Rapport d'activités

TOURISME - BAIE DE SOMME
RAPPORT D'ACTIVITÉS 2025



© - Crédit photo : Nicolas Bryant

Baie de Somme
COMMUNAUTÉ D'AGGLOMÉRATION

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

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, Église du Saint-Sépulcre

UNE OFFRE D'HÉBERGEMENT CONCENTRÉE, MAJORITAIREMENT LOCATIVE ET FORTEMENT CONCENTRÉE SUR LE LITTORAL. UN ARRIÈRE-PAYS PRÉSENT MAIS ENCORE PEU STRUCTURÉ :

19 hôtels et résidences de tourisme

16 campings

89 chambres d'hôtes

432 meublés de tourisme (+8,5 % / 2024)

→ L'Office de Tourisme agit pour rééquilibrer les flux, structurer l'offre et renforcer sa lisibilité à l'échelle du territoire

SITES DE VISITES (nombre de visiteurs)

Chemin de fer de la Baie de Somme 214 482 ↗ (+ 6,45 %)
Parc ornithologique du Marquenterre : 159 755 ↗ (+ 2,63 %)
Aquaclub : 141 856 (- 1,13 %)
Jardins de Valloires : 54 823 ↗ (+ 3,73 %)
Collégiale St Vulfran : 48 205 ↗ (+ 3,96 %)
Maison de la Baie de Somme : 38 909 ↗ (+ 1,61 %)
Chapelle du St Esprit : 45 927 ↘ (- 7,15 %)
Abbaye de St Riquier : 35 946 ↗ (- 15,64 %)
Réserve ornithologique de Grand-Laviers : 8 178 ↗
Commandant Charcot : nc

Une fréquentation globalement dynamique, portée par les sites majeurs du littoral, avec une montée progressive des sites patrimoniaux de l'arrière-pays, confirmant l'enjeu de mieux répartir les flux à l'échelle du territoire.

UN TERRITOIRE NATUREL D'EXCEPTION, SUPPORT D'ATTRACTIVITÉ :

- **72 KM de littoral**
- **7 200 HECTARES de milieux entre terre et eau**
- **2 000 000 VISITES ANNUELLES sur les espaces naturels majeurs**
- **1000 KM de réseau points nœuds**
- **+ DE 250 KM de sentiers de randonnée**
- **3 GR (123, 125, 800)**
- **85 KM de pistes cyclables**
- **1 VÉLOROUTE ET 2 VOIES CYCLABLES**

→ L'Office de Tourisme valorise ces atouts pour structurer l'offre et diffuser les flux sur l'ensemble du territoire.

UN CADRE DE VIE ATTRAYANT

3 VILLES ET VILLAGES FLEURIS****
(Mons-Boubert, Saint-Valery-sur-Somme, Abbeville)

1 VILLES ET VILLAGES FLEURIS***
(Drucat-Le Plessiel)

2 VILLES ET VILLAGES FLEURIS**
(Cayeux-sur-Mer, Saint Blimont)

2 VILLES ET VILLAGES FLEURIS*
(Grand-Laviers, Yonval)

DES PAYSAGES RECONNUS, UN ATOUT À VALORISER

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)

→ L'Office de Tourisme valorise ces atouts et diffuse l'attractivité vers l'ensemble du territoire.

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 2 fois en 2025 (11 mars, 12 novembre).

