent d'un apport économique important pour le territoire.

5 798 inscrits venus des quatre coins de la France, mais aussi de Belgique, Angleterre, Russie... et 15369 accompagnants. 90% d'entre eux comptent revenir en 2019. 12% découvrait le territoire. Ce sont à 91% des actions et pour 66% d'entre eux des CSP+ Les 55 stands du village Tri Expo ont vu passé plus de 20 000 personnes. 19468 repas uniques servis 4403 nuités ont été réservées

sur le territoire avec un prix moyen de 94 €. 382 494 € ont été dépensés en restauration. 63% sont allés au moins une fois au restaurant au cours de leur séjour.



Les « 21 kms mer, monts et marais », un semi-marathon nature

Cette nouvelle course écologique et nature a

rassemblé 500 coureurs dont 350 sur le format 21 kms, 115 sur le 5 kms et 35 enfants. Les visiteurs sont venus nombreux sur le parcours de Blonville-sur-Mer.

C'est au programme en 2019 : un marathon inDeauville

C'est le premier événement à porter le nom de la marque touristique du territoire. Il se déroulera le 17 novembre et proposera des formats de courses pour tous les niveaux. Au cœur de l'hiver, il devrait permettre de développer la fréquentation sur l'ensemble des communes. Il s'attachera à faire découvrir les atouts touristiques.

■ La filière tennis : l'une des priorités de travail en 2019



A Touques, l'Open Deauville-Trouville créé l'événement depuis deux ans. Il a progressé de 50% entre 2017 et 2018, porté par un beau plateau de joueurs et joueuses (David Goffin, membre du top 10 mondial / Alizé Cornet, N°3 française), un plan de communication très fort, des journées thématiques pour les plus jeunes et un niveau de partenariat élevé. L'Open bénéficie du soutien des collectivités mais aussi d'entreprises privées. L'engouement pour ses terrains a fait pousser des ailes à tous les clubs locaux qui ont décidé sous l'impulsion de la SPL Territoire de Deauville de mieux organiser, en complémentarité, leurs offres.

Le tennis territorial se structure

Les premières réunions de travail ont eu lieu en 2018. Objectif : faire de la diversité de nos équipements tennistiques un levier de fréquentation. Le plan d'action se met en place pour la saison 2019.

C'est déjà fait : Le club house du tennis de Villers-sur-Mer a fait peau neuve autour d'un bar convivial et d'une boutique « pro shop », proposant des produits en direction des sportifs : vêtements, équipements, ouvrages spécialisés.

On retrouvera aussi en 2019 :

- > Le territoire en base arrière de la Coupe du Monde Féminine de football 2019
les délégations féminines d'Espagne, d'Afrique du Sud, des États-Unis et d'Angleterre seront accueillies à Deauville, lors de la Coupe du Monde Féminine, en juin 2019. L'atout du binôme hôtel et terrain sportif pour l'entraînement est un facteur déterminant pour faire venir les équipes.
- > Les Championnats de France de Sambo le 23 février.
- > Les Championnats de France de taolu le 16 mars (karaté chinois)

■ De multiples rendez-vous tout le temps : inDeauville machine à fabriquer de la convivialité

Brocantes, ateliers enfants, visites guidées, spectacles jeunes publics, lectures, sorties nature, fêtes traditionnelles... Le pôle animations et sports de la SPL Territoire de Deauville a pris en charge l'organisation de multiples animations et événements qui renforcent l'agenda des rendez-vous. Impossible de les citer tous dans ce guide tant elles sont multiples. Trois d'entre elles témoignent de la diversité des propositions et de la dynamique installée de façon transversale sur les onze communes.



Les Nuits du tourisme

L'événement invitait les visiteurs à découvrir ou redécouvrir, gratuitement et à la tombée de la nuit (entre 19h et 23h), des sites touristiques sur tout le territoire. Guidés par le personnel d'inDeauville, ils ont pu profiter de navettes gratuites pour rejoindre à partir de Deauville Tourisme, la Villa Strassburger, les batteries du Mont-Canisy et l'église de Vauville. Près de 700 personnes ont participé par un temps pluvieux.



La fête de la coquille à Villers-sur-Mer

Jérémy Vandernoot, candidat Top Chef 2018, et Johan Thyriot, Chef étoilé du restaurant des Cures Marines Le 1912 (Trouville-sur-Mer) ont cette année créé l'événement avec leurs démonstrations culinaires. Pas moins de 130 exposants étaient présents. Cette année le premier trophée de la Fête de la coquille Saint-Jacques en binôme, cuisine et salle était organisé par la délégation normande

de l'Académie nationale de cuisine en plus des animations musicales et autres moments festifs, appréciés par 25 000 visiteurs.

