

RAPPORT

d'Activité 2023

Observatoire
Accueil - Information
Visites guidées
Croisières
Marketing
Ingénierie



SOMMAIRE

Contexte de l'année 2023	4
Observatoire touristique	6
Accueil & Information	10
Visites guidées	16
Croisière maritime & fluviale	22
Marketing	26
Ingénierie	32

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



1

CONTEXTE DE L'ANNÉE 2023



Avant de se pencher sur 2023, il est bon de rappeler que même lors des récentes périodes de crise, notre destination a toujours fait valoir ses atouts et a su tirer son épingle du jeu. En effet, notre territoire offre 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.

Si la fréquentation physique du bureau de Honfleur est en très légère baisse, celle du bureau de Beuzeville affiche une belle progression. La mise en valeur croissante des communes autour de Honfleur, en particulier grâce à la thématique "nature" semble porter ses fruits. La demande pour les activités telles que la randonnée ou le vélo est en effet constante.

La montée en puissance des animations et des événements portés par l'Office de Tourisme est également un marqueur fort de l'année 2023. Ces grands événements s'ancrent en effet progressivement dans l'agenda local, au profit des habitants et des touristes.

Ainsi, Bords de Seine en Folie, événement organisé à Berville-sur-Mer depuis 3 ans, s'inscrit pleinement dans cette dynamique et s'affirme comme un événement phare sur le territoire. En effet, le développement des boucles vélo locales raccordées aux itinéraires nationaux tels que la Seine à Vélo illustre pleinement l'émergence de nouvelles thématiques sur la destination.

Enfin, 2023 aura été pour l'Office de Tourisme synonyme de changement dans sa stratégie de promotion digitale. La mise en ligne du nouveau site internet en octobre a été une étape majeure, qui ouvre désormais la voie à une professionnalisation des actions menées sur internet et sur les réseaux sociaux.

Mise en valeur de tout le territoire, développement de nouvelles thématiques de séjour, communication accrue auprès des habitants... Tous ces éléments font partie de la nouvelle stratégie tourisme du territoire dont la mise en œuvre débutera en 2024.

Si l'activité s'est donc globalement maintenue en 2023, l'Organisation Mondiale du Tourisme (OMT) prévoit un véritable retour aux niveaux d'activité pré-pandémiques en 2024.

Cette année 2024 sera d'ailleurs marquée par des événements majeurs, tels que les Jeux Olympiques et Paralympiques de Paris, le 80^e anniversaire du Débarquement ainsi que le festival Normandie Impressionniste, célébrant les 150 ans de ce mouvement artistique.

2

OBSERVATOIRE TOURISTIQUE



LES CHIFFRES CLÉS DE 2023 POUR L'OFFICE DE TOURISME



111 826 +0,8%
 visiteurs dans nos bureaux d'accueil
 63% de Français / 37% d'étrangers



30 952 +9%
 fans Facebook



1 080 +80%
 abonnés LinkedIn



67,61%
 taux engagement web
 pourcentage de visiteurs qui ont
 interrogé avec le site



22 882 +8%
 igers Instagram



204
 partenaires



583 -10%
 visites de groupes



54%
 taux d'occupation moyen à Honfleur*
 50% dans le reste de la CCPHB
 Taux d'occupation en hausse de 2 points par rapport à
 2022 et en hausse de 3 points par rapport à 2019



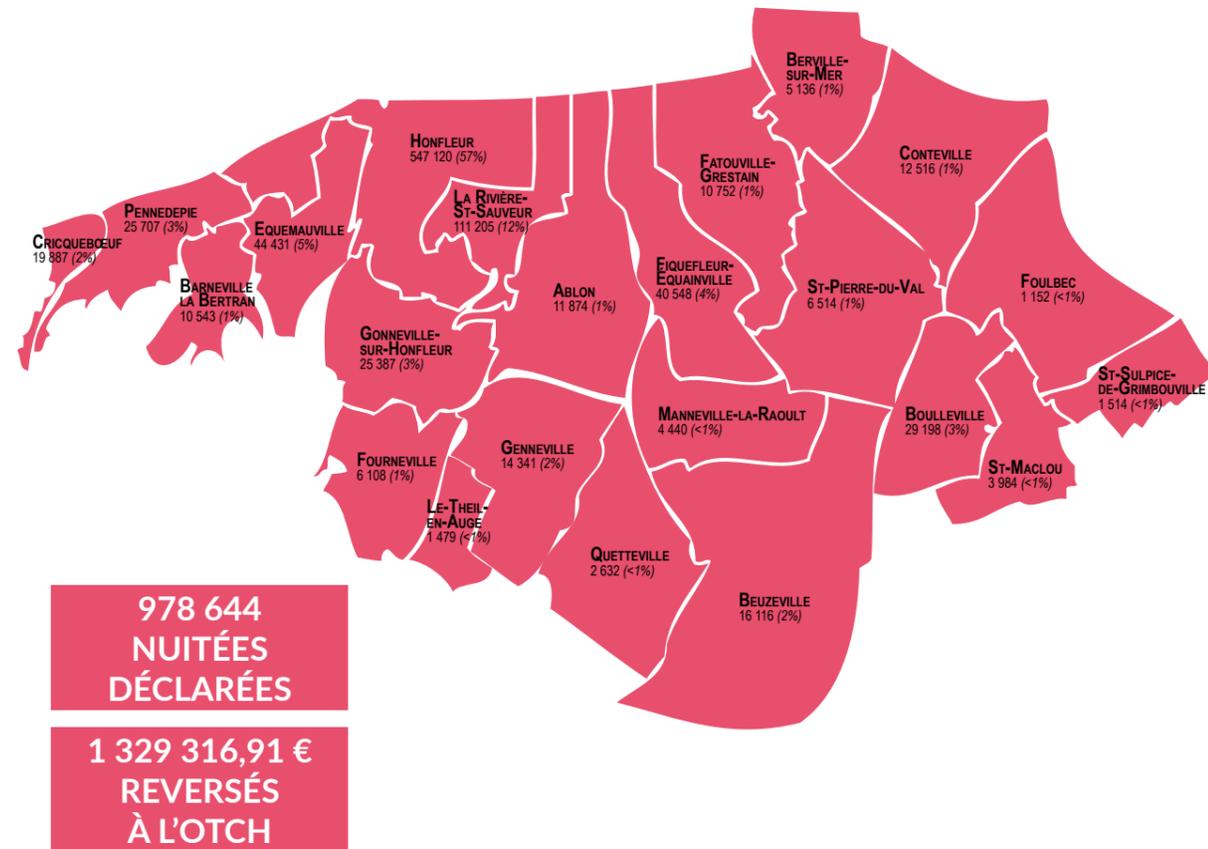
287 418,81 € +5%
 de recettes propres

Le chiffre d'affaires en détails

- Visites du patrimoine (groupes et individuels): 117 510,80 €
- Éditions: 76 651,39 €
- Billetteries: 60 400,30 € dont 3 015,80 € de commission
- Boutique: 53 612,16 €
- Animations: 7 292,01 €
- Services (location de vélos, internet...): 2 057,94 €

* Chiffre du haut = taux d'occupation annuel moyen des hôtels à Honfleur uniquement - Chiffre du bas = taux d'occupation annuel moyen des hôtels dans le reste de la CCPHB (hors Honfleur)

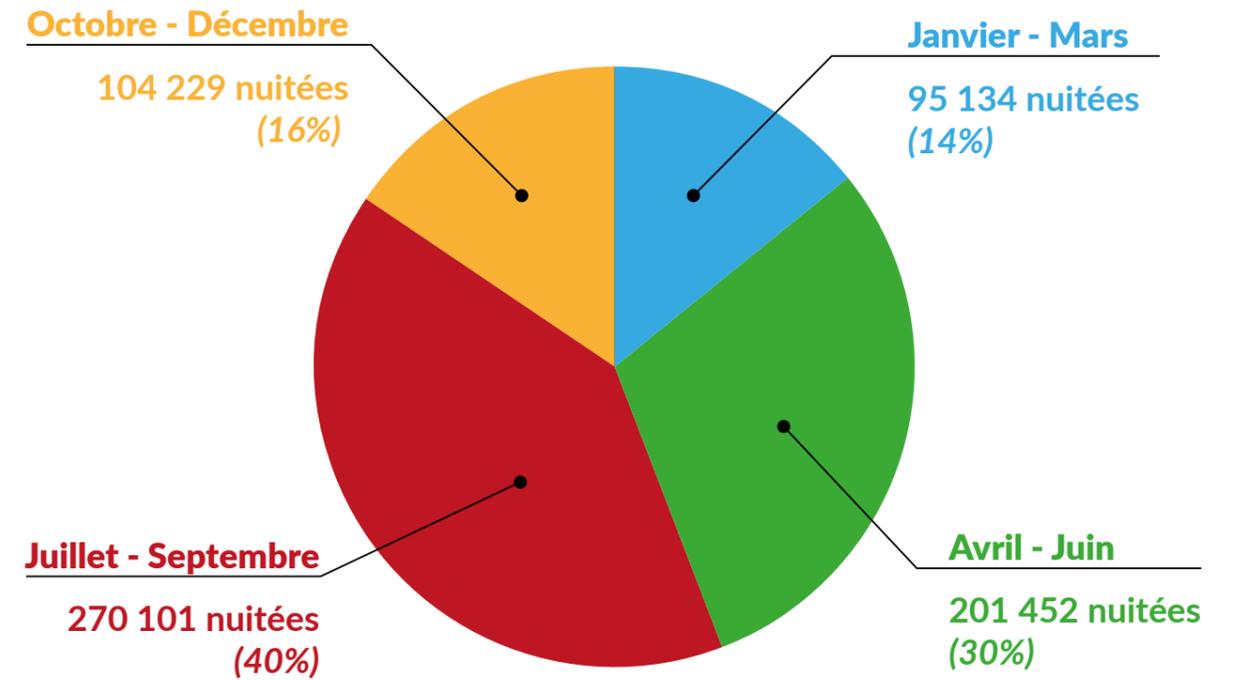
La répartition des nuitées sur le territoire de la CCPHB



