

TOURISME - BAIE DE SOMME
RAPPORT D'ACTIVITÉS 2024

Baie de Somme
COMMUNAUTÉ D'AGGLOMÉRATION

© - Crédit photo : Capitaine Rémi

SOMMAIRE

Destination Baie de Somme – Picardie Maritime : quelques chiffres clés 3

La communauté d'agglomération de la Baie de Somme (CABS) et sa compétence « promotion du tourisme » 5

Tourisme - Baie de Somme : Gouvernance 6

AXE 1

Développer la qualité de l'accueil et de l'information touristique 7

AXE 2

Renforcer la promotion de notre destination 12

AXE 3

Animer le territoire et développer l'offre 17

AXE 4

Viser la performance et la qualité du service rendu 21

DESTINATION BAIE DE SOMME - PICARDIE MARITIME

quelques chiffres clés

399

MILLIONS D'EUROS DE RETOMBÉES ÉCONOMIQUES GLOBALES

5 jours

DURÉE MOYENNE DU SÉJOUR

2357

EMPLOIS TOURISTIQUES

7,2

MILLIONS DE NUITÉES TOURISTIQUES

51 €

1 VISITEUR EN BAIE DE SOMME DÉPENSE EN MOYENNE 51 € / JOUR / PERSONNE

1 123 300

VISITEURS SUR LES SITES DE VISITES



© - Crédit photo : Stéphane Bouilland

VERS UN TOURISME DURABLE EN BAIE DE SOMME – PICARDIE MARITIME

Territoire vivant et sensible, la Baie de Somme attire des visiteurs en quête de nature, de patrimoine et d'authenticité. Pour préserver ses ressources et assurer des retombées durables, les acteurs publics **du territoire – communauté de communes, d'agglomérations, syndicats mixtes et Département** s'unissent autour d'une stratégie commune à l'échelle de la Picardie Maritime.

Cette démarche s'appuie sur trois piliers :

- Économique : soutenir l'activité locale et mieux répartir les flux
- Social : impliquer les habitants, accompagner les professionnels, améliorer les conditions d'accueil et de travail
- Environnemental : limiter les impacts et préserver les milieux

La CABS s'inscrit pleinement dans cette dynamique, en valorisant l'arrière-pays et en accompagnant la transition.

CHIFFRES À RETENIR

ÉCONOMIQUE

7.2 millions de nuitées touristiques

Hôtellerie de Plein Air :
1 416 000 nuitées (+2.5%/2023)

Hôtellerie : 307 300 nuitées
(-3.1%/2023)

Hébergements loués entre particuliers sur les plateformes collaboratives Airbnb, Abritel, Booking :
417 500 nuits réservées (+9%/2023)

Vacances scolaires :
52 % de la fréquentation annuelle

75% de séjour / 25% d'excursionniste

SOCIAL

Nos clientèles :
Âge moyen : 54 ans
En couple (48%) - En famille (31%)
France (84%)

Une surreprésentation des cadres CSP+ parmi les visiteurs

2/3 de repeaters dont 39% viennent au moins 2 fois par an

Nos habitants :
90% estiment que la fréquentation touristique est un facteur très important pour l'économie du territoire

43% l'estiment comme source de désagréments **57%** pensent que c'est une menace pour la préservation des espaces

ENVIRONNEMENTAL

4,12 millions de déplacements

9/10 personnes utilisent la voiture pour se déplacer

Randonnée pédestre / nombre moyen de passages / jour : 54

Cyclotourisme / nombre moyen de vélos / jour : 139

SOURCES :
Étude de fréquentation touristique et de mobilité sur le Grand Site de France Baie de Somme – 2023 Syndicat Mixte Baie de Somme – Grand Littoral Picard
Observatoire du tourisme dans la Somme – Somme Tourisme (Marie SALOME)
Retombées économiques et dépense du visiteur : Etude «Profil des clientèles touristiques, poids et retombées économiques du tourisme dans la Somme et ses territoires». Nuitées issues de la matrice Protourisme. Etude menée avec nos partenaires : le Conseil Départemental de la Somme, le Syndicat Mixte Baie de Somme 3 Vallées, le Pôle Métropolitain du Grand Amiénois, le PETR Coeur des Hauts-de-France et Hauts-de-France Tourisme. Réalisation et accompagnement cabinet Protourisme – novembre 2022.
Nuitées touristiques : Orange Flux Vision Tourisme - Somme Tourisme
Fréquentation Hôtellerie et hôtellerie de plein air : NSEE – DGE – Hauts-de-France Tourisme
Fréquentation des hébergements loués entre particuliers sur les plateformes Airbnb, Abritel et booking : Observatoire mutualisé du locatif, France Tourisme Observation, Somme Tourisme Hauts-de-France Tourisme – Lighthouse
Randonnées pédestre et cyclotourisme : éco-compteurs de la Vallée de Somme : Conseil départemental de la Somme, éco-compteurs de la Baie de Somme-Picardie Maritime : Syndicat Mixte Baie de Somme Grand littoral picard.

UN TERRITOIRE RICHE DE LABELS

LA COMMUNAUTE D'AGGLOMÉRATION DE LA BAIE DE SOMME (CABS) et sa compétence « promotion du tourisme »

43 COMMUNES
75 CONSEILLERS COMMUNAUTAIRES
Président : Pascal Demarthe
50 930 HABITANTS
1 PÔLE URBAIN ABBEVILLE DE 23 000 HABITANTS

1 OFFICE DE TOURISME
« TOURISME - BAIE DE SOMME »
marqué Qualité Tourisme
et classé en catégorie 1

6 BUREAUX D'INFORMATION TOURISTIQUE
(dont 3 saisonniers) : Abbeville, Cayeux-sur-Mer, Saint-Valery-sur-Somme et Longpré-les-Corps-Saints, Collégiale Saint Vulfran, Eglise du Saint-Sépulcre

21 hôtels et résidences de tourisme
16 campings
74 chambres d'hôtes
395 meublés de tourisme

SITES DE VISITES (nombre de visiteurs)