La Fête de la mer de Villerville
800 visiteurs ont apprécié cette fête traditionnelle à Villerville. De nouvelles animations ont dynamisé l'événement. Développer la fréquentation de ce rendez-vous sera l'un des objectifs 2019.



-9-

Une offre touristique qui progresse sans cesse



Une offre hôtelière dynamisée par de nouveaux concepts et l'installation d'offres « patrimoniales »

Début 2018, la Résidence Pierre & Vacances s'ouvrait sur la Presqu'île renforçant l'offre bien-être du territoire. Sur ce même segment et dans un tout autre registre, s'est ouvert à Villers-sur-Mer Villa d'Eaux, maison d'hôtes intime installée dans un bâtiment à haute valeur patrimoniale ou encore la Chambre au Moulin à Vauville, dans l'une des magnifiques maisons en briques caractéristiques du Pays d'Auge.

En 2019 verra l'ouverture d'un tout nouveau concept, l'hôtel You, et d'un Novotel quatre étoiles. Côté restauration, beaucoup de mouvements témoignent aussi d'une évolution de l'offre : Honorine, le Bistrot des Planches, la Terrasse, l'Odysée, le Sleipnir... constituent la liste des nouveaux restaurants que nos visiteurs aimeront tester.

-10-

Un centre des congrès plus ouvert



Le Centre International de Deauville a organisé en 2018

130 événements pour **36532** participants.

Son année a été marquée par l'organisation d'événements ouverts au grand public : Art shopping (13500 visiteurs), Créativa (nombre de visiteurs non comptabilisés), Gourmet Gourmand (5000 visiteurs). Cette volonté d'ouverture au grand public se poursuivra en 2019 alors que l'équipe revisite sa stratégie numérique (web et réseaux sociaux).

>>> A savoir

> Le Centre International de Deauville vient d'obtenir la certification ISO 20121 qui garantit l'application d'un système de management de responsabilité sociale et environnementale pour les activités événementielles.

> Il est désormais membre de l'ICCA – International Congress & Convention Association qui a pour but de mettre en relation les organisateurs et les destinations au niveau international.



LES GRANDS ÉVÉNEMENTS SONT GÉNÉRATEURS DE RETOMBÉES ÉCONOMIQUES FORTES POUR LES VILLES D'ACCUEIL.

En 2017, une étude avait montré l'impact du Festival du Cinéma Américain pour le territoire :

- 11 millions de retombées économiques (directes et indirectes)
- 211 emplois
- 1 478 000€ de retombées fiscales
- 6 400 000€ de contre-valeur publicitaire
- 15h d'antenne

-11-

Une nouvelle gouvernance pour l'aéroport

Le 12 avril dernier était créée l'association « Aéroports de Normandie » dont la mission est d'assurer la coordination, la complémentarité et l'efficacité des quatre plateformes aéroportuaires normandes. Les objectifs de cette gouvernance : la connexion aux hubs européens, l'investissement pour maintenir la compétitivité des aéroports normands et la réalisation d'économies d'échelle en mutualisant nos moyens ».

Pour Maryline Haize-Hagron, directrice de l'aéroport, « l'année 2018 est une belle année charter/aviation privée, deux modèles qui fonctionnent bien et qui permettent le rayonnement de Deauville. C'était aussi une belle année équine avec un record de vol pour les chevaux». 2019 s'annonce une année charnière avec le 75^e anniversaire du Débarquement qui générera probablement des vols dédiés et des vols spécifiques pour le football féminin.



inDeauville

Le calendrier
2019

■ Des événements mondiaux prévus en Normandie

D.Day : le 6 juin

Les délégations internationales se donnent rendez-vous en Normandie Cérémonie commémorative en présence de chefs d'Etat. Les présidents, les ministres, les vétérans du monde entier répondront à l'invitation de la France. Les médias couvriront l'événement.