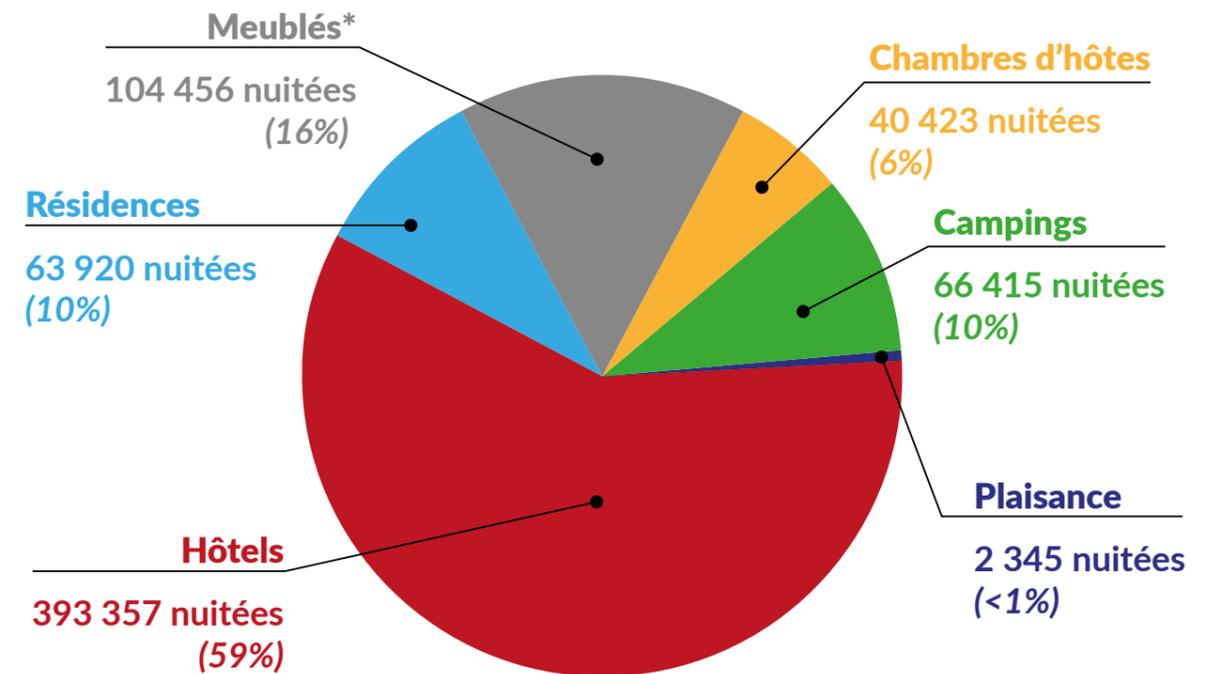
Le chiffre des nuitées déclarées mentionné ci-dessus est une hypothèse basse, sur la base des nuitées déclarées sur la plateforme de télédéclaration de la Taxe de Séjour, au 30/01/2024 pour l'année 2023 (670 909 nuitées déclarées en direct par les hébergeurs + 307 735 nuitées déclarées par les opérateurs numériques, type Airbnb, Aritel...).



La répartition des nuitées par période



La répartition des nuitées par type d'hébergement



*hors opérateurs numériques

3

ACCUEIL & INFORMATION



L'ACTIVITÉ DU SERVICE ACCUEIL

Sur les trois Bureaux d'Accueil



111 826

visiteurs

63% de Français

-30% par rapport à 2019

-0,8%



36 272

demandes

82 966 questions

-28% par rapport à 2019

+1%



8 142

appels reçus



725

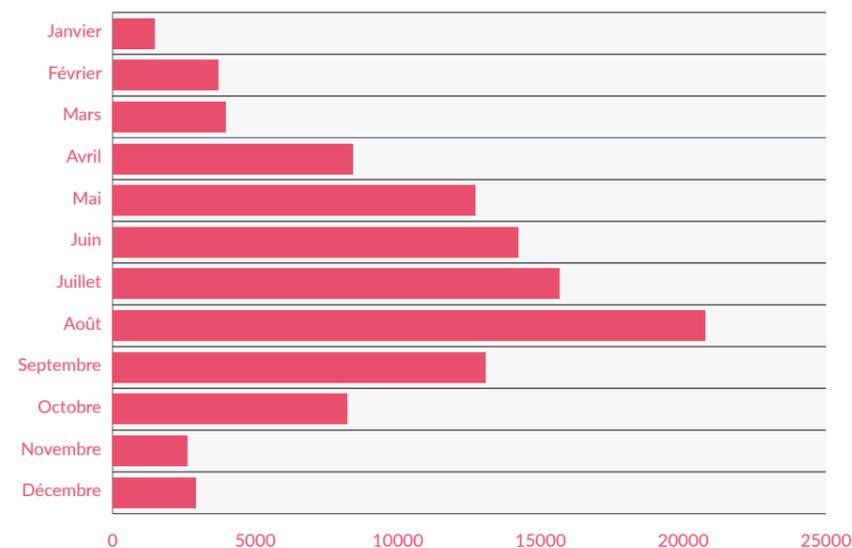
courriels traités



1 302

courriers envoyés

La fréquentation mensuelle



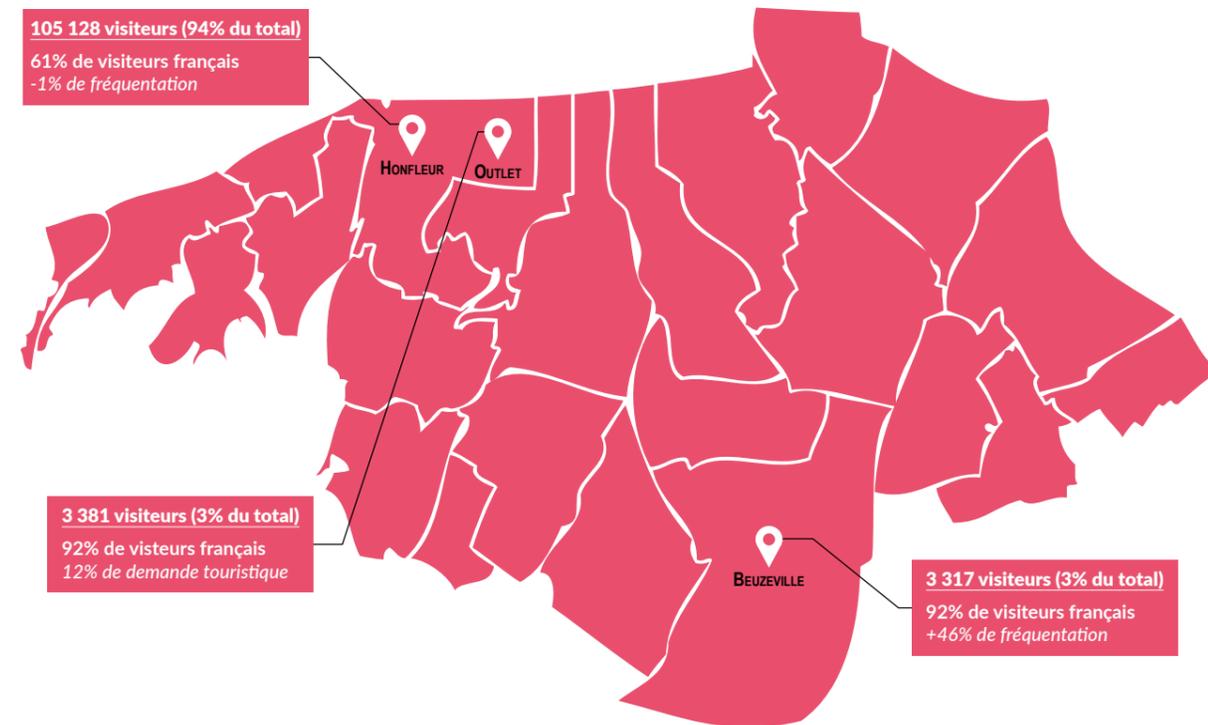
Top fréquentation

- 14 août (977 visiteurs)
- 19 mai (877 visiteurs)
- 8 août (877 visiteurs)
- 16 août (849 visiteurs)
- 9 août (827 visiteurs)

Le nombre de visiteurs accueillis à l'Office de Tourisme en 2023 est stable par rapport à 2022 (-0,8%).

On note un recul du 5% du nombre de visiteurs français, tandis que la baisse du nombre de visiteurs étrangers est moins importante (-2%).

La fréquentation des bureaux



Top demandes Honfleur

1. Plan de ville 31%
2. Dépliant appel 16%
3. Sites de visite 16%
4. Informations pratiques 9%
5. Boutique 4%

Top demandes Outlet

1. Informations pratiques 17%
2. Plan de ville 14%
3. Sites de visite 14%
4. Boutiques 11%
5. Détaxe 10%

Top demandes Beuzeville

1. Sites de visite 14%
2. Plan de ville 13%
3. Manifestations 12%
4. Randonnée 9%
5. Informations pratiques 8%

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



Après le succès cette opération lancée en 2021, l'Office de Tourisme a poursuivi la mise place un Point d'Information délocalisé à Honfleur.

Entre juillet et août 2023, plus de 4 000 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.

L'opération est d'ores et déjà programmée pour l'été 2024, avec ce positionnement qui permettrait notamment de mettre en valeur le nouveau site de la Mora, situé à quelques centaines de mètres seulement.

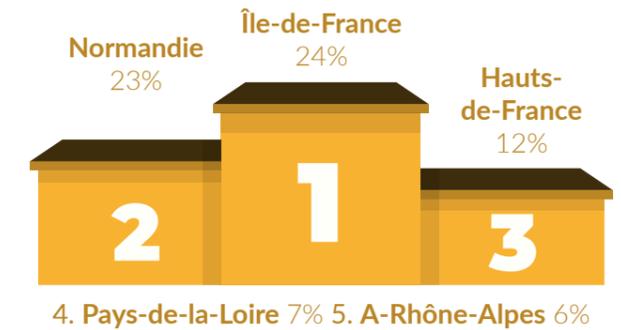
Le profil de nos visiteurs

- 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



63%
sont français



Top visiteurs Honfleur

1. Île-de-France 26%
2. Normandie 17%
3. Hauts-de-France 13%
4. Pays-de-la-Loire 7%
5. Auvergne-Rhône-Alpes 7%

Top visiteurs Outlet

1. Normandie 47%
2. Île-de-France 16%
3. Hauts-de-France 11%
4. Bretagne 5%
5. Grand-Est 4%

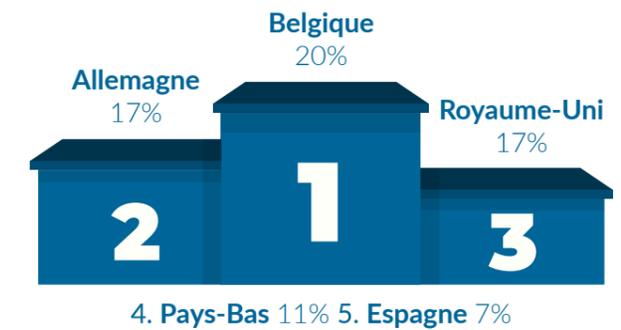
Top visiteurs Beuzeville

1. Normandie 65%
2. Île-de-France 14%
3. Hauts-de-France 6%
4. Pays-de-la-Loire 3%
5. Bretagne 3%

L'origine géographique de nos visiteurs étrangers



37%
sont étrangers



Top visiteurs Honfleur

1. Belgique 20%
2. Allemagne 17%
3. Royaume-Uni 17%
4. Pays-Bas 11%
5. Espagne 8%

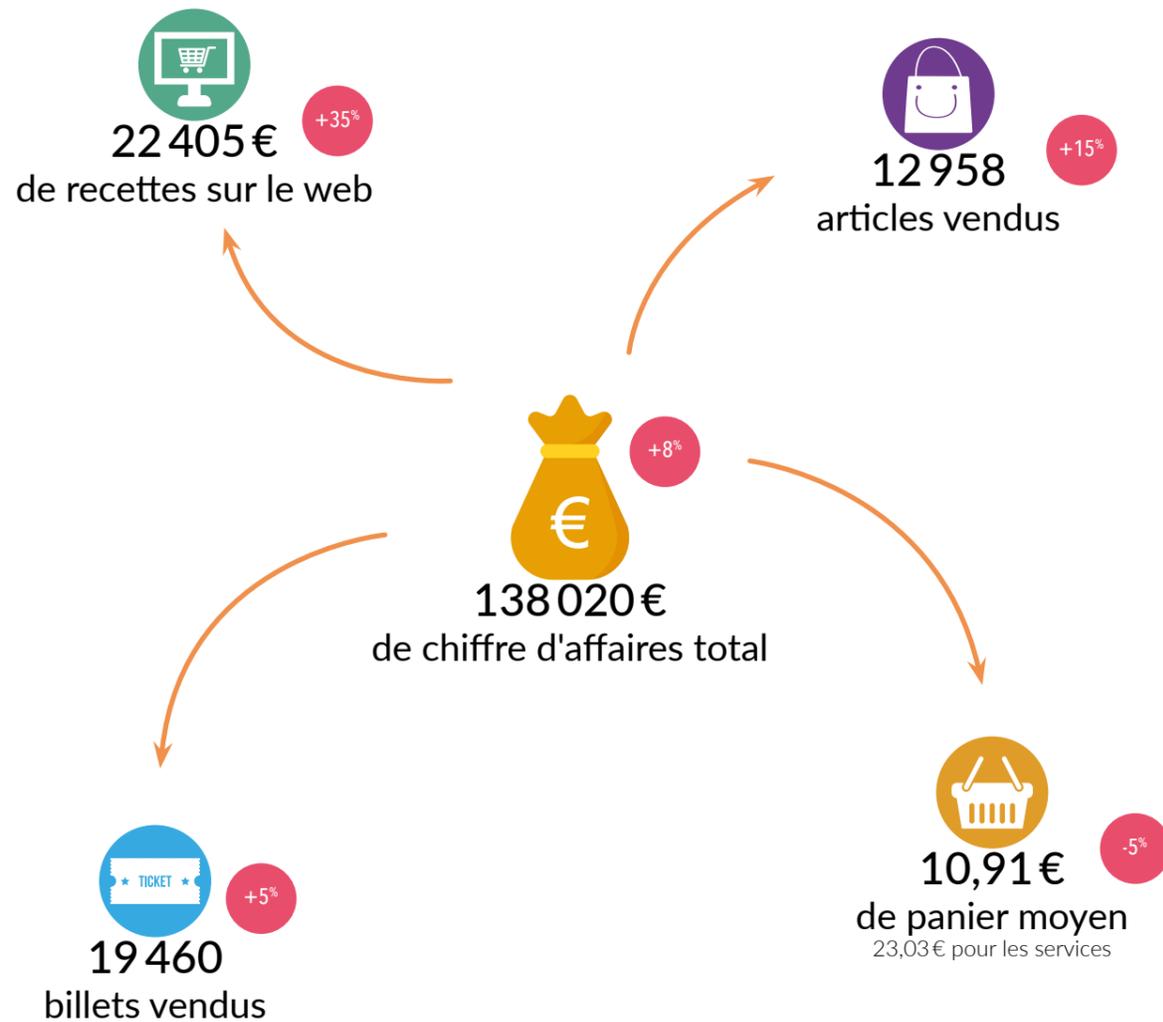
Top visiteurs Outlet

1. Royaume-Uni 13%
2. Belgique 13%
3. Pays-Bas 9%
4. Allemagne 7%
5. États-Unis 3%

Top visiteurs Beuzeville

1. Royaume-Uni 33%
2. Belgique 29%
3. Pays-Bas 16%
4. Allemagne 12%
5. Espagne 2%

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



Top ventes produits

1. Cartes postales (3417)
2. Médailles / Billets souvenirs (2718)
3. Magnets (1476)
4. Caramels 45 g (1115)
5. Sacs cabas (1115)