Chemin de fer de la Baie de Somme : 201 500
Parc ornithologique du Marquenterre : 155 600
Tours Guillaume : 150 000
Aquaclub : 143 500
Jardins de Valloires : 52 900
Chapelle du Saint Esprit : 49 500
Collégiale Saint Vulfran : 46 400
Maison de la Baie de Somme : 38 200
Commandant Charcot : 38 200
Abbaye de Saint Riquier : 31 100
Golf de Belle Dune : 23 000
Réserve ornitologique de Grand-Laviers : 7600

72 KM DE LITTORAL
7 200 HECTARES DE MILIEUX ENTRE TERRE ET EAU
2 000 000 VISITES ANNUELLES SUR LES ESPACES NATURELS MAJEURS
1000 KILOMÈTRES DE RÉSEAU POINTS NOEUDS
+ DE 250 KM DE SENTIERS DE RANDONNÉE
3 GR (123, 125, 800)
85 KILOMÈTRES DE PISTES CYCLABLES
1 VÉLOROUTE ET 2 VOIES CYCLABLES

UN CADRE DE VIE ATTRAYANT

3 VILLES ET VILLAGES FLEURIS****
(Mons-Boubert, Saint-Valery-sur-Somme, Abbeville (obtenu en septembre 2025))
2 VILLES ET VILLAGES FLEURIS**
(Cayeux-sur-Mer, Drucat)
2 VILLES ET VILLAGES FLEURIS*
(Saint-Blimont, Yonval)

DES PAYSAGES ET UN PATRIMOINE PRÉSERVÉS

1 PAVILLON BLEU « PLAGE » (Cayeux-sur-Mer)
1 PAVILLON BLEU « PORT » (Saint-Valery-sur-Somme)
1 VILLE FRANCE STATION NAUTIQUE (Saint-Valery-sur-Somme).
2 COMMUNES CLASSÉES STATION DE TOURISME (Cayeux-sur-Mer et Saint-Valery-sur-Somme)

TOURISME - BAIE DE SOMME : GOUVERNANCE

2017 : La CABS crée la régie à autonomie financière **Office de Tourisme de la Baie de Somme**, administrée par un **conseil d'exploitation** (CE) composé de 43 membres.

Le collège des élus compte 22 délégués communautaires de la CABS.

Henri Sannier Président de l'Office de Tourisme et Vice-Président en charge du tourisme

Clémence Froissart, Vice-Présidente (élue)

Daniel Dupuy, **Danielle Vasseur**, **Michel Lepage**, **Olivier Mallet**, **Patrick Ledet**, **Lydie Noël**, **Michelle Delage**, **Monique Boulart**, **Annie Leplomb**, **Christian Lesenne**, **Pascal Lefebvre**, **Jean-Paul Lecomte**, **Claude Leblond**, **Christophe Mennesson**, **Luc Chatenay**, **Daniel Lenne**, **Laurent Parsis**, **Robert Debray**, **Jean-Michel Ménourie**, **Jean Gorriez**,

Le collège des socioprofessionnels compte 21 membres :

Hervé Bayard, Vice-Président

Hauts de France Tourisme, **Somme Tourisme**, **Plateforme des Organismes de Tourisme des Hauts de France**, **CCI**, **Gites « l'Eauette »**, **chambre d'hôtes « La Pierre d'O »**, **Hôtel Mercure**, **Domaine du Val**, **Restaurants la Marmitte Huppinoise**, **la Picardière**, **Les Amis du Musée Boucher de Perthes**, **ARCHE**, **Chemin de Fer de la Baie de Somme**, **Club de Kayak de Mer et de Va'a**, **Syndicat d'Initiative de Longpré-les-Corps-Saints**, **Traces de guides**, **Ecole de Kitesurf de la Baie de Somme**, **Le petit grain**.

Le syndicat mixte Baie de Somme Trois Vallées est invité à chaque séance.

Le CE s'est réuni 3 fois en 2024 (26 février, 3 septembre et 26 novembre).

Tourisme - Baie de Somme : Stratégie 2023 / 2026 pour le développement touristique de la CABS

Baie de Somme Tourisme décline sa stratégie à l'échelle de son territoire. Elle s'articule autour de 3 objectifs :

- **Soutenir l'activité économique et touristique** (allonger la durée de séjour, augmenter les dépenses sur le territoire, développer le tourisme en dehors de la période estivale et dans les zones moins fréquentées...)

- **Développer l'offre touristique** dans les zones présentant un potentiel touristique pour une meilleure gestion des flux

- **Développer un tourisme responsable** et inscrire l'office de tourisme dans une démarche de développement durable.

Et se décline en PLAN D'ACTIONS autour de 4 AXES :

AXE 1 **DÉVELOPPER la qualité de l'accueil et de l'information touristique**

AXE 2 **RENFORCER la promotion de notre destination**

AXE 3 **ANIMER le territoire et développer l'offre**

AXE 4 **VISER la performance et la qualité du service rendu**

AXE 1

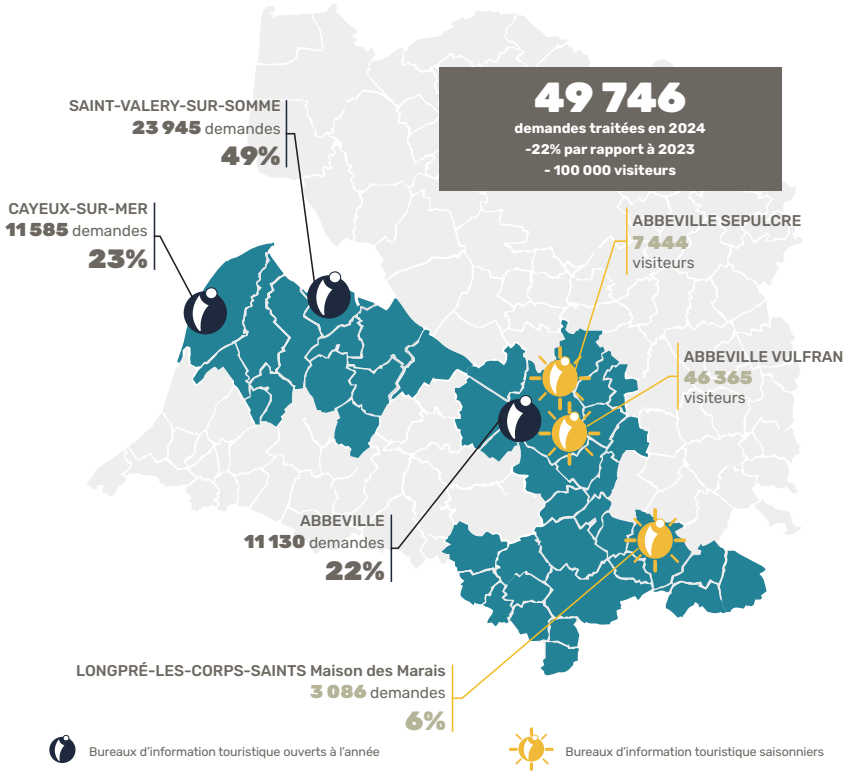
DÉVELOPPER la qualité de l'accueil et de l'information touristique



© - Crédit photo : Caroline Pruvot

LES DEMANDES D'INFORMATION

Carte de situation des bureaux d'information avec leurs demandes d'information



NOS CHIFFRES CLÉS

49 746 demandes d'information (-22% / 2023)

+ de 150 000 visiteurs
comptoir : 84% (+ 8pts / 2023)
téléphone : 11,5% (-8,7 pts / 2023)

mail/web : 4,3 % (=)
courriers : 0,2% (=)

REMARQUES

En hiver 2023/2024 : le Bureau d'Information Touristique d'Abbevillle a déménagé au 15 rue du Pont-aux-Brouettes, à Abbeville. Le local lumineux mais exigu ne permet pas l'accueil du flux de visiteurs.

D'août 2024 à février 2025, Tourisme - Baie de Somme a subi une panne de son réseau téléphonique, engendrant ainsi une forte baisse des demandes par téléphone.

LA RÉPARTITION DE LA CLIENTÈLE

83,6 % FRANÇAIS

Hauts-de-France	36,44%	↗
Île de France	21,88%	↗
Grand Est	9,64%	↘
Normandie	6,33%	↘
Pays de la Loire	5,63%	↘
Auvergne-Rhône-Alpes	4,83%	↘
Bretagne	3,45%	↘
Centre-Val de Loire	3,26%	↗
Bourgogne-Franche-Comté	2,60%	↘
Nouvelle-Aquitaine	2,57%	↘
Occitanie	1,86%	↘

16,4 % ÉTRANGERS

Belgique	64,53%	↘
Royaume-Uni	15,02%	↘
Pays-Bas	8,82%	↘
Allemagne	7,95%	↗
Suisse	1,07%	↘
Espagne	0,57%	↘

UN ACCUEIL 24H/24 GRÂCE AU QR CODE "JE SUIS SUR PLACE"

Installée sur nos vitrines depuis novembre 2024, l'affiche "Je suis sur place" permet aux visiteurs de flasher un QR code et d'accéder instantanément à toutes les infos utiles à proximité (restos, visites, animations...). **Résultat : 6 877 consultations en 2024**, +32 % cet hiver. **Un relais d'accueil efficace, même quand l'OT est fermé. Simple, géolocalisé : un outil 100 % autonome, 100 % orienté service, qui renforce notre stratégie numérique et améliore l'expérience visiteur.**

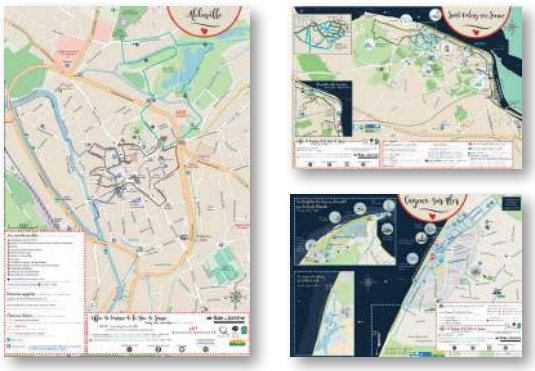


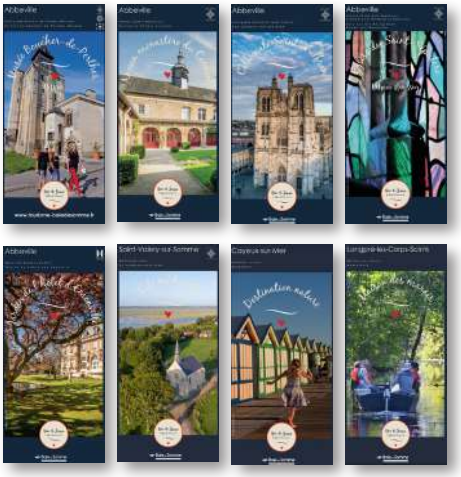
LES ÉDITIONS DÉDIÉES À L'ACCUEIL DE NOS VISITEURS PENDANT LEUR SÉJOUR

Dans un souci d'impact environnemental, de ressources financières et pour mieux répondre aux attentes des clientèles, Tourisme - Baie de Somme opère une réflexion constante sur ses éditions, leurs impressions et leurs diffusions, comme par exemple l'arrêt des envois postaux en 2024 au profit de l'optimisation des mails. Désormais, un carnet de voyage attrayant et personnalisé est envoyé par mail à chaque visiteur.

Les plans de ville

Les plans de ville de Cayeux-sur-Mer, Abbeville et Saint-Valery-sur-Somme pour se déplacer et découvrir les villes.
La carte de destination, un outil pratique de situation et de localisation.





Les « incontournables »

Toutes les informations utiles pour visiter le Carmel, la ville de Cayeux-sur-Mer, le jardin d'Emonville, l'église du Saint Sépulcre, la collégiale Saint Vulfran, le site de la Maison des Marais et la cité médiévale de Saint-Valery-sur-Somme (80 000 ex)

Les feuillets « Pause en Baie » (44 000 ex)

Pratique pour accéder aux offres de nos partenaires : restaurants, activités, campings, chambres d'hôtes, hôtels, résidences de tourisme, locations de meublés.





Le carnet des marées (600 ex)

Indispensable pour optimiser son séjour et vivre en fonction des marées.

LES ÉDITIONS DÉDIÉES AUX HABITANTS (DONT RÉSIDENCES SECONDAIRES) RÉALISÉES AVEC LE COLLECTIF DESTINATION



Le Carnet de sorties (20 000 ex dont 5 000 pour Baie de Somme Tourisme) propose toutes les visites guidées, ateliers, sorties… proposés par le collectif « Baie de Somme » (y compris les visites guidées et sortie nature de Tourisme Baie de Somme)



Le programme des Journées européennes du patrimoine (15 000 ex dont 2 160 pour Baie de Somme Tourisme)

PLAN DE DIFFUSION DES ÉDITIONS :
- À l'accueil des Bureaux d'Information Touristiques et adressée par mail aux demandes d'information
- Par les partenaires (hébergements, prestataires de loisirs, restaurants...)
- En téléchargement et en consultation sur le site www.tourisme-baiedesomme.fr

LES VISITES GUIDÉES ORGANISÉES PAR TOURISME-BAIE DE SOMME (POUR LA CLIENTÈLE INDIVIDUELLE)

263 VISITES | 1 444 PARTICIPANTS | 7 811 € TTC (+ 2,6 %)



© - Crédit photo : Stéphane Bouilland - Nicolas Bryant - Max Deschamps-Berger

À Abbeville 179 visites / 724 participants
Les trésors cachés, Secrets des rues, Vitraux de W. Einstein, Saint Vulfran, les vitraux A. Manessier, Shot patrimoine, Complot à la collégiale

À Saint Valery-sur-Somme 25 visites / 258 participants
À petits pas sur les Mollières, Égnimatique cité médiévale, le Courtgain: Ruelles et maisonnettes, Grand Tour à Saint-Valery-sur-Somme, Saint-Valery-sur-Somme By Night

À Cayeux-sur-Mer 8 visites / 136 participants
Cayeux de la belle époque à nos jours,
À la découverte de Brighton les Pins

À Longpré-les-Corps-Saints (Maison des Marais)
51 sorties / 326 participants
Les chants d'oiseaux, Les curiosité du marais, balade en barque, au fil de l'eau en canoë

Toutes nos visites sont réservables en ligne ! Flashez et réservez !

UNE BOUTIQUE ENGAGÉE POUR CEUX QUI FONT VIVRE LA BAIE DE SOMME

320 RÉFÉRENCES – 72% DE PRODUITS LOCAUX – CA 35 671 HT (-14%)

Malgré un contexte difficile, la boutique confirme son rôle structurant pour l'économie locale. Elle est un levier essentiel pour soutenir les producteurs locaux, enrichir l'expérience des visiteurs et générer des ressources propres.
Sur 320 références, 230 sont locales (Salicorne, savons, miel, galets peints, objets en raku...). La sélection des articles est artisanale, accessible, durable.

Top 5 des ventes

- Carte postale
- Magnet
- Librairie (véloroute, topo guide randonnée à pied)
- Phoque en raku
- Affiches

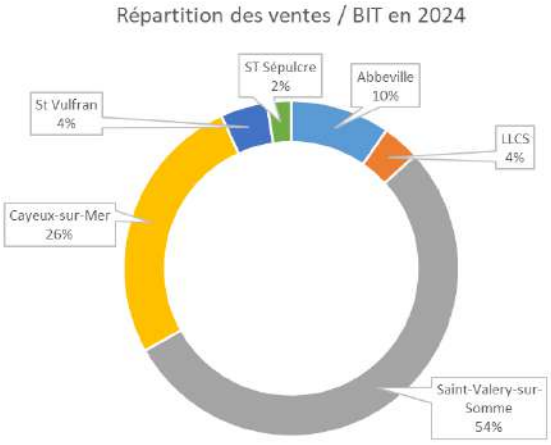




UN OUTIL QUI A DU SENS

- Circuits courts
- Faible impact environnemental
- Mise en valeur des savoir-faire
- Réponse aux attentes des visiteurs responsables





POURQUOI UNE BAISSE DE % DU CA ?

- 18% de fréquentation dans les BIT en 2024
- Surface de vente divisée par 5 à Abbeville suite au déménagement
- Pouvoir d'achat en recul, moins d'achats "plaisir"
- Commande de stock retardée (budget notifié mi-avril)



La billetterie au comptoir

2 conventions de billetterires signées en 2024 : 1 205 € TTC CA

La billetterie au comptoir répond aux attentes de nos visiteurs en quête de conseils et de proximité, soutient la commercialisation des activités locales, et facilite l'accès à l'offre pour les professionnels.

AXE 2

RENFORCER la promotion de notre destination



© Crédit photo : Stephane Bouilland

LA STRATÉGIE DIGITALE

Site internet



www.tourisme-baiedesomme.fr

919 252 VISITES (+31%) | 541 891 VISITEURS (+4%)
2 081 123 PAGES VUES (+2.88%)

Accès au site :
- 67.5% sur mobile
- 32.5% sur ordinateur
- 3.5% sur tablette





Un site pensé pour durer, porté par une équipe investie.

Avec **541 891 visiteurs** uniques et plus de **2 millions de pages** vues, le site web confirme en 2024 son **rôle central dans la stratégie d'attractivité de la destination**.

Conçu dès le départ comme un outil vivant et évolutif et grâce à une maîtrise éditoriale en interne, l'équipe peut l'enrichir au fil des saisons, s'adapter aux attentes des visiteurs et valoriser le territoire avec réactivité.

Connecté aux bases touristiques locales (SIT, Open System), il intègre des services utiles (billetterie, carte interactive, météo, marées…) dans une interface simple, agréable et web design.

Il répond à plusieurs objectifs du plan d'actions :
- Inspirer avant le séjour, en mettant en valeur les paysages, les idées de sorties et l'ambiance unique de la Baie.
- Accompagner pendant le séjour, avec des infos claires, pratiques, géolocalisées et accessibles 24h/24.

LA PLACE DE MARCHÉ : UN OUTIL EFFICACE DE VENTE EN LIGNE

Parallèlement, la place de marché a affiché d'excellents résultats avec un chiffre d'affaires de **60 403 € TTC (+12 % par rapport à 2023)**, réparti entre hébergements (42%), activités (29%), sorties nature (29%).

Le cœur du site : la rubrique "Moments". Rédigée par l'équipe, elle partage nos idées de balades, nos coups de coeur, petites perles méconnues, émotions vécues au fil des saisons et notre regard authentique sur la Baie de Somme. Cette rubrique, écrite avec sincérité, humanité et engagement, crée un lien direct avec les visiteurs.



Elle dit qui nous sommes, au-delà de ce que nous montrons.

ACTIONS 2024

- Mise à jour régulière des bases de données
- Amélioration continue du référencement gratuit
- Enrichissement des rubriques et créations de nouvelles pages
- Création de moments

Réseaux sociaux

Tourisme Baie de Somme interagit sur les réseaux sociaux et crée du lien avec la communauté autour d'un hashtag répondant à la marque : **#tourismebaiedesomme**

Tourisme Baie de Somme, c'est :

120 POSTS | 10 717 ABONNÉS | 13 923 INTERACTIONS | 52 700 UTILISATEURS

LE TOP 3 DES POSTS FACEBOOK







Tourisme_baiedesomme

49 PUBLICATIONS | 5 391 ABONNÉS | 7 500 UTILISATEURS



LA PRESSE

OCTOBRE

- Accueil presse organisé par **ADT Somme**
- **Le Figaro** «Saint Riquier, une curiosité médiévale dans la vallée de la Somme»



AOÛT

- **La voix du Nord** «Saint-Valery, on arpente la côte à vélo, jusqu'au « spot » des phoques »



MAI

- **TF1** 20h «L'affluence touristique sur la côte pendant le long week-end de l'Ascension : comment gérer les flux touristiques?»

AVRIL

- **La Tribune du dimanche** (42 000 ex) « Grande évasion à Saint-Valery-sur-Somme »
- **Figaro TV** «C'est tout bon» n° 88 : Week-end à Saint-Valery-sur-Somme Par Laurence Haloche



MARS

- **France 3 Picardie** « Le passage de Guillaume le Conquérant à Saint-Valery-sur-Somme » Yolande Malgras



© - Crédit photo : Max Deschamps-Berger

LA PROMOTION AVEC LE COLLECTIF « DESTINATION BAIE DE SOMME »

En 2024, les partenaires publics ont élaboré la « stratégie touristique de la Baie de Somme Picardie maritime horizon 2030 ».

Cette stratégie fixe les règles du jeu entre les partenaires publics du territoire pour mieux coordonner leurs actions, mutualiser les moyens et parler d'une seule voix. Grâce à elle, les partenaires publics avancent ensemble, dans la même direction, au service de l'attractivité et du développement touristique de la Baie de Somme.

Bilan des actions 2024



1 - Les éditions

Réédition 2024 non millésimé avec mise à jour des informations

Budget : 29 329,20 € TTC
- Création graphique : 1 512 € TTC
- Impressions 50 000 ex : 27 817,20 € TTC

Financement dans le cadre du Contrat de Destination touristique
Dont 12 000 ex pour Tourisme Baie de Somme



5 entrées thématiques
(nature, patrimoine, I&L, évent et conférence bien-être)

+ 1100 sorties (avr > déc)
53 communes
80 pages
20 000 exemplaires dont 5 000 ex pour Tourisme Baie de Somme

Budget : 17 626€ TTC
Financement dans le cadre du Contrat de Destination touristique
La campagne « Médiagares »
Budget total 19 206,10€ TTC
Financement dans le cadre du Contrat de Destination touristique

2 - La campagne « Médiagares »

Budget total 19 206,10€ TTC
Financement dans le cadre du Contrat de Destination touristique



3 - Réalisation de reportages photo et vidéo ciblés



AXE 3

ANIMER le territoire et DÉVELOPPER l'offre

© - Crédit photo : Nicolas Bryant

DÉVELOPPER LES VENTES ET LES RETOMBÉES ÉCONOMIQUES

La commercialisation de prestations touristiques, le service réceptif groupe



Immatriculé au Registre National des Opérateurs de Voyages et de séjours, Tourisme Baie de Somme assemble et commercialise des produits et prestations touristiques.

CHIFFRES CLÉS 2024 :

145 devis traités (+8.2% / 2023) / **108 dossiers** confirmés (=)
4 724 participants (+11%), soient 43 pax / groupe
CA : 214 190 € TTC (+15%/2023)
22 professionnels du tourisme partenaires

L'année 2024 a été marquée par une dynamique positive pour la commercialisation des groupes. La demande a été soutenue, notamment grâce à une clientèle fidèle composée principalement d'associations de seniors, CCAS, tour-opérateurs et autocaristes, en provenance majoritairement d'Île-de-France et des Hauts-de-France.

Nos points forts
- Produits phares : la visite guidée de Saint-Valery-sur-Somme (réalisée pour plus d'1 groupe sur 2), suivie du Chemin de Fer de la Baie de Somme et des sorties phoques/traversées de baie.
- Offre diversifiée : 66 journées, 9 séjours vendus, 33 visites
- Acquisition en fin d'année d'un logiciel métier pour optimiser la gestion et le suivi des dossiers.

https://www.tourisme-baiedesomme.fr/espace-groupe/

2 PROPOSITIONS DE PRESTATIONS

En groupe, à la journée :
Abbeville, l'incontournable.
À partir de 45,40 €
par personne.

En groupe, séjour une nuit :
La Baie de Somme.
À partir de 239 €
par personne

Opération week-end avec Hauts-de-France tourisme

Tourisme Baie de Somme est engagé auprès de Hauts-de-France Tourisme pour l'accompagnement des hébergeurs privés du territoire de la CABS pour la mise en marché de leur offre sur la plateforme www.weekend-hautsdefrance.com.



CHIFFRES CLÉS 2024 :

250 heures d'accompagnement OT pour 18 hébergeurs engagés (dont 8 situés à Abbeville et dans l'arrière-pays, 10 en baie de Somme)

33 offres de séjour mises en ligne

66 ventes en ligne CA : 171 819 € TTC (+ 2% vs 2023) / panier moyen de 248 €

Origine des clients : 64,8 % Hauts de France / 35,20 % de l'Ile-de-France.

ANIMER LE RÉSEAU DES PROFESSIONNELS DU TOURISME ET FAIRE DES PRESTATAIRES TOURISTIQUES DE VRAIS PARTENAIRES

Un maillage d'accueil à repenser, une dynamique collective à renforcer

L'évolution des usages, la multiplication des canaux d'information et la montée en compétence des prestataires nous invitent à **réinventer ensemble les pratiques d'accueil** sur le territoire. Tourisme – Baie de Somme adapte ses missions, ses outils et ses formats pour **mieux répondre aux attentes des visiteurs**, tout en **valorisant l'expertise des professionnels locaux**.

Travailler avec Tourisme – Baie de Somme, c'est **jouer dans la même équipe, gagner en visibilité, bénéficier de relais qualifiés et faire vivre une expérience cohérente et attractive à l'échelle de la Baie de Somme**.







CHIFFRES CLÉS 2024 :

220 partenaires (117 hébergeurs, 47 restaurateurs, 41 prestataires activités et loisirs, 15 commerçants et producteurs)
15 visites d'hébergements, et autres établissements
12 ½ journée « PLV » (Présence des partenaires dans le hall du BIT de Saint-Valery-sur-Somme pour présenter leur offre aux visiteurs)
10 rdv « accompagnement »
4ème lancement de saison – 100 participants
1 éductour – 40 participants

Plus de 1 900 heures dédiées à l'animation du réseau des professionnels.

L'INFORMATION VERS LES PROFESSIONNELS DU TOURISME

Élaboration et diffusion du Guide du Partenaire présentant l'ensemble des missions de l'OT aux professionnels du tourisme

Envoi de newsletters (newsletter, informations sur les différentes actions menées par l'OT, invitations aux RDV Pros...)

Enrichissement de l'Espace Pro sur le site web.

LE GUIDE DU PARTENAIRE 2024



Véritable vitrine de l'engagement de Tourisme Baie de Somme auprès des professionnels, **Le Guide du Partenaire 2024** propose une boîte à outils pour les acteurs économiques du teritoire.
Pensé pour répondre concrètement aux enjeux des professionnels du tourisme, il propose une **offre de services clair, efficace et personnalisable**, articulée autout de quatre **piliers** :

- **Créer du lien** : en intégrant un réseau actif, en participant à nos temps forts (lancement de saison, éductours...), en co-construisant la destination.
- **Bénéficier d'un accompagnement**
- **Valoriser son offre** : en ligne, en brochure, dans nos lieux d'accueil, sur les réseaux soxiaux ou via des campagnes ciblées.
- **Dévolopper son activité** : grâce à des temps d'échange, des conseils personnalisés, des outils d'aide à la commercialisation et des actions de qualification.

Rejoindre ce réseau, c'est bénéficier d'un appui professionnel et participer à la construction d'une destination toujours plus attractive et responsable.

L'OUVERTURE DE LA COLLÉGIALE SAINT VULFRAN ET DE L'ÉGLISE DU SAINT SÉPULCRE : STRATÉGIQUE POUR L'ATTRACTIVITÉ ET L'ÉQUILIBRE DU TERRITOIRE

Depuis 2007, Tourisme – Baie de Somme assure l'ouverture au public de la collégiale Saint-Vulfran et de l'église du Saint-Sépulcre. En 2024, il renforce cet engagement à travers un double objectif : valoriser le patrimoine abbevillois et contribuer à l'attractivité de l'ensemble de la Baie de Somme.

Ces ouvertures génèrent du flux, **attirent de nouveaux publics** et incitent à découvrir d'autres sites du territoire : **abbaye de Saint-Riquier**, **chapelle du Saint-Esprit à Rue**, **musées**, **circuits patrimoniaux**…

Au-delà de l'enjeu culturel, c'est un **levier de gestion des flux touristiques** :

- Attirer la clientèle fixée sur le littoral
- Valoriser l'arrière-pays
- Allonger le temps de visite
- Répartir les retombées économiques

C'est une action concrète au service d'un tourisme durable, plus équilibré, au bénéfice de toute la destination Baie de Somme.



© - Crédit photo : Jane Trouvé

CHIFFRES CLÉS :

2 500 heures dédiées à l'ouverture des édifices (+ visites guidées)

7 444 visiteurs à l'église du Saint Sépulcre (dont 1 800 accueillis par la ville d'Abbeville)

50 864 visiteurs à la collégiale Saint Vulfran

119 visites guidées – 414 participants



© - Crédit photo : Olivier Leclercq

AXE 4

VISER la performance et la qualité du service rendu



© - Crédit photo : Nicolas Bryant

QUALITÉ TOURISME™ ET CLASSEMENT EN CATÉGORIE 1 : UN ENGAGEMENT RENOUVELÉ

Depuis 2019, Tourisme - Baie de Somme est labellisé Qualité Tourisme™ et classé en catégorie 1, la plus haute distinction attribuée aux offices par l'État.
Cette reconnaissance est le fruit d'une démarche volontaire et exigeante, basée sur un référentiel de 200 critères, avec un objectif clair : garantir un accueil de qualité et des services performants.

Ce que disent les audits :

- **2019** : 95 % de conformité à l'audit complet
- **2021** : 91 % à l'audit mystère
- **2024** : 89 % à l'audit de renouvellement

La marque a été renouvelée en juin 2024, et le classement en catégorie 1 confirmé par arrêté préfectoral le 12 août 2024.

NOS ENGAGEMENTS QUALITÉ



Une préparation collective

En 2023, l'équipe s'est mobilisée pour préparer l'audit. Accompagnée par le cabinet Accessitour, elle a travaillé à renforcer ses pratiques, professionnaliser ses outils, et structurer un nouveau **plan d'actions Qualité** aligné sur le **projet de service**.

Le ministère recommande un **accompagnement externe régulier** pour entretenir la dynamique entre deux audits. L'Office s'y engage, avec pour ambition : **progresser en continu et faire de la qualité un levier de performance durable**.

Un nouveau référentiel DESTINATION D'EXCELLENCE

Depuis septembre 2024, le **label Destination d'excellence** remplace la marque "Qualité Tourisme".

Il porte une ambition renouvelée de **qualité globale de l'offre touristique** : hébergements, restauration, lieux de visite et de loisirs, transports et bien sûr lieux d'information touristique comme les offices de tourisme. Au-delà de la qualité de l'accueil et des services, le label renforce l'exigence en matière d'écoresponsabilité.

OBJECTIFS 2026 :

Nouvel audit DESTINATION D'EXCELLENCE

Nos priorités pour maintenir la dynamique :

- Stabilisation des équipes
- Développement des compétences (optimisation de l'accueil physique, téléphonique et digital)
- Renforcement du lien avec les partenaires
- Intégration de la RSE et de la QVT dans la démarche qualité
- Développer la mise en œuvre des 3 piliers du tourisme durable

BILAN QUALITÉ 2024 : ÉCOUTER POUR PROGRESSER

L'écoute client est un levier stratégique pour piloter notre performance, ajuster nos pratiques et renforcer la satisfaction.

Au-delà des chiffres, chaque retour, chaque avis, chaque interaction nourrit une démarche d'amélioration continue. En 2024, Tourisme – Baie de Somme a poursuivi le suivi rigoureux de **SIX INDICATEURS QUALITÉ** pour mieux comprendre les attentes des visiteurs, identifier les points faibles et valoriser les points forts.

1

LES QUESTIONNAIRES DE SATISFACTION
254 questionnaires trilingues collectés en accueil :

- **96 %** de clients très satisfaits du conseil apporté par nos experts locaux.
- Sur 72 questionnaires liés à la qualité des réponses "mail" : 80 % très bons, 15 % bons, 2 % insuffisants (contre 8 % en 2023) = amélioration significative.

2

E-RÉPUTATION (Google / TripAdvisor)

- **483 avis Google (vs 411 en 2023)** : 256 avis 5★ / 18 avis 1★
- 1 avis TripAdvisor (page peu utilisée)

3

14 RÉCLAMATIONS TRAITÉES (7 écrites, 7 orales) :
En nette diminution sur 3 ans : 27 (2022), 9 (2023),14 (2024)

4

SATISFACTION CLIENTS GROUPES
20 retours questionnaires

- Contact & écoute : **95 % satisfaits**
- Infos transmises : 80 % satisfaits
- Délais de réponse : 90 % satisfaits (en baisse – hausse des demandes)

5

14 DYSFONCTIONNEMENTS INTERNES RECENSÉS

- Majoritairement liés à la gestion des mails et réseaux sociaux
- Autres : brochures absentes ou mal gérées

6

BOUTIQUE CA 2024 : 35 671 € HT (-14 % vs 2023) → Meilleures ventes : cartes postales, magnets, guides vélo, créations locales → Analyse en cours pour adapter l'offre et redynamiser la boutique

CONCLUSION : Les données 2024 confirment la pertinence d'un suivi qualité régulier. Elles révèlent des axes d'amélioration concrets : gestion des délais, fluidité des canaux digitaux, offre boutique, mais aussi une très bonne image de l'accueil physique. L'écoute client reste un levier essentiel de pilotage et d'amélioration continue.

PILOTER PAR LES INDICATEURS POUR RENFORCER L'EFFICIENCE

Tourisme – Baie de Somme s'inscrit dans une **démarche active de pilotage par les indicateurs et ratios de gestion**. Cette approche permet **d'évaluer la performance, d'orienter les choix stratégiques**, et de garantir une utilisation efficace des ressources.

Pour cela, plusieurs sources de données sont mobilisées :

- **Enregistrement du temps de travail** (outil interne type TEMPO), mission par mission, pour objectiver la répartition des moyens humains
- **Comptabilité analytique**, pour ventiler précisément les dépenses par axe stratégique
- **Données issues de l'observatoire** (fréquentation, clientèles, saisonnalité), croisées avec les actions menées
- **Exploitation des référentiels nationaux** (issus notamment d'Évaluamétris) pour se comparer à des structures équivalentes et intégrer l'Indice de Touristicité Territoriale (ITT)

L'ensemble de ces éléments permet de produire **plus de 100 indicateurs normés**.

QUELQUES INDICATEURS 2024 :



15,3 ETP permanents dont 2,4 saisonniers
Budget global = 1 068 437€ ht (+12% / 2023)



Coût moyen du contact :
10,9 € ↗
(coût moyen national ≈ 10€)
BIT Abbeville : 9,6 €
BIT Cayeux : 11,3 €
BIT Maison des Marais : 11,9 €
BIT St Valery : 7,3 €
BIT St Vulfran : 25,3 €
BIT St Sépulcre : 39,6 €



8,28 % ↗
Capacité d'autofinancement
(Vs 6% : taux médian national)



15,45 € ↗
Subvention / hab
(Vs 17€ en médiane nationale)



64% des moyens dédiés à « ACCUEIL et INFORMATION »
(Vs 40% taux médian national) ↘
23% des moyens dédiés à la « COMMUNICATION et COMMERCIALISATION » ↗
(Vs 30% taux médian national)
11% des moyens dédiés à l'animation des professionnels ↗

➔ **Le modèle économique reste solide**, avec une bonne maîtrise des financements publics et une capacité à dégager de l'autofinancement malgré un statut de Service Public Administratif.

➔ **Une réorientation progressive** est engagée pour rééquilibrer l'effort entre accueil physique et actions d'attractivité (communication, commercialisation, réseau pro). La tendance est positive, mais le **pilotage fin des temps et budgets par mission** reste essentiel pour viser une meilleure performance globale.

➔ **Coût moyen du contact**
Ces écarts reflètent les différences de fréquentation, d'amplitude d'ouverture et de statut des lieux. Ils **permettent d'objectiver la stratégie d'ouverture au public**, et de réfléchir à l'optimisation des moyens selon les flux constatés.



ANALYSE :
Des fondamentaux solides (autofinancement, gestion budgétaire maîtrisée)
Une progression vers un meilleur équilibre des missions
Des écarts de coûts à analyser pour optimiser l'ouverture et les ressources
Un pilotage de plus en plus structuré, au service de l'efficience et de la transparence

LES FORCES VIVES AU CŒUR DE LA PERFORMANCE

Derrière chaque indicateur, chaque amélioration, chaque évolution stratégique, il y a une **équipe engagée, compétente et adaptable** qui, au quotidien, traduit la stratégie touristique en actions concrètes sur le terrain.

Qu'ils soient en front-office, en back-office, sur le littoral ou dans l'arrière-pays, les agents de Tourisme – Baie de Somme **mettent en œuvre le plan d'actions avec rigueur, réactivité et sens du service public**.

CHIFFRES CLÉS :



3
Bureaux d'Information Touristique permanents



3
Bureaux d'Information Touristique saisonniers



1
accueil numérique centralisé

15.3 ETP
540 heures de formation

ORGANIGRAMME



Aurélie DELHAYE
Directrice Tourisme et Office de Tourisme



Florence DUPONT
Assistante manager Direction Tourisme



Nicolas MEQUIN
Adjoint à la direction
Animateur qualité

Qualité de l'accueil et de l'information



Virginie LELEU
Coordinatrice Accueil et Information | Régisseuse



Hervé BERNARD
Expert histoires locales



Marion DUQUESNE
Experte locale référente boutique



Mélanie HOUBRON
Experte locale



Gauthier GALLAND
Expert local



Christine GIGNON
Experte histoires locales

+ 2 SAISONNIERS (35 h)

Animation et développement



Cindy GOUIN
Chargée de marketing et de commercialisation



Denise PAES-COSME
Chargée des relations partenaires
Régisseuse Taxe de Séjour



Marc DALLERY
Animateur Nature



Gilles LEFEUVRE
Expert histoires locales

+ 2 SAISONNIERS (25 h)

Promotion et communication



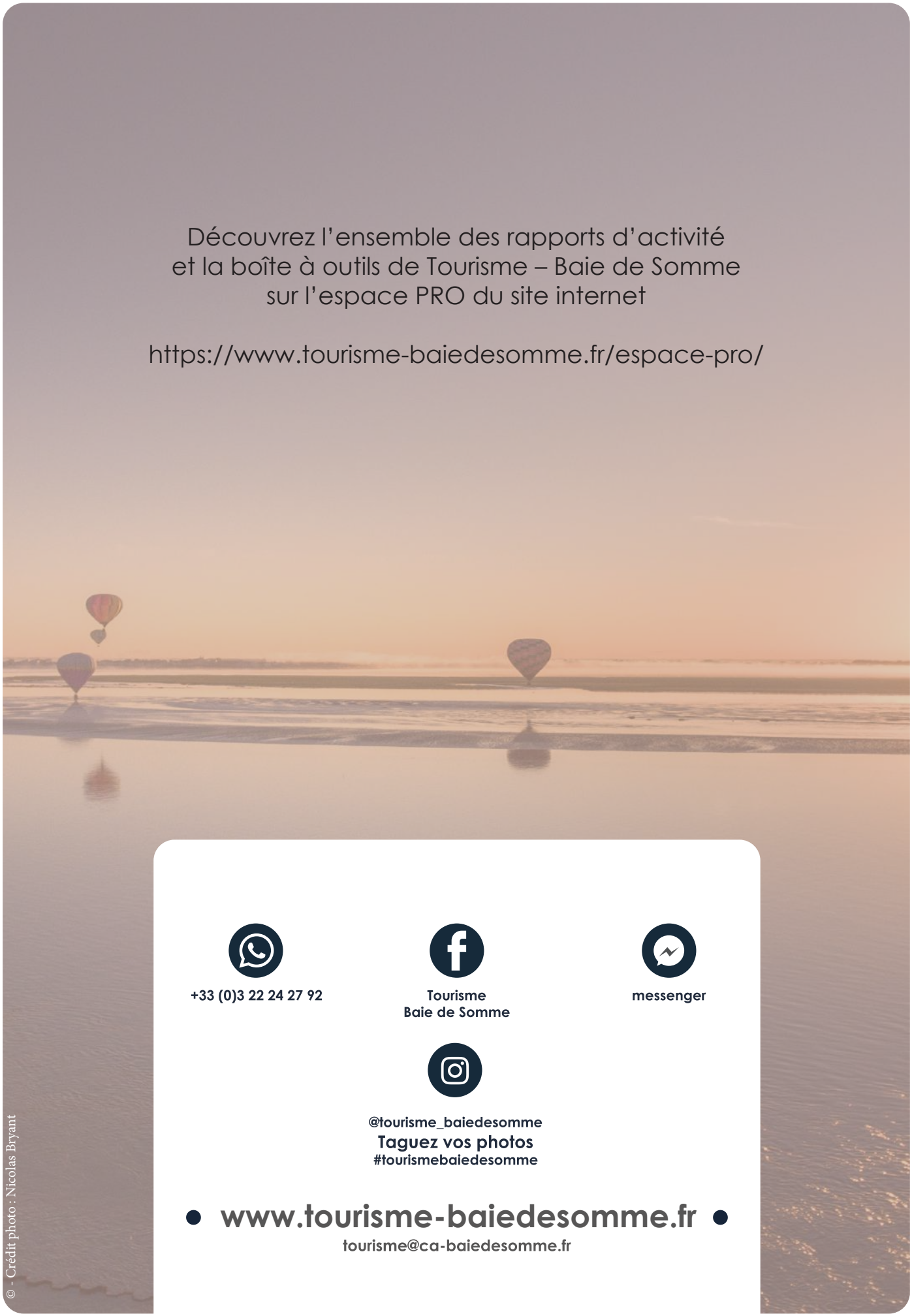
Caroline PRUVOT
Cheffe de projet communication



Christian SMITH
Infographiste

Découvrez l'ensemble des rapports d'activité
et la boîte à outils de Tourisme – Baie de Somme
sur l'espace PRO du site internet

https://www.tourisme-baiedesomme.fr/espace-pro/



© - Crédit photo : Nicolas Bryant

+33 (0)3 22 24 27 92

Tourisme
Baie de Somme

messenger

@tourisme_baiedesomme

Taguez vos photos
#tourismebaiedesomme

www.tourisme-baiedesomme.fr

tourisme@ca-baiedesomme.fr

Abbeville - 15 rue du pont aux brouettes

Cayeux-sur-Mer - 2 place Aristide Briand

Saint-Valery-sur-Somme - Quai Lejoille

Longpré-les-Corps-Saints - Maison des Marais