L'Armada

Les 30 ans de l'armada se déroulera du 6 au 16 juin 2019



Micro-Folie

Deauville

Jusqu'à fin septembre

Welcome to the Wizards

Deauville - 16 février

Championnat de France de Sambo

Deauville - 23 février

Rendez-vous du Modélisme

Villers-sur-Mer - 23 & 24 février

Normandes en Tête

Deauville - 8 mars

Regards croisés : France Corée

Deauville - 15 mars

Championnat de France de Taolu (karaté chinois)

Deauville - 16 & 17 mars

Concours para-équestre de dressage international 3'

Saint-Arnoult - 5 > 7 avril

Art Shopping Deauville

Deauville - 20 > 22 avril

Exposition événement Playmobil®

Villers-sur-Mer - 20 > 22 avril

Festival de Pâques

Deauville - 20 avril > 4 mai **NOUVEAU**

Salon de l'Artisanat et de l'Habitat

Saint-Arnoult - 3 > 5 mai

Festival Livres & Musiques

Deauville - 3 > 5 mai

Festival Villers Games #5

Villers-sur-Mer - 4 > 5 mai

Régate Cowes-Deauville

Deauville - 24 & 25 mai **NOUVEAU**

Salon de la Bière artisanale

Villers-sur-Mer - 31 mai & 1er juin

Deauville Green Awards

Deauville - 12 & 13 juin

Open Deauville-Trouville

Touques - 12 > 15 juin

Jump'In Deauville

Saint-Arnoult - 13 > 16 juin

Régate Linkers-Open de Deauville de Dragon

Deauville - 19 > 22 juin

Triathlon international de

Deauville-Pays d'Auge- 8^e édition
21 > 23 juin

Les Médiévales de Touques

Touques - 29 > 30 juin

Le meeting d'été de courses hippiques

Deauville - En juillet et août

La Normandique

Villers-sur-Mer - 7 juillet

Festival Sable Show

Villers-sur-Mer - 12 juillet > 20 août

Dress'In Deauville

Saint Arnoult - 19 > 21 juillet

Fête de la Mer

Villerville - 21 juillet

Pique-nique géant

Villers-sur-Mer - 21 juillet

Festival Août Musical

Deauville - 27 juillet > 10 août

VillArtVille

Villerville - 1^{er} > 4 août

Barrière Deauville Polo Cup

Deauville - 7 > 25 août

Longines Deauville Classic

Saint-Arnoult - 15 > 18 août

Festival Nouveaux Talents & Invités

Villers-sur-Mer - 16 > 22 août

Deauville Tattoo Festival

Deauville - 17 & 18 août

Ventes de yearlings

Deauville - 17 > 20 août

Salon du Livre

Villers-sur-Mer - 18 août

Festival de l'art russe

Deauville - 22 > 24 août

Très Cool Music Festival

Saint-Arnoult - Fin août (dates à préciser)

Un Festival à Villerville

Villerville - 29 août > 1^{er} septembre

Les voiles classiques de Deauville

Deauville - 30 août > 1^{er} septembre

Festival du Cinéma Américain

Deauville - 6 > 15 septembre

21 kms mer, monts et marais

Blonville-sur-Mer - 28 septembre

Festival Planche(s) Contact

Deauville - 19 octobre > 24 novembre

Fête de la coquille Saint-Jacques

et des fruits de mer

Villers-sur-Mer - 26 & 27 octobre

Deauville Gourmet Gourmand

Deauville - 1^{er} > 3 novembre **NOUVEAU**

Marathon International inDeauville

Deauville - 17 novembre

Tournée des As Poneys

Saint-Arnoult - 7 & 8 décembre

Bain du 1^{er} janvier

Deauville - 1^{er} janvier

Bureaux d'information touristique

BLONVILLE-SUR-MER TOURISME

32 bis avenue Michel d'Ornano - 14910 Blonville-sur-mer
+33 (0)2 31 87 91 14



DEAUVILLE TOURISME

Quai de l'impératrice Eugénie - 14800 Deauville
+33 (0)2 31 14 40 00

TOUQUES TOURISME

20 place Lemer cier - 14800 Touques
+33 (0)6 83 38 50 57

TOURGEVILLE - BENERVILLE TOURISME

Promenade Louis Delamarre

VILLERS-SUR-MER TOURISME

Place Mermoz - 14640 Villers-sur-Mer
+33 (0)2 31 87 01 18



VILLERVILLE TOURISME

40 rue du Général Leclerc - 14113 Villerville
+33 (0)2 31 87 77 76

CONTACT

SPL de Développement Territorial
et Touristique du Territoire de Deauville

Résidence de l'Horloge,
Quai de Impératrice Eugénie - 14800 Deauville

Pôle partenariat

02 31 14 40 04
partenaires@indeauville.fr

www.indeauville.fr



Les renseignements indiqués sont donnés à titre indicatif
et susceptibles de modifications. En aucun cas la responsabilité
de la SPL de Développement Territorial et Touristique
du Territoire de Deauville ne peut être engagée.