

Rapport d'activités



2019

OFFICE DE TOURISME
DE LA BAIE DE SOMME





SOMMAIRE

Qui sommes-nous ?

- Une équipe d'experts locaux p.04
- L'organigramme p.05
- La régie à autonomie financière et sa composition p.05
- L'obtention de la marque Qualité Tourisme et du classement en catégorie 1 p.06

Nos missions

Améliorer la qualité de l'accueil et de l'information : nos 4 actions 2019

- Les engagements de l'équipe
- De nouveaux équipements téléphoniques
- Un accueil centralisé pour optimiser le conseil éclairé
- La conception de l'agencement de l'office de tourisme dans l'entrepôt des sels

Promouvoir notre destination

p.10

- Le nouveau site web tourisme-baiedesomme.fr
- Sur les réseaux
- Nos éditions
- Nos relations avec les médias
- Les salons
- Baie de Somme Attractivité

Animer le territoire et développer l'offre

p.16

- Les relations avec les professionnels au cœur de notre stratégie
- Développer l'offre et les retombées économiques
- Apporter notre expertise aux partenaires institutionnels pour leurs démarches/projets

Viser la performance et la qualité du service rendu

p.19

- Le classement en catégorie 1
- La satisfaction de nos clients
- Notre e-réputation
- Qui sont nos clients

La stratégie et le plan d'actions 2017/2020

- Des objectifs de court et de moyen terme p.24
- Les pistes de travail p.25
- Florilège des messages qui nous donnent du baume au cœur et du cœur à l'ouvrage** p.26

Office de Tourisme de la Baie de Somme

Qui sommes-nous ?

Une équipe d'experts locaux

3



Bureaux
d'Information Touristique
permanents

3



Bureaux
d'Information Touristique
saisonniers

1



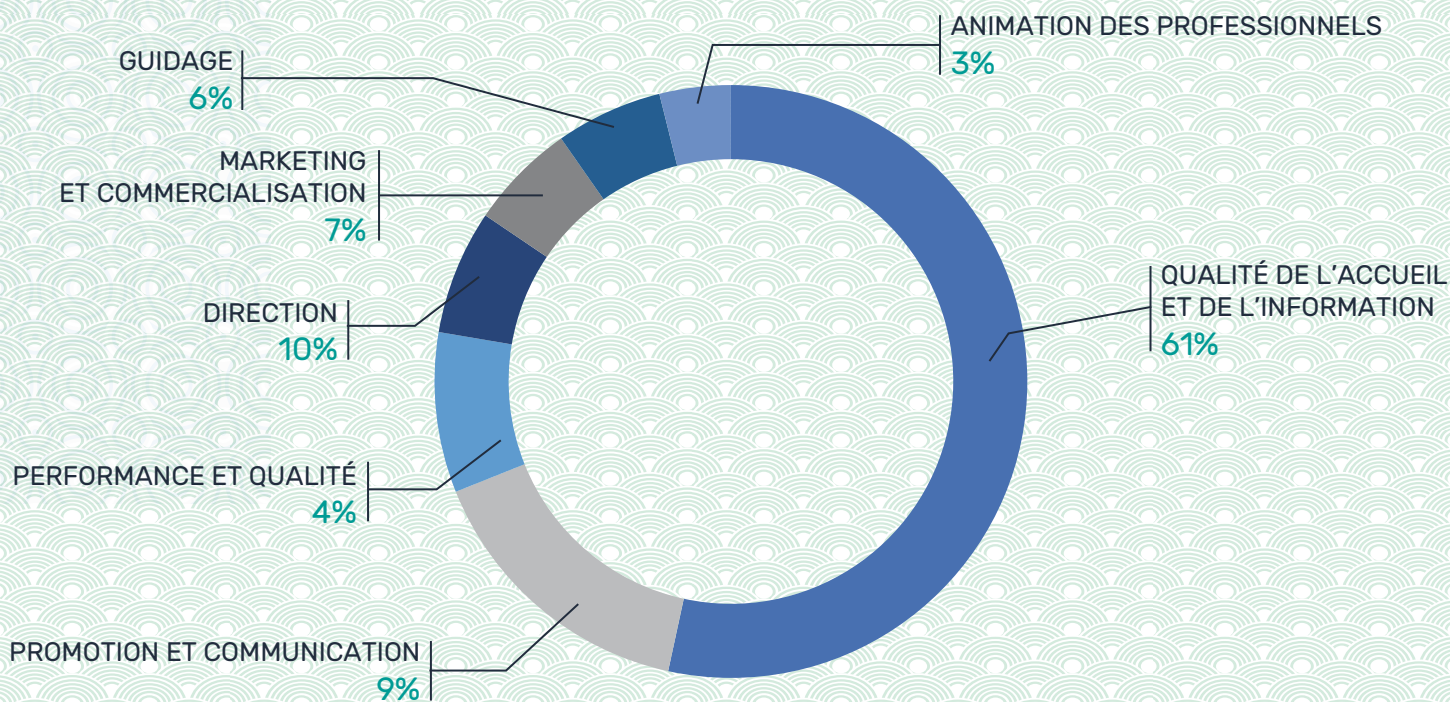
accueil
numérique
centralisé

14



agents permanents
+ 6 saisonniers
Soit 15,8 ETP

RÉPARTITION DES MISSIONS DU PERSONNEL OFFICE DE TOURISME DE LA BAIE DE SOMME












L'organigramme

Office de tourisme Baie de Somme

Qualité de l'accueil et de l'information

Nos experts locaux

 Hervé Bernard 50%	 Denise Paës-Cosme 40%
 Nicolas de Rainvillers 60%	 Harmony Pain 80%
 Marion Duquesne 50%	 France Pion 80%
 Mélanie Houblon 70%	 Olivier Noël 85%
 Gilles Lefeuvre 70%	