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

Tourisme - Baie de Somme 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**



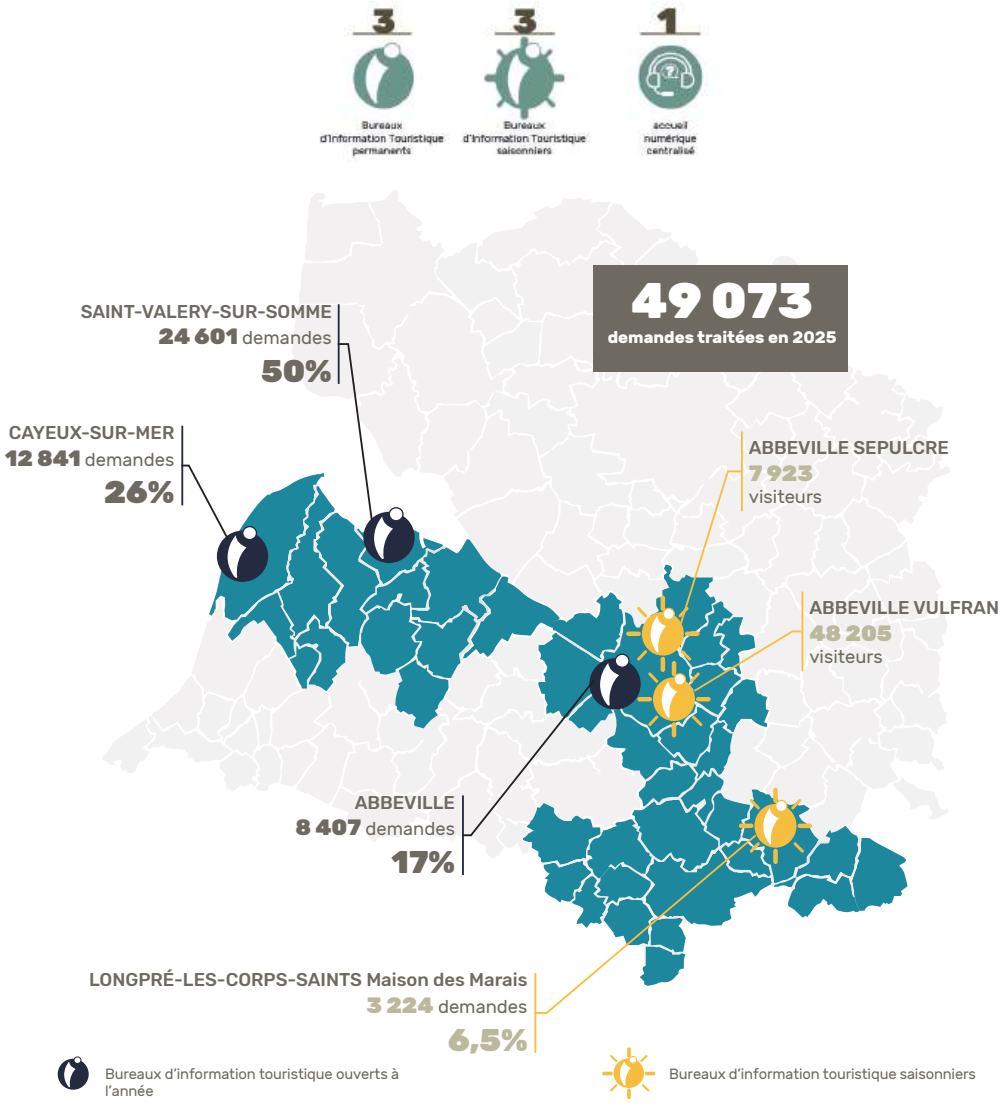
AXE 1

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

© - Crédit photo : Nicolas Bryant

LES DEMANDES D'INFORMATION

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



NOS CHIFFRES CLÉS

49 073 demandes d'information (- 0,01 % / 2024)

+ de 150 000 visiteurs

comptoir : 78 % (- 6 pts/2024)
téléphone : 18,5 % (+ 7 pts/2024)
mail/web : 3,4 % (- 1 pt / 2024)
courriers : 0,15 % (-0,05 pt/2024)

2025 : des horaires ajustés réalités de fréquentation

En saison : + d'ouverture quand la fréquentation est forte
= une amplitude élargie pour absorber les pics
En hiver : - d'ouverture quand la demande diminue.
= des ouvertures ciblées sur les périodes utiles.
➔ Une organisation plus agile, au plus près des besoins.

LA RÉPARTITION DE LA CLIENTÈLE

82,9 % FRANÇAIS

Hauts-de-France	36,19%	=
Île de France	18,86%	↘
Grand Est	9,82%	=
Normandie	7,34%	↗
Pays de la Loire	6,34%	↗
Auvergne-Rhône-Alpes	5,69%	↗
Bretagne	3,89%	↗
Centre-Val de Loire	3,18%	=
Bourgogne-Franche-Comté	2,76%	=
Nouvelle-Aquitaine	2,78%	=
Occitanie	1,85%	=

17,1 % ÉTRANGERS

Belgique	66,76%	↗
Royaume-Uni	14,21%	↘
Pays-Bas	9,01%	↗
Allemagne	7,72%	↘
Suisse	1,68%	↗
Italie	0,62%	↗

Une mission « accueil et information » performante, mesurée et maîtrisée

➔ **Coût moyen du contact : 9,50 €**
Un niveau situé parmi les meilleurs standards nationaux.
➔ **Des moyens ajustés à la demande**
65 % des moyens de l'OT sont alloués à la mission "Accueil et information"
➔ **Une qualité de service élevée**
94 % des cliens sont très satisfaits de la qualité de l'accueil.