Top ventes billetteries

1. Petit Train Touristique (3254)
2. Visites guidées (2878)
3. Lieutenance (846)
4. Promenades en mer (543)
5. Ferme des Cocottes (429)

Ventes web

1. Billetteries (60 400,30€)
2. Visites OTCH (14 811,79€)
3. Animations OTCH (4 598,69€)

Le chiffre d'affaires en détails

- Vente de billetteries commissionnées: 60 400,30€ (19 460 billets vendus) dont 3 015,80€ de commission pour l'OTCH
- Vente de produits: 53 612,16€
- Vente de services (location de vélos, internet...): 2 057,94€
- Vente d'animations: 7 292,01€
- Vente de visites guidées individuels: 14 658,31€

LES ANIMATIONS DE L'OFFICE DE TOURISME



Les animations proposées

- 8 Secret du moyen-âge
- 4 ateliers créatifs à Honfleur
- 7 ateliers créatifs au HNO
- 2 ateliers maquillage à Beuzeville
- 1 Nuit de la Chouette
- 2 Cueillette et dégustation*
- 4 randonnées + 2 Rando Apéro + 3 Rando hors-piste* + 3 Rando Champignons
- 4 Chasses au trésor
- 2 Enquêtes à la Cidrierie + 2 à Grestain*
- 3 Missions avec Oïhanna
- 3 Gaston ou la recette de la bonne blague*
- 4 Promenade au crépuscule*
- Concours de déguisement d'Halloween*
- Qui a tué Satie ?
- 2 Féeries de Noël*

Les événements organisés

- Balade à la Fraîche (100 participants)
- Rendez-Vous des Savoir-Faire (2 000)
- Bords de Seine en Folie (2 100)
- Pique-Nique Musical (800)
- 2 Ciné Plein-Air (600)
- Soirée estival dans les vergers* (200)
- Les Médiévales de Grestain (1 200)
- Les Nuits du Tourisme

* Les nouveautés 2023

- Soirée estival dans les vergers
- Cueillette et dégustation
- Rando hors-piste
- Enquête à l'abbaye de Grestain
- Gaston ou la recette de la bonne blague
- Promenade au crépuscule
- Concours de déguisement d'Halloween
- Féerie de Noël



Bords de Seine en Folie

Troisième édition de ce rendez-vous devenu incontournable à Berville-sur-Mer.

Suite au succès de la balade à vélo de Honfleur vers Berville en 2022, la formule a été renouvelée en ajoutant un départ de Beuzeville. Les 2 itinéraires convergeaient vers le lieu de la fête: l'esplanade des Voiles de la liberté de Berville-sur-Mer.

Les participants ont notamment pu découvrir de nombreuses animations autour du vélo, s'essayer au vélo acrobatique ou grimper en haut d'un mât de voilier. La restauration sur place et la musique ont animé cette journée festive.

La quatrième édition aura lieu au printemps 2024.

4 VISITES GUIDÉES



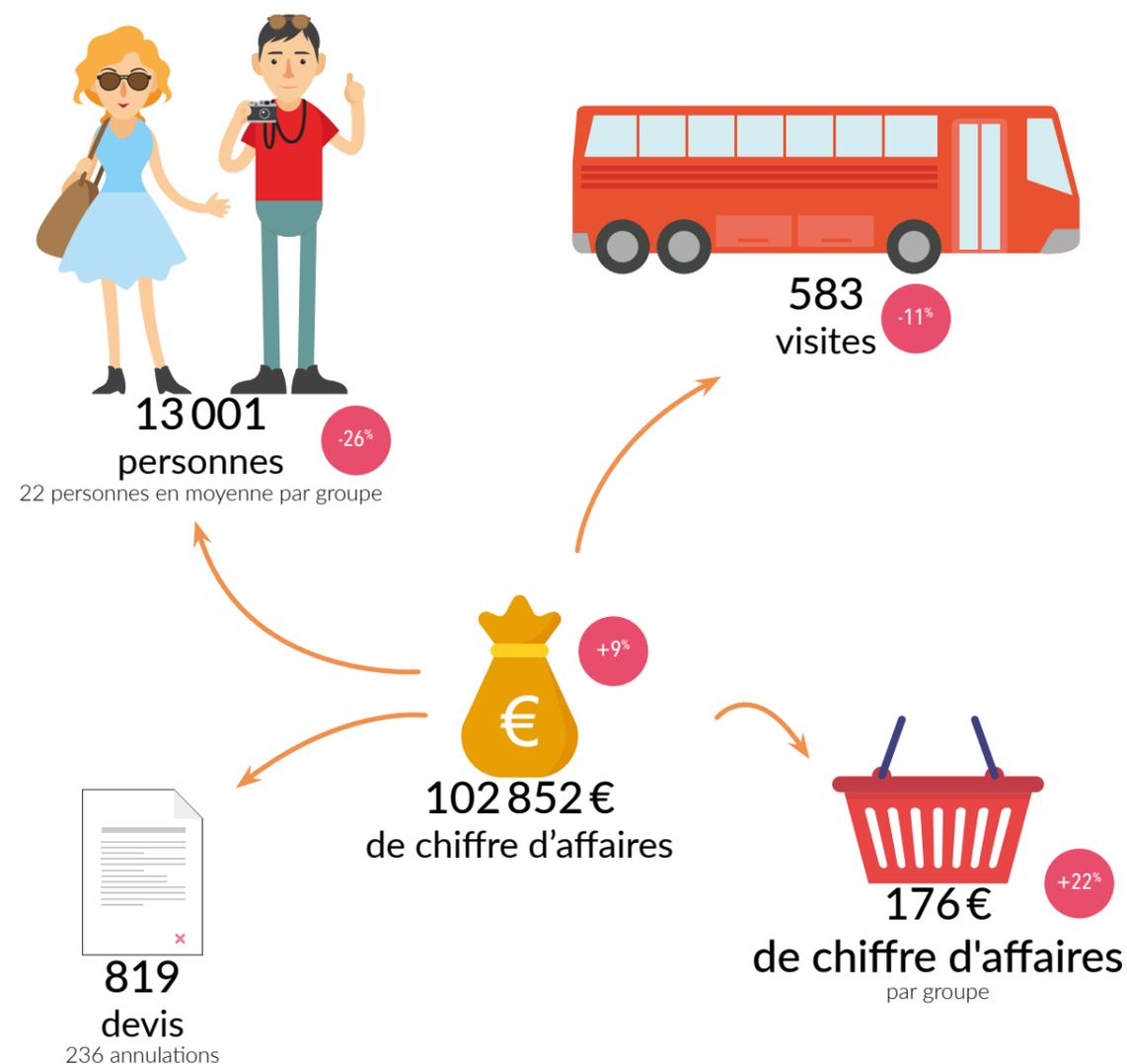
LES VISITES DE GROUPES

Après la très forte baisse de l'activité Groupes en 2020 en raison de la crise sanitaire internationale, l'activité avait connu un rebond en 2022. Le Service Groupes avait en effet quasiment retrouvé son niveau d'activité de 2019.

En 2023, l'activité connaît un ralentissement, avec une baisse de 10% du nombre de groupes accueillis. En raison de la pénurie de guides à laquelle est confronté l'Office de Tourisme, 150 demandes ont été refusées.

Un guide avait déjà été embauché en CDI fin 2022. Mais face à une situation toujours aussi tendue, le service Commercialisation a d'ores et déjà contractualisé avec deux nouveaux guides pour l'année 2024.

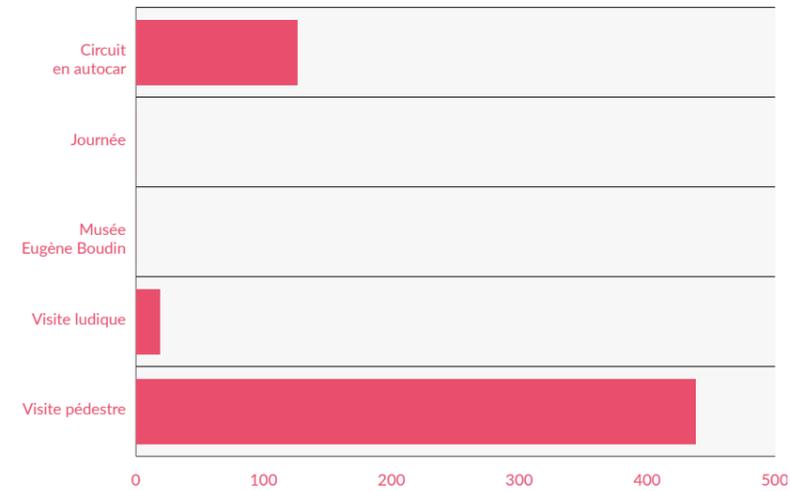
La hausse du chiffre d'affaires du service s'explique par l'augmentation des tarifs des visites votée pour l'année 2023.



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

- Salon Visages du Monde à Mauges-sur-Loire le 05/04/2023
- IFTM Top Rése à Paris du 03 au 05/10/2023

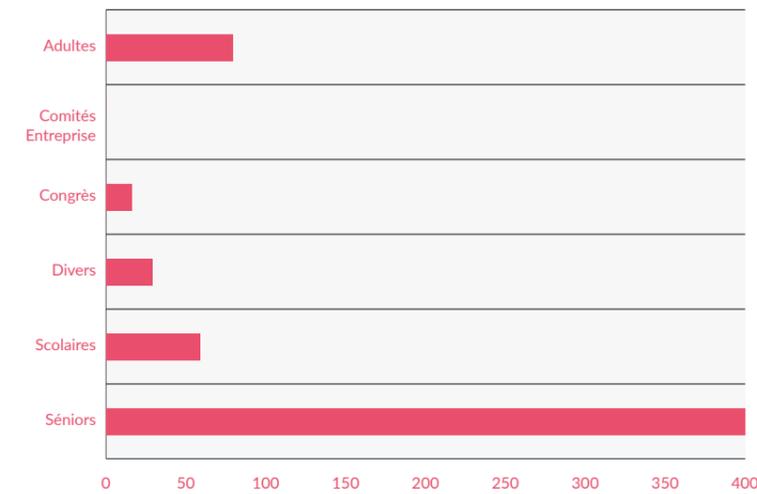
Les visites réalisées



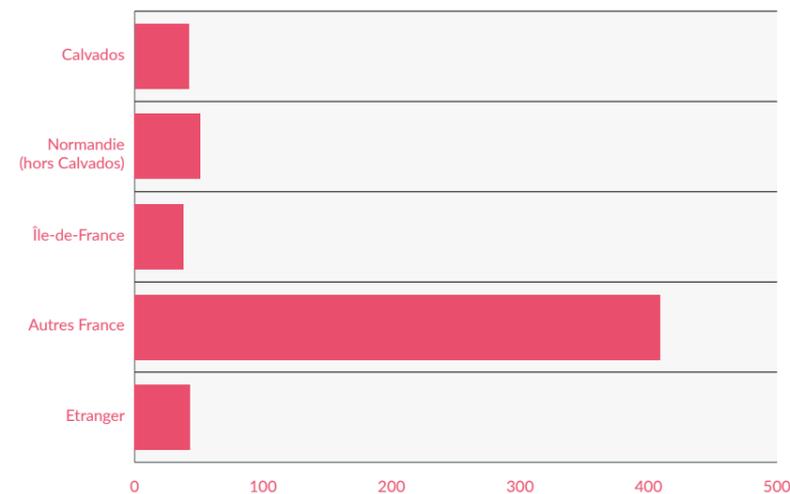
Langue des visites

1. Français (69 %)
2. Anglais (28 %)
3. Autres langues (2 %)
4. Allemand (1 %)

Les publics accueillis



L'origine géographique des groupes



Groupes étrangers

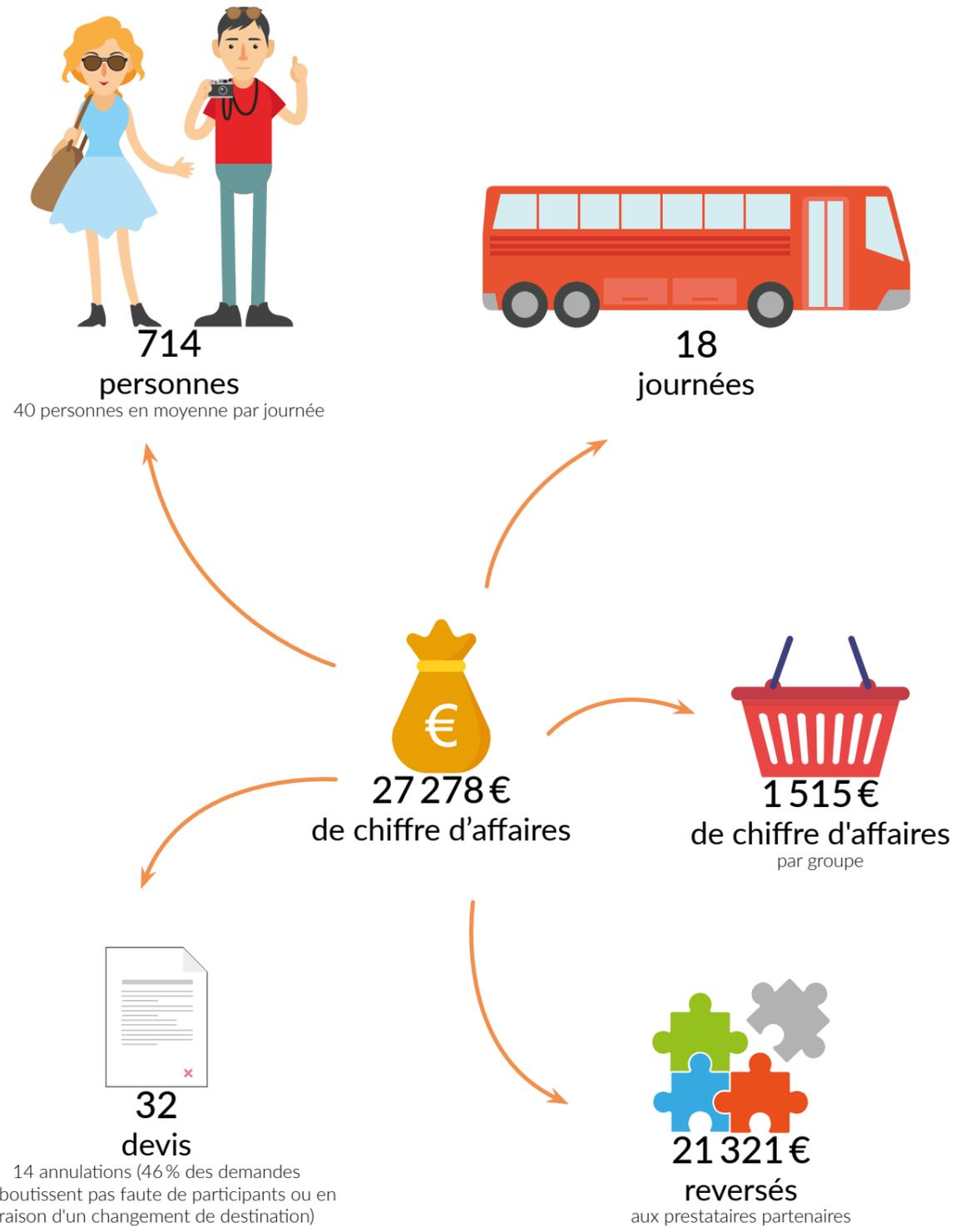
1. Belgique (32 %)
2. Allemagne (12 %)
3. États-Unis (7 %)
4. Divers (49 %)

LES JOURNÉES PACKAGÉES

Rappel sur le fonctionnement du Service Commercialisation

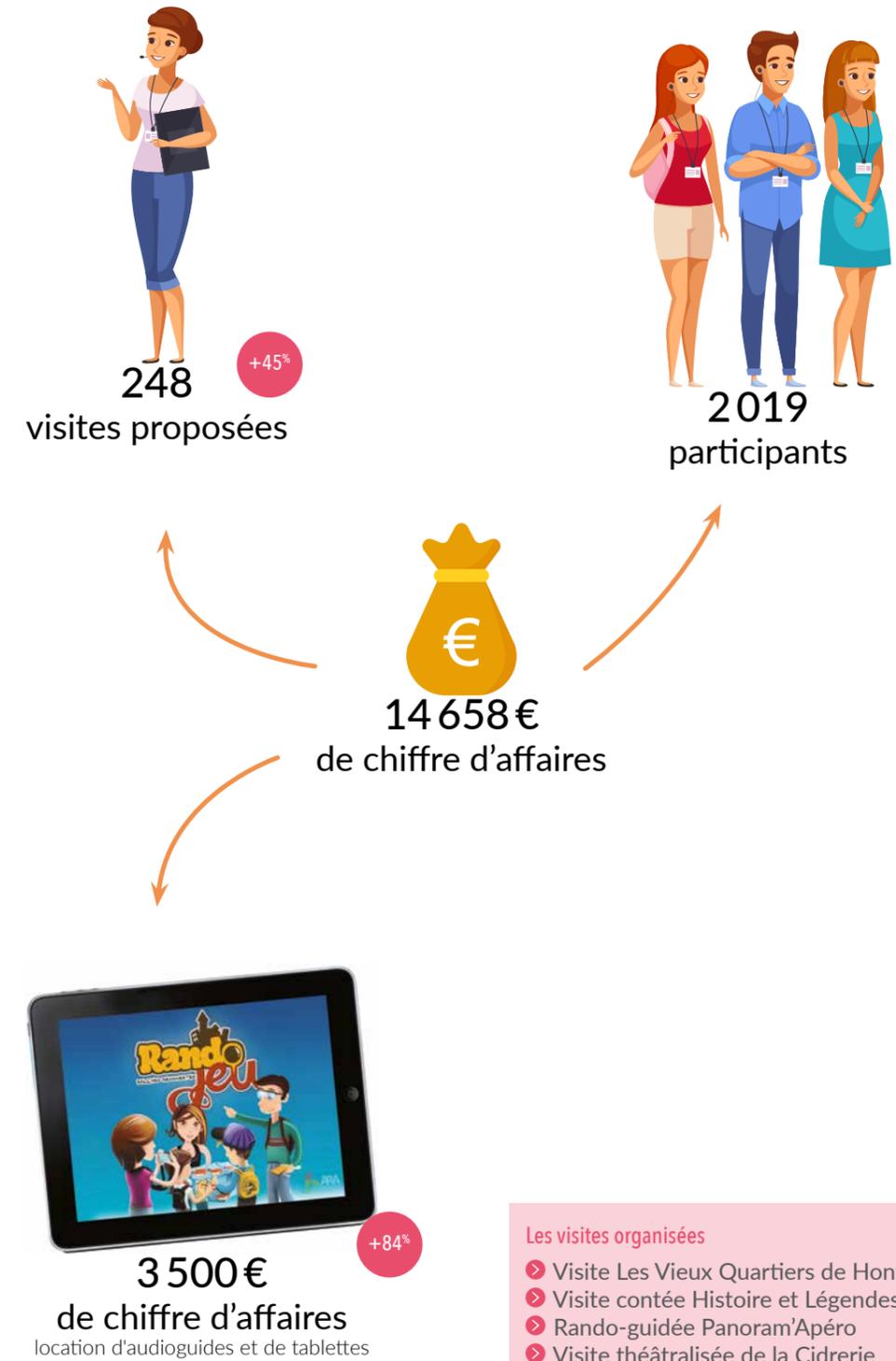
Pour rappel, le Service Commercialisation de l'OTCH a obtenu son autorisation à commercialiser le 5 mars 2019.

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...).





LES VISITES POUR INDIVIDUELS



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.

Avec 41 escales maritimes (pour 21 900 passagers) et 117 escales fluviales (pour 8 500 passagers), l'année 2022 s'inscrivait dans ce contexte de reprise, après la pandémie de covid-19 qui avait mis à l'arrêt la quasi totalité de la flotte mondiale.

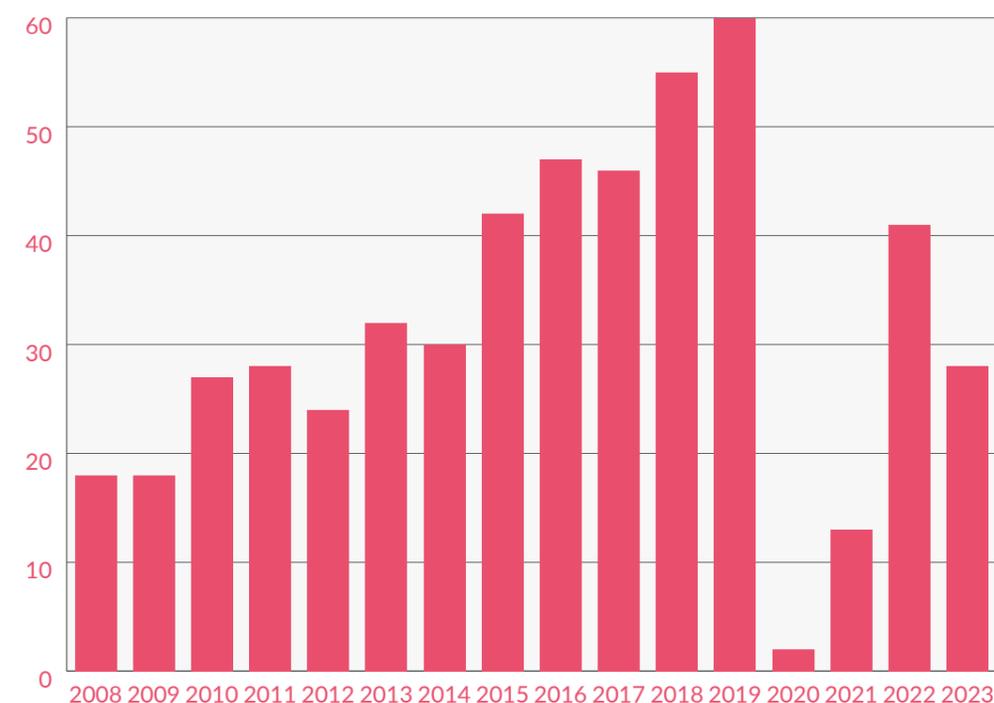
Alors que l'activité fluviale a enregistré une belle progression (127 escales), l'activité maritime a connu une année 2023 plus difficile, avec moins de 30 escales réalisées (pour 14 400 passagers).

Les contraintes techniques du terminal de Honfleur limitent la taille des bateaux accueillis à 260 mètres. Ce sont donc principalement des bateaux de petite taille qui font escale à Honfleur. De plus, après la pandémie de 2021, la plupart des paquebots d'ancienne génération ont été retirés de la flotte, au profit de bateau plus modernes et mieux équipés pour limiter leur impact environnemental. L'étude pour l'électrification du quai destiné à la croisière est par ailleurs en cours et devrait aboutir à horizon 2027.

LA CROISIÈRE MARITIME

Rappel sur le fonctionnement de la promotion de la croisière

Depuis, les compétences de promotion et d'accueil sont affectées chaque année à l'OTCH par une convention signée avec Harop Port de Rouen. 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
44 %



États-Unis
31 %



Allemagne
23 %

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 consolident leur première place en 2023. Les passagers allemands, qui étaient les plus nombreux depuis la crise, retombent en troisième position, au profit de la clientèle américaine.

La saisonnalité



Mai / Juin
25 %



Septembre
18 %

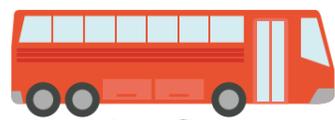


Octobre
7 %

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 2023 confirme le retour d'une saisonnalité plus marquée, avec une activité qui ne reprend réellement qu'au mois de mai, pour chuter dès la fin du mois de septembre.

Les excursions au départ de Honfleur



Honfleur
8 405 personnes



Côte Fleurie
1 034 personnes



D-Day
812 personnes

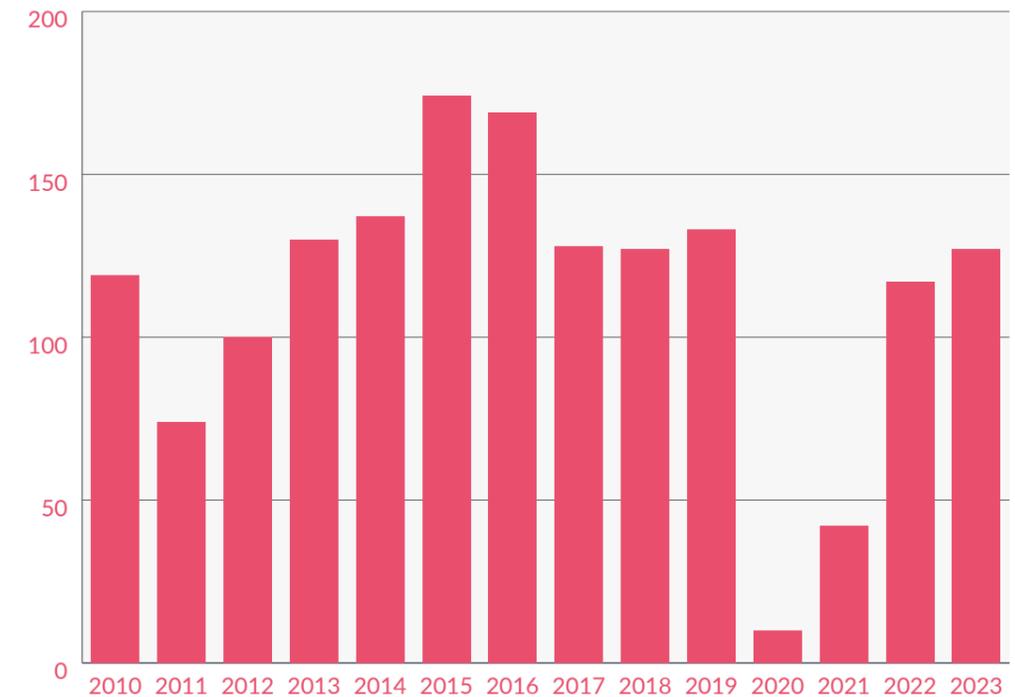
Avant la crise sanitaire, le taux moyen de départ en excursion était d'environ 38 % ; un pourcentage pouvant varier de 7 % à 98 % selon les escales. Au sortir de la crise, ce taux avait atteint 47 %. Un chiffre pouvant notamment s'expliquer par l'encadrement très strict des sorties mis en place par les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

En 2023, le taux de départ est revenu au niveau d'avant la crise, à savoir 37 % (un chiffre identique à celui de l'année 2022).

Par ailleurs, près de 55 % des passagers (soit environ 8 500 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 10 000 membres d'équipage qui sont, eux-aussi, nombreux à aller en ville dès qu'ils disposent de temps libre.

LA CROISIÈRE FLUVIALE

Les paquebots fluviaux n'en restent pas moins plus nombreux à faire escale à Honfleur. En 2023, le port a ainsi accueilli 127 escales fluviales et environ 9 500 passagers, soit un niveau 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 2023, la vente de 317 visites guidées aux compagnies de croisière fluviale a ainsi rapporté près de 80 000 € à l'Office de Tourisme, soit 65 % du chiffre d'affaires global du service Commercialisation.



6 MARKETING

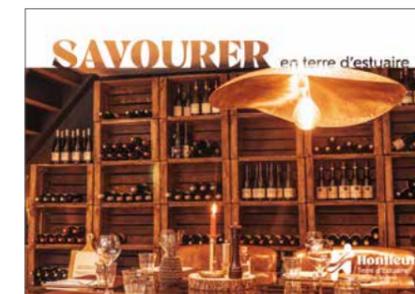


LA COLLECTION D'ÉDITIONS

Chaque année, l'OTCH est en charge de la réalisation et de la régie publicitaire d'une dizaine de publications. Ces éditions sont les outils indispensables à la diffusion de l'information, tant auprès de nos visiteurs que de nos résidents.

Les principales brochures sont harmonisées depuis 2018. Toutefois, chaque BIT a conservé certaines brochures qui peuvent lui être propres : circuits, brochures de présentation ou plan, afin de mieux répondre aux attentes de nos visiteurs.

Quelques exemple de brochures distribuées en 2023

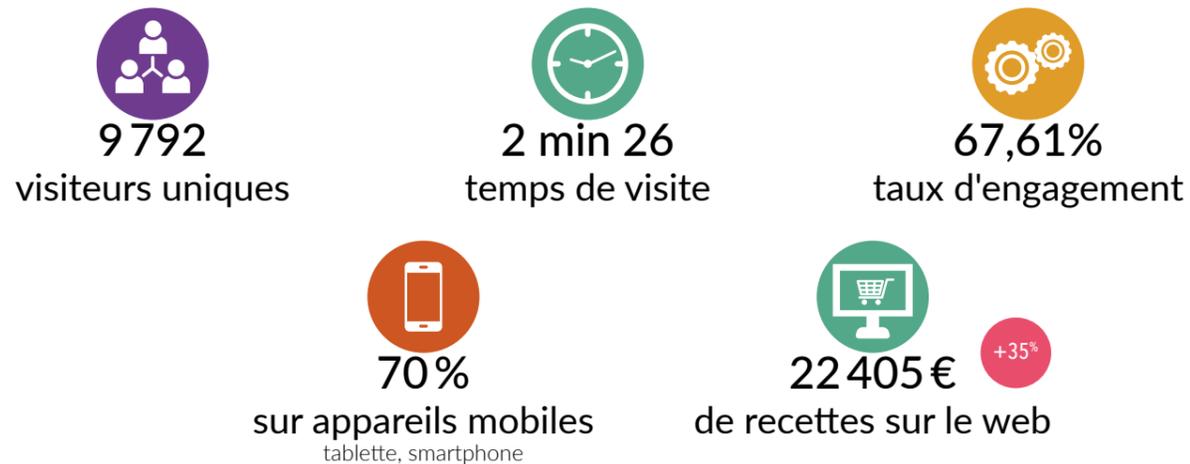


Le plan de diffusion de la collection d'éditions (185 000 exemplaires distribués cette année)

- À l'accueil des trois Bureaux et expédié par courrier
- Accueil hors les murs et terminal croisière
- Chez certains de nos partenaires (hébergeurs, restaurateurs, commerçants...)
- Sur les opérations de promotion en France et à l'étranger (salons, workshops...)
- En téléchargement libre sur www.ot-honfleur.fr au format .pdf

LA COMMUNICATION DIGITALE

Le site internet www.ot-honfleur.fr (en ligne depuis le 13/10/2023)



Top pages consultées

1. Agenda
2. Visiter Honfleur
3. Marché de Noël
4. Parking
5. Menus de fin d'année

Top internautes français (87 %)

1. Île-de-France
2. Normandie
3. Hauts-de-France
4. Pays de la Loire
5. Nouvelle-Aquitaine

Top internautes étrangers (13 %)

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

Internet et protection des données personnelles

Longtemps considéré comme le principal indicateur de mesure de la performance d'un site, le nombre de visiteurs ne peut plus aujourd'hui refléter à lui seul la qualité d'un site.

En effet, la réglementation internationale sur les données personnelles (et notamment la gestion des cookies) fait qu'aujourd'hui les internautes ne sont plus tous comptabilisés lorsqu'ils naviguent sur un site, faussant ainsi les chiffres de fréquentation réelle.

Le taux d'engagement (les interactions du visiteur) et le temps moyen passé sur le site reflètent mieux la qualité d'un site internet.

La refonte du site internet

Fin 2021, l'OTCH avait 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 avait notamment fait ressortir que le site internet de l'époque ne répondait plus aux attentes des clientèles et n'offrait 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.

Dès 2022, un budget avait été prévu 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.

C'est la société Iris Interactive qui a remporté le marché et qui été retenue pour la conception du site.

Après plus d'un an de travail, le nouveau site internet de l'Office de Tourisme a été mis en ligne en octobre 2023.

L'approche novatrice du projet (mise en avant de "l'arrière-pays" et promotion du tourisme sur les ailes de saison) et la prise en compte de l'aspect environnemental du projet ont permis à l'Office de Tourisme de bénéficier d'une subvention LEADER.

Les objectifs du nouveau site internet

L'objectif était 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
- Des versions étrangères entièrement traduites en anglais, en allemand, en néerlandais, en espagnol et en italien (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

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



LAURENT MOREAC
Avis de Google

5/5 - il y a 3 jours **NOUVEAU**

Très bon accueil et conseils . Merci.
visite guidée " histoires et légendes" d'Honfleur à 18h au top , je conseille fortement.
Laurent

Visité en février

Les média sociaux



30 952 **+9%**
fans Facebook

Publication à succès

- Près de 3 000 000 personnes touchées!
- Plus de 102 000 interactions

Profil type de nos fans Facebook

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

Honfleur, Terre d'Estuaire
Sponsorisée

10 pépites à Honfleur

Pépites Honfleuraises

Les pépites de Honfleur et ses alentours vous attendent au coeur de la Normandie !... Voir plus

En savoir plus

LES PRINCIPALES ACTIONS DE PROMOTION

Les principales actions 2023

- Campagnes sponsorisées sur Facebook et Instagram tout au long de l'année (avec mises en avant de nos animations et événements) qui sont de beaux succès avec 2 468 426 internautes atteints
- Commande de 12 articles pour alimenter la rubrique "Moments à vivre" du nouveau site internet
- Campagne de lancement du nouveau site internet en 2 phases : une première phase généraliste sur les pépites de la destination, puis une seconde phase destinée aux familles
- Développement du taux d'engagement sur les réseaux sociaux avec des concours pour la Fête des Mères et Noël
- Commande d'un reportage photo à la photographe Léa Badrah sur les sites de Honfleur (musées, Lieutenance et Manoir du Désert)
- Organisation de 4 accueils de journalistes (dont 3 étrangers : Belgique, Allemagne et Italie)



Mars 2023

- Salon Destination Nature - Salon grand public (42 000 visiteurs) à Paris - Présence sur le stand Normandie avec 10 autres partenaires normands.
- Salon Rendez-Vous en France - Salon professionnel à Paris - Partage de stand avec le HNO - 2 jours de rendez-vous programmés avec des professionnels du monde entier. Cible multimarchés.



Octobre 2023

- IFTM - Salon professionnel à Paris - En partenariat avec une vingtaine d'autres structures normandes - 3 jours de rencontres avec des professionnels français et internationaux
- Roadshow Royaume-Uni - Workshop professionnel itinérant en Angleterre afin de rencontrer des agents de voyage, des tour-operators et des responsables d'association.

Les insertions dans la presse

- Newsletter dédiée et un article en ligne sur le site France Today, leader sur le marché britannique (90 000 exemplaires imprimés et 150 000 connexions en ligne chaque mois).
- 3^e de couverture dans le magazine Hello New Place, support haut de gamme distribué dans Thalys, Eurostar, salons TGV, aéroports de Paris, sur les applications Air France...



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 2023, 9 dossiers ont été reçus, tous ayant obtenu un avis favorable par la commission d'attribution (CCPHB, CODIR), pour un montant total cumulé de 27 500 € (18 750 € en 2022).

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
- Honfleur Lyrique
- La Forge

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, Village de Marques (fermé en novembre 2023) et Beuzeville. 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 31.12.2023

Bureau de Honfleur	Effectif	Contrat	Temps de travail
Direction	1	CDD	Temps complet
Adjoint de Direction / Responsable Accueil	1	CDI	Temps complet
Secrétaire - Comptable	1	CDI	Temps complet
Responsable Commercialisation	1	CDI	Temps complet
Assistant Commercialisation	1	CDI	Temps complet
Guide	1	CDI	Temps complet
Responsable Marketing	1	CDI	Temps complet
Responsable Qualité	1	CDI	Temps complet
Responsable Événementiel	1	CDI	Temps complet
Responsable Boutique - Billetterie	1	CDI	Temps complet
Conseiller en séjour	5	CDI	Temps complet
Conseiller en séjour	1	Contrat d'Apprentissage	Alternance
Régisseur	1	CDI	Temps complet
Saisonnier	2	CDD saisonnier 6 mois	Temps complet
Saisonnier	1	CDD saisonnier 2 mois	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

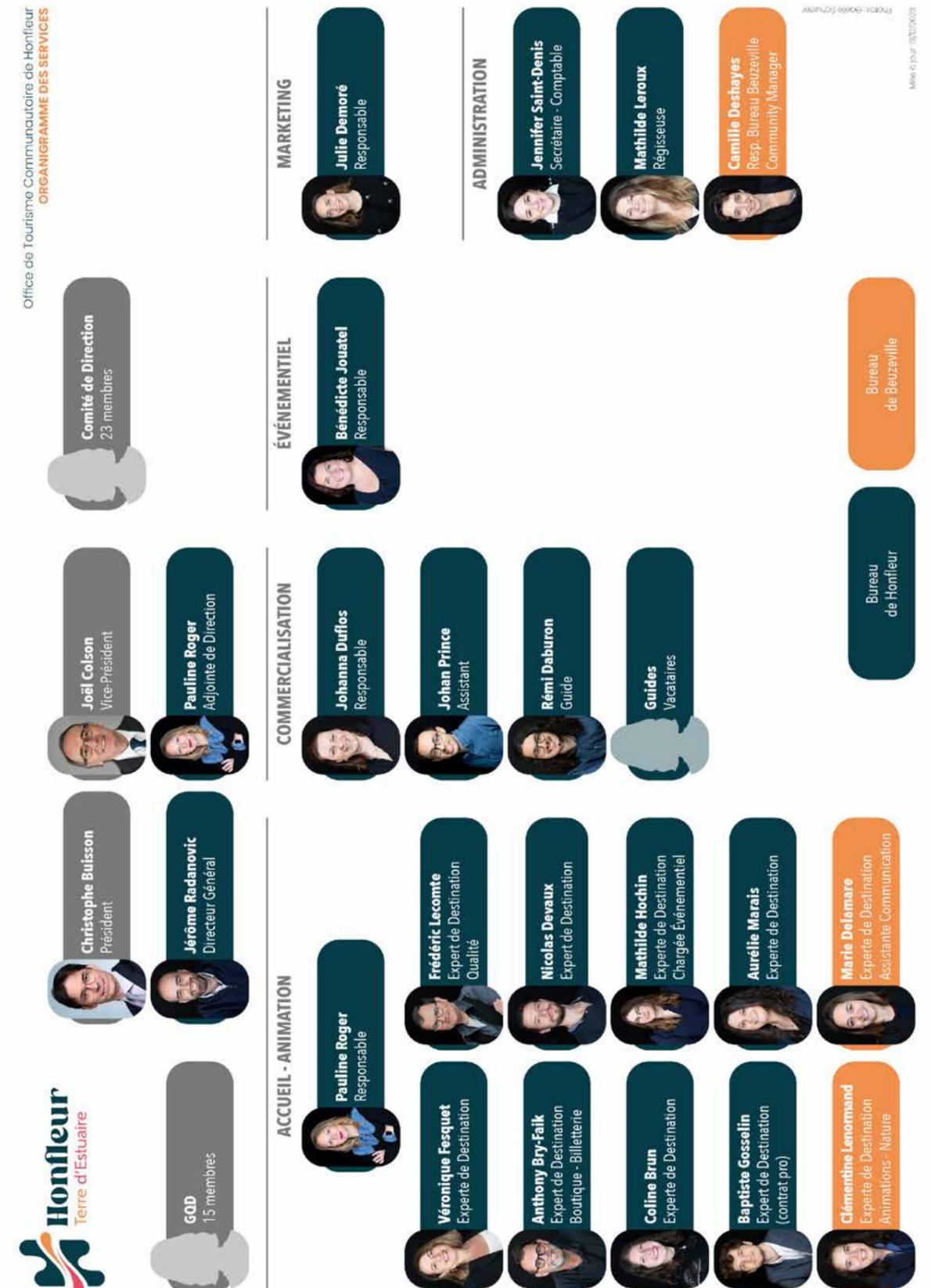
➤ 25 ETP

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 31.12.2023



LA MARQUE QUALITÉ TOURISME

Depuis l'obtention de la Marque Qualité Tourisme en novembre 2020, l'équipe de l'OTCH s'attache à répondre au mieux aux maximum de critères indispensables pour assurer la qualité des services.

Les collaborateurs sont accompagnés par OTN pour maintenir le niveau attendu.

Le renouvellement de la marque

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 ont été corrigés lors de la refonte du site intervenue en octobre 2023. La correction des autres remarques négatives a fait l'objet d'un plan d'actions.

Le renouvellement de la Marque Qualité Tourisme devrait avoir lieu lors d'un audit complet en décembre 2024, après un audit blanc en juin 2024.

97,62 / 100



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 2023

- 493 remarques (+ 508% par rapport à 2022), dont 404 concernant uniquement la fermeture de la gare routière de Honfleur à l'automne 2023
- 1 suggestion (ajout d'un quai sur le plan de Honfleur)
- 17 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 positifs et négatifs.

Top remarques positives

1. Visites guidées (qualité des visites et des guides)
2. Office de Tourisme (qualité et professionnalisme des prestations proposées et de l'accueil)
3. Offre culturelle (qualité des musées et de la Lieutenance)

Top remarques négatives

1. Plan de Honfleur non proposé en accès libre
2. Fréquentation de la ville
3. Aire de camping-car

Top réclamations

1. Petit-Train Touristique (manque d'information en cas d'annulation)
2. Aire de camping-car (hausse des tarifs sans contrepartie sur la qualité des services proposés)

➤ **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

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.



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.



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.



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 LIEN AVEC NOS PARTENAIRES

Le Rendez-Vous Partenaires



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

L'édition 2023 s'est tenue le 14 mars au Musée Boudin à Honfleur.

L'équipe a ainsi eu le plaisir de retrouver 80 de ses partenaires. Une excellente journée d'échange pour tous les participants, comme chaque année.

Au programme de l'événement 2023 :

- Présentation de l'équipe, des nouveautés, des projets et du bilan de l'année écoulée
- Présentation et visite du Musée Eugène Boudin
- Cocktail déjeunatoire
- Interventions de la Région Normandie et de professionnels du territoire autour de la thématique du tourisme durable
- 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 2023 :

- **Restaurants** : La Récré ; L'Alcyone
- **Hôtels** : L'Invitation au Voyage ; La Chaumière ; La Maison de Lucie ; Le Dauphin
- **Sites / Loisirs** : La Lieutenance ; Abbaye de Grestain ; Le Pavillon de la Reine
- **Résidences de Tourisme** : Goélia Gonneville ; Goélia Boulleville
- **Meublés de Tourisme** : Manoir Néo-Normand ; La Petite Lucie



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

www.ot-honfleur.fr