6 à 14 CDD saisonniers 20h/semaine

SIM et boutique

Marion Duquesne 50%, **référente**
Caroline Pruvot 20%
Harmony Pain 20%
France Pion 20%
Mélanie Houblon 10%

Guidage

Hervé Bernard 50%
Nicolas de Rainvillers 30%
Gilles Lefeuvre 30%
Olivier Noël 5%

Performance et qualité

Nicolas Méquin, **adjoint à la direction** 80%

Observatoire

Nicolas Méquin
Mélanie Houblon 10%
Cindy Gouin 10%

Classement et qualité

Nicolas Méquin, **animateur qualité**
Nicolas de Rainvillers 10%
Caroline Pruvot 10%
Denise Paës-Cosme 10%
Olivier Noël 10%
Mélanie Houblon 10%

Administration

Nicolas Méquin
Caroline Pruvot 10%

Promotion et communication

Caroline Pruvot, **cheffe de projet** 70%
Nicolas Méquin 20%
Denise Paës-Cosme 10%

Direction

Aurélie Delhayé

Animation du territoire et développement

Animation des professionnels

Denise Paës-Cosme, **référente** 40%

Marketing et commercialisation

Cindy Gouin, **référente** 90%
dont foire et salons

La régie à autonomie financière et sa composition

L'office de tourisme est directement géré par la communauté d'agglomération de la Baie de Somme à travers la création de la régie à autonomie financière.



Cette régie est administrée par 1 conseil d'exploitation composé de 43 membres :

Collège des élus : 22 membres

Collège des socio professionnels : 21 membres

Président : Gilbert Mathon, Vice Président Tourisme - CABS

1^{er} Vice Président : Daniel Chareyron, délégué communautaire

2^{ème} Vice Président : Hervé Bayard, restaurateur « La marmite huppinoise ».

L'obtention de la marque Qualité Tourisme et du classement en catégorie 1



En 2017, suite à la création de l'office de tourisme de la Baie de Somme, le classement en catégorie 1 a été une priorité.

Le classement est une démarche volontaire et impliquante pour toute la structure. Il vise l'amélioration continue du service rendu.

En 2019, l'office de tourisme a été classé en catégorie 1 par arrêté préfectoral du 21 juin 2019.

Le succès de cette démarche repose sur l'implication de tous les membres de la structure à mettre en œuvre les 36 critères évalués dont l'obtention de la marque « Qualité Tourisme » reposant elle-même sur un référentiel de 210 critères.



Nos engagements qualité sont affichés dans nos bureaux d'informations touristiques.

Office de Tourisme de la Baie de Somme

♥ ICI NOUS PROMETTONS

à NOS clients

Des moments inoubliables

UN GRAND SOURIRE

ECOUTER ET TENIR COMPTE DES AVIS

L'INFORMATION AU BON ENDROIT AU BON MOMENT

à NOTRE équipe

SE FORMER POUR ÊTRE AU TOP

Chacun a son mot à dire

Echanger et partager

Veiller au bien-être au travail

à NOTRE territoire

Réfléchir et travailler

ENCOURAGER LA COOPÉRATION AVEC TOUS LES PARTENAIRES

Aider à la décision

Expérimenter et innover

à NOS professionnels

Etre disponible et à l'écoute

Mieux vous connaître

Créer ensemble

Bien vous informer



Notre intranet particulièrement apprécié par l'ensemble de l'équipe y compris par les stagiaires et saisonniers de l'office de tourisme, a fait figure de modèle pour plusieurs offices de tourisme souhaitant optimiser leur communication interne et leur travail en équipe.

La fédération nationale des offices de tourisme de France (OTF) nous a alors sollicité pour participer à la commission nationale travaillant sur les évolutions du classement des offices de tourisme et de la marque « Qualité Tourisme ».

Nos missions

Améliorer la qualité de l'accueil et de l'information : nos 4 actions 2019



Les engagements de l'équipe :



Connaître finement l'offre du territoire

Pour apporter un conseil en séjour adapté et personnalisé, les experts locaux de l'office de tourisme ont besoin de connaître parfaitement leur territoire, les offres des prestataires ainsi que le fonctionnement de chaque Bureau d'Information Touristique.

En 2019, ils ont procédé à :

13
visites de professionnels

398
permutations au sein
de nos Bureaux
d'Informations Touristique



Se professionnaliser/aiguiser ses compétences

Les nouveaux comportements des voyageurs et la démultiplication des lieux physiques et virtuels pour recueillir l'information impliquent une professionnalisation des équipes qui évoluent dans un secteur ultra concurrentiel.

1 398h
de formation en 2019 :
allemands, anglais, " Accueil par l'Excellence ", ...
= 100h/agent permanent



De nouveaux équipements téléphoniques

POUR UNE MEILLEURE EFFICACITÉ DANS LE TRAITEMENT DES DEMANDES TÉLÉPHONIQUES.

Suite à la fusion de nos 3 offices de tourisme, un état des lieux des équipements téléphoniques (équipements, postes, lignes téléphoniques, lignes Internet) a confirmé la grande disparité d'équipements téléphoniques.

Les réparations sur notre réseau et l'acquisition d'un standard ont optimisé notre accueil téléphonique.

En 2019, les appels entrants ont augmenté de 28% par rapport à 2018.

Ce standard a permis la mise en place d'un accueil numérique centralisé.





Un accueil numérique centralisé pour optimiser le conseil éclairé

La gestion des demandes d'informations pour un office de tourisme constitué de plusieurs BIT est un enjeu majeur, tant pour les visiteurs recherchant une information que pour les experts locaux. C'est la raison pour laquelle l'office de tourisme a mis en place un accueil numérique centralisé, traitant les demandes d'informations par téléphone, par mail et par chat.