Un indicateur clé qui confirme la performance de l'Office de Tourisme

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, ses impressions et ses diffusions, comme par exemple, en 2025, la suppression de deux feuillets «Pause en Baie».

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 (30 000 ex).
Au verso, **la carte de destination** est 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.

Les 4 feuillets « Pause en Baie » (35 000 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.



Le carnet d'aventure (2 000 ex)

Un guide ludique pour les familles, conçu pour amuser les enfants et découvrir la Baie de Somme à travers des expériences et activités adaptées.

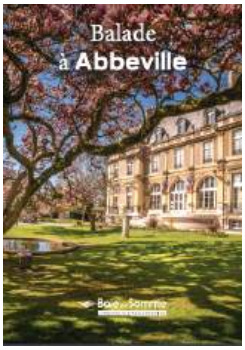


La carte "à pied, à vélo" des marais de Long / Longpré-les-Corps-Saints (2 000 ex)

Un outil pratique invitant à explorer l'arrière-pays à pied ou à vélo et à découvrir des itinéraires hors des zones les plus fréquentées.

Balade à Abbeville
(tests de 900 ex)

Un plan pour explorer Abbeville, révéler son patrimoine et attirer les visiteurs vers l'arrière pays.



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

Le Carnet de sorties (20 000 ex dont 4 000 pour Tourisme Baie de Somme) 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 (12 000 ex dont 1520 pour Tourisme Baie de Somme)

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

NOS ACTIONS RESPONSABLES
Des actions concrètes au service d'un tourisme plus durable

➔ **APRÈS LE BAC À MARÉE, LE BAC À DOCS**
L'Office de tourisme de la baie de Somme offre une seconde vie aux brochures touristiques

➔ **NOUVEAU : LE CORNER "RANDO"**
Pour limiter les impressions de papier et maximiser les rando à pied / à vélo Mises à disposition des fiches rando et affichage des cartes

➔ **JOURNÉE DE SENSIBILISATION À TOURISME ET HANDICAP** pour toute l'équipe

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

215 VISITES | 1 145 PARTICIPANTS | 11 138 € TTC (+ 43 %)

25% des participants viennent de la Somme / 57% hors Hauts de France



À Abbeville - 119 visites / 384 participants
Les trésors cachés, Secrets des rues, Vitraux de W. Einstein, Saint Vulfran, les vitraux A. Manessier, Complot à la collégiale



À Saint Valery-sur-Somme - 26 visites / 250 participants
Patrimoine Rural autour de la Chapelle, Énigmatique cité médiévale, Le Courtgain : Ruelles et maisonnettes, Grand tour à Saint-Valery-sur-Somme, Saint-Valery-sur-Somme by night



À Cayeux-sur-Mer - 12 visites / 133 participants
Cayeux de la belle époque à nos jours,
À la découverte de Brighton les Pins, carrières d'extraction de galets



À Longpré-les-Corps-Saints (Maison des Marais)
58 sorties / 378 participants
Les chants d'oiseaux, les curiosités du marais, balade en barque, au fil de l'eau en canoé



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

NOS ACTIONS RESPONSABLES
Des actions concrètes au service d'un tourisme plus durable

L'Office de Tourisme s'engage aux côtés des associations de lutte contre le cancer afin de proposer des activités spécialement conçues pour les personnes en parcours de soins. Ces balades culturelles et patrimoniales, accessibles et adaptées, visent à offrir une parenthèse douce, réconfortante et apaisante, loin du tumulte du quotidien. "Mars bleu, Octobre rose, Agir contre le cancer 80.

