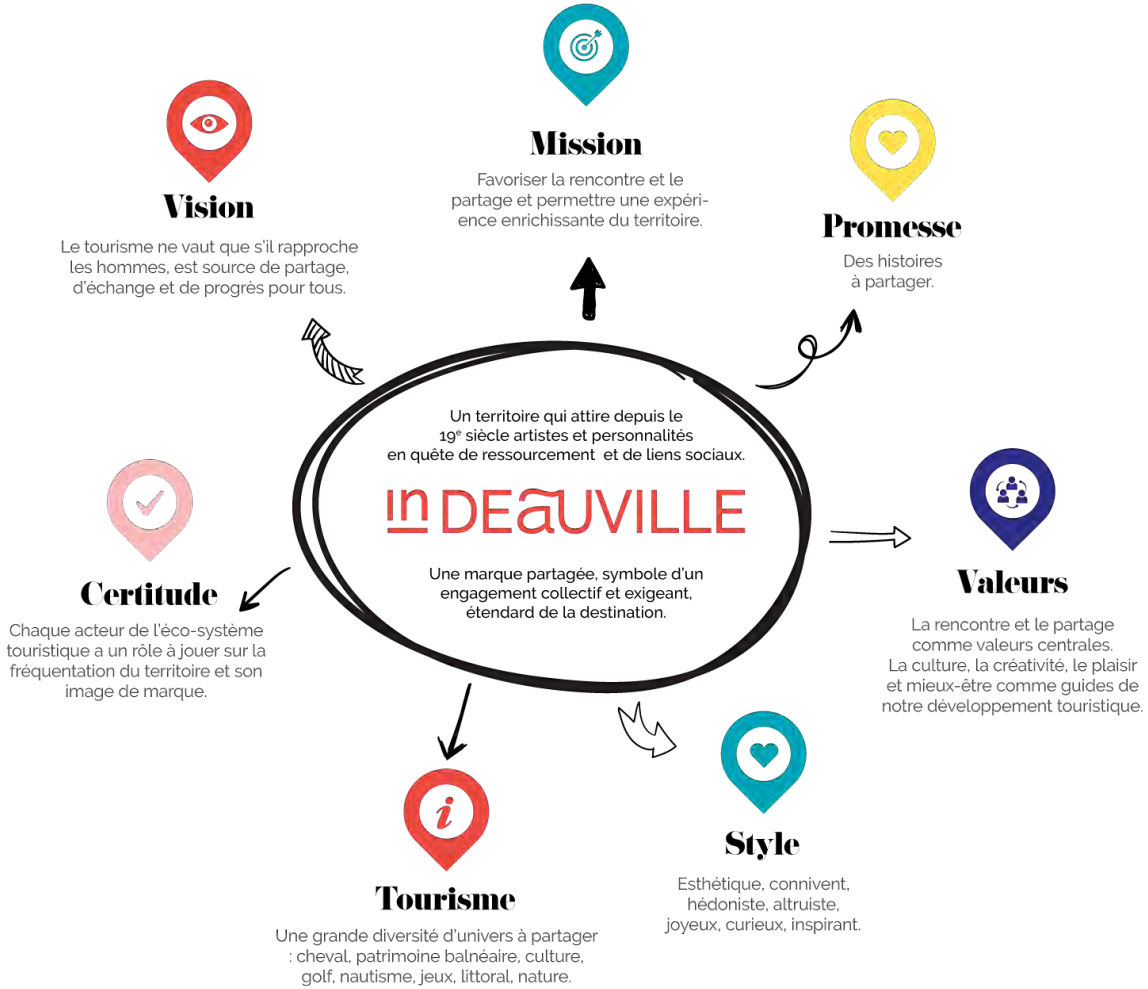
Tourisme économie & attractivité

Le point ! 2022


Vision
Le tourisme ne vaut que s'il rapproche les hommes, est source de partage, d'échange et de progrès pour tous.
Mission
Favoriser la rencontre et le partage et permettre une expérience enrichissante du territoire.
Promesse
Des histoires à partager.
Un territoire qui attire depuis le 19e siècle artistes et personnalités en quête de ressourcement et de liens sociaux.
inDEAUVILLE
Une marque partagée, symbole d'un engagement collectif et exigeant, étendard de la destination.
Certitude
Chaque acteur de l'éco-système touristique a un rôle à jouer sur la fréquentation du territoire et son image de marque.
Valeurs
La rencontre et le partage comme valeurs centrales. La culture, la créativité, le plaisir et mieux-être comme guides de notre développement touristique.
Tourisme
Une grande diversité d'univers à partager : cheval, patrimoine balnéaire, culture, golf, nautisme, jeux, littoral, nature.
Style
Esthétique, connivent, hédoniste, altruiste, joyeux, curieux, inspirant.

Notre richesse

une certaine idée du tourisme

Après vingt-cinq années passées au service de l'attractivité de quatre destinations françaises (La Baule, Tours, Saint-Malo, Nancy), j'ai intégré l'équipe inDeauville fin août 2022.
Je mesure la chance qui est la mienne de travailler au service d'un territoire attractif et innovant, animé par une démarche collective empreinte de valeurs fortes de tourisme de partage, source d'enrichissement et de progrès.
L'année 2022 a été marquée par un retour fort de l'activité touristique. Elle a confirmé l'évolution des attentes des visiteurs en recherche de sens, d'expérience, d'émotions, de culture.
L'offre collective et les outils proposés par inDeauville répondent à cette tendance. Le travail engagé depuis plusieurs années a permis d'être en phase avec les publics à travers les « univers » et les « histoires partagées », promesses d'émotions et d'expérience à travers une marque ombrelle forte et intelligente.
Notre stratégie de développement 2023 s'appuiera sur les fondamentaux du marketing de destination et proposera de nouveaux outils et services innovants qui permettront de créer une véritable « porte d'entrée du territoire » pour l'ensemble des publics et de les fidéliser. Nous nous engagerons au plus près des partenaires professionnels et des communes pour atteindre ensemble nos objectifs de croissance.
L'ensemble de l'équipe inDeauville se joint à moi pour vous souhaiter une très belle année touristique 2023.

Thierry Bottard
Directeur
DG

Combien ?

Le développement de notre audience et de notre rayonnement fait partie de nos misssions prioritaires. Afin de mesurer l'impact du territoire, nous mettons en place des indicateurs qui vont nourrir un observatoire plus précis des flux touristiques.

inDeauville

Panorama de notre audience 2022

142 124

visiteurs dans les six bureaux d'information touristique.

En progression/2021 : 102 701

17 097

visiteurs renseignés par tchat, mails, ou téléphone…

En légère baisse/2021 : 18 000

974 285

connexions au site indeauville.fr

En progression/2021 : 956 255

Dont 14% depuis l'étranger

56 804

abonnés aux réseaux sociaux

En progression/2021 : 52 122

14 616

abonnés à la newsletter hebdomadaire *Ma semaine inDeauville*

En progression/2021 : 14 595.
Forte progression du taux d'ouverture : 41% contre 34% en 2021*

10 326

abonnés à la newsletter internationale *Quoi de neuf inDeauville ?*

Un nouveau média destinés aux professionnels du tourisme et à la presse étrangère.

Taux d'ouverture : 23%*

* Le taux d'ouverture moyen des newsletters en France est de 18%.

Panorama de notre audience 2022

Au total, nous avons cumulé
1 215 226 contacts en **2022**
contre 1 154 958 en 2021 soit

60 268 de plus

Trois origines : les six bureaux d'information touristique dont la fréquentation a fortement progressé, la dynamique des boutiques des bureaux et la progression du site internet indeauville.fr.

Chiffres Janvier > août 2022

Ils sont **venus** inDeauville

Source Flux Vision, territoire Cœur
Côte Fleurie – (inDeauville + Trouville)

17 700 000 visiteurs en 2022

(contre 13 400 000 en 2021)

59%
d'excursionnistes à la journée

41%
de touristes (au moins 1 nuit)

3,6
millions d'étrangers.

14,4% Allemagne
13,8% Royaume Uni
9,6% Pays Bas
8,6% Belgique
6% Etats Unis

En progression
1,5 millions en 2021

9,6
millions de Français.

18,3% Seine-Maritime
12,3% Paris
8,7% Hauts-de-Seine
7% Eure
6,5% Yvelines

En progression
8,2 millions en 2021

12,9 millions de Français

3,3
millions de français

18,6% Paris
12,2 Hauts-de-Seine
7,8% Yvelines
6,8% Val de Marne
6,2% Seine-Maritime

En progression
3,1 millions en 2021

1,2
millions d'étrangers.

12,3% Allemagne
11,4% Royaume Uni
9,7% Pays Bas
8,9% Belgique
7% Etats Unis

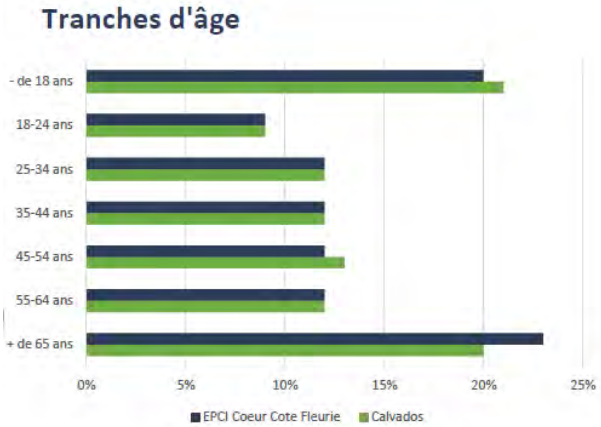
En progression
0,5 million en 2021

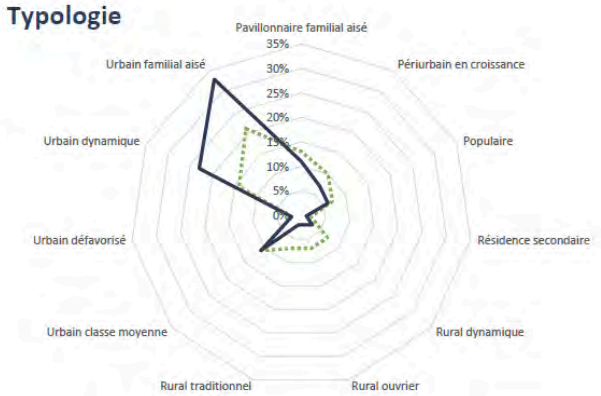
4,8 millions d'étrangers

Chiffres Juillet > août 2022

Profils des touristes

Source Flux Vision, territoire Cœur
Côte Fleurie – (in Deauville + Trouville)





GLOSSAIRE

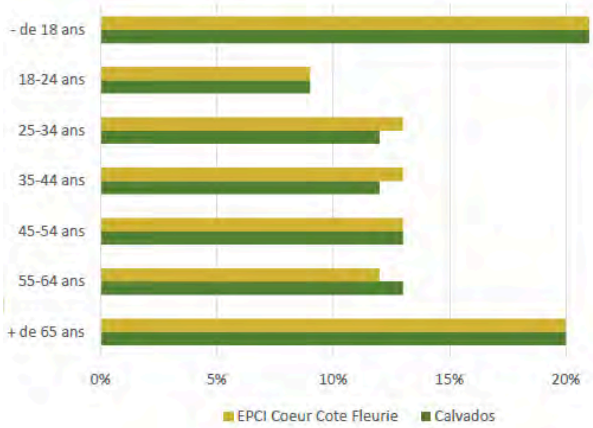
Pavillonnaire familial aisé : familles avec 2 enfants, propriétaires de pavillons récents en 2nde couronne des agglos, CSP+ avec de bons revenus se rendant en voiture à leur travail en dehors de leur commune.
Périurbain en croissance : familles aussi bien en appartement qu'en maison, en périphérie des grandes agglomérations en croissance, CSP intermédiaire 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 de très hauts revenus et surdiplômés, vivant dans un appartement en centre-ville ou 1ère couronne des agglos.

Chiffres Juillet > août 2022

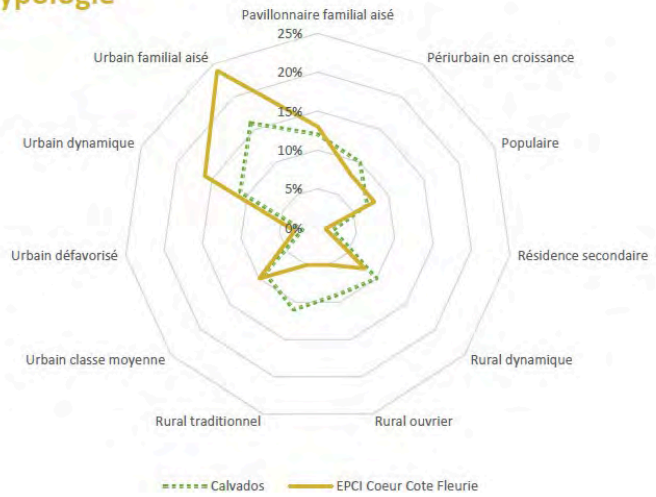
Profils des excursionnistes

Source Flux Vision, territoire Cœur
Côte Fleurie – (inDeauville + Trouville)

Tranches d'âge



Typologie



Année 2022

Focus hébergements payants

Sources Taxe de séjour des communes inDeauville (partiel).

HOTELS ET RESIDENCES DE TOURISME

Deauville
497 163 / +27%

Villers-sur-Mer
55 772 / +29,7%

Touques
33 898 / +28%

Soit sur ces trois communes : 126 000 nuitées supplémentaires

MEUBLES ET CHAMBRES D'HOTES

Deauville
9 682 (partiel*)

Villers-sur-Mer
19 737 (-6,77%)

CAMPINGS ET AIRES DE CAMPING-CARS

Villers-sur-Mer
51 751 (+992%)

Touques
38 192 (+18,17%)

OPERATEURS NUMERIQUES

Deauville
333 345 € / +20%

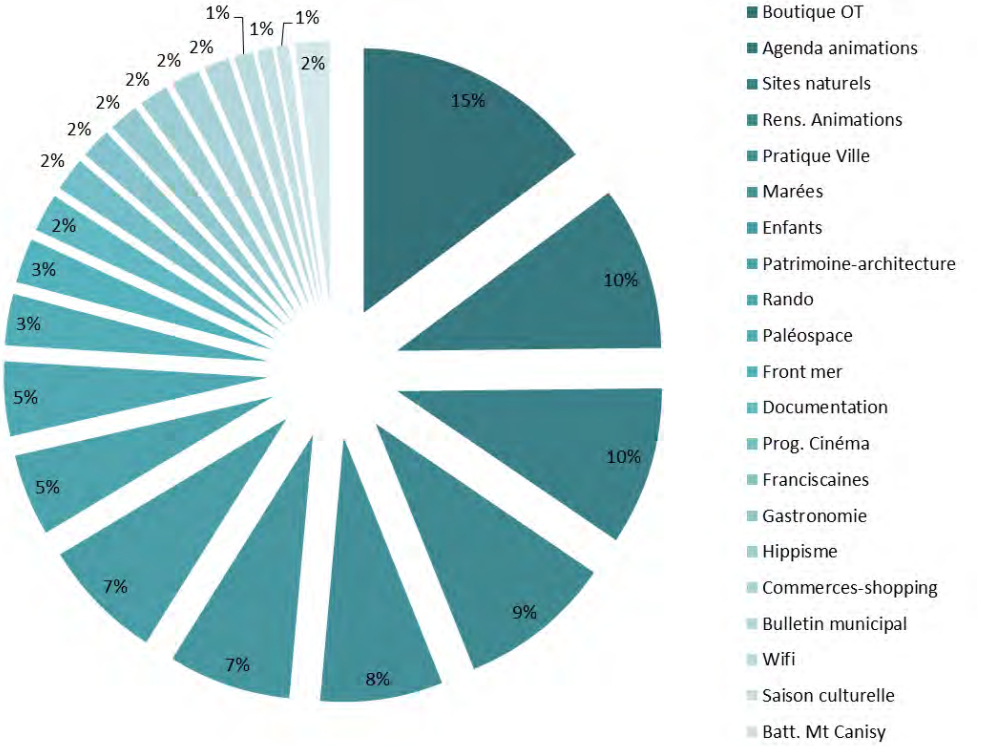
Villers-sur-Mer
66 808 €

Touques
20 153 €

* Pour Deauville hors Airbnb, Booking et Abritel

Centres d'intérêt

Les événements et la nature sont très demandés dans les bureaux d'accueil



Centres d'intérêt

Le site inDeauville : top rubriques

Le site internet est le reflet de notre approche marketing. Il confirme l'événementiel comme premier attrait du territoire. Il exprime notre volonté d'accompagner le visiteur à toutes les étapes de son parcours : depuis le moment où naît l'envie de visiter le territoire inDeauville jusqu'à son séjour.

La visibilité du site internet est un travail de tous les instants notamment son référencement.
Ses contenus doivent se réfléchir en terme d'outils et de services pour le visiteur, entre inspiration et praticité.
Sa liaison simple avec la commercialisation de l'offre est devenue un incontournable (vente en ligne).

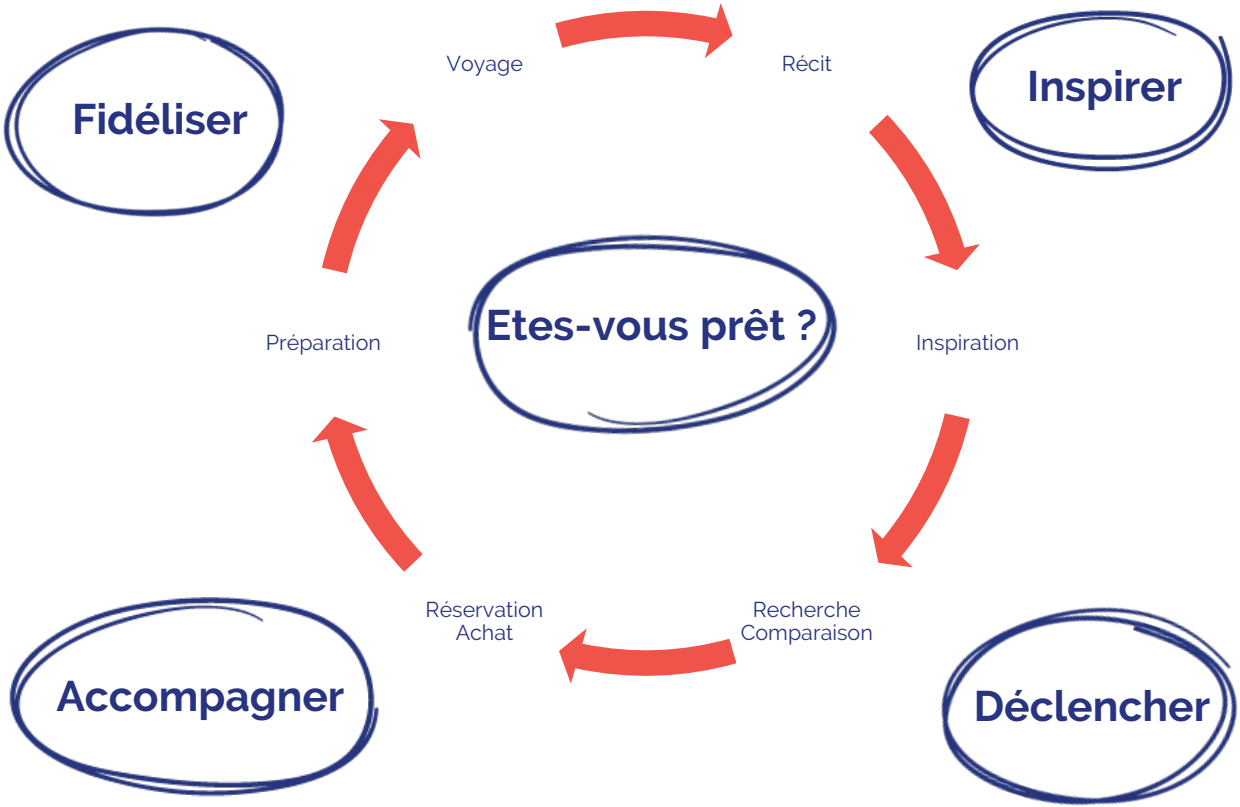
Centres d'intérêt

Le site inDeauville : top rubriques

1 - Agenda	6 – J'y suis	11 – Rubrique cheval	16 - Les loisirs
2 – rubrique « Je réserve »	7 – Boutique en ligne	12 – Où manger ?	17 - Le brochures
3 – rubrique « Je prépare »	8 – Organiser un événement	13 – rubrique « Je m'inspire »	18 - Rubrique bien-être
4 – Villers-sur-Mer	9 – Où dormir ?	14 - Rubrique nature	19 - Instant bien-être
5 – Visites et parcours	10 – Photos des internautes	15 - Sortir le soir	20 - Adresses utiles

Centres d'intérêt

L'approche inDeauville



Centres d'intérêt

le site inDeauville : top pages

1 – Villa Strassburger

2 – Piscine Olympique

3 – Les fromages normands

4 - Falaises des Vaches Noires

5 – Le parc Calouste Gulbenkian

6 – Allons bruncher

7 – Galoper sur le sable

8 – La plage de Deauville

9 – Marathon, les parcours

10 – Tout savoir sur la coquille

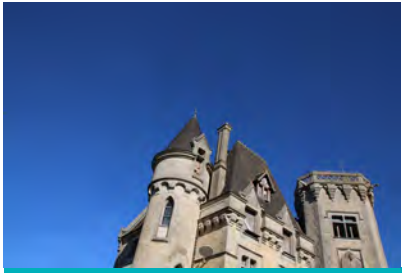
11 – Le Paléospace

12 – La plage de Villers-sur-Mer

13 – Le Mont-Canisy

14 – Marcher sur les Planches

15 – Où manger du poisson ?



16 – Tour carrée, Villa Mors

17 – Balade en mer

18 – Exposition Fernand Leger

19 – Jump'in Deauville

20 – La Gymnasiade

Pourquoi ?

Pour faire évoluer la fréquentation du territoire, il faut agir sur plusieurs leviers : l'offre, les outils de communication, l'image du territoire, la synergie des opérateurs touristiques animés d'une idée semblable du développement du tourisme…

Agir sur l'offre

C'est le domaine des communes, chacune est en charge de son calendrier d'événements. Les événements et nouvelles infrastructures sont nos premiers leviers d'attractivité. Ils attirent l'attention sur le territoire au travers des médias, renouvellent l'intérêt et donnent du rythme à notre promotion. En 2022, l'offre a progressé grâce à ces temps forts qui viennent nourrir des filières majeures : sport, culture, cheval et nature.

2022, c'est plus de nature
Grâce aux nouveaux itinéraires vélo, la Seine à vélo, la voie cyclable Deauville/ Saint-Arnoult.

2022, c'est plus de golf
Avec l'arrivée d'un Open féminin international qui a ré-affirmé le positionnement golf de inDeauville.

2022, c'est plus de gastronomie
La fête de la coquille Saint-Jacques, événement villersois est désormais l'opportunité d'une prise de parole gastronome chaque mois d'octobre.

2022, c'est plus de sports
Avec l'accueil de la première coupe des Nations en CSO qui nous a positionné plus haut sur la planète des sports équestres et "La Gymnasiade" qui a rassemblé 5000 jeunes sur le territoire.

2022, c'est plus de cinéma
Outre les accueils de tournages, inDeauville célèbre ses grands rendez-vous comme l'anniversaire du "Singe en hiver" et reste le lieu préféré des cinéphiles avec le Festival du Cinéma Américain.

BIENVENUE à tous les nouveaux partenaires qui nous ont rejoint en 2022

A l'offre événementielle ou l'ouverture de nouveaux équipements, s'ajoutent les initiatives du secteur privé, particulièrement dynamique inDeauville. 34 partenaires ont rejoint le réseau en 2022. En 2023, on découvrira dans nos onze communes : *Le Printemps*, entièrement redécoré et ses nouvelles marques exclusives ; *Le Deauville*, restaurant du groupe Beaumarly sur la presqu'île ; *Le Club*, nouveau lieu des nuits deauvillaises ; un nouvel établissement hôtelier complètement relooké à la place de *l'Hôtel Marie-Anne*.

Nouveaux lits

DEAUVILLE
Pavillon Le Cercle *(location)*
Le Nid Douillet à Bagatelle *(location)*
VILLERS-SUR-MER
Villa René *(chambre d'hôtes)*
Les Portes de la Mer *(location)*
SAINT-MARTIN-AUX-CHARTRAINS
Les Jardins de Deauville *(hôtel-restaurant)*

Lieux à louer

BENERVILLE-SUR-MER
Le Domaine de l'Abbaye à Deauville

Nouvelles tables

DEAUVILLE
Nouveaux concepts et nouveaux décors pour Les Planches, Le Hibouville et le Drakkar, restaurants du Groupe Bourdoncle
Kyo
Nicci
BLONVILLE-SUR-MER
Little Manjo
VILLERS-SUR-MER
Little Manjo - guinguette de plage
Le Celtic
La Bonne Table
TROUVILLE
L'Aquarius

Nouveaux commerces et services

DEAUVILLE
Ama *(déco et petite restauration)*
Adress *(prêt-à-porter)*
Armor Lux Deauville *(prêt-à-porter)*
Artismove *(galerie d'art – design)*
Beau Oui *(concept-store cadeaux)*
Deauville Limousine Service *(location véhicule)*
MB Epicerie *(épicerie fine – restauration)*
Cuisines Schmidt *(cuisiniste)*
BLONVILLE-SUR-MER
Chez Max *(vente à emporter-petite restauration)*
Les Planchettes *(vente à emporter – petite restauration)*
VILLERVILLE
Chez Manou *(épicerie fine – petite restauration)*
TOUQUES
La Boutique Fait Main *(artisanat)*
TROUVILLE
Des Ronds dans l'Eau *(concept-store enfants et adultes)*
Les Toqués du Terroir *(épicerie fine locale)*
La Perle des Dieux *(conserverie et produits de la mer)*
Ambiance & Nuances *(galerie photos)*

Nouvelles activités

DEAUVILLE
Deauville Watersports *(base de loisirs nautiques)*
TOUQUES
Dama Factory *(centre multi-activités de loisirs)*

Fédérer le réseau inDeauville

En 2022, 449 partenaires composent le réseau inDeauville. En nous associant tous ensemble, nous renforçons notre positionnement et installons la cohérence nécessaire à une visibilité croissante. Rejoindre inDeauville, c'est efficace et utile, on résume pourquoi en cinq points.

C'est profiter de l'audience inDeauville, toucher touristes français et étrangers, individuels ou pros, résidents secondaires et habitants. Et bien sûr, être recommandé en priorité par toute l'équipe.

C'est bénéficier de l'expertise de professionnels du tourisme qui peuvent vous apporter des conseils sur-mesure, une aide pour la mise en valeur de votre activité. C'est profiter de la saisie intégrale de vos informations dans la base de données touristiques TOURINSOFT, qui alimente les sites touristiques généralistes normands.

C'est la possibilité de valoriser votre activité sur les bons supports, ceux qui touchent vos cibles. Des support de qualité, adaptés aux tendances diffusés partout.
C'est aussi recevoir les documents inDeauville pour les offrir à ses clients et réciproquement disposer d'un réseaux de diffusion dans les six bureaux d'information touristique.

C'est contribuer à l'attractivité du territoire, s'associer à une dynamique qui n'échappe pas aux investisseurs et entrepreneurs touristiques. C'est réfléchir avec notre équipe à des actions de valorisation de chaque secteur. C'est aussi vous inscrire dans un réseau qui se retrouve régulièrement.

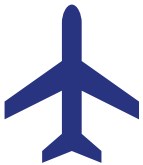
C'est disposer d'une photothèque, d'une vidéothèque, d'informations utiles et de toutes les actus touristiques. Autant de contenus à partager sur vos sites pour mieux fidéliser vos clients.

Promouvoir inDeauville à l'international

2022 a été l'année du retour à la normale pour la promotion internationale. Le territoire est à nouveau au programme des professionnels du tourisme. Par exemple, le Tour opérateur *The Luxe Voyager*, spécialiste des voyages sur mesures de luxe nous recommande sur son site. Nous sommes aussi la première étape d'une voyage en France proposé par le site brésilien *BlancTour*. On peut aussi citer *Holidays and More* qui nous enverra en juin des touristes indiens.
En 2023, le service promotion internationale se rendra sur 17 rendez-vous internationaux dédiés au tourisme. Outre les événements multi-marchés, l'Allemagne, la Belgique, le Brésil, l'Inde, les Amériques et l'Asie du sud-est sont ciblés. Parmi ces événements, cinq sont dédiés au tourisme grand public, douze ciblent les prescripteurs touristiques.

256

Prescripteurs et rencontres en rendez-vous individuels



43

Jours de prospection a l'étranger ou en distanciel

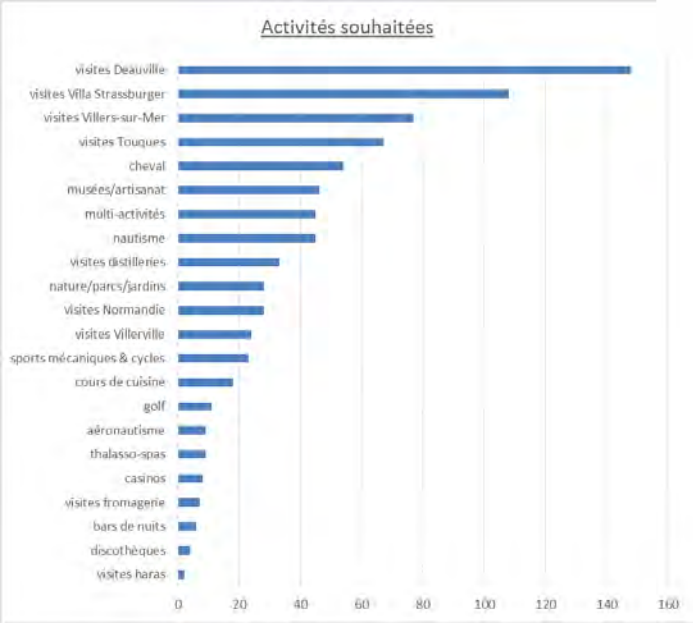
32

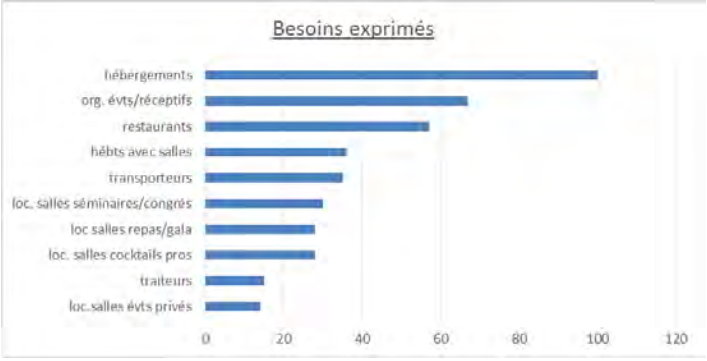
Tours operateurs & réceptifs accueillis au cours de 9 éductours, dont 40% des Etats-Unis, 19% de Brésiliens, 9% de Belges.

~~Webinaires de formation auprès de prescripteurs~~

Activités groupes

Côté groupes, inDeauville a organisé en 2022 47 visites guidées pour 1096 participants. Une année record ! Les visites guidées des différentes communes sont plébiscitées en particulier à Deauville et Villers-sur-Mer. 512 demandes groupes ont été transmises aux partenaires socio-professionnels du territoire. Cette activité est marquée par une forte reprise et un intérêt pour notre territoire presque équivalent à la période pré-Covid (2019 > 577 demandes groupes traitées).



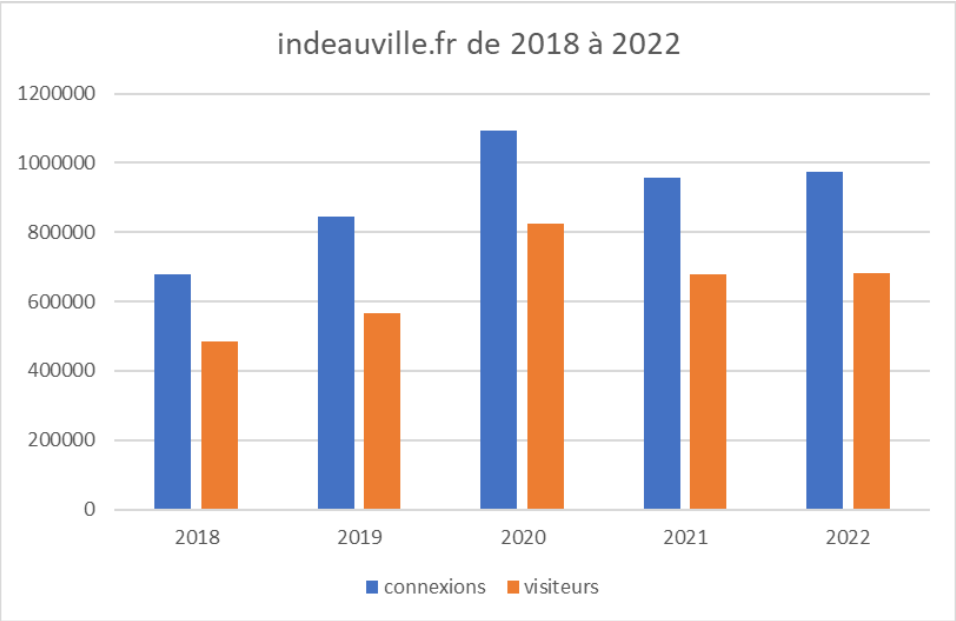


Parfaire nos outils numériques

Depuis son lancement en 2018, le site internet indeauville.fr a franchi en 2022 le cap des

4 millions de connexions

(4 549 012), des 3 millions de visiteurs (3 234 756) et des 10 millions de pages vues (10 179 610).



Les chiffres 2022

680 988
visiteurs

2 018 151
pages vues

974 285
connexions

Trois axes de travail prioritaires pour continuer de progresser sur le web

Site indeauville.fr

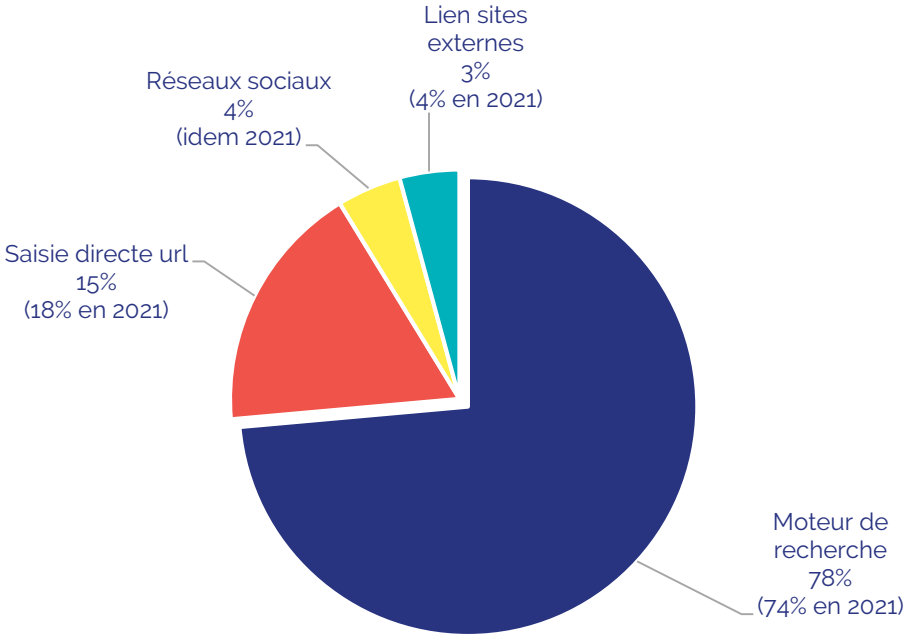
- **Optimiser le référencement** — Bien apparaitre sur des mots clés déterminants et stratégiques pour inDeauville
- **Un gestion active de la relation client** — Mettre en œuvre une relation client personnalisée et accroître nos contacts qualifiés
- **Poursuivre la résa online** — Plus de produits identitaires en réservation, plus de praticité pour les internautes pour faire progresser le nombre d'achat : près de 5000 en 2022 pour un chiffre d'affaires de 47 000 €

Le nombre de pages référencées par Google est le baromètre de notre production de contenus.

Il est de **18 500** pour 2022

Ce résultat est obtenu grâce à la production de 3393 pages créés au cours de l'année 2022 par l'équipe communication marketing et l'équipe partenariats.
Près de 600 pour les commerces et établissements de loisirs.
440 pour leurs prestations : cours, ateliers, séances de sport, visites guidées…
1600 pour les événements.

Origine de la connexion à indeauville.fr



En matière de référencement, le site indeauville.fr gagne 1 place par rapport à 2021. Il se positionne à la 3ème place dans le classement des sites de villes balnéaires françaises.

Palmarès SEO*
Office de Tourisme des stations balnéaires

Décembre 2022

RANG	NOM	MOTS-CLÉS	SCORE SEO
1	GUERANDE	5586	442
2	QUIBERON	5946	318
3	DEAUVILLE	3773	318
4	SAINT MALO	5305	299
5	SABLES D'OLONNE	4258	295
6	CANNES	3500	200
7	ANTIBES	3788	182
8	BIARRITZ	2478	151
9	BAIE DE SAINT-BRIEUC	2296	138
10	DINARD	1852	117

source : https://www.cybercite.fr/palmares-seo-ot-stations-balneaires.html

*SEO (Search Engine Optimization) signifie en français : « Optimisation pour les moteurs de recherche ». Il s'agit de l'ensemble des techniques mises en œuvre pour améliorer la position d'un site web sur les pages de résultats des moteurs de recherche. On l'appelle aussi référencement naturel. Mots clés, structure soignée, intérêt des articles, richesse du vocabulaire, structuration des titres... font partie des techniques utilisées.

Animer nos communautés

Les communes qui composent le territoire ont pour beaucoup choisi de continuer à gérer leurs propres réseaux sociaux. Cependant, elles relaient les informations d'actualité ou d'événements des communes voisines, ce qui permet d'élargir les audiences et de faire rayonner le réseau. Zoom sur des résultats partiels.

56 804

followers sur les réseaux sociaux

+8,98% vs 2021

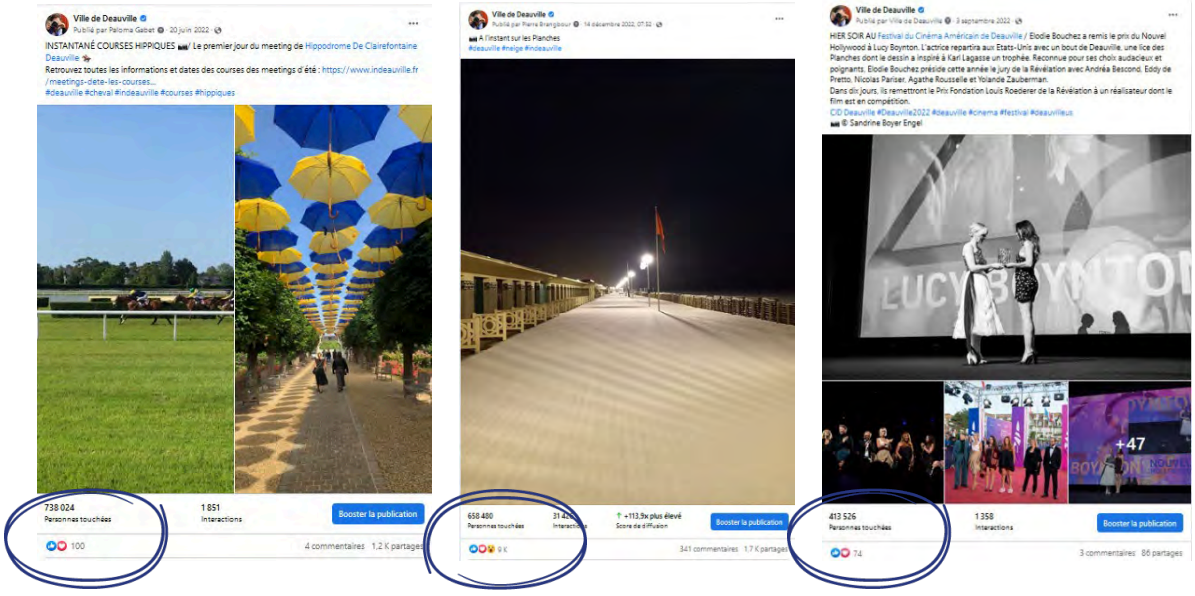
FACEBOOK
25 405 abonnés (+16,16%)
22 502 à la page Deauville
2 903 à la page Blonville, Benerville, Tourgéville
970 posts Facebook
5 463 617 touchées (record)
203 449 interactions

INSTAGRAM
23490 abonnés
à la Page Deauville

TWITTER
6 536 abonnés au compte Deauville (+9,72%)
788 200 personnes touchées

LINKEDIN (Nouveau)
173 abonnés à la page inDeauville nouvellement créée.

Facebook



115 vidéos ont été produites en 2022.
Pour 189 000 personnes touchées
74 000 d'entre elles ont vu les vidéos au-delà d'une minute.
Globalement les indicateurs Facebook sur les vidéos inDeauville

progresse de l'ordre de **50%.**

25 405 abonnés (+16,16%)

22 502 à la page Deauville
2 903 à la page Blonville, Bénerville, Tourgéville.

Cette année 970 posts Facebook ont été produits, soit près de trois par jour.
5 463 617 personnes ont été touchées (record) par nos publications.
203 449 interactions (commentaires, likes, partages) ont été enregistrées.

TWITTER

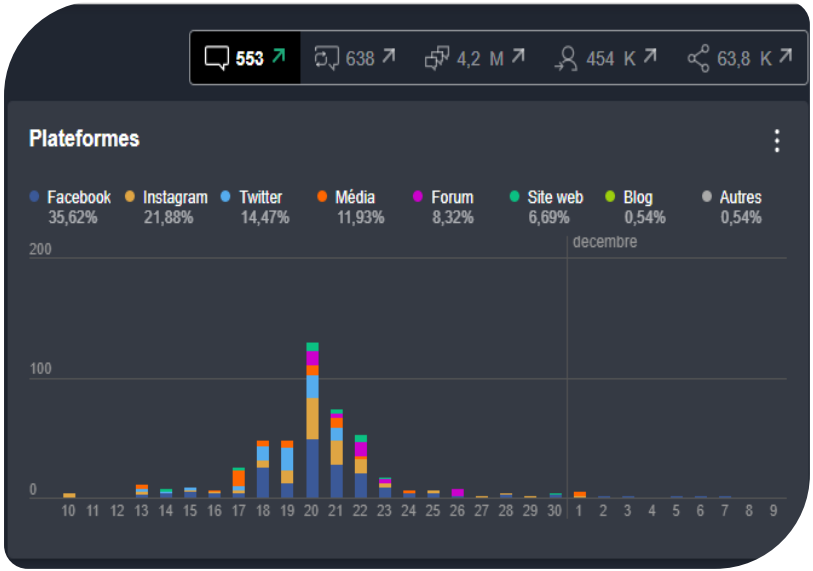
6 536 personnes sont abonnées au compte Deauville qui relaie les actualités touristiques du territoire **(+9,72%)**

788 200 personnes ont été touchées par ses publications.

Accompagner les événements

inDeauville accompagne les événements majeurs du territoire d'un plan de communication qui vise à créer des contenus et à les diffuser largement :
-création d'espace dédié sur le site internet indeauville.fr
-interview des organisateurs
-reportage au cœur de l'événement
-actus dans les newsletters
-flash actu auprès des commerçants.

Ci-contre le bilan du « bruit numérique » du Marathon in Deauville en novembre 2022. Avec 553 posts au total, cette manifestation a touché 454 000 personnes sur les différents supports indiqués. Parmi elles, 110 000 ont été touchées par une communication inDeauville.



Développer le rayonnement par la presse

L'accueil de journalistes de la presse écrite, digitale, TV ou radios, de blogueurs ou d'influenceurs participe pleinement à la promotion, l'image et la notoriété de la destination. A travers leurs articles, ce sont des milliers de lecteurs qui sont touchés.

422

articles de presse en France (hors presse régionale), Belgique, Grande Bretagne, Etats-Unis, Allemagne. L'espace obtenu gratuitement équivaut à

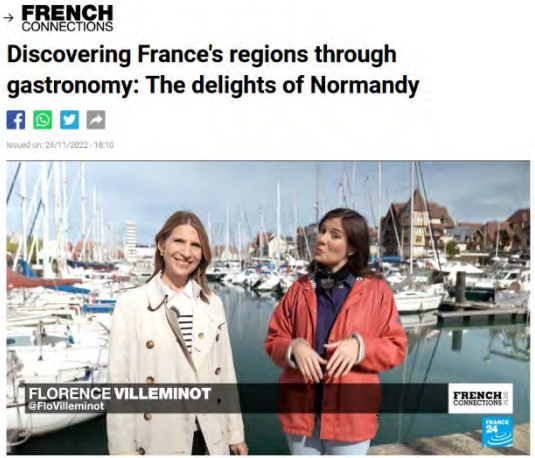
2,54

millions d'euros.

38

médias, blogueurs ou influenceurs ont été reçus, 23 Français, 15 étrangers.

Les tops



Le reportage French Connections sur France 24 (chaîne internationale), dédié à la gastronomie normande

L'article du quotidien de référence britannique The Guardian tiré à 110 000 exemplaires en Grande-Bretagne, consultable en ligne (113 millions de visiteurs chaque mois en moyenne, dont 47,4 millions en Europe) et sur les réseaux sociaux du "Guardian Travel" (Facebook 90 000 abonnés / Twitter 737 000 personnes)

Le reportage de l'émission « Territoires de France » de TV5 Monde, dédié à Deauville et au Calvados

L'article du magazine Détours en France (accueil 2021 – parution 2022)

Les tops

Dans les cartons 2023

2023 va rebattre les cartes dans certains domaines et conforter des axes déjà amorcés. Notre constante : le développement d'un tourisme qui a du sens pour chacun d'entre nous.

inDeauville

La création d'un bureau des congrès

L'objectif de ce nouveau service est d'accompagner les organisateurs d'événements MICE* dans une logique d'offre territoriale centralisée et coordonnée et de développer les synergies entre les acteurs économiques et touristiques du territoire.
Le bureau des congrès permettra très rapidement d'accroître les ventes indirectes du tourisme d'affaires en mettant en relation organisateurs et acteurs économiques locaux, une fois le cahier des charges des congrès étudiés.
Chaque rencontre qui se déroulera dans notre rayon d'action disposera ainsi d'un interlocuteur unique qui lui facilitera le travail d'organisation et lui proposera une offre personnalisée pour l'accueil de touristes d'affaires : cadeaux d'affaires, programmes accompagnants, programmes sociaux, programmes pré et post événements…), conseils et recommandations vers les partenaires.
inDeauville se positionnera ainsi naturellement comme l'ensemblier de l'offre MICE du territoire.

*Meeting incentive congress exhibition

inDeauville

Répondre au besoin d'une destination durable

La Ville de Deauville en prenant appui sur le Centre International de Deauville, établissement labellisé ISO 20121, a obtenu le Label Destination Innovante Durable en 2022. Ce label lui permet d'affirmer dans un référentiel national ce que collectivités, structures publiques et entreprises privées entreprennent sur le territoire.

~~En incubation depuis une année~~, in Deauville prend le relais en 2023 pour animer cette démarche et accompagner les parties prenantes dans le renouvellement du label en 2023 et avancer sur le sujet de la labellisation des démarches environnementales désormais très attendues par les visiteurs.

25%

des appels d'offre pour des événements de groupe reçus par le groupe ACCOR intègrent **des critères éco-responsables obligatoires.**

Mathieu Vayssière, Directeur des Opérations ACCOR en Région Nouvelle-Aquitaine, janvier 2021

85%

des Français attendent des plateformes dévolues aux voyages des sélections de séjours « responsables » et respectueux de l'environnement. Pour 82 % d'entre eux, l'engagement écoresponsable d'un professionnel du tourisme représente un facteur de confiance supplémentaire.

Sondage IFOP, mars 2021

40%

des Français se déclarent prêts à payer plus cher pour voyager de manière écoresponsable.

Sondage IFOP, mars 2021

Développer une forte culture de la relation client

Aujourd'hui, inDeauville développe deux newsletters, l'une hebdomadaire, la seconde trimestrielle. Ce sont ses deux outils principaux de fidélisation. On s'y abonne librement sur le site ou via les cartes diffusées largement.

Pour alimenter cette base de contacts, inDeauville récupère également les données du hotspot inDeauville inDeauville et incite à l'abonnement lors des événements.

A cette démarche rationnelle de collecte de données qui permettra à terme de mieux connaître les visiteurs et de finaliser un véritable observatoire du tourisme, succédera une démarche émotionnelle : communication avec nos visiteurs à toutes les étapes de leurs parcours avec des messages personnalisés pour donner envie de venir, susciter le dialogue, faire des propositions.
Pour cela inDeauville va se doter d'un outil spécifique de GRC (Gestion de la Relation Clients) qui servira aussi bien pour les vacanciers que pour les touristes d'affaires ou pour l'animation de communautés particulières.

en gras

Newsletter hebdomadaire.

14 616 abonnés,

taux d'ouverture de 41%.

Newsletter trimestrielle

10 326 abonnés, taux d'ouverture de 23%.

Cible prioritaire : des visiteurs occasionnels, les opérateurs touristiques internationaux, la presse étrangère.

inDeauville

Une marque qualité tourisme renouvelée

Les 23 et 24 mars 2022, le travail des équipes InDeauville sera examiné dans le cadre de l'audit "Qualité tourisme". Cet audit permettra le renouvellement du classement en catégorie 1 de l'office de tourisme intercommunal programmé fin avril. Cela représente un travail important pour le pôle *Accueil et Qualité* qui travaille en transversalité avec les quatre autres pôles. Le label "Station classée de tourisme" qui est conditionné par l'obtention du classement en catégorie 1 est d'autant plus important qu'il permet de générer des revenus significatifs pour les communes concernées : Blonville-sur-Mer, Deauville, Touques et Villers-sur-Mer.

A travers cette marque Qualité Tourisme, nous nous engageons à :
- Cultiver l'art de recevoir les visiteurs comme nos hôtes privilégiés et les informer gratuitement sur l'offre touristique locale, à apporter des renseignements personnalisés en adéquation avec les attentes et faciliter vos démarches pour la réservation de prestations touristiques.
- Assurer un service d'accueil permanent tenu par une équipe attentive et performante, formée pour répondre aux besoins. Recevoir dans un endroit agréable et accueillant.
- Fournir toutes les informations touristiques nécessaires au séjour. Garantir la fiabilité et l'actualité des informations touristiques que nous transmettons.
- Former régulièrement le personnel pour améliorer ses compétences.
- Répondre quotidiennement aux demandes par téléphone ou courriel.
- Mesurer régulièrement la satisfaction et la qualité des prestations. Etre à l'écoute des remarques et suggestions dans un objectif d'amélioration permanente des services.
- Respecter l'environnement, réduire les achats, maîtriser les dépenses énergétiques, recycler les déchets.
- Adopter une éco-communication raisonnée.

DEAUVILLE
DEAUVILLE

inDeauville

Les événements 2023

Janvier
28 janvier au 25 juin – Deauville
Exposition "Esprit Pop, es-tu là ?"
28 janvier au 25 juin – Deauville
Exposition "New York 1970, dessins d'André Hambourg"

Mars
4 mars au 28 mai – Deauville
Exposition "Chefs d'œuvres d'Irving Penn (1917-2009)"
24 au 26 mars – Saint-Arnoult/Deauville
CSO Hunter National Style & Equitation
31 mars au 2 avril – Saint-Arnoult/Deauville
Concours Para-Equestre de Dressage International ***

Avril
15 et 16 avril – Villers-sur-Mer
Villers Games
22 avril au 7 mai – Deauville
27e Festival de Pâques
27 au 30 avril – Saint-Arnoult/Deauville
Jump'in Deauville - CSI 2*, 1* et amateur Golf Tour FFE Esthederm

Mai
5 au 7 mai – Deauville
20e Festival Livres & Musiques
16 au 20 mai – Deauville
1er Deauville United Festival
20 mai – Blonville-sur-Mer
2e Festival des Mômes – Blonville aux enfants
26 mai – Deauville
Régate Cowes-Deauville

Juin
7 et 8 juin – Deauville
12e Deauville Green Awards
10 juin - Saint-Gatien-des-Bois
2e Fête du Bois
15 au 18 juin – Deauville
12e Triathlon international de Deauville Normandie
16 au 19 juin – Deauville
Régate Linkers open international de Deauville
17 juin – Touques
Soirée médiévale et grand spectacle de feu
22 au 25 juin – Saint-Arnoult/Deauville
Sotheby's International Realty CSIO Deauville
24 juin au 17 septembre – Deauville
Exposition "Faites vos jeux"
25 juin – Deauville
8e Normandique

Juillet
13 au 16 juillet – Saint-Arnoult/Deauville
Dress'in Deauville - CDI 3*, 2*, Amateur, Young Rider, Pony, Junior
16 juillet -Villerville
Fête de la mer
20 au 29 juillet – Deauville
Festival mondial de Bridge
21 au 23 juillet – Deauville
1er Festival Manga de Deauville

Juillet / Août
Juillet et Août - Hippodromes de Deauville-La Touques et Deauville – Clairefontaine
Courses hippiques - Meeting d'été
11 juillet au 22 août (les mercredis et vendredis) – Villers-sur-Mer
35e Festival Sable Show
14 juillet au 25 août (les vendredis)
Les apéros-jazz de Touques
19 juillet au 9 août (les mercredis) – Blonville-sur-Mer
3e Estiv'halles – Apéros-concerts

Août
30 juillet au 12 août – Deauville
22e Août musical
5 au 27 août – Deauville
Deauville Barrière Polo Cup
10 au 13 août – Saint-Arnoult/Deauville
Longines Deauville Classic - CSI 4* & 1*
16 au 22 août – Villers-sur-Mer
33e Festival des Nouveaux talents et Invités
18 au 20 août – Deauville
Ventes de Yearlings
19 et 20 août – Deauville
6e Deauville Tattoo Festival
20 août - Villers-sur-Mer
9e Salon du livre de Villers-sur-Mer
24 au 27 août – Villerville
10e Théâtre à Villerville

Septembre
1er au 10 septembre – Deauville
49e Festival du Cinéma Américain de Deauville
17 septembre – Villers-sur-Mer
21 km Mer, Monts et Marais
25 au 30 septembre – Saint-Arnoult
Golf : Lacoste ladies Open de France

Octobre
6 au 8 octobre – Saint-Arnoult/Deauville
Grand National FFE - Saut d'obstacles
8 octobre – Touques
2e fête de la pomme
21 au 25 octobre – inDeauville
Equidays – Le Calvados fête le cheval
21 octobre au 7 janvier – Deauville
Festival de photographie Planches Contact #14
28 octobre – Villerville
Fête du Singe en Hiver
28 et 29 octobre – Villers-sur-Mer
27e Fête de la coquille Saint-Jacques et de la gastronomie

Novembre
18 et 19 novembre – Deauville
4e Marathon international in Deauville

Contact

SPL de Développement Territorial et Touristique de inDeauville

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

Pôle Développement Commercial
02 31 14 40 04
partenaires@indeauville.fr

www.indeauville.fr

Crédits photos : Anne Halley / Béatrice Augier / Delphine Barré-Lerouxel / Etienne Chognard / Lucas Thirion-Tournois / Lucile Loisel / Manoirs de Tourgéville / Maximin Hellio / Naïade Plante / Sandrine Boyer Engel
Impression : Nord Imprim