Depuis avril 2019, l'office de tourisme assure 7 jours / 7 :

- Un standard téléphonique avec le numéro unique **03 22 24 27 92** (les anciens numéros existent toujours)
- La réception et le traitement des mails avec l'adresse unique **tourisme@ca-baiedesomme.fr**
- Le traitement des demandes par chat, générées par le nouveau site internet unique, en live.

Ainsi la pression des demandes exercée sur l'accueil au comptoir est moins forte. Chaque expert local gagne en confort de travail ce qui augmente la concentration et l'efficacité.



La conception de l'agencement de l'office de tourisme dans l'entrepôt des sels à Saint-Valery-sur-Somme

Où comment transformer un lieu chargé d'histoire en office de tourisme convivial, professionnel et développant la **QVT** (Qualité de Vie au Travail)

Convivial

Un lieu propice à l'hospitalité, à l'accueil de nos clients.

Professionnel

Des outils de travail optimisés, des supports pertinents, des informations fluides...

Qualité de Vie au Travail

Les conditions de travail sont déterminantes en matière de productivité.

En 2019, toute l'équipe de l'office de tourisme a travaillé sur l'agencement des locaux :

brainstorming, étude des attentes de la clientèle, évaluation des besoins et des usages professionnels, ambiance, décoration...

Tous les sujets ont été exploités avec l'aide de **Sophie Martinet « Sacré changement »**, spécialiste de l'agencement et de la **Qualité de Vie au Travail**.



L'agencement de notre office de tourisme : un projet réussi

Maitrise du budget
réalisation en interne
des présentoirs et
de la banque accueil

Accompagnement
par un professionnel de
l'agencement et de la
Qualité de Vie au Travail

3 facteurs clés de succès

**Implication
de toute l'équipe**
à chaque étape
du projet



L'emménagement s'est déroulé en février 2020

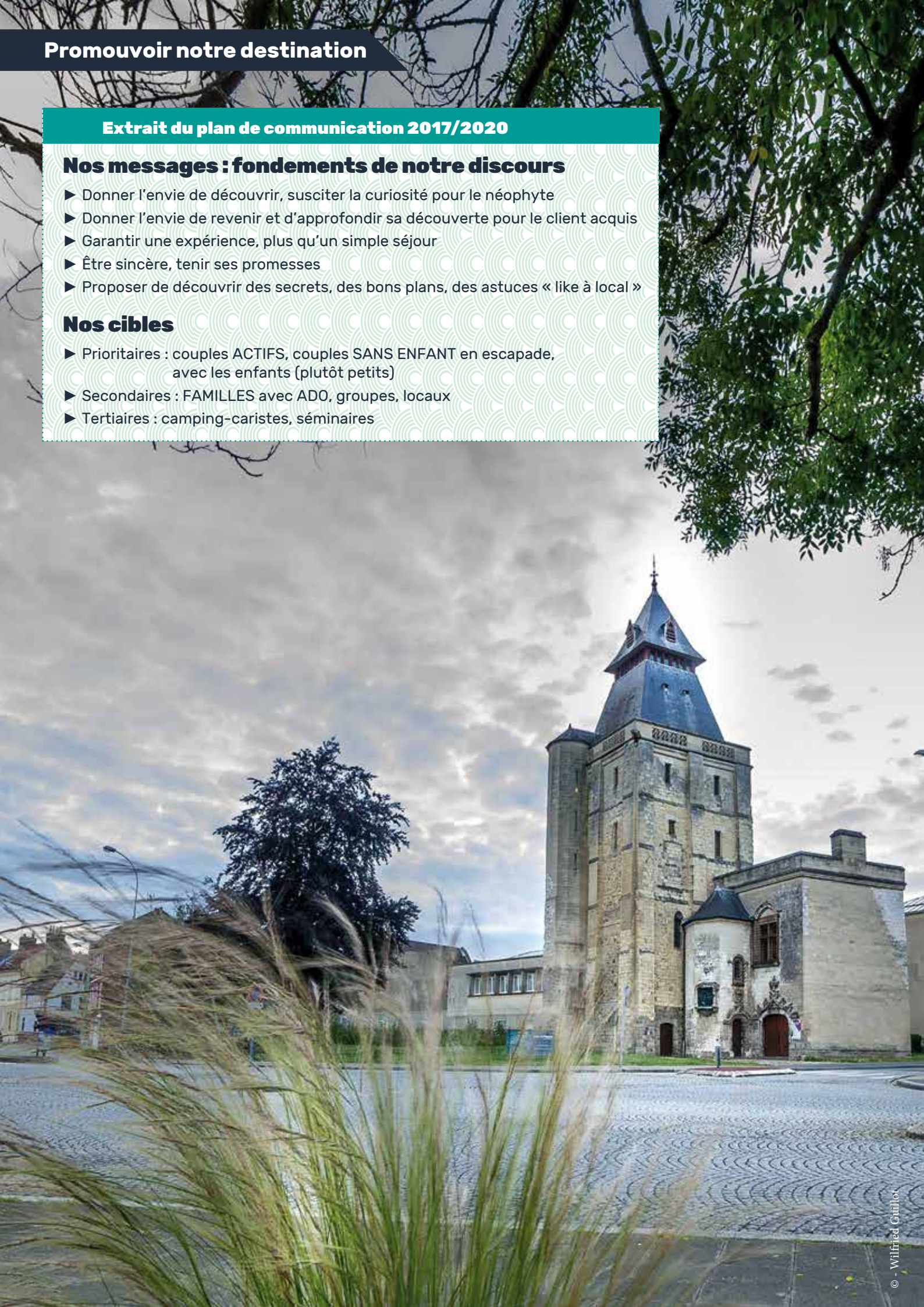
Extrait du plan de communication 2017/2020

Nos messages : fondements de notre discours

- ▶ Donner l'envie de découvrir, susciter la curiosité pour le néophyte
- ▶ Donner l'envie de revenir et d'approfondir sa découverte pour le client acquis
- ▶ Garantir une expérience, plus qu'un simple séjour
- ▶ Être sincère, tenir ses promesses
- ▶ Proposer de découvrir des secrets, des bons plans, des astuces « like à local »

Nos cibles

- ▶ Prioritaires : couples ACTIFS, couples SANS ENFANT en escapade, avec les enfants (plutôt petits)
- ▶ Secondaires : FAMILLES avec ADO, groupes, locaux
- ▶ Tertiaires : camping-caristes, séminaires



Le nouveau site web tourisme-baiedesomme.fr

Après plusieurs mois de réflexion et de travail technique et éditorial avec les agences Silaos et Iris Interactive, le nouveau site unique www.tourisme-baiedesomme.fr a été mis en ligne le 1er avril 2019.

Le constat après plusieurs mois en ligne :

- ➔ **un site reconnu pour des visuels et des contenus attractifs**, mettant bien en valeur les "incontournables" de la destination sans oublier la diversité de l'offre du territoire (urbain, littoral, rural)
- ➔ **une arborescence intuitive**, avec un menu simple, facilitant la navigation sur le site
- ➔ **un site moderne**, attrayant et fonctionnel
- ➔ **un site entièrement responsive**, adapté au mobile comme à la tablette ou à l'ordinateur portable
- ➔ **un site avec une information fiable et exhaustive** grâce à la syndication avec le SIM (base de données touristiques régionales) et une solution de gestion des contenus simple et performante (Wordpress), permettant une mise à jour rapide en interne
- ➔ **une rubrique « Moments à partager »** qui permet à l'équipe de l'office de tourisme de partager ses coups de cœur, ses expériences, ses suggestions de visite,...
- ➔ **un site proposant la vente en ligne** des prestations des partenaires de l'office de tourisme
- ➔ **un référencement naturel** à optimiser afin de positionner le site sur les bons mots clés et d'augmenter sa fréquentation

Site internet : chiffres clés 2019 (avril à décembre)

230 000
visiteurs uniques
(+29% / 2018)

86%
visiteurs français

60%
via smartphone

40%
via ordinateur

114 283
fiches SIM vues

15 000 €
de ventes en ligne
« partenaires »

844 000
pages vues

Pages les plus vues :



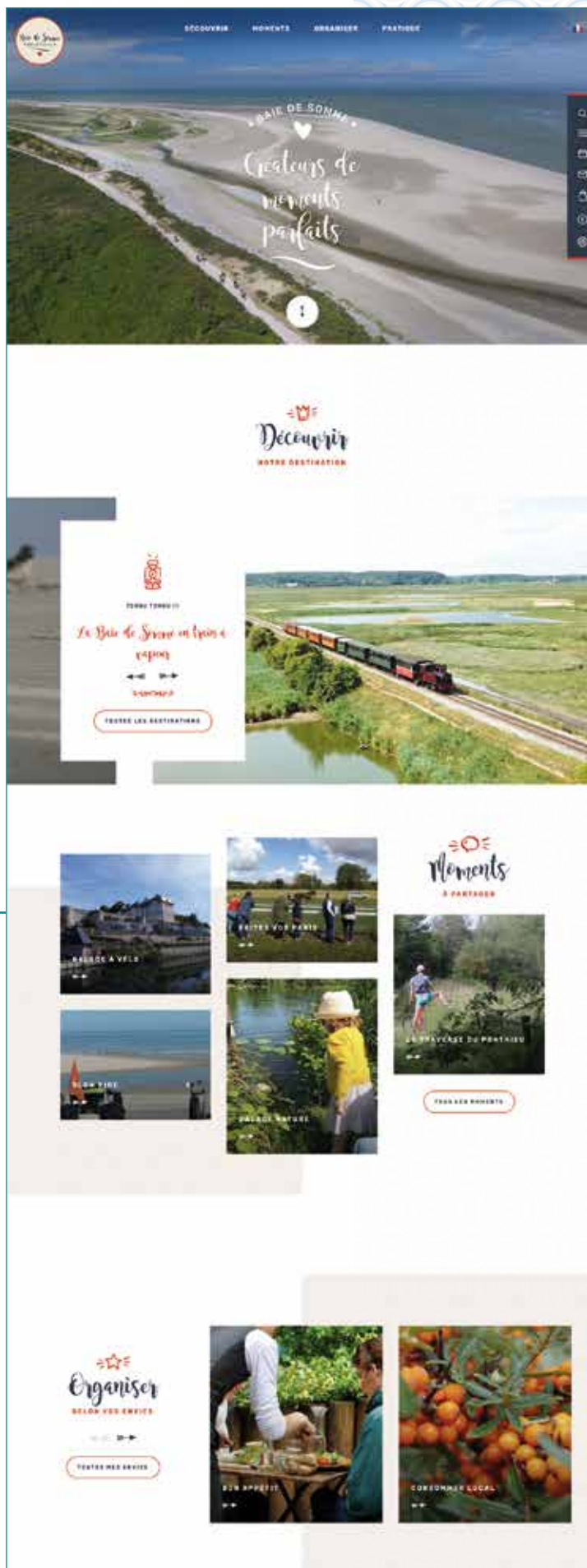
Les phoques à la Pointe du Hourdel



Saint-Valery-sur-Somme



Agenda



Tourisme Baie de Somme sur les réseaux

Un référencement naturel GRATUIT sans recrutement de fans, sans sponsoring, sans boost payant (pour le moment).

Nos posts, les plus populaires

Tourisme Baie de Somme

3 425 fans **(+36%)** **112** posts
261 500 personnes touchées

tourisme_baiedesomme

1 224 abonnés **85** posts
49 907 personnes touchées

Tourisme Baie de Somme Publié par Nicolas Miquel · 1 août 2019 · 13 009 personnes touchées

Le week-end prochain, le #BaieDesomme va vivre aux rythmes de la mer, entre excursions, facades décorées, concerts, embarquement pour la bénédiction en mer et traditionnels repas moules-frites, ne rater pas les Fêtes de la mer de #BaieDesomme (3 et 4 août) et de #CavendishFest (4 août) 🍷




13 009	386	246	22	1	37	80	548	173	7	0
Personnes touchées	Personnes commentant et partageant	J'aime	J'aime	Repost	Commentaires	Partages	Cliquez sur la publication	Partage de photos	Repostez la publication	Supprimez comme ennemi
934	86	8	0	7	79	0	0	0	0	0
Personnes touchées	Sur les publications	Sur les publications	Sur les publications	Sur les publications	Sur les publications	Sur les publications	Cliquez sur la publication	Cliquez sur la publication	Cliquez sur la publication	Cliquez sur la publication

Plus de 1 000 personnes ont aimé, commenté ou partagé cette publication. Vous la montrerez à plus de monde.



tourisme_baiedesomme · 5 abonnés · Tourisme Baie de Somme

tourisme_baiedesomme Dans nos jolies boutiques 🍷


#baiedesomme #baiedesommeturisme #tourismebaiedesomme #nature #pochedday #nofilter #springholidaysfrance #springholidaysfrance #igersfrance #igers #holidays #cettejevisitalfrance #saintvalerysurmer #demoisellelette @le_petit_grain_de_saint_valery @cettejevisitalfrance @3_grosnes ...

38 J'aime · 1 août

Tourisme Baie de Somme Publié par Nicolas Miquel · 11 juin 2019 · 11 453 personnes touchées

Une superbe vidéo de la #BaieDesomme pour débuter le week-end, c'est bon ça, non?

*Attention, un abus de visites de la Baie de Somme peut provoquer un important sentiment de bien-être, à ressentir sans modération! #Www.baiedesomme.com



BAIE DESOMME
Baie de Somme : la perle du littoral
 En Baie de Somme, le port du Marquenterre est une pépite...

Plus de 1 000 personnes ont aimé, commenté ou partagé cette publication. Vous la montrerez à plus de monde.



tourisme_baiedesomme · 5 abonnés · Baie de Somme


tourisme_baiedesomme Un coup d'œil par la fenêtre 🍷

#baiedesomme #baiedesommeturisme #tourismebaiedesomme #chemindeferedebaiedesomme #nature #pochedday #nofilter #springholidaysfrance #springholidaysfrance #igersfrance #igers #holidays #cettejevisitalfrance #saintvalerysurmer #demoisellelette @le_petit_grain_de_saint_valery @cettejevisitalfrance @3_grosnes ...

Aimé par marcabriens et 192 autres personnes

Tourisme Baie de Somme Publié par Nicolas Miquel · 26 juin 2019 · 11 204 personnes touchées

Nouveaux tournage à la Maison de marais 1
 Nous venons d'accueillir l'équipe de Laurent Manenti, venu préparer son documentaire. Nous coproduisons déjà les ingrédients de son film "Petite étale en équilibre".
 L'emission sera diffusée à partir du 19 juillet après le 13h de 13h à 14h et vous y retrouverez Bertrand Bouvier notre maraicher bio. Également présent le vendredi de 17h à 19h à la Maison de marais de #CavendishFest




Plus de 1 000 personnes ont aimé, commenté ou partagé cette publication. Vous la montrerez à plus de monde.



tourisme_baiedesomme · 5 abonnés · Baie de Somme

tourisme_baiedesomme Sortie KAYOTIENNE en baie de Somme 🍷

#baiedesomme #baiedesommeturisme #tourismebaiedesomme #nature #pochedday #nofilter #springholidaysfrance #springholidaysfrance #igersfrance #igers #holidays #cettejevisitalfrance #saintvalerysurmer #demoisellelette @le_petit_grain_de_saint_valery @cettejevisitalfrance @3_grosnes ...

Aimé par nicolas_danand_50100 et 138 autres personnes

Nos éditions

7 éditions créées ou co-créées

150 000 exemplaires diffusés par Tourisme Baie de Somme

Le guide Baie de Somme

70 000

exemplaires co-crésés
au sein
d'Attractivité Baie de Somme

13 000

exemplaires pour
Tourisme Baie de Somme

Consultable et téléchargeable
en PDF sur le site web



Baie de Somme Carnet de voyage

30 000

exemplaires
trilingues
(FR, GB, NL)

Consultable et
téléchargeable
en PDF sur le site web



Saint-Valery-sur-Somme plan de ville

58 000

exemplaires
trilingues (FR, GB, NL)

Consultable et
téléchargeable
en PDF sur le site web
+ version « partenaires »
téléchargeable



Abbeville plan de ville

13 000

exemplaires
trilingues (FR, GB, NL)

Consultable et
téléchargeable
en PDF sur le site web
+ version « partenaires »
téléchargeable

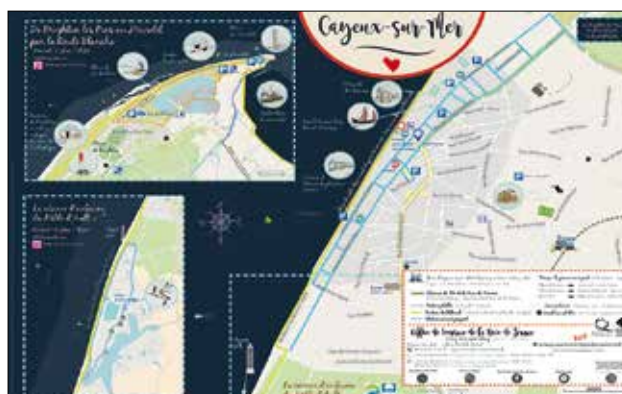


Cayeux-sur-Mer plan de ville

22 000

exemplaires
trilingues
(FR, GB, NL)

Consultable et
téléchargeable
en PDF sur le site web
+ version « partenaires »
téléchargeable



à pied à vélo autour d'Abbeville la carte

1 650

exemplaires
Consultable et
téléchargeable
en PDF sur le site web
+ version « partenaires »
téléchargeable



Les marais de Long et de Longpré-les-Corps-Saints la carte

5 000

exemplaires
Consultable et
téléchargeable
en PDF sur le site web



Journées du Patrimoine - Programme

5 000

exemplaires
co-crésés avec la ville d'Abbeville

1 000

exemplaires pour Tourisme Baie de Somme
Consultable et téléchargeable en PDF sur le site web



Abbeville Baie de Somme Patrimoine Programme

20 000

exemplaires co-crésés avec la ville d'Abbeville

6 000

exemplaires
pour Tourisme Baie de Somme
Consultable et téléchargeable en PDF sur le site web



Nos relations avec les médias



Participation et/ou organisation d'accueils TV, radio, en local et en France



6 mars « La carte aux trésors »

France 2 (120mn) – 2,2 millions de spectateurs

28 avril « Les gens des Hauts »

France 3 (30mn)

5 mai « 7 à 8 Life »

TF1 (27 mn) – 3,2 millions de spectateurs

16 juillet « petits plats en équilibre à la Maison des Marais », TF1

11 décembre « Saint-Valery-sur-somme », Bus et Car

4 juillet « Baie de Somme, la grande balade »
RTL TVI Belgique (120 mn) – 250 000 téléspectateurs



1 au 4 avril, Abbeville

France Bleue Picardie (16 x 2 mn)

3 juillet

Agenda France Bleue Picardie (3mn)

Juillet/ aout

Agenda France Bleue Picardie (48 x 1mn30')

20 septembre « Saint Valery sur Somme »

Radio 6 (3mn) – 100 000 spectateurs

Participation et ou organisation d'accueils presse, en local et en France



6 juin « 5 raisons d'aller en Baie de Somme », Femina – 6 millions de lecteurs

11 décembre « Bus and Car », 5 pages (tourisme de groupe)

« Tourisme Baie de Somme » dans la PQR, + 33 articles

Accueil de blogueurs



Été 2019 « blogueurs-voyage », 3 articles

Les salons

Salon Tourissima, Lille

Du 25 au 27/01/ 2019

En partenariat avec l'association
du Chemin de Fer de la Baie de Somme

19 500 visiteurs - 585 contacts établis

Salon International de l'Agriculture, Paris

Du 23/02 au 03/03/2019

Invité par la Région Hauts de France

633 000 visiteurs - 400 contacts établis

IFTM Top résa

Du 1er au 04/10/2019

En partenariat avec le CFBS
Destination BDS et Somme Tourisme

34 000 visiteurs

Les actions de promotion avec le groupe « Baie de Somme attractivité »

Participation au groupe de travail avec les offices de tourisme Terres et merveilles Baie de Somme, Destination Le Tréport-Mers, la communauté de communes du Vimeu, le syndicat mixte Baie de Somme grand Littoral Picard, le syndicat mixte Baie de Somme 3 Vallées, Somme Tourisme : animateur avec le soutien du Conseil départemental de la Somme.

Cofinancement d'actions communes :

- ➔ Campagne d'affichage traditionnel Decaux et digitale dans les gares axées sur le marché cible de l'Est de la France (Gare de Paris Est, Strasbourg, Reims, Nancy, Metz) pour promouvoir la saison d'hiver.
- ➔ Edition du guide Baie de Somme - 70 000 ex.
- ➔ Campagne Facebook d'acquisition de fans ciblée Est de la France en octobre avec 6 publicités différentes pour la page La Baie de Somme.
- ➔ Production de vidéos immersives déclinées des reportages photos réalisés en 2018, en collaboration avec les Best-Jobers
- ➔ Edition d'un fascicule la Baie de Somme en hiver



Animer le territoire et développer l'offre

Les relations avec les professionnels au ♥ de notre stratégie ou « comment, tous ensemble, mieux accueillir nos voyageurs »

En moyenne, un voyageur sur dix passe dans les locaux de l'office de tourisme pour se documenter. Qu'advient-il des 9 autres ? Comment pouvons-nous les toucher ?

La structuration touristique, les nouveaux usages, les nouveaux supports, les nouveaux outils de communication et les missions mêmes des offices de tourisme nous poussent à réfléchir au maillage de l'accueil sur notre territoire.

En parallèle, la démultiplication des lieux physiques et virtuels pour recueillir de l'information ainsi que la professionnalisation des prestataires touristiques marquent une réelle opportunité pour repenser dans sa globalité, à l'échelle de notre territoire, les pratiques d'accueil, les moyens de diffusion de l'information et la valeur ajoutée de l'office de tourisme avec le conseil en séjour.

Ce constat nous aide à réinventer les relations entre l'office de tourisme et les professionnels du tourisme. L'office de tourisme de la Baie de Somme déploie une stratégie d'animation du réseau des professionnels de son territoire suivant le leitmotiv : « Seul on va plus vite, ensemble on va plus loin »

➡ **Des rendez-vous de co-création et d'échanges :**

Lancement de saison 2019 – mars 2019 / 80 participants

Flash'i « la taxe de séjour » – 24 juin / 24 participants

Flash'i « la valorisation des biens touristiques » – 12 décembre / 12 participants

Rencontre « Tourisme durable, pas de petites économies » – 14 novembre / 24 participants

Atelier « Tourisme durable » – 28 novembre / 8 participants

Eductour « Carmel et parcours Manessier » – 15 octobre / 42 participants

➡ **Une communication développée pour informer des actions menées :**

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

Envoi régulier d'e-mails (actions de l'OT, agenda des manifestations, réunions,...)

Mise en œuvre d'enquêtes de satisfaction

pour recueillir l'avis des partenaires concernant nos rdv.

Mise en place d'un **Espace Pro sur le site web** avec diverses informations pratiques

Distribution des documentations de l'Office de tourisme auprès des prestataires

Elaboration de la fiche « Porteurs de projets touristiques, les bonnes informations pour développer votre projet »



Lancement de saison 2019 :

Notre temps fort qui illustre la collaboration entre les professionnels du tourisme et l'office de tourisme de la Baie de Somme.

80 participants heureux



Développer l'offre et les retombées économiques

Dans un contexte touristique ultra-concurrentiel marqué par la prise de pouvoir des OTA (=Online Travel Agency) et le développement de l'économie collaborative, il semble indispensable d'adapter son offre et de dépasser le stade de l'économie traditionnelle. Le tourisme est naturellement un secteur dans lequel le visiteur souhaite vivre des expériences et garder en tête des souvenirs inoubliables. La création de souvenirs mémorables, apparaît comme une réponse aux nouvelles attentes des visiteurs et une alternative certaine à des services trop standardisés.

Notre objectif est de mettre en lumière des expériences en phase avec les cibles du territoire pour améliorer l'image de la destination et les retombées économiques pour nos partenaires.



1. La conception et la commercialisation de prestations pour les groupes

L'office de tourisme de la Baie de Somme conçoit et met en marché des excursions et/ou des séjours adaptés à la clientèle « groupe » grâce à un vivier de partenaires.

L'année 2019 est particulièrement satisfaisante. Le chiffre d'affaires progresse de 8% par rapport à 2018.

Chiffres clés 2019

211 063 € TTC
CA

27 271 € TTC
Recettes nettes pour l'OT

33 partenaires

14 restaurants
3 hôtel-restaurants
1 camping
15 prestataires d'activités

164 groupes
accueillis

6238
voyageurs

1
ETP

100 %
des organisateurs recommandent
notre service commercial

97 %
sont très satisfaits de leur programme

Les actions de commercialisation en 2019

- ➔ Création d'un espace groupe sur le site www.baiedesomme-tourisme.fr
- ➔ Création d'un formulaire de contact en ligne dédié « groupe »
- ➔ Mise en ligne de 3 nouvelles offres clé en main « excursion à la journée » : Cayeux/le Hourdel, Saint-Valery-sur-Somme et Abbeville
- ➔ Participation au salon IFTM top résa à Paris, salon professionnel du tourisme et des voyages (groupe, loisirs, affaires,) en partenariat avec le Chemin de fer de la Baie de Somme.
- ➔ Participation à 2 jours de formation juridique avec un avocat.

2. Les Week-end esprit Hauts de France

L'office de tourisme Baie de Somme se positionne aux côtés du Comité Régional du Tourisme et des Congrès (CRTC) des Hauts de France pour l'élaboration de la stratégie « Week-end esprit Hauts de France ».

Le «Marketeur» de l'office de tourisme a conçu 37 week-end élaborés avec 11 professionnels pour 539 ventes en ligne représentant un CA de 112 535€.



3. La boutique

La boutique de l'office de tourisme de la Baie de Somme est à la fois un outil de valorisation des produits du terroir, de l'artisanat local et un moyen de prolonger, d'intensifier l'expérience du voyageur. Elle représente une piste pour améliorer les ressources propres de la structure.

4 boutiques sont proposées dans les offices de tourisme de

Cayeux-sur-Mer, Saint-Valery-sur-Somme, Abbeville et Longpré-les-Corps-Saints.

Le top des articles les plus vendus en boutique : Monnaie de Paris - Carte postale - Magnets



Apporter notre expertise aux partenaires institutionnels pour leurs démarches/projets

L'office de tourisme participe à toutes les démarches portées en faveur du développement touristique :

- ▶ Association « Festival de l'Oiseau et de la Nature »
- ▶ Opération de Revitalisation de territoire,
- ▶ Démarche de labellisation « Pays d'Art et d'Histoire »,
- ▶ Démarche de labellisation « Parc Naturel Régional Baie de Somme »
- ▶ Participation aux sollicitations « Grand Site »
- ▶ Groupe de travail «Attractivité Baie de Somme»
- ▶ Projet « Vallée idéale »
- ▶ Concertation avec le département sur la thématique des chemins de randonnée.
- ▶ Conseils auprès des communes, (Noël à Abbeville, balade gourmande à Eaucourt-sur-Somme, concours Villes et Villages fleuris d'Abbeville, de Mons-Boubert...)
- ▶ ...



Vallée de Somme, Vallée idéale



Viser la performance et la qualité du service rendu

Le classement en catégorie 1



L'office de tourisme vise la performance et la qualité du service rendu. Pour cela il se place dans une démarche d'amélioration continue du service rendu.

Le classement de l'office de tourisme en catégorie 1 et l'obtention de la marque Qualité Tourisme ont permis d'installer une organisation de travail tournée vers l'écoute de nos clientèles. Nous segmentons nos clientèles en 4 types :
VOYAGEURS - ÉQUIPE - COLLECTIVITÉ - PROFESSIONNELS

L'écoute et la compréhension continue de celles-ci permettent d'adapter notre action, de la corriger et parfois de la réinventer.

La satisfaction de nos clients au ❤️ de nos préoccupations !

98% des clients
sont très satisfaits du conseil éclairé apporté par nos experts locaux

97% des clients « groupes »
recommandent notre service commercialisation

100% des partenaires « groupe »
souhaitent renouveler leur partenariat en 2020

100% des professionnels
sont satisfaits des rdv professionnels

13
dysfonctionnements ont été enregistrés et corrigés

Source : Bilan qualité 2019 établi au 13/01/20.

Notre E-réputation

Nous sommes très attentifs à notre «e-réputation» et portons une attention particulière aux avis google. En 2019, nous avons répondu à 249 avis. Notre objectif est de montrer à nos visiteurs que nous sommes pro-actifs et que nous prenons en compte leurs remarques.

249 avis google

Google
Note **4,2/5** ★★★★★

50%
des avis

=

services OT

50%
des avis

=

territoire, séjour,
paysages

88 réclamations traitées
stationnement **X16**

qualité des prestations **X7**

Accessibilité **X4**

balisage rando vélo et pédestre **X4**

transport en commun **X4**

Viser la performance et la qualité du service rendu

Qui sont nos clients ?

En Hauts de France

(Source CRTC Hauts de France)

6,2 milliards d'€

de consommation touristique

70 000

emplois touristiques

14,1 millions

de nuitées

24 millions

de visiteurs

Top 3 des clientèles françaises

Ile de France - Hauts de France - Normandie

Top 3 des clientèles étrangères

Royaume Uni - Belgique - Pays Bas

Origine géographiques

69% de français

31% de clientèle internationale (+2%)

En Somme

(Source ADT Somme)

7,8

millions de nuitées dont

3,8

millions de nuitées marchandes



Les chiffres clés en Baie de Somme

(Sources : ADT Somme, Cd80, Tourisme Baie de Somme)



Collégiale Saint-Vulfran **52 520 (+40% / 2018)**

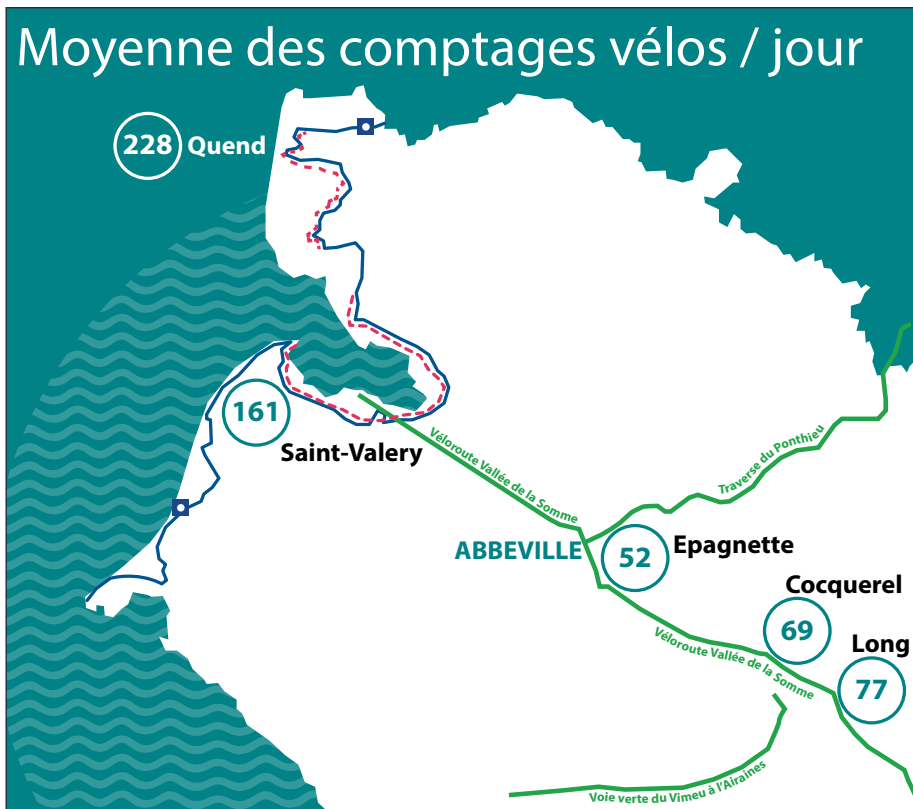
Maison de la Baie de Somme **35 210**

Réserve ornithologique Baie de Somme - Grand-Laviers **18 047 visiteurs**

Patrimoine d'Abbeville **17 300 (+9% / 2018)**

Eglise du Saint Sépulcre **7 574 (+30% / 2018)**

Moyenne des comptages vélos / jour



Les chiffres clés (suite)

49 km

de pistes cyclables en Baie de Somme

40 km

de véloroute traversant la CABS sur les 160 km Vallée de Somme

24 km

Traverse du Ponthieu :
au départ d'Abbeville

21 km

Du Vimeu à l'Airaines :
au départ de Longpré-les-Corps-Saints

+ de 250 km

de chemins de randonnées et
35 circuits gérés par la CABS sur son territoire

Avec 160 M€ de valeur ajoutée totale (soit environ 1500 € par habitant et par an) apportée chaque année au territoire (directe, indirecte et induite, en parts sensiblement égales) et 5300 emplois générés, l'activité touristique est d'ores et déjà un contributeur économique et social majeur en Picardie maritime.

L'emploi salarié privé dans le secteur du tourisme en Baie de Somme a augmenté de 6% entre 2013 et 2018 (source URSSAF)