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

306 RÉFÉRENCES – 59% DE PRODUITS LOCAUX – CA 31 484 HT (-11%)

Pensée comme un prolongement de l'accueil, la boutique est un **outil au service des visiteurs et des conseillers**. Elle permet de compléter le conseil, d'accompagner la découverte et de prolonger l'expérience sur le territoire.
Elle contribue à **incarner l'image de la Baie de Somme**, à travers une sélection de produits représentatifs de son identité, de ses paysages et de son art de vivre.
Elle valorise également les **savoir-faire locaux**, avec une offre artisanale, accessible et durable.

Top 5 des ventes

Cartes postales



Librairie



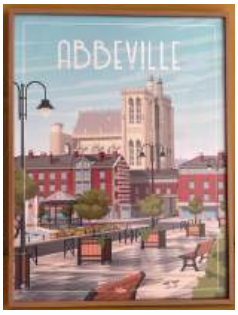
Phoques en raku



Magnets



Affiches



UN OUTIL QUI A DU SENS

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

NOS ACTIONS RESPONSABLES

Des actions concrètes au service d'un tourisme plus durable

L'Office de Tourisme travaille avec des établissements et Service d'Aide par le Travail (ÉSAT) pour la création et la signalétique de nos boutiques.

AXE 2

RENFORCER la promotion de notre destination



© - Crédit photo : Olivier Leclercq

LA STRATÉGIE DIGITALE

Site internet

www.tourisme-baiedesomme.fr

1 128 000 VISITES (+22 %) | 578 000 VISITEURS (+6,7%)
2 175 000 PAGES VUES (+4,3%)

coût utilisateur 0,05 € (PERFORMANT)



Accès au site :

70 % des consultations sont réalisées sur mobile = des pratiques de plus en plus nomades - 27 % sur ordinateur - 3 % sur tablette





89 % des internautes accèdent au site via le référencement naturel = Excellente visibilité du site sur les moteurs de recherche.

Nécessité de proposer une information claire, accessible et adaptée aux nouveaux usages numériques.

Une stratégie éditoriale orientée usagers

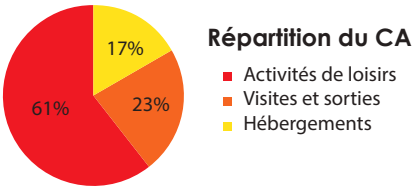
Tout au long de l'année, un travail régulier de production, d'actualisation et de structuration des contenus a été mené afin de garantir la fiabilité de l'information diffusée et de valoriser l'ensemble de l'offre touristique du territoire. Cette stratégie éditoriale contribue directement à la performance du site, en améliorant la lisibilité des contenus et en renforçant leur référencement naturel, au bénéfice des visiteurs comme des acteurs locaux.



LA PLACE DE MARCHÉ sur le site www.tourisme-baiedesomme.fr : un levier économique pour les professionnels du territoire.

Un "must have" pour les professionnels : un levier direct de visibilité, de commercialisation et de développement du chiffre d'affaires.

2 061 transactions – CA : 139 248,08 € TTC
(+ 128 %/ 2024) - 22 prestataires partenaires



NOS ACTIONS RESPONSABLES

Des actions concrètes au service d'un tourisme plus durable

Évolutions 2026 : une refonte du site au service de la performance et du territoire
- Intégrer les principes d'éco-conception, d'accessibilité numérique et de durabilité des contenus.
- Renforcer le rôle du site comme outil de gestion des flux, pour lisser la fréquentation dans le temps et mieux répartir les visiteurs sur l'ensemble du territoire

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 :

126 POSTS | 11 890 ABONNÉS | 90 873 INTERACTIONS (+ 91 %)| 2 055 681 VUES
COÛT ENGAGEMENT 0,55 € (PERFORMANT)

LE TOP 3 DES POSTS FACEBOOK







Tourisme_baiedesomme

21 PUBLICATIONS | 5 807 ABONNÉS | 66 300 VUES



NOS ACTIONS RESPONSABLES

Des actions concrètes au service d'un tourisme plus durable

Des posts Facebook qui valorisent les bonnes pratiques des professionnels de la Baie de Somme

Des posts de sensibilisation au respect de la faune et la flore de la Baie

PRESSE ET AUTRES MÉDIA

AVRIL

- **Courrier Picard et Picardie la Gazette** : lancement de saison

MAI

- **BFM TV** : Les chiffres de fréquentation sur le tourisme du Nord de la France pour ce début de saison

JUILLET

- **France 3** : chiffres de fréquentation saison
- **Journal d'Abbeville** : sorties de l'été organisées par l'office de Tourisme
- **La Gazette** : Cayeux-sur-Mer

AOÛT

- **Tribune du dimanche** : Saint-Valery-sur-Somme
- **Journal d'Abbeville** : visites guidées à Abbeville
- **Courrier Picard** : sortie en barque à Longpré-Les-Corps-Saints

DÉCEMBRE

- **France 3** : reportage sur Saint-Valery by night



Des visites guidées pour découvrir les trésors et les secrets d'Abbeville

Plusieurs visites guidées sont proposées cet été, l'occasion d'en apprendre plus sur les richesses et joyaux d'Abbeville.

Patrimoine

La collégiale Saint-Vulfran avec sa voûte culminant à plus de 30 m de haut. ©Yann DEFACQUE/Photo d'archives



L'ENTRETIEN ANGE POZZO DI BORGO

"L'intelligence artificielle doit être mise au service de l'amélioration de la gestion des flux"

BAIE DE SOMME Ange Pozzo di Borgo, responsable Hauts-de-France innovation tourisme, a présenté les opportunités que représente l'intelligence artificielle (IA) aux acteurs du tourisme lors du lancement de la saison de l'office de tourisme de la baie de Somme.

LA PROMOTION AVEC LE COLLECTIF « DESTINATION BAIE DE SOMME »

En 2025, 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 2025





LES ÉDITIONS

Réimpression du guide 2024 non millésimé avec mise à jour des informations et création d'un nouveau guide pour 2026
Budget : 56 991 € TTC (+ 48 %)
Financement dans le cadre du Contrat de Destination touristique

Carnet de sorties
20 000 exemplaires dont 5 000 ex pour Tourisme Baie de Somme
Budget : 20489 € (+ 14%)
20 000 exemplaires dont 5 000 ex pour Tourisme Baie de Somme
Financement dans le cadre du Contrat de Destination touristique

La campagne d'affichage digital
Budget total 780 € TTC
Financement dans le cadre du Contrat de Destination touristique

Réalisation d'une page web "portail"
1 140 € TTC



AXE 3

ANIMER le territoire et DÉVELOPPER l'offre



© - Crédit photo : Stéphane Bouilland

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 2025 :

152 devis traités (+4,8% / 2024) / **113 dossiers** confirmés (+ 4,6 % / 2024)
4 713 participants (=) : 42 pax / groupe
600 000 € TTC de retombées éconnomiques directes et indirectes estimées
CA : 285 244 € TTC (+ 33 % / 2024)
24 professionnels du tourisme partenaires

2 PROPOSITIONS DE PRESTATIONS

En groupe à la journée : nouveauté "Patrimoine et Traditions" à partir de 45,50 € par personne

En groupe en séjour 2 jours/1 nuit : Abbeville et la Baie de Somme à partir de 242 € par personne

UNE ORGANISATION PLUS PERFORMANTE

Déployé fin 2024, le logiciel de gestion commerciale a renforcé l'efficacité du service :
➔ meilleur suivi des dossiers
➔ gestion administrative optimisée
➔ gain de temps pour la gestion du poste

Nos points forts
- Un levier économique structurant :
  Une activité en croissance, génératrice de retombées directes pour le territoire
- Un outil de gestion des flux : Capacité à lisser la fréquentation dans le temps et à orienter les groupes hors des périodes et zones de forte affluence
- Une offre lisible et commercialisable : Des produits adaptés, construits avec les partenaires, adaptés aux attentes des groupes
  https://www.tourisme-baiedesomme.fr/espace-groupe/

NOS ACTIONS RESPONSABLES
Des actions concrètes au service d'un tourisme plus durable

Près de 12 % du chiffre d'affaires annuel proviennent des groupes automnaux, résultat d'une stratégie d'orientation et de canalisation vers cette période.
➔ pour soutenir l'activité hors saison
➔ pour mieux répartir la fréquentation sur le territoire

Opération week-end avec Hauts-de-France tourisme

Tourisme - Baie de Somme est engagé auprès de Hauts-de-France Tourisme pour l'accompagnement des professionnels du tourisme vers la plateforme www.weekend-hautsdefrance.com





CHIFFRES CLÉS AU 17/10/2025*

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

35 offres de séjour mises en ligne

471 ventes en ligne CA : 128 773 € TTC / panier moyen de 273 €

Origine des clients : 69,90 % Hauts de France / 29,10 % de l'Ile-de-France.

** (date de mise en ligne de la nouvelle plateforme)*

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 2025 :

238 partenaires (117 hébergeurs, 58 restaurateurs, 44 prestataires activités et loisirs, 19 commerçants et producteurs)
14 visites d'hébergements, et autres établissements

14 ½ journée « PPA » (présence des partenaires dans l'Accueil du BIT de Saint-Valery-sur-Somme pour présenter leur offre aux visiteurs)

9 rdv « accompagnement »

5ème lancement de saison – 100 participants

2 éductour – 26 participants

4 webinaires dédiés à l'IA - 28 participants contents

Plus de 1 500 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 2025



Un outil renforcé plus lisible et résolument tourné vers l'action.

Structuré autour de trois priorités - **gagner en visibilité**, **développer son activité et intégrer un réseau actif** - le Guide du Partenaire 2025 propose des solutions concrètes et adaptées aux besoins des professionnels : commercialisation, digitalisation, mise en marché et accompagnement personnalisé.

Il intégre également de nouvelles dynamiques d'animation du réseau, favorisant les échanges, le partage d'expériences et la montée en compétence collective.

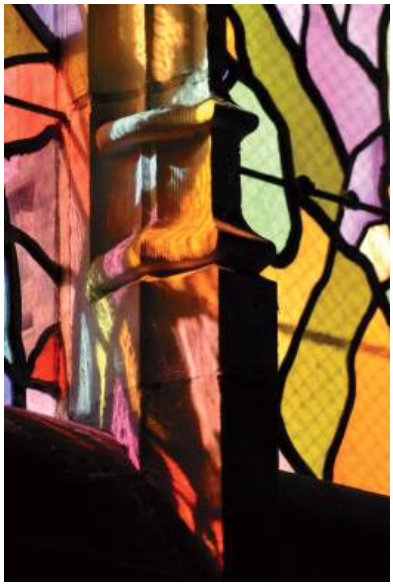
Le Guide 2025 confirme ainsi le rôle de l'Office de Tourisme comme partenaire clé, facilitateur et levier de **développement pour les acteurs du territoire**.

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

L'ouverture de la collégiale Saint-Vulfran et de l'église du Saint-Sépulcre contribue à l'attractivité d'Abbeville et à l'équilibre des flux touristiques.
Dans un contexte d'évolution et de contraintes budgétaires pour la CABS et l'Office de Tourisme, cette mission appelle une réflexion partagée sur ses modalités d'organisation.

Les conditions de mise en œuvre restent dépendantes des moyens humains mobilisables, dans un contexte d'évolution des ressources, ce qui peut conduire à des ajustements d'horaires en cours d'année.

La fréquentation de ces édifices, en baisse, demeure significative. Toutefois, une part limitée des visiteurs formule des demandes relevant du champ d'intervention de l'Office de Tourisme, ce qui se traduit par un coût au contact élevé au regard des moyens mobilisés.


© Crédit photo : Jane Trouvé

CHIFFRES CLÉS :

2 692 heures dédiées à l'ouverture des édifices (+ visites guidées)

7 923 visiteurs à l'église du Saint Sépulcre
(dont 2 307 accueillis par la ville d'Abbeville
Coût du contact (BIT de St Sépulcre : 37,93 €
(Moyenne nationale comprise enttre 7 et 12 €)

48 205 visiteurs à la collégiale Saint Vulfran
Coût du contact (BIT de St Vulfran : 33,87 €)

119 visites guidées – 414 participants

L'ouverture de la collégiale Saint-Vulfran et de l'église du Saint-Sépulcre contribue à l'attractivité d'Abbeville et à l'équilibre des flux touristiques.

Dans un contexte d'évolution et de contraintes budgétaires pour la CABS et l'Office de Tourisme, cette mission appelle une réflexion partagée sur ses modalités d'organisation.

L'enjeu est de consolider un cadre adapté, garantissant un accueil pérenne et une valorisation renforcée de ces sites majeurs.


© Crédit photo : Olivier Leclercq

AXE 4

VISER la performance et la qualité du service rendu



© - Crédit photo : Olivier Leclercq

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 irréprochable 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

En 2025, l'équipe de l'Office de tourisme de la Baie de Somme s'est mobilisée afin de préparer l'audit Destination d'Excellence qui aura lieu en juin 2026. Cette préparation est recommandée par le ministère. Ainsi, les équipes ont bénéficié de l'accompagnement et du regard extérieur du cabinet So Touristique pour mettre sur pied un plan d'actions permettant de corriger les écarts dans différents domaines.

Différents RDV de travail ont donc eu lieu tout au long de l'année 2025 :
- Tests mystères accueil mensuels, selon des modes de contact différents et en langues étrangères suivi d'un débriefing avec l'équipe accueil
- 4 et 5 février : formation vente en équipe
- 9 et 10 juin : formation Tourisme durable en équipe
- 3 novembre : définition des engagements durable en équipe
- 6 novembre : performer l'accueil en OT, destiné aux experts locaux
- 12 décembre : sensibilisation RSE en équipe

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 2025 : 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.
6 indicateurs qualité sont scrupuleusement suivis pour mieux comprendre les attentes des visiteurs, identifier les points faibles et valoriser les points forts.

1 LES QUESTIONNAIRES DE SATISFACTION
168 questionnaires trilingues collectés en accueil :
- **94 % de clients très satisfaits** du conseil apporté par nos experts locaux.
- 34 retours concernant les informations transmises par e-mail : → 62 % très bons, 21 % bons, 6,9 % insuffisants et 11% très insuffisants

2 E-RÉPUTATION (Google / TripAdvisor)
- **456 avis Google (vs 483 en 2024)** : 213 avis 5★ / 26 avis 1★
- 2 avis TripAdvisor (page peu utilisée)

3 37 RÉCLAMATIONS TRAITÉES (11 écrites, 26 orales) :
→ En augmentation : 27 (2022), 9 (2023), 14 (2024)

4 SATISFACTION CLIENTS GROUPES
20 retours questionnaires
- Contact & écoute : 85 % très satisfaits
- Infos transmises : 80 % très satisfaits
- Délais de réponse : 70 % très satisfaits

5 12 DYSFONCTIONNEMENTS INTERNES RECENSÉS
- Majoritairement liés à la **gestion des mails et réseaux sociaux**
- Autres : brochures absentes ou mal gérées, répondeur pas mis ou non consulté

6 BOUTIQUE CA 2025 : 31 484 € HT
- Carte postale, Librairie (véloroute, topo guide randonnée à pied), Phoque en raku, Magnets, Affiches
- Le logiciel obsolète handicape cette activité.

CONCLUSION : Les résultats 2025 confirment la solidité de la qualité d'accueil, qui reste globalement élevée et reconnue par les visiteurs.
Ils révèlent toutefois des **signaux de fragilité**, notamment sur les délais de réponse, la gestion des canaux digitaux, l'augmentation des réclamations et l'augmentation des 1* sur nos pages Google my Busines), traduisant une pression accrue sur l'organisation et les outils.
Ces évolutions appellent à une **vigilance renforcée** et à des actions correctives ciblées pour maintenir le niveau d'exigence.

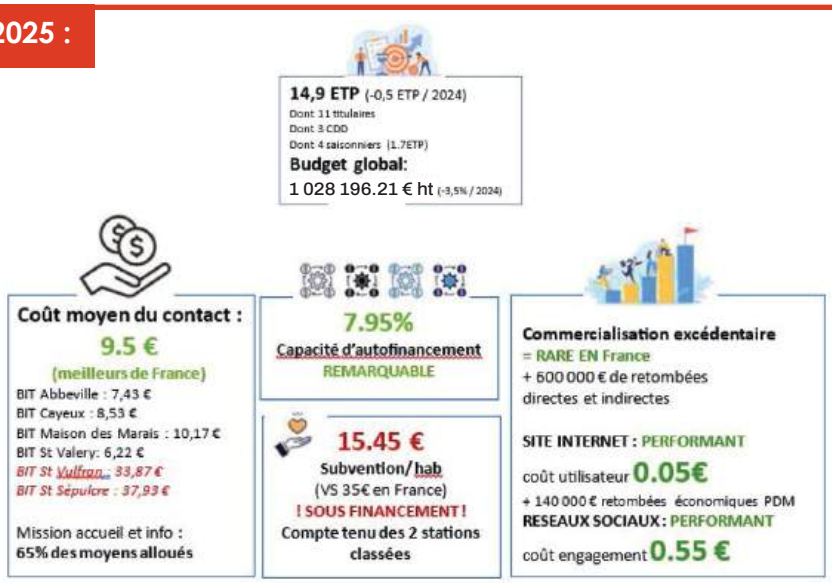
PILOTER PAR LES INDICATEURS POUR RENFORCER L'EFFICIENCE

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**.

CHIFFRES CLÉS 2025 :



- ➔ Un modèle économique performant et résilient, avec une capacité d'autofinancement élevée (7,95 %) et une commercialisation excédentaire générant plus de 600 000 € de retombées économiques pour le territoire
- ➔ Une performance digitale confirmée, avec un site internet et des réseaux sociaux efficaces, à coûts maîtrisés (0,05 € / utilisateur ; 0,55 € / engagement), au service de l'attractivité et de la diffusion de l'offre
- ➔ Une gestion maîtrisée des moyens, avec un coût moyen du contact optimisé (9,5 €), positionnant l'Office de Tourisme parmi les meilleurs standards nationaux
- ➔ Un impact territorial significatif, grâce à une activité de commercialisation et d'accueil qui contribue directement aux retombées économiques locales et au dynamisme du territoire



ANALYSE : Malgré un niveau de financement inférieur aux standards nationaux, l'office de tourisme présente :

- Des fondamentaux économiques solides (autofinancement, gestion budgétaire maîtrisée)
- Une performance digitale au service de l'attractivité et de la commercialisation
- Une optimisation des moyens et des coûts dans un contexte contraint
- Un rôle affirmé de levier économique pour le territoire performances numériques et commerciales élevées,

NOS ACTIONS RESPONSABLES

Des actions concrètes au service d'un tourisme plus durable

Tourisme Baie de Somme s'inscrit dans une démarche nationale portée par ADN Tourisme pour construire un tableau de bord dédié au tourisme responsable.
Basé sur une centaine d'indicateurs complémentaires, cet outil permettra de mieux piloter les Impacts du tourisme et d'accompagner la transition du territoire.

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**.

NOS ACTIONS RESPONSABLES

Des actions concrètes au service d'un tourisme plus durable

Une qualité de vie au travail durable au service de la performance
Dans un contexte d'évolution des missions et de contrainte accrue sur les moyens, un questionnaire QVCT a été mené auprès des agents. Les résultats mettent en évidence :

- un engagement fort des équipes et un attachement au sens des missions
- une bonne dynamique collective mais aussi un ressenti de charge de travail accrue et un besoin de reconnaissance et de lisibilité dans l'organisation

Ces éléments s'inscrivent dans un contexte marqué par :

- une baisse des moyens financiers depuis 2020
- un renforcement en 2025 des exigences de maîtrise des dépenses et de développement des recettes.

La qualité de vie au travail constitue un levier essentiel pour maintenir la performance et la qualité du service rendu.

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



Marc DALLERY
Animateur Nature



Gilles LEFEUVRE
Expert histoires locales



Fanny DESPLANQUES
Experte histoires locales

+ 2 SAISONNIERS (25 h)

Animation et développement



Cindy GOUIN
Chargée de marketing et de commercialisation



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

Promotion et communication



Caroline PRUVOT
Cheffe de projet communication



Marion DUQUESNE
Experte locale référente boutique



Mélanie HOUBRON
Experte locale



Gauthier GALLAND
Expert local



Christine GIGNON
Experte histoires locales

+ 2 SAISONNIERS (35 h)

Abbeville – 15 Chaussée du Bois

Cayeux–sur–Mer – 2 place Aristide Briand



© - Crédit photo : Stéphane Bouilland

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/

+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

Saint–Valery–sur–Somme – Quai Lejoille

Longpré–les–Corps–Saints – Maison des Marais