

RAPPORT

d'Activité 2022

Observatoire
Accueil - Information
Visites guidées
Croisières
Marketing
Ingénierie



Honfleur
Terre d'Estuaire
Office de Tourisme



GLOSSAIRE

BIT	Bureau d'Informations Touristiques
CCPHB	Communauté de Communes du Pays de Honfleur - Beuzeville
CODIR	Comité de Direction
EPIC	Établissement Public à caractère Industriel et Commercial
ERP	Établissement Recevant du Public
ETP	Équivalent Temps Plein
GPMR	Grand Port Maritime de Rouen
GQD	Groupe Qualité de la Destination
HNO	Honfleur Normandy Outlet
HPR	Haropa Port de Rouen
JEP	Journées Européennes du Patrimoine
MQT	Marque Qualité Tourisme
OTN	Fédération des Offices de Tourisme de Normandie
OTCH	Office de Tourisme Communautaire de Honfleur
RAQ	Référent Qualité
TDS	Taxe De Séjour

SOMMAIRE

Contexte de l'année 2022	4
Observatoire touristique	6
Accueil & Information	10
Visites guidées	16
Croisière maritime & fluviale	22
Marketing	26
Ingénierie	36



1

CONTEXTE DE L'ANNÉE 2022



Avant de se pencher sur 2022, rappelons que les années 2020 et 2021 ont été profondément marquées par la crise sanitaire, avec des conséquences inédites sur de nombreuses activités. Et le tourisme est l'un des secteurs à avoir le plus souffert de cette pandémie, entre confinements, interdiction de franchir les frontières, fermeture des commerces, limitation des déplacements... Les arrivées internationales avaient notamment fortement baissées sur notre territoire et les réservations de groupes, les croisières fluviales et les croisières maritimes avaient connues un arrêt brutal.

Mais dans ce contexte singulier, notre destination a toujours fait valoir ses atouts et a su tirer son épingle du jeu, même si les professionnels du tourisme ont longtemps dû composer avec l'absence des réservations de groupes, des clientèles extra-européennes, des croisiéristes ou d'événements majeurs sur le territoire.

Car notre destination offre en effet tous les ingrédients pour des vacances réussies : un patrimoine remarquable et préservé, une offre de tourisme vert indéniable propice à l'évasion, un bord de mer pour un bol d'air marin, des boutiques pour se laisser aller à la flânerie, des hébergements et des restaurants qui s'adaptent et se réinventent. Sans oublier la notoriété de Honfleur qui facilite les intentions de séjour.

Fréquentation des Bureaux d'Accueil en hausse, clientèles étrangères en hausse, recettes du service Commercialisation en hausse, recettes tirées de la billetterie en hausse... Après deux années de crise, l'activité de l'Office de Tourisme est bel et bien repartie en 2022. Mais si les touristes ont effectivement été plus nombreux cette année, la fréquentation reste toujours inférieure aux niveaux d'avant la crise sanitaire.

Cet été, malgré un contexte encore compliqué, les touristes français et étrangers ont décidé de partir en vacances. Et les retours des professionnels du tourisme du territoire - interrogés dans notre enquête de conjoncture portant sur l'été 2022 - ont confirmé cette tendance. Ils sont globalement satisfaits de la saison, portée en partie une météo favorable. Plusieurs ont même retrouvé leur niveau d'activité d'avant covid.

Et si un vrai rebond a bien été observé en 2022, une publication de l'Organisation Mondiale du Tourisme (OMT) de février 2022 ne prévoit pas de retour aux niveaux d'activité pré-pandémiques avant 2024.

2

OBSERVATOIRE TOURISTIQUE



LES CHIFFRES CLÉS DE 2022 POUR L'OFFICE DE TOURISME

Une reprise qui s'amorce pour l'ensemble des activités



112 292

+64%

visiteurs dans nos bureaux d'accueil

64 % de Français / 36 % d'étrangers



28 400

+7%

fans Facebook



2 373

+1%

abonnés Twitter



21 200

+22%

igiers Instagram



253 522

-18%

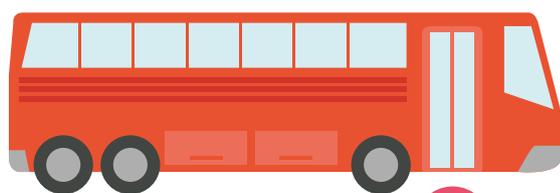
visiteurs sur le site web

704 752 pages vues



201

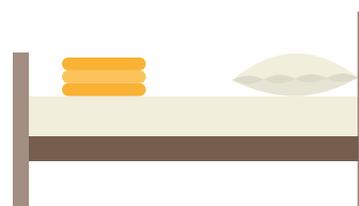
partenaires



653

+125%

visites de groupes



52 %

taux d'occupation moyen à Honfleur*

40 % dans le reste de la CCPHB

Nuitées en hausse de 37 % par rapport à 2021 et en hausse de 1 % par rapport à 2019 (avant covid)



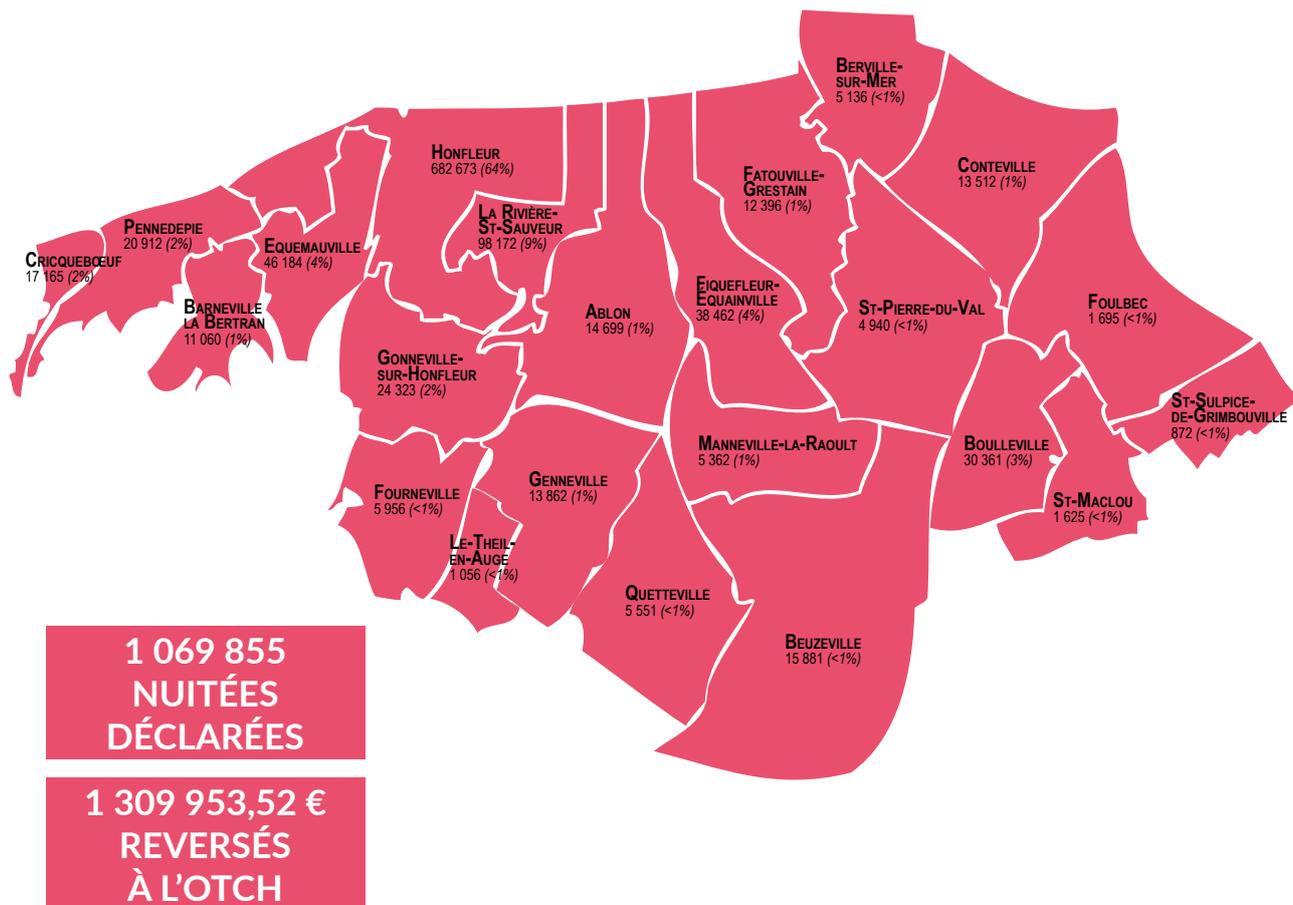
+108%

274 018,45 €
de recettes propres

Le chiffre d'affaires en détails

- Animations : 4 047,16 €
- Billetteries : 56 582,08 € dont 3 000,59 € de commission
- Boutique : 51 446,33 €
- Éditions : 74 495,95 €
- Services (location de vélos, internet...) : 1 102,14 €
- Visites du patrimoine (groupes et individuels) : 110 263,79 €

La répartition des nuitées sur le territoire de la CCPHB



Le chiffre des nuitées déclarées mentionné ci-dessus est une hypothèse basse, sur la base des nuitées déclarées sur la plateforme de télédéclaration de la Taxe de Séjour, au 06/02/2022 pour l'année 2023 (773 300 nuitées déclarées en direct par les hébergeurs + 296 555 nuitées déclarées par les opérateurs numériques, type Airbnb, Abritel...).

L'étude Flux Vision Tourisme estime le nombre de nuitées (marchandes et non marchandes) à environ 1 672 000 en 2022.



La répartition des nuitées par période

Octobre - Décembre

121 159 nuitées
(16%)

Janvier - Mars

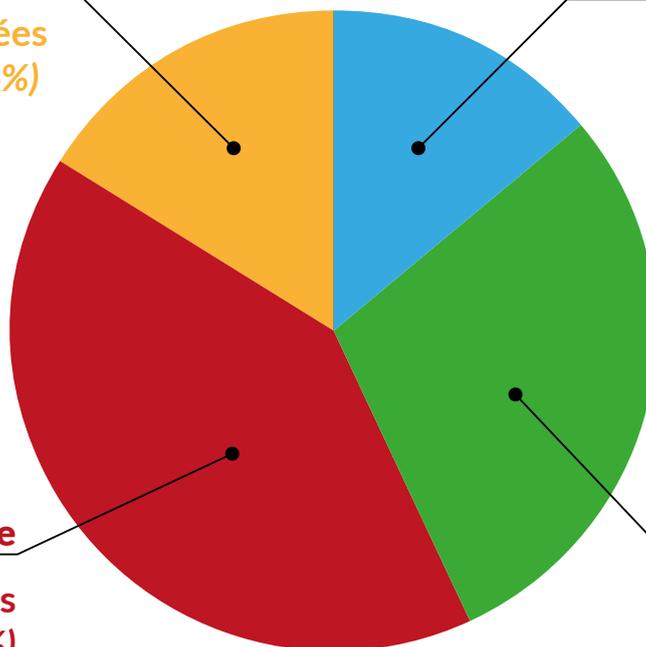
107 111 nuitées
(14%)

Juillet - Septembre

309 685 nuitées
(41%)

Avril - Juin

218 980 nuitées
(29%)



La répartition des nuitées par type d'hébergement

Meublés

144 640 nuitées
(19%)

Chambres d'hôtes

44 516 nuitées
(6%)

Résidences

59 108 nuitées
(8%)

Campings

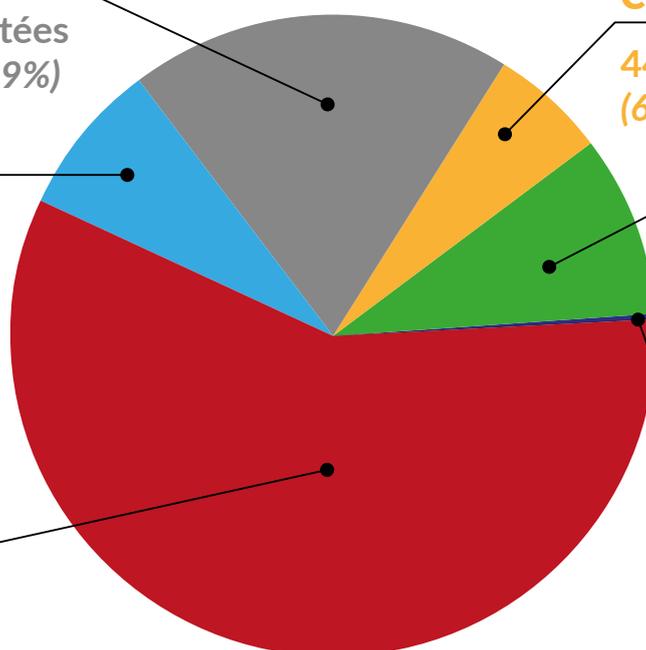
69 047 nuitées
(9%)

Hôtels

438 364 nuitées
(58%)

Plaisance

1 260 nuitées
(<1%)



3

ACCUEIL & INFORMATION



L'ACTIVITÉ DU SERVICE ACCUEIL

Sur les trois Bureaux d'Accueil



112 292

visiteurs

64% de Français

+64%



35 678
demandes

73 379 questions

+20%



8 220

appels reçus



927

courriels traités



1 620

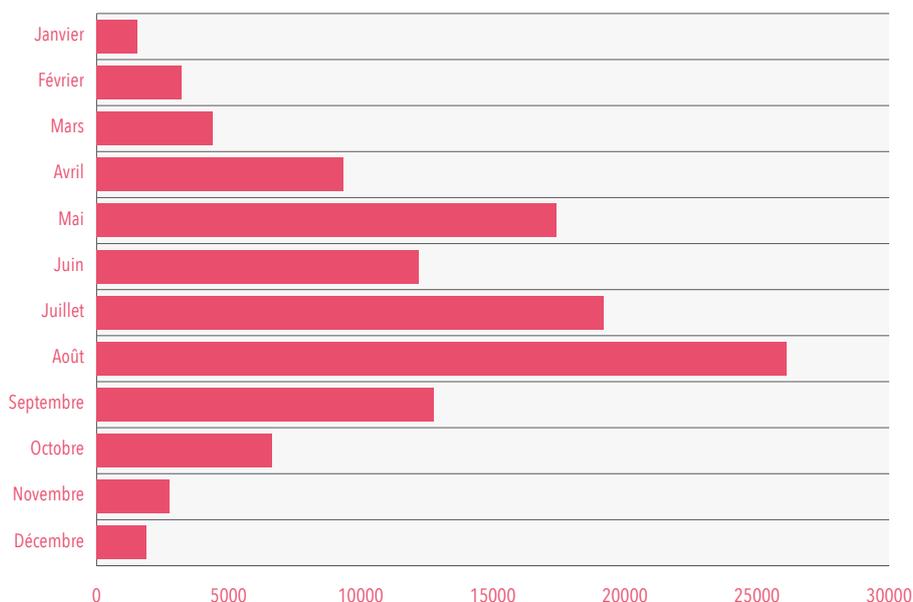
courriers envoyés



573

discussions tchat

La fréquentation mensuelle



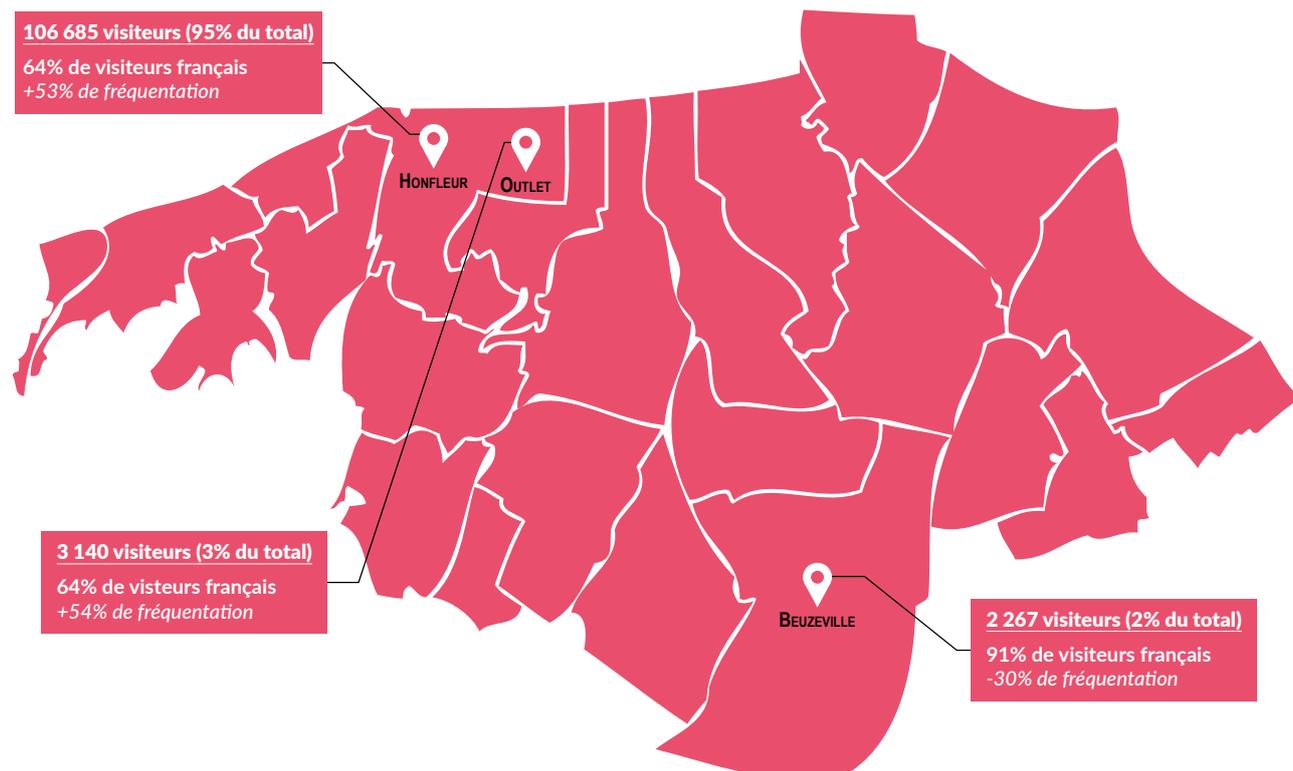
Top fréquentation

1. 8 août (984 visiteurs)
2. 16 août (933 visiteurs)
3. 9 août (932 visiteurs)
4. 2 août (907 visiteurs)
5. 11 août (905 visiteurs)

Si les touristes ont été beaucoup plus nombreux en 2022 qu'en 2021 (+ 20%), la fréquentation reste toujours inférieure aux niveaux d'avant la crise sanitaire.

On peut toutefois noter le retour des touristes étrangers à un niveau quasiment identique à celui d'avant covid.

La fréquentation des bureaux



Top demandes Honfleur

1. Plan de ville 36 %
2. Dépliant appel 16 %
3. Sites de visite 15 %
4. Informations pratiques 6 %
5. Boutique 3 %

Top demandes Outlet

1. Détaxe 15 %
2. Plan de ville 15 %
3. Boutique 12 %
4. Informations pratiques 11 %
5. Sites de visite 9 %

Top demandes Beuzeville

1. Sites de visite 18 %
2. Plan de ville 15 %
3. Manifestations 11 %
4. Randonnée 10 %
5. Vie locale 8 %

Accueil hors les murs : le chalet le long de la Voie Charles Berthelot à Honfleur



Après le succès de la première opération en 2021, l'Office de Tourisme a remis en place un Point d'Information délocalisé à Honfleur.

Cette opération est un nouveau succès. Pendant l'été, plus de 5 000 personnes se sont rendues au chalet, améliorant ainsi la diffusion de l'information et soulageant les équipes du Bureau d'Accueil principal pendant cette traditionnelle période de forte affluence.

Nul doute que cette opération sera poursuivie dans le futur.

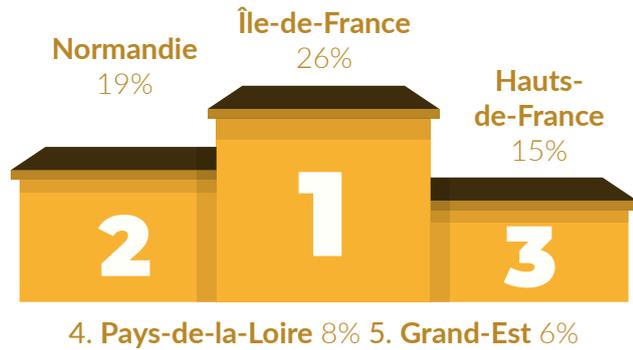
Le profil de nos visiteurs

- À Honfleur : Cadre, profession libérale (40,40 %) entre 50 et 64 ans (43,30 %) en séjour (68 %) à l'hôtel (37 %)
- À l'Outlet : Employé (45,50 %) entre 25 et 34 ans (36,40 %) en séjour (55 %) à l'hôtel (72 %)
- À Beuzeville : Retraité (30,80 %) de plus de 65 ans (36,80 %)

L'origine géographique de nos visiteurs français



64 %
sont Français



Top visiteurs Honfleur

1. Île-de-France 27 %
2. Hauts-de-France 15 %
3. Normandie 15 %
4. Pays-de-la-Loire 9 %
5. Grand-Est 6 %

Top visiteurs Outlet

1. Normandie 46 %
2. Île-de-France 22 %
3. Hauts-de-France 11 %
4. Bretagne 5 %
5. Grand-Est 4 %

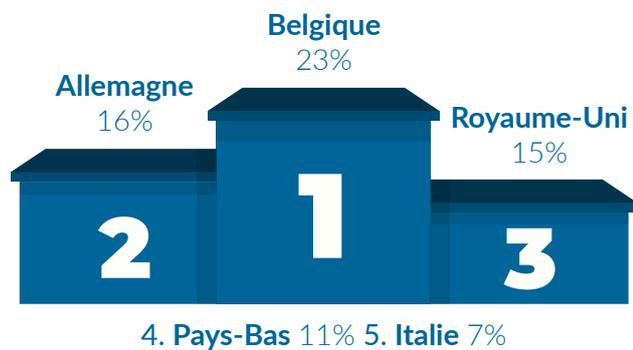
Top visiteurs Beuzeville

1. Normandie 60 %
2. Île-de-France 17 %
3. Hauts-de-France 8 %
4. Pays-de-la-Loire 4 %
5. Grand-Est 3 %

L'origine géographique de nos visiteurs étrangers



36 %
sont étrangers



Top visiteurs Honfleur

1. Belgique 24 %
2. Allemagne 17 %
3. Royaume-Uni 15 %
4. Pays-Bas 12 %
5. Italie 8 %

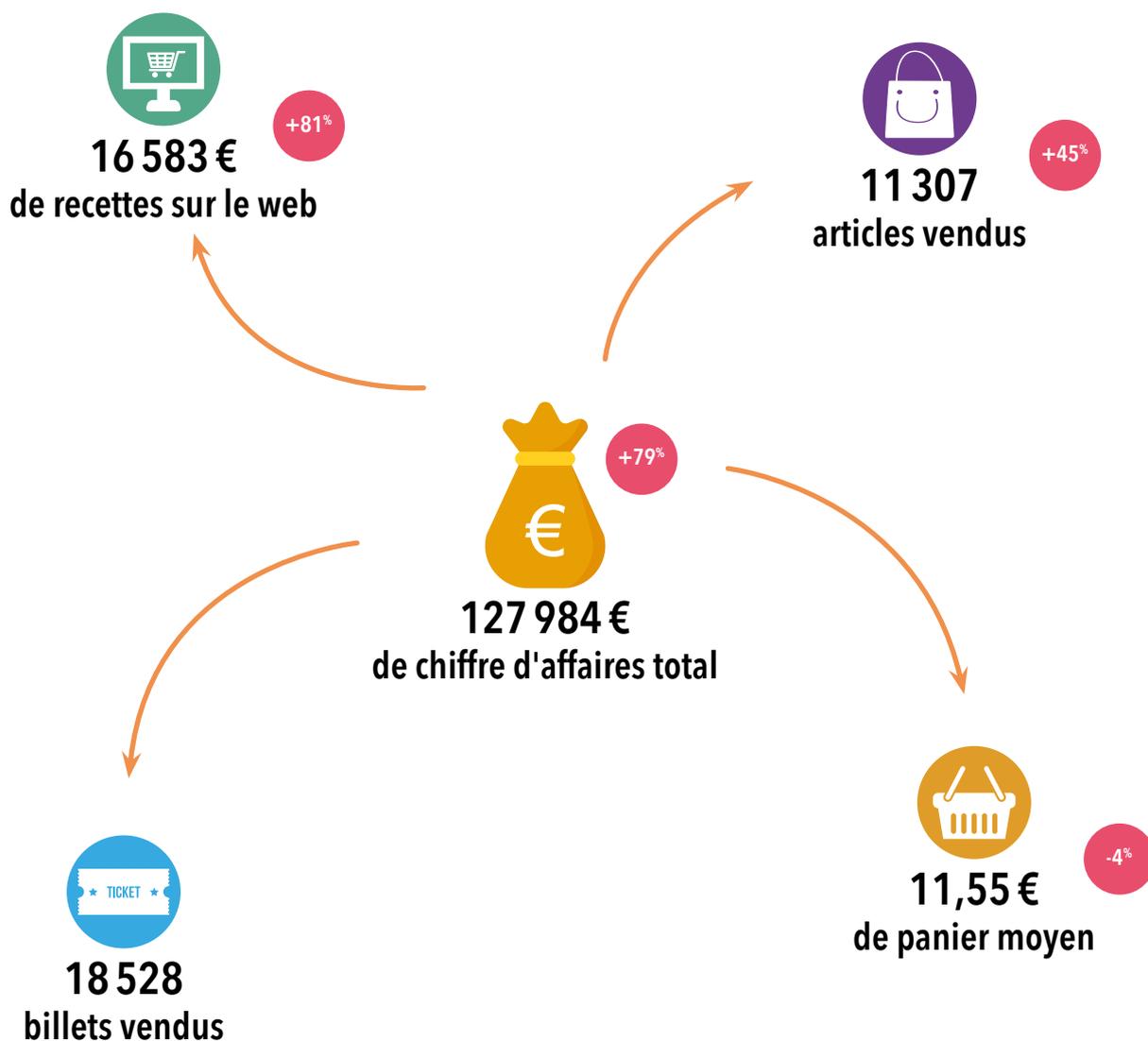
Top visiteurs Outlet

1. Royaume-Uni 16 %
2. Belgique 9 %
3. Allemagne 7 %
4. Pays-Bas 6 %
5. États-Unis 4 %

Top visiteurs Beuzeville

1. Royaume-Uni 36 %
2. Belgique 31 %
3. Allemagne 12 %
4. Pays-Bas 11 %
5. Scandinavie 5 %

LES VENTES À L'ACCUEIL DE L'OFFICE DE TOURISME



Top ventes produits

1. Cartes postales (4 060 exemplaires)
2. Médailles / Billets souvenirs (1 649)
3. Boîtes caramels 45g (1 045)
4. Magnets (729)
5. Sacs cabas "Honfleur Pop Art" (409)

Top ventes billetteries

1. Petit Train Touristique (3 594 billets)
2. Visites guidées (3 000)
3. Promenades en mer (618)
4. Pass' Musées (312)
5. Ferme des Cocottes (212)

Top ventes web

1. Billetteries partenaires (10 363,64 €)
2. Visites OTCH (5 430,01 €)
3. Animations - Randonnées OTCH (597,78 €)

Le chiffre d'affaires en détails

- Vente de billetteries commissionnées : 56 582,08 € (7 329 billets vendus) dont 3 000,59 € de commission pour l'OTCH
- Vente de produits : 51 446,33 €
- Vente de services (location de vélos, internet...): 1 102,14 €
- Vente d'animations : 2 790,09 €
- Vente de visites guidées individuels : 16 064,21 €

LES ANIMATIONS DE L'OFFICE DE TOURISME



30
animations
668 participants



8
événements
7 000 participants

Les animations proposées

- Nuit de la Chouette
- Rand'Eau Musicale*
- Honfleur Express
- 9 Ateliers créatifs à Honfleur
- 6 Ateliers créatifs au HNO
- 2 Ateliers maquillage à Beuzeville
- 11 Randonnées - Animations Nature
- Chasses au Trésor
- Cluedo géant Qui a tué Satie ?
- Honfleur et les Secrets du Moyen-Âge
- En Mission avec Oïhana
- Rando - Cueillette de champignons
- Journées Européennes du Patrimoine*

Les événements organisés

- Balade à la Fraîche* (350 participants)
- Rendez-Vous des Savoir-Faire (1 000)
- Bords de Seine en Folie (2 000)
- Pique-Nique Musical (600)
- Ciné Plein-Air* (350)
- Les Médiévales de Grestain* (2 500)
- Tout en Saveurs (50)
- Les Nuits du Tourisme (200)



* Les nouveautés 2022

- Rand'Eau Musicale
- Balade à la Fraîche (350 participants)
- Ciné Plein-Air (350)
- Les Médiévales de Grestain (2 500)
- Visite Théâtralisée de la Cidrerie
- Escape-game Enquête à la Cidrerie
- Visite JEP : Sainte-Catherine et ses orgues
- Visite JEP : La maison de Jean Doublet

Les Médiévales de Grestain

Un engouement immédiat et un joli succès pour cette première édition des Médiévales de Grestain, qui ont réuni quelques 2 500 visiteurs le 9 septembre 2022.

L'événement a voulu s'intégrer dans le cadre enchanteur de l'ancienne abbaye de Grestain. De nombreuses animations ont réuni petits et grands : troupes de reconstitution et musiques médiévales, artisans d'art et producteurs, ateliers de calligraphie, de bracelets en cuir, jeux en bois, combats de chevaliers, cuisine médiévale... Tous les ingrédients étaient réunis pour faire un bond dans l'histoire et plonger Grestain et ses visiteurs dans le passé.

Rendez-vous les 9 et 10 septembre 2023 pour la seconde édition.

4

VISITES GUIDÉES

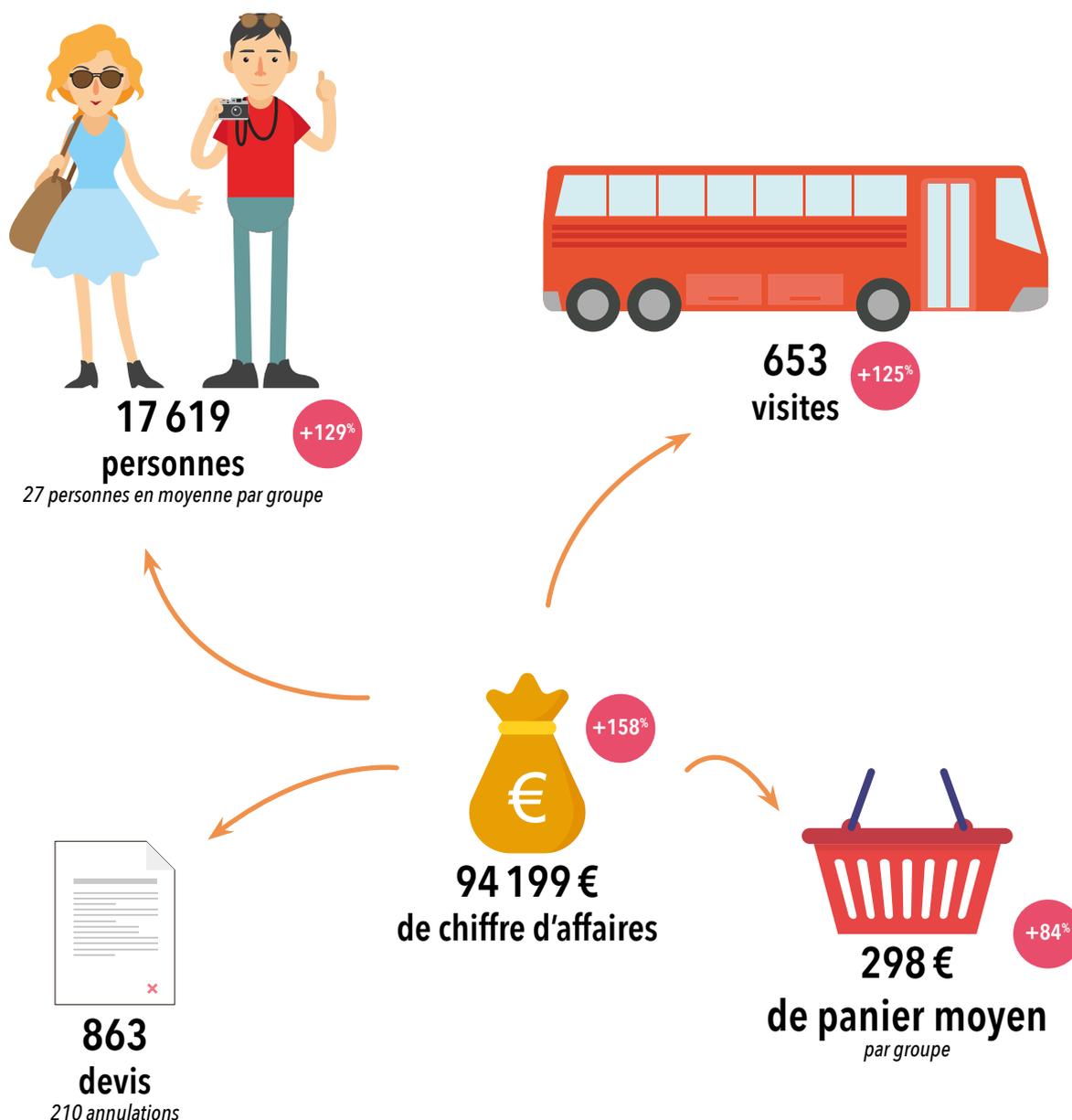


LES VISITES DE GROUPES

Après une très forte baisse de l'activité Groupes en 2020 en raison de la crise sanitaire internationale, l'activité avait déjà connu un rebond en 2021, malgré les nombreuses contraintes imposées à ces activités (jauges, interdiction de déplacement pour les écoles jusqu'au mois de juin...).

En 2022, le Service Groupes a quasiment retrouvé son niveau d'activité de 2019, tant au niveau du nombre de visites organisées que du nombre de visiteurs accueillis.

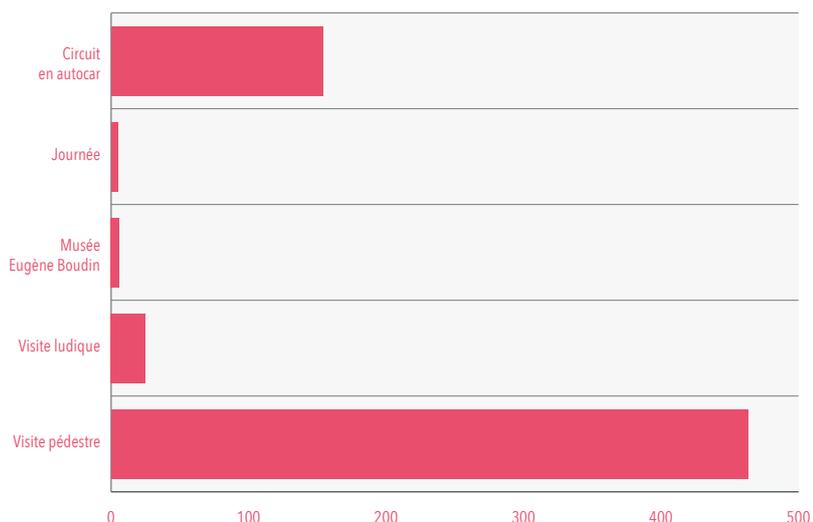
Le chiffre d'affaires réalisé en 2022 dépasse même celui d'avant la crise, pour pratiquement atteindre celui de l'année 2018.



Les actions de promotion à destination des prescripteurs de voyages de groupes

- IFTM Top Résa à Paris du 20 au 22/09
- RNTF à Arles du 07 au 09/11
- Phoning auprès de 36 responsables de groupes et mailing auprès de 2 746 contacts

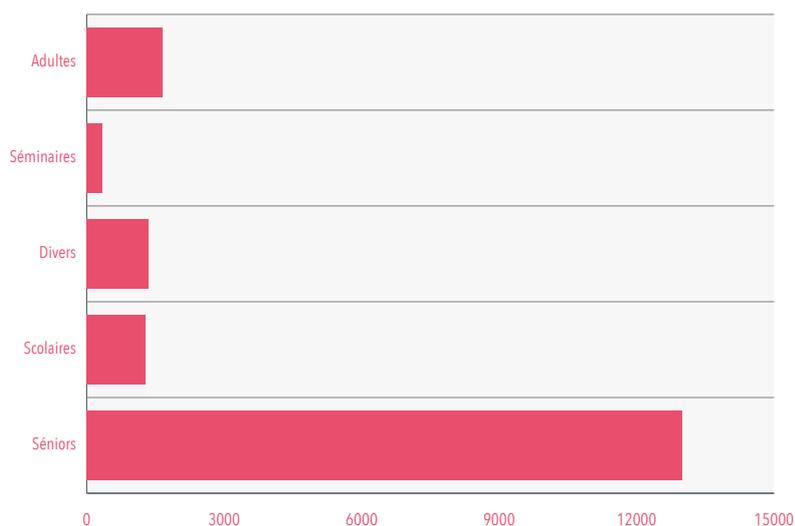
Les visites réalisées



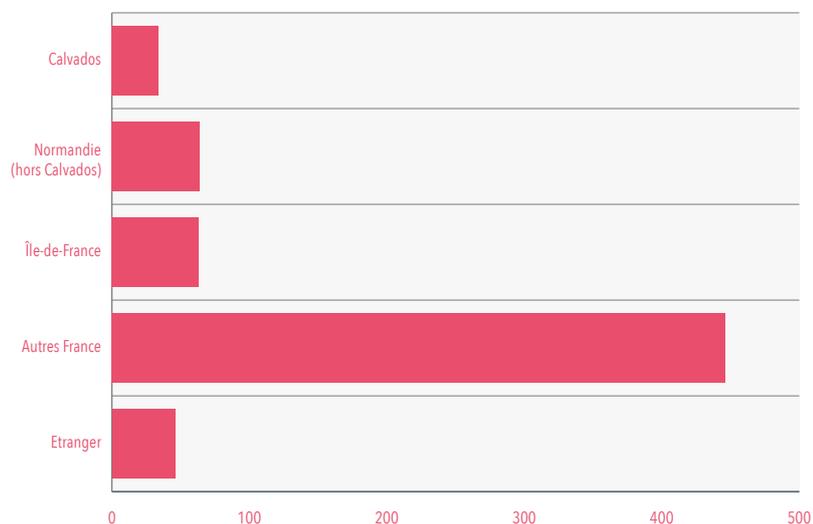
Langue des visites

1. Français (63 % des visites)
2. Anglais (30 %)
3. Autres langues (6 %)
4. Allemand (1 %)

Les publics accueillis



L'origine géographique des groupes



Groupes étrangers

1. Belgique (22 % des groupes étrangers)
2. Allemagne (22 %)
3. États-Unis (22 %)
4. Divers (34 %)

LES JOURNÉES PACKAGÉES

Rappel sur le fonctionnement du Service Commercialisation

Pour rappel, le Service Commercialisation de l'OTCH a obtenu son autorisation à commercialiser le 5 mars 2019.

Cette immatriculation l'autorise à concevoir des produits packagés (journées ou séjours) sur tout le territoire et à les vendre aux prescripteurs de voyages (agences de voyages, autocaristes, associations, comités d'entreprises...).

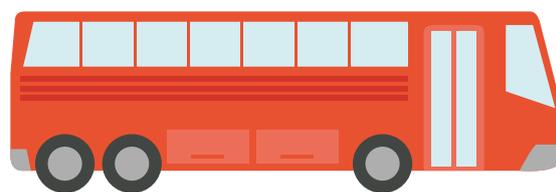
Par la suite, des offres packagées pourront également être proposées à la clientèle individuelle.



870

personnes

41 personnes en moyenne par journée



21

journées



29 662,87 €
de chiffre d'affaires



1 681 €
de panier moyen
par groupe



39
devis

18 annulations (46 % des demandes n'aboutissent pas faute de participants ou en raison d'un changement de destination)



26 121 €
reversés
aux prestataires partenaires



LES VISITES POUR INDIVIDUELS



171

visites réalisées

217 visites proposées



2 617

personnes



16 064 €

de chiffre d'affaires



1 905 €

de chiffre d'affaires

location d'audioguides et de tablettes

Les visites organisées

- Visite Les Vieux Quartiers de Honfleur
- Visite contée Histoire et Légendes
- Rando-guidée Panoram'Apéro
- Visite théâtralisée de la Cidrierie
- Visite contée Saint-Valentin
- Visite théâtralisée Les Gens de Mer
- Visite Gourmande
- Grestain se Conte en Musique
- Visite théâtralisée Légendes et Sorcellerie
- Escape-game Enquête à la Cidrierie

5

CROISIÈRE MARITIME & FLUVIALE



Pendant plusieurs années, la croisière - et la croisière maritime en particulier - a connu une forte croissance à Honfleur. L'année 2019 affichait même le nombre record de 60 escales de paquebots maritimes.

Cette même année, la croisière fluviale était également repartie à la hausse, avec 133 escales accueillies.

Mais la pandémie de covid-19 a eu un impact encore jamais vu sur l'activité touristique internationale, et sur la croisière en particulier, mettant à l'arrêt la quasi totalité de flotte mondiale. À Honfleur, la reprise n'a eu lieu qu'en août 2021, après 18 mois d'arrêt complet.

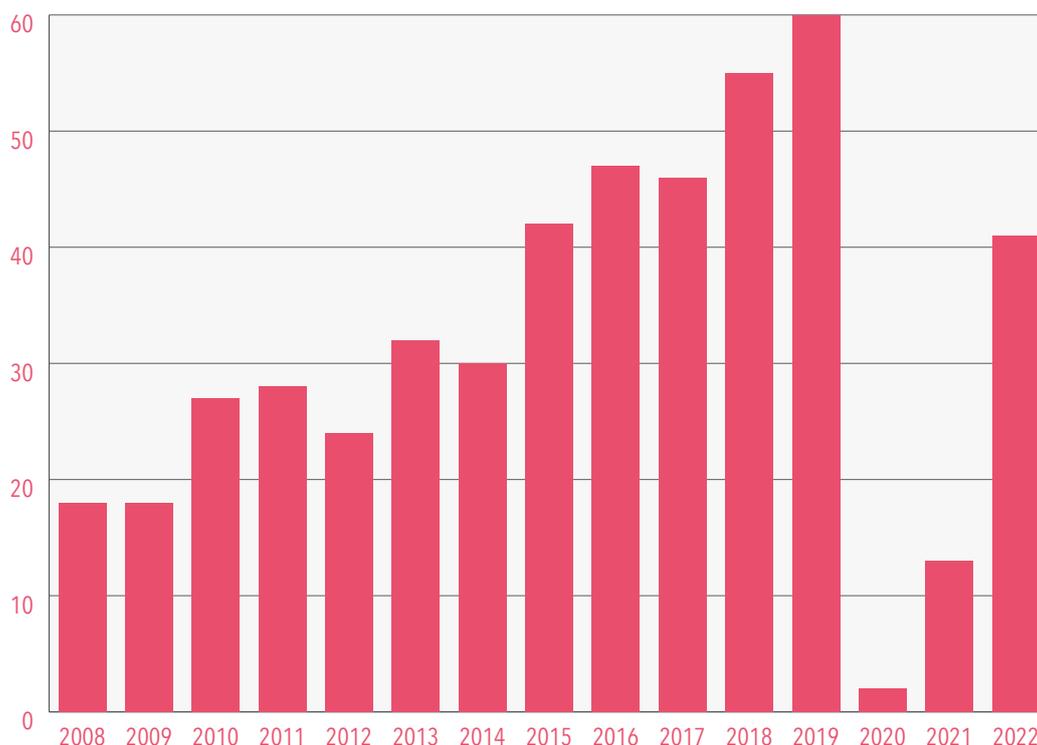
L'année 2022 s'inscrit donc toujours dans ce contexte de reprise, avec 41 escales maritimes (pour 21 900 passagers) et 117 escales fluviales (pour 8 500 passagers).

LA CROISIÈRE MARITIME

Rappel sur le fonctionnement de la promotion de la croisière

La promotion de la croisière maritime a été confiée à l'OTCH par le Grand Port Maritime de Rouen - aujourd'hui devenu Haropa Port de Rouen - en 2011. Depuis, les compétences de promotion et d'accueil sont affectées chaque année à l'OTCH par une convention signée avec HPR.

Depuis 2011, l'OTCH participe donc aux actions de promotion des French Atlantic Ports (Seatrade aux États-Unis, Seatrade Europe en Allemagne, Seatrade Med). L'OTCH participe également - depuis 2012 - aux actions du Normandy Cruise Destinations, le Club Croisière du Comité Régional de Tourisme de Normandie. Enfin, Grâce à son adhésion à Cruise Europe, l'OTCH bénéficie notamment du libre accès à certains salons professionnels auxquels participe Cruise Europe.



L'impact économique de la croisière maritime

L'accueil des paquebots a un impact non négligeable sur l'activité économique de Honfleur et sa région.

Selon une étude de 2016 commandée par l'OTCH au bureau d'études spécialisé GP Wild - si la base des 47 escales accueillies - les retombées estimées pour Honfleur s'élevaient à près de 700 000 € et à près de 2 500 000 € à l'échelle de la région.

L'origine géographique des passagers



Royaume-Uni
40 %



Allemagne
35 %



États-Unis
24 %

La nationalité des passagers accueillis reste largement tributaire des compagnies et des paquebots qui font escale. À Honfleur, on retrouve donc globalement les mêmes nationalités tous les ans : Britanniques, Allemands et Américains ; seule la part de chacune évoluant d'une année à l'autre.

Alors que les passagers britanniques avaient totalement disparus depuis la crise sanitaire, ils retrouvent la première place en 2022. Les passagers allemands, qui étaient les plus nombreux depuis la crise, repassent en seconde position. Enfin, les passagers américains ont également fait leur retour en 2022, jusqu'à représenter le quart des passagers, soit un niveau jamais atteint depuis 2017.

La saisonnalité



Juin
24 %



Mai
20 %



Septembre / Octobre
15 %

Pendant de nombreuses années, l'essentiel des escales se concentrait entre les mois d'avril et octobre. Mais depuis 2016, on avait constaté à Honfleur un allongement de la saison des croisières. En 2021, compte-tenu de la situation sanitaire, les paquebots n'avaient pu refaire escale dans les ports français qu'au cours de l'été. L'essentiel de l'activité s'était donc concentré sur les cinq derniers mois de l'année, et particulièrement à l'automne.

L'année 2022 semble avoir retrouvé une saisonnalité plus marquée, avec les premières escales accueillies en avril seulement. L'activité s'est ensuite arrêtée en juillet et août, pour ne reprendre qu'à l'automne et se poursuivre jusqu'à la fin de l'année.

Les excursions au départ de Honfleur



Honfleur
11 815 personnes



D-Day
3 850 personnes



Pays d'Auge
1 266 personnes

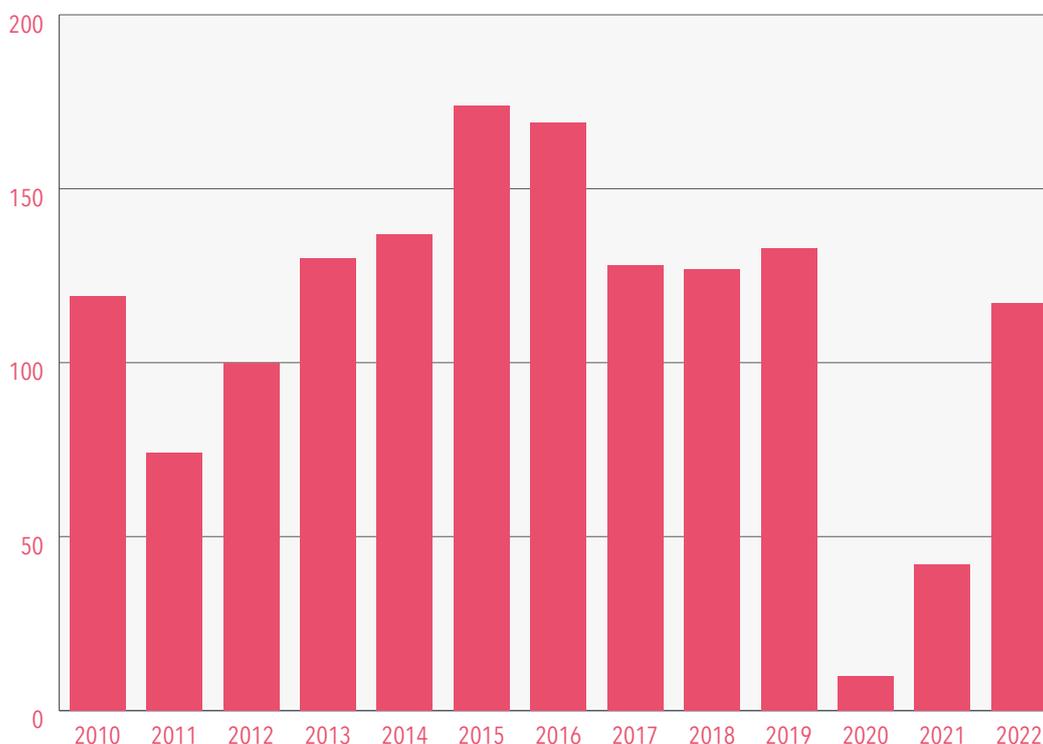
Avant la crise sanitaire, le taux moyen de départ en excursion était d'environ 38 % ; un pourcentage pouvant varier de 7 % à 98 % selon les escales. Au sortir de la crise, ce taux avait atteint 47 %. Un chiffre pouvant notamment s'expliquer par l'encadrement très strict des sorties mis en place par les compagnies.

En 2022, le taux de départ est revenu au niveau d'avant la crise, à savoir 37 %.

Par ailleurs, près de 54 % des passagers (soit environ 12 000 personnes) se sont rendus dans le centre de Honfleur, que ce soit par le biais des excursions proposées par la compagnie ou dans le cadre d'une visite libre. À cela, il convient d'ajouter les quelques 15 000 membres d'équipage qui sont, eux-aussi, nombreux à aller en ville dès qu'ils disposent de temps libre.

LA CROISIÈRE FLUVIALE

Moins impressionnants que les paquebots accueillis sur les Quais en Seine, les paquebots fluviaux n'en restent pas moins plus nombreux à faire escale à Honfleur. En 2022, le port a ainsi accueilli 117 escales fluviales et environ 8 500 passagers, soit un niveau quasiment identique à celui d'avant la crise sanitaire.



L'impact économique de la croisière fluviale

La croisière fluviale a un impact direct sur les recettes propres de l'OTCH puisque le Service Groupes collabore avec plusieurs compagnies et tour-opérateurs dans le cadre des visites guidées proposées aux passagers. Elle représente donc pour l'OTCH une activité à forte valeur ajoutée.

En 2022, la vente de plus de 340 visites guidées aux compagnies de croisière fluviale a ainsi rapporté plus de 70 000 € à l'Office de Tourisme.



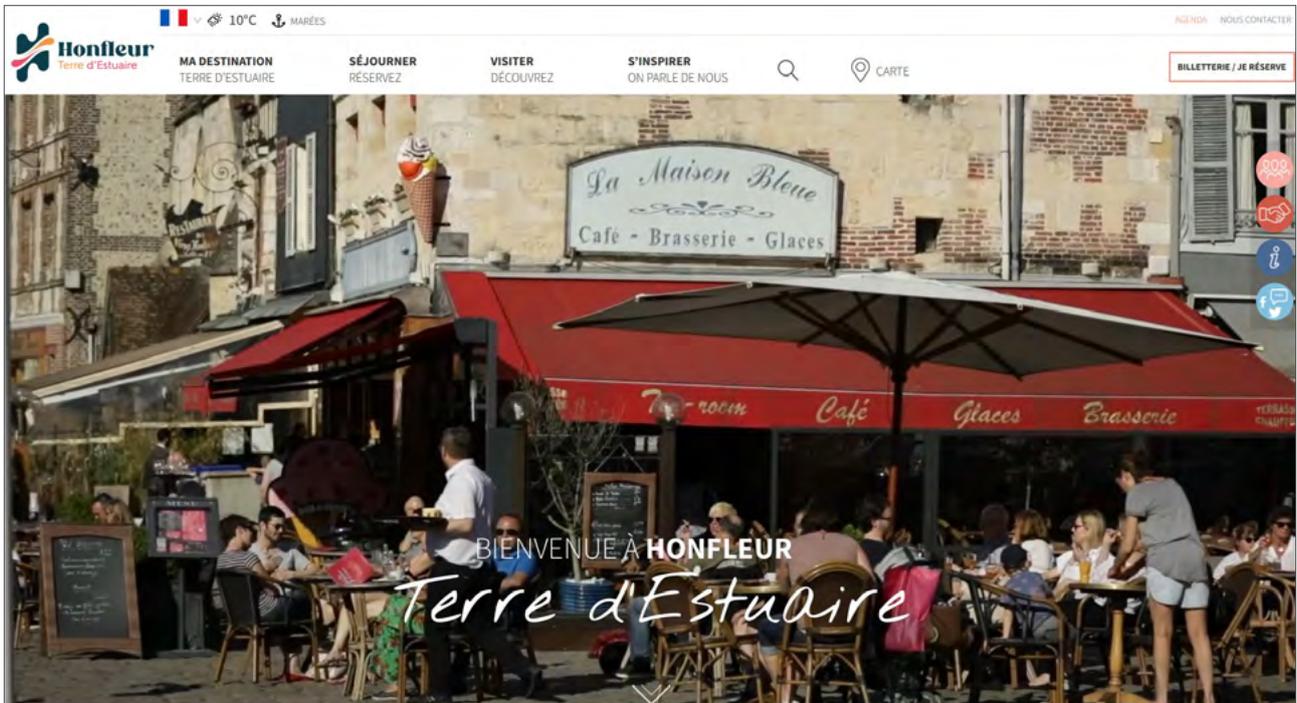
6

MARKETING



LA COMMUNICATION DIGITALE

Le site internet www.ot-honfleur.fr



193 398
visiteurs uniques

-19%



253 522
visites

-18%



704 752
pages vues

-10%



67 %
sur appareils mobiles
tablette, smartphone



14 juillet
pic de fréquentation
2 859 visites



16 583 €
de recettes sur le web

+81%

Top pages consultées

1. Marchés
2. Agenda
3. Hébergements
4. Plage
5. Parkings

Top internautes français (82 %)

1. Île-de-France
2. Normandie
3. Hauts-de-France
4. Grand-Est
5. Nouvelle-Aquitaine

Top internautes étrangers (18 %)

1. Belgique
2. Allemagne
3. Pays-Bas
4. Royaume-Uni
5. États-Unis

Profil type de nos internautes

- Femme
- Entre 25 et 34 ans

La refonte du site internet

Fin 2021, l'OTCH a engagé une étude portant sur la diffusion de l'information touristique auprès des visiteurs : le Schéma d'Accueil et de Diffusion de l'Information (SADI).

Ce travail a notamment fait apparaître que l'actuel site internet de l'Office de Tourisme ne répond plus aux attentes des clientèles et n'offre plus le degré de technicité et d'ergonomie attendu pour un site de destination touristique majeur tel que notre territoire.

Rappelons que ce site avait été mis en ligne en 2018, suite à la fusion des Offices de Tourisme de Honfleur et de Beuzeville en 2017.

En 2022, il a donc été prévu un budget pour la réalisation d'un diagnostic digital complet, portant à la fois sur le site internet et sur la politique social media de l'Office de Tourisme. Une consultation portant sur un audit digital, la rédaction d'une stratégie digitale et l'assistance à maîtrise d'ouvrage pour la rédaction du cahier des charges de la consultation portant sur la refonte du site internet a donc été lancée en mars 2022. Grâce à une offre particulièrement complète, la société rochelaise SILAOS a été retenue.

En octobre dernier, l'Office de Tourisme a reçu une réponse favorable à sa demande de fonds LEADER. Une subvention de plus de 30 000 € peut donc être envisagée. Le coût prévisionnel pour la refonte du site internet étant de l'ordre de 50 000 €.

La mise en ligne du nouveau site internet est attendue pour septembre 2023.

Les nouveautés attendues sur le prochain site internet

L'objectif est de créer un nouveau site internet éco-conçu, innovant et offrant de nombreuses fonctionnalités, telles que :

- *Des menus Je prépare mon séjour / Je suis sur place / J'habite ici (en fonction de l'adresse IP du matériel, l'internaute sera dirigé vers la page d'accueil appropriée)*
- *Des versions étrangères entièrement traduites en anglais, en allemand et en néerlandais (qui représentent les principales clientèles étrangères du territoire)*
- *Une plateforme de randonnées plus intuitive et offrant de nouvelles fonctionnalités*
- *Des modules Vivez des expériences permettant aux internautes de créer facilement leur carnet de voyage entièrement personnalisé*
- *Des innovations en matière d'ergonomie, telles que le scrollytelling*
- *Un module de chat plus performant, avec des réponses automatiques, permettant de renseigner l'internaute même en dehors des horaires d'ouverture de nos différents Bureaux*

La gestion des données touristiques

L'OTCH gère les données touristiques sur le territoire des 23 communes du Pays de Honfleur - Beuzeville.

Chaque année, ce sont plus de 4 000 fiches (correspondant à des hébergements, restaurants, commerces, prestations de loisirs...) qui sont saisies et actualisées au quotidien sur un outil SITD (Système d'Information Touristique Départementale) pour les deux départements (Calvados et Eure).

Les acteurs touristiques peuvent eux-mêmes mettre à jour les informations de leur établissement (hébergement, restaurant... via leur espace VIT (Votre Information Touristique) dans le Calvados, et tout récemment dans l'Eure. L'accès à cet espace est gratuit.

Ces données touristiques alimentent ensuite l'information digitale de l'OTCH (site internet en partie, borne interactive extérieure...), mais aussi différents sites partenaires tels que Calvados Tourisme, Eure Tourisme ou Normandie Tourisme.

La e-réputation



4,9/5
note Facebook
92 avis postés



4,4/5
note moyenne Google My Business
855 avis
les fiches Google My Business des trois bureaux ont été
recherchées 18 826 fois et on été vues par 32 546 utilisateurs



4/5
note moyenne Tripadvisor
389 avis postés

Réputation Trip Advisor

- Venir à l'Office de Tourisme est classé 5^e activité à faire à Honfleur parmi 67.
- L'OTCH a reçu le Travellers' Choice 2022 (remis aux établissements recevant régulièrement de bons avis et classés parmi les meilleurs 10 % des établissements)

Les média sociaux



21 200
igiers Instagram

+22%



611
abonnés LinkedIn

+59%



2 373
abonnés Twitter

+1%



28 400
fans Facebook

+7%

Publication à succès

- Près de 900 000 personnes touchées
- Près de 57 000 interactions

Profil type de nos fans Facebook

- Femme entre 45 et 54 ans
- Habite en France (Paris, Honfleur, Normandie)



1 676
vues YouTube
30 heures de visionnage

-65%

Profil type des personnes engagées sur Facebook

- Femme de plus de 65 ans
- Habite à Honfleur ou à Paris

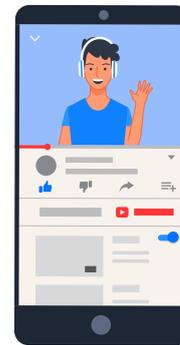
LES RELATIONS PRESSE



24

journalistes accueillis

retour de la presse étrangère (Europe et Amérique du Nord)



3

accueils d'influenceurs

sur différentes thématiques (famille, aventure...)

De jolies retombées presse

- Télérama, Le Figaro, Côté Ouest
- France 3 Normandie, TMC "Quotidien", France 5 "Les 100 lieux qu'il faut voir", M6 "Tous en cuisine"
- Die Zeit, Torino Magazine, En Route, Toronto Star, Vancouver Sun

LA COMMUNICATION AUX INSTITUTIONNELS



Les opérations à destination des nos partenaires sont résolument parties des événements majeurs de ce début d'année.

Le Rendez-Vous Partenaires.



Après deux ans d'interruption, le Rendez-Vous Partenaires organisé par l'Office de Tourisme

L'équipe a ainsi eu le plaisir de retrouver 12 de nos partenaires, dont beaucoup découvrant le nouveau pôle culturel beuzevillais. Pour l'occasion, des visites de site ont été organisées d'ailleurs.

Au cours de l'après-midi les participants ont pu assister à la présentation de la stratégie marketing de l'Office de Tourisme, de projets de la Mairie et des initiatives de coopération partenariale et cyclistes passant par une excellente journée d'échange pour tous les participants.

Les Établissements Partenaires. Le 28 mars, l'Office de Tourisme a organisé une journée d'échange à destination de ses partenaires sur la thématique des laboratoires.

Les 18 participants ont ainsi pu découvrir et déguster la production de la Fabrique à Statuts, atelier du nouveau restaurant L'Âtre et participer à un atelier cocktail au Manoir d'Après.

À venir...

Le prochain évènement à destination de nos partenaires se tiendra du 10 au 12 juin (date encore à confirmer) et aura pour thématique le vélo, avec notamment une tournée découverte de la Seine à vélo et une présentation

En janvier 2019, l'OTCH a mis en place un Flash Info Tourisme à destination des élus communautaires et des membres de son CODIR. À travers cette publication, nous souhaitons les associer à la vie de l'OTCH en les informant de façon régulière sur son actualité, son activité, ses actions et ses principaux projets.

Au cours de l'année 2022, deux lettres d'informations ont été publiées :

- Avril avec un bilan de la reprise après la période covid, un point sur les subventions accordées par l'OTCH aux associations du territoire, le programme des grandes animations organisées par l'OTCH
- Septembre avec un bilan de l'activité touristique sur le territoire pendant la saison estivale, la reprise de l'activité du Service Commercialisation de l'OTCH, le succès de l'accueil "hors les murs" mis en place par l'OTCH pendant la saison estivale, un point sur les animations organisées par l'OTCH au cours du premier semestre

LA PHOTOTHÈQUE

Afin de renouveler régulièrement la base de données iconographique de la destination, 3 reportages photos ont été commandés en collaboration avec les influenceurs accueillis qui se mettent en scène afin d'intégrer du vivant à nos visuels.

Ces nouvelles images seront notamment utilisées sur tous les supports, aussi bien print que numériques.

- Achat d'un pack de 10 photos à Nos Cœurs Voyageurs en juin 2022
- Achat d'un pack de 50 photos à Quentin Lafon en juin 2022
- Achat d'un pack de 10 photos à French Wanderers en octobre 2022





LES PRINCIPALES ACTIONS DE PROMOTION

Les actions 2022

- Poursuite de la web-série Les Joyeuses Vadrouilles de Camille et Clémence : création et diffusion sur les réseaux sociaux de la saison 3 pour maintenir la dynamique.
- Campagnes sponsorisées sur Facebook et Instagram tout au long de l'année (avec mises en avant de nos animations et événements) et lancement de la 3^e campagne sur YouTube sur 4 mois qui sont de beaux succès avec 2 205 751 internautes atteints
- Campagne sponsorisée sur YouTube avec diffusion d'un teaser sur la destination pendant 4 mois : taux de visionnage de la vidéo à 100 % de 45 %, un véritable succès avec 492 415 internautes atteints
- Étude avec assistance à maîtrise d'ouvrage pour un diagnostic digital complet, la rédaction du cahier des charges du futur site web (mise en ligne attendue à l'été 2023)
- Enrichissement de la chaîne YouTube avec de nouvelles vidéos
- Développement du taux d'engagement des publications sur Facebook
- 3 accueil d'influenceurs sur l'ensemble du territoire, avec commande de reportages photo et vidéo



Mars 2022

- Salon Destination Nature - Salon grand public à Paris du 17 au 20 mars - Présence sur le stand Normandie avec 8 autres partenaires normands
- Salon Rendez-Vous en France - Salon professionnel à Nantes les 22 et 23 mars - Partage de stand avec le HNO - 2 jours de rendez-vous programmés avec des professionnels du monde entier

Mai 2022

- Destination France - Canada - Workshop professionnel au Canada du 16 au 20 mai - 4 jours de rendez-vous programmés avec des professionnels canadiens



Septembre 2022

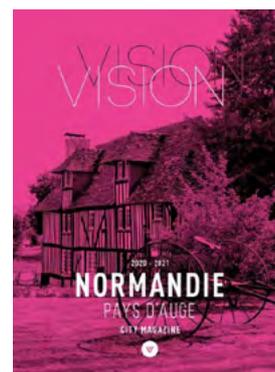
- IFTM - Salon professionnel à Paris du 20 au 23 septembre - En partenariat avec 5 autres structures du Calvados - 3 jours de rencontres avec des professionnels français et internationaux

Octobre 2022

- Les Fêtes Normandes - Salon grand public à Evreux les 1 et 2 octobre - Organisé par la Ville d'Evreux pour représenter l'offre touristique régionale
- Travel in France - Salon professionnel en Belgique les 12 et 13 octobre - 2 jours de rendez-vous programmés avec des professionnels belges

Les insertions dans la presse

- Insertion publicitaire dans le numéro de mars - avril et la newsletter du magazine France Today (leader sur le marché britannique avec 90 000 exemplaires tirés et 150 000 connexions par mois sur leur site internet)
- Publi-reportage dans l'édition Normandie - Pays d'Auge du magazine Vision (support haut de gamme distribué dans les hôtels, les aéroports... de la région)



Les accueils d'influenceurs

- Nos Coeurs Voyageurs - Thématique famille pendant la Fête des Marins : Accueil de Sybille, Sylvain et Margot pour un séjour de 4 jours et 3 nuits fin juin et achat d'un reportage photo
- Quentin Lafon - Thématique aventure et insolite pendant le Pique-Nique Musical : Accueil de Quentin pour un séjour de 3 jours et 2 nuits et achat d'un reportage photo
- French Wanderers - Thématique foody en automne pendant la Fête de la Crevette : Accueil d'Ambre et Mathieu pour un séjour de 4 jours et 3 nuits et achat de reportages photo et vidéo



Web Série Les Joyeuses Vadrouilles - Saison 3

- 4 nouveaux épisodes : Schuster & Schuster, Du Vent dans les Voiles, Du Jardin à l'Assiette, Honfleur Express
- 20 000 vues et 17 000 internautes touchés
- Des prestataires satisfaits d'avoir été sollicités : Julien et Gaëlle Schuster, artistes à Honfleur ; l'École de Voile de Honfleur ; Le Spot, bar de plage à Honfleur ; Le Jardin d'Alain à Saint-Pierre-du-Val ; L'Âtre, restaurant de Julien Lefebvre à Honfleur



7 INGÉNIERIE



LE RÔLE DE L'OFFICE DE TOURISME

Les missions

Les missions de l'OTCH sont les suivantes :

- L'accueil et l'information des touristes
- La promotion touristique du territoire
- La coordination des interventions des partenaires du développement touristique local
- L'animation du territoire pour valoriser son patrimoine
- Le développement à caractère industriel et commercial délégué à l'OTCH (boutique, commercialisation, visites guidées, animations)

Le soutien aux associations et aux projets communautaires

Depuis 2019, la CCPHB délègue à l'OTCH le versement de subventions aux associations culturelles et touristiques du territoire. En 2022, 7 dossiers ont été reçus, tous ayant obtenu un avis favorable par la commission d'attribution (CCPHB, CODIR), pour un montant total cumulé de 18 750 €.

Les associations subventionnées

- ADAC
- Estuaire d'En Rire
- La Société des Marins de Honfleur
- Les Rencontres Théâtrales de Grestain
- Les Z'Ateliers de la Tête de Bois
- Passionnement Jardin
- Sous la Garenne

LA GOUVERNANCE

Le contexte

La Loi NOTRe a fortement impacté l'organisation touristique des territoires et l'OTCH a également dû s'adapter au passage de la compétence Tourisme à l'intercommunalité nouvellement créée.

Ainsi, le 1er janvier 2017, l'EPIC Office de Tourisme de Honfleur est devenu un EPIC communautaire et a fusionné avec l'Office de Tourisme associatif de Beuzeville. Ce dernier est devenu un Bureau d'Informations Touristiques.

Aujourd'hui, l'Office de Tourisme Communautaire de Honfleur est présent sur trois sites : Honfleur, Beuzeville et Village de Marques. Son périmètre d'action s'étend sur 23 communes.

Le Comité de Direction

Le CODIR, composé de 23 membres, est constitué d'élus communautaires (12) et de socioprofessionnels (11).

Depuis le 4 avril 2022, la présidence est assurée par Monsieur Christophe Buisson et la vice-présidence par Monsieur Joël Colson.

La Direction met en œuvre les orientations et les actions définies avec le CODIR dans le cadre d'une Convention d'Objectifs signée avec la CCPHB.

LES RESSOURCES HUMAINES

Le tableau des effectifs au 31.12.2022

Bureau de Honfleur	Effectif	Contrat	Temps de travail
Direction	1	CDI	Temps complet
Assistant de Direction	1	CDI	Temps complet
Secrétaire - Comptable	1	CDI	Temps complet
Responsable Commercialisation	1	CDI	Temps complet
Assistant Commercialisation	1	CDI	Temps complet
Responsable Communication	1	CDI	Temps complet
Responsable Qualité	1	CDI	Temps complet
Responsable Accueil - Animation	1	CDI	Temps complet
Responsable Boutique	1	CDI	Temps complet
Conseiller en séjour	3	CDI	Temps complet
Régisseur	1	CDI	Temps complet
Agent d'entretien	1	CDI	Temps partiel
Saisonnier	3	CDD saisonnier 6 mois	Temps complet
Saisonnier	1	CDD saisonnier 2 mois	Temps complet
Bureau de l'Outlet	Effectif	Contrat	Temps de travail
Conseillère en séjour	1	CDI	Temps complet
Bureau de Beuzeville	Effectif	Contrat	Temps de travail
Responsable	1	CDI	Temps partiel
Animatrice Nature	1	CDI	Temps complet
Conseillère en séjour	1	CDI	Temps complet
Saisonnier	1	CDD saisonnier 6 mois	Temps complet
Taxe de Séjour	Effectif	Contrat	Temps de travail
Gestionnaire	1	CDI	Temps complet

➤ 25 ETP

Rappel sur la mise à disposition de personnel de la Communauté de Communes

La CCPHB met à disposition de l'OTCH une de ses agents, rattachée au BIT de Beuzeville. Il s'agit de l'une des salariées de l'ancien Office de Tourisme associatif de Beuzeville avant la fusion du 1^{er} janvier 2017. Les deux autres agents permanents de ce bureau ont été embauchés après la fusion en tant qu'agents de droit privé.

La CCPHB met également à disposition de l'OTCH une de ses agents (à 100 % de son temps de travail) pour la gestion de la TDS.

L'organigramme au 31.12.2022



Office de Tourisme Communautaire de Honfleur
ORGANIGRAMME DES SERVICES



LA MARQUE QUALITÉ TOURISME

L'OTCH s'attache à répondre au mieux au maximum de critères indispensables pour l'accompagner vers la professionnalisation.

Dans cet objectif, et depuis l'obtention de notre marque Qualité Tourisme en novembre 2010, nos services sont accompagnés par OTN pour assurer le suivi de la MQT.

Le renouvellement de la marque

97,62 / 100

Depuis 2010, la Marque a été reconduite avec succès tous les 3 ans.

En janvier 2020 et suite à l'audit externe, l'OTCH a obtenu un résultat très positif (une note de 97,62 / 100) en répondant très largement aux critères du référentiel qualité, ce qui le plaçait sur la bonne voie de la reconduction.

En mai 2021, suite à la réussite des tests et visites mystères - effectués par un cabinet d'audit indépendant - la reconduction a été acquise pour 5 ans.

Au mois de juin 2022, à l'initiative d'OTN, des tests à distance ont été réalisés sur le site internet, les réseaux sociaux, l'accueil téléphonique, le traitement des courriels en français et en anglais.

Les points faibles qui ont été identifiés et liés au site internet seront corrigés lors la prochaine refonte du site qui interviendra en 2023. La correction des autres remarques négatives a fait l'objet d'un plan d'actions.

Nos engagements envers nos visiteurs

- **Nous vous aidons** en vous fournissant des conseils éclairés et de qualité de nos Experts de Destination
- **Nous nous formons** pour bien connaître l'offre de notre territoire pour mieux vous informer pour tout mettre en place pour vous satisfaire et vous fidéliser
- **Nous vous écoutons** et mesurons votre satisfaction en prenant en compte vos remarques, réclamations et avis, à partir de l'analyse des indicateurs qualité mis en place
- **Nous agissons** pour trouver des améliorations et mesures correctives



Le Bilan Qualité 2022

- 81 remarques
- Aucune suggestion
- 14 réclamations

Ces résultats sont communiqués tant aux membres du Groupe Qualité de la Destination (GQD) lors d'une réunion annuelle, qu'en interne à l'équipe de l'OTCH via le Flash Info Qualité.

En réunion, le GQD propose des pistes d'amélioration et des mesures correctives.

En transmettant ces mêmes résultats à l'équipe de l'OTCH, chacun comprend mieux pourquoi il est pertinent de collecter les remarques, avis sur les réseaux sociaux, suggestions et réclamations des clients.

Une démarche de progrès en 4 étapes

➤ **Étape 1 : La mesure de la satisfaction et de la e-reputation.** Grâce aux indicateurs qualité mis en place et au traitement des avis de consommateurs (exprimés sur les réseaux sociaux comme Facebook ou sur des portails comme Tripadvisor ou Google...), les remarques, réclamations et commentaires ont permis d'identifier les principaux points.

Top remarques positives

1. Office de Tourisme (qualité et professionnalisme des prestations proposées et de l'accueil)
2. Maisons Satie

Top remarques négatives

1. Parking bus occupé par camping-cars
2. Propreté ville
3. Signalétique sites touristiques
4. Communication fermeture musées
5. Manque audioguide italien à l'OTCH

Top réclamations

1. Restaurants (qualité des plats et attitude du personnel)
2. Chambres d'hôtes (propriétaire ayant déjà fait l'objet de réclamations et d'une sanction administrative)

➤ **Étape 2 : L'action du GQD.** Au regard de la synthèse des points faibles identifiés et quantifiés (ci-dessus), le GQD a proposé des mesures correctives et des pistes d'amélioration :

- La transmission à la Directrice Générale de l'OTCH des remarques concernant le manque d'audioguide en italien
- La transmission au Directeur Général des Services de la Mairie de Honfleur du manque de signalisation de l'Office Tourisme dans le centre-ville
- La transmission de l'absence de plan sur mobilier urbain indiquant les sites touristiques

➤ **Étape 3 : L'information des acteurs concernés.** Après la réunion annuelle du GQD et en fonction des problèmes identifiés, le Référent Qualité (RAQ) adresse un courriel aux acteurs concernés, si les problèmes relevés concernent des structures non représentées au sein du GQD.

➤ **Étape 4 : La mise en application.** Certaines mesures correctives sont mises en application, en fonction de divers critères (budget, calendrier des travaux, choix prioritaires des élus ou décideurs...). Ainsi des aménagements, des travaux, des investissements sont effectués : création d'une visite audioguidée en version italienne prévue par l'OTCH en 2023, poursuite d'une étude menée par la Ville de Honfleur sur la refonte de la signalisation des équipements en centre-ville, création d'une carte touristique du territoire - construite avec les habitants - à afficher sur de nouveaux mobiliers urbains ; lesquels seraient installés à proximité des flux et zones de stationnement.

La sensibilisation des prestataires

Les nombreux contacts que peut avoir le service de la CCPHB chargé de la collecte de la Taxe de Séjour (TDS) avec les hébergeurs permettent d'encourager les propriétaires de meublés de tourisme non classés à entamer une démarche de classement, afin de simplifier leur déclaration de TDS.

Le RAQ est ensuite l'interlocuteur pour renseigner sur les organismes habilités à classer les meublés de tourisme, en précisant les 5 bonnes raisons de faire classer son hébergement :

- Un impôt sur le revenu réduit
- Une meilleure communication
- Une reconnaissance assurée
- Un avantage face à la concurrence
- Une TDS fixe

LA MARQUE TOURISME & HANDICAP

En mai 2013, l'OTCH a obtenu la marque Tourisme & Handicap (au titre des quatre types de handicap : moteur, mental, visuel et auditif) pour cinq années. Cette marque a été renouvelée en 2018 et court jusqu'en 2023.

En 2017, le BIT de Beuzeville (alors Office de Tourisme, avant la fusion avec Honfleur) avait également renouvelé sa marque en 2017 au titre des quatre déficiences ; renouvellement valable jusqu'en 2022.

Les aménagements réalisés

Pour garantir un accès et un accueil de qualité aux personnes en situation de handicap, de nombreux aménagements ont été réalisés ces dernières années.

- Bandes de guidage depuis le trottoir devant le bureau de Honfleur jusqu'à l'entrée principale
- Banque d'accueil abaissée pour permettre de communiquer les informations touristiques
- Toilettes adaptées
- Signalétique adaptée sur les présentoirs de documentations
- Fauteuil roulant en prêt gratuit
- Boucle magnétique / Alarme incendie avec signal lumineux pour les malentendants
- Dictaphone / Audioguides avec claviers pour les malvoyants
- Guide Honfleur Accessible en français et en anglais
- Guide Touristique en braille et caractères agrandis pour les malvoyants
- Visites commentées de Honfleur destinées aux déficients auditifs, visuels et mentaux pour des petits groupes de 15 personnes



L'OTCH a aujourd'hui valeur d'exemple et son référent Tourisme & Handicap est en mesure de renseigner et conseiller les prestataires partenaires, dans le but de les aider à rendre leurs ERP accessibles et ainsi structurer, à terme, l'offre de manière globale sur le territoire.



CHAMBRE D'HÔTES RÉFÉRENCE

Pour les chambres d'hôtes, il n'existe pas en France de classement mis en place par l'État, à la différence des autres types d'hébergements touristiques. L'objectif d'ADN Tourisme à travers la mise en place du dispositif "Chambre d'Hôtes Référence" est de contribuer au développement de la qualification des hébergements touristiques et d'apporter la possibilité aux chambres d'hôtes non labellisées de garantir à leurs clients la qualité de leurs prestations.

À l'échelle locale, le dispositif a également pour objectifs de :

- Permettre à l'Office de Tourisme de mieux connaître l'offre touristique de sa destination
- Permettre d'accroître les contacts avec les propriétaires de chambres d'hôtes
- Permettre à l'Office de Tourisme de mettre en avant ses services
- Accroître la notoriété et l'image du réseau national ADN Tourisme

L'OTCH - adhérent d'ADN Tourisme - a l'expérience et la connaissance du terrain et des prestataires touristiques et pratique la délivrance de cette qualification depuis 2016. Le RAQ est en effet le référent en matière de visites d'évaluation des chambres d'hôtes qui souhaitent aller vers cette qualification.

On compte aujourd'hui 3 partenaires qualifiés "Chambre d'Hôtes Référence".

LE CLASSEMENT EN CATÉGORIE I

Le classement préfectoral est une démarche volontaire qui contribue à :

- Renseigner et rassurer les visiteurs sur la variété et le niveau des services qu'ils peuvent attendre de la structure,
- Accroître la visibilité institutionnelle de l'Office de Tourisme, pour engager une politique d'investissements, de développement ou de maintien des services ; mettre en adéquation les moyens et les ambitions,
- Apparaître comme le moteur d'une destination structurée, professionnelle et dynamique, pour donner de la reconnaissance à la mobilisation des acteurs du tourisme et encourager les efforts communs.

L'Office de Tourisme a obtenu le renouvellement de son classement en catégorie I (catégorie la plus haute) le 18 octobre 2021 pour 5 ans.



MARQUE ACCUEIL VÉLO



Seine à Vélo, Vélomaritime, boucles locales... les projets liés au cyclisme sont aujourd'hui au cœur de la stratégie de développement touristique et d'aménagement du territoire. Mais la multiplication des itinéraires cyclotouristiques doit s'accompagner d'une densification du maillage des établissements en capacité d'accueillir les cyclistes et de leur proposer des services adaptés.

La marque Accueil Vélo prend alors tout son sens. Cette marque nationale mise en place sous l'égide de France Vélo Tourisme garantit en effet un accueil et des services de qualité le long des itinéraires cyclables pour les cyclistes en itinérance. Un Accueil Vélo peut être un hébergement, un loueur / réparateur de cycles, un restaurant, un Office de Tourisme ou un site touristique.

C'est tout naturellement que l'OTCH a souhaité, lui aussi, s'inscrire dans cette dynamique, en obtenant la marque Accueil Vélo. Fin juillet, la commission d'attribution a donné son accord pour la labellisation de ses trois BIT.

Objectif 2023 : Obtention de l'agrément pour le classement des meublés de tourisme

Dans la même logique que la marque "Chambre d'Hôtes Référence", l'OTCH souhaite s'engager dans la qualification de l'offre d'hébergements touristiques via le classement des meublés de tourisme. Autrement dit, ne plus être uniquement dans un rôle d'information - en communiquant aux créateurs de meublés les contacts des organismes habilités à classer - mais devenir un organisme de contrôle agréé et donc un interlocuteur unique.

Au terme de la procédure à suivre, l'OTCH pourra réaliser les visites et le classement des meublés de tourisme situés sur son territoire de compétence. Le nombre de meublés de tourisme particulièrement élevé sur le territoire justifie pleinement cette mission nouvelle.

Une procédure en plusieurs étapes :

- 1. Formation en interne d'un inspecteur suppléant*
- 2. Le référent est formé et sa formation a fait l'objet d'une attestation*
- 3. L'OTCH fait une demande d'agrément et de modèle de convention de délégation auprès d'ADN Tourisme et retourne à ADN les documents complétés et signés*
- 4. L'OTCH sollicite un ou des devis et choisit un cabinet d'audit évaluateur*
- 5. L'OTCH et son personnel dédié sont audités, afin de contrôler que le niveau de certification requis soit atteint*
- 6. L'OTCH envoie à ADN Tourisme l'attestation de conformité délivrée par l'organisme certificateur*
- 7. ADN Tourisme transmet à Atout France la copie de cette attestation et la convention signée, afin que l'OT puisse apparaître sur la liste officielle des organismes de contrôle agréés pour le classement des meublés de tourisme sur le site web d'Atout France*
- 8. ADN Tourisme retourne la convention signée à l'OTCH*
- 9. L'OTCH est alors officiellement agréé pour effectuer le classement des meublés de tourisme*

LE LIEN AVEC NOS PARTENAIRES

Le Rendez-Vous Partenaires



Chaque année au printemps, l'OTCH convie l'ensemble de ses partenaires (hébergeurs, restaurateurs, commerçants, prestataires de services...) pour son traditionnel Rendez-Vous Partenaires.

Après deux ans d'interruption, l'édition 2022 s'est tenue le 7 avril à la Cidrierie de Beuzeville.

L'équipe a ainsi eu le plaisir de retrouver 72 de ses partenaires, dont beaucoup découvraient le nouveau pôle culturel beuzevillais. Une excellente journée d'échange pour tous les participants.

Au programme de l'événement 2022 :

- Présentation de l'équipe, des nouveautés, des projets et du bilan de l'année écoulée
- Visite de la Cidrierie
- Cocktail déjeunatoire
- Présentation de la stratégie marketing de l'Office de Tourisme, du projet de la Mora et des itinéraires de randonnée pédestres et cyclistes passant sur le territoire
- Bourse de documentation au cours de laquelle les prestataires ont pu récupérer des brochures touristiques en nombre



Les visites chez nos partenaires

Tout au long de l'année, les équipes de l'OTCH effectuent des visites d'établissements et de sites partenaires sur l'ensemble du territoire.

Objectif : une meilleure connaissance de nos partenaires pour une meilleure prescription et une meilleure collaboration.

Quelques exemples de visites réalisées en 2022 :

- **Restaurants** : Acte 2 ; Alcyone ; Le Tourbillon
- **Hôtels** : Antarès ; Eden Spa
- **Sites / Loisirs** : Bowling Lys Bowl ; Calvados Expérience ; Char à Voile ; Château de Crèvecœur ; Église Sainte-Catherine et ses orgues ; Manoir d'Apreval ; Manoir du Désert ; Musée Eugène Boudin ; Musée de la Marine ; Pôle culturel La Cidrierie ; Village Aventures
- **Commerces** : Brasserie Caval

Office de Tourisme Communautaire de Honfleur

Quai Lepaulmier - 14600 Honfleur - France

tél. 02 31 89 23 30

contact@ot-honfleur.fr

Bureau d'Informations Touristiques de Beuzeville

52 rue Constant Fouché, 27210 Beuzeville

tél. 02 31 52 72 10

beuzeville@ot-honfleur.fr

Bureau d'Informations Touristiques du Honfleur Normandy Outlet

Honfleur Normandy Outlet, 14600 Honfleur

tél. 02 31 88 42 82

outlet@ot-honfleur.fr

www.ot-honfleur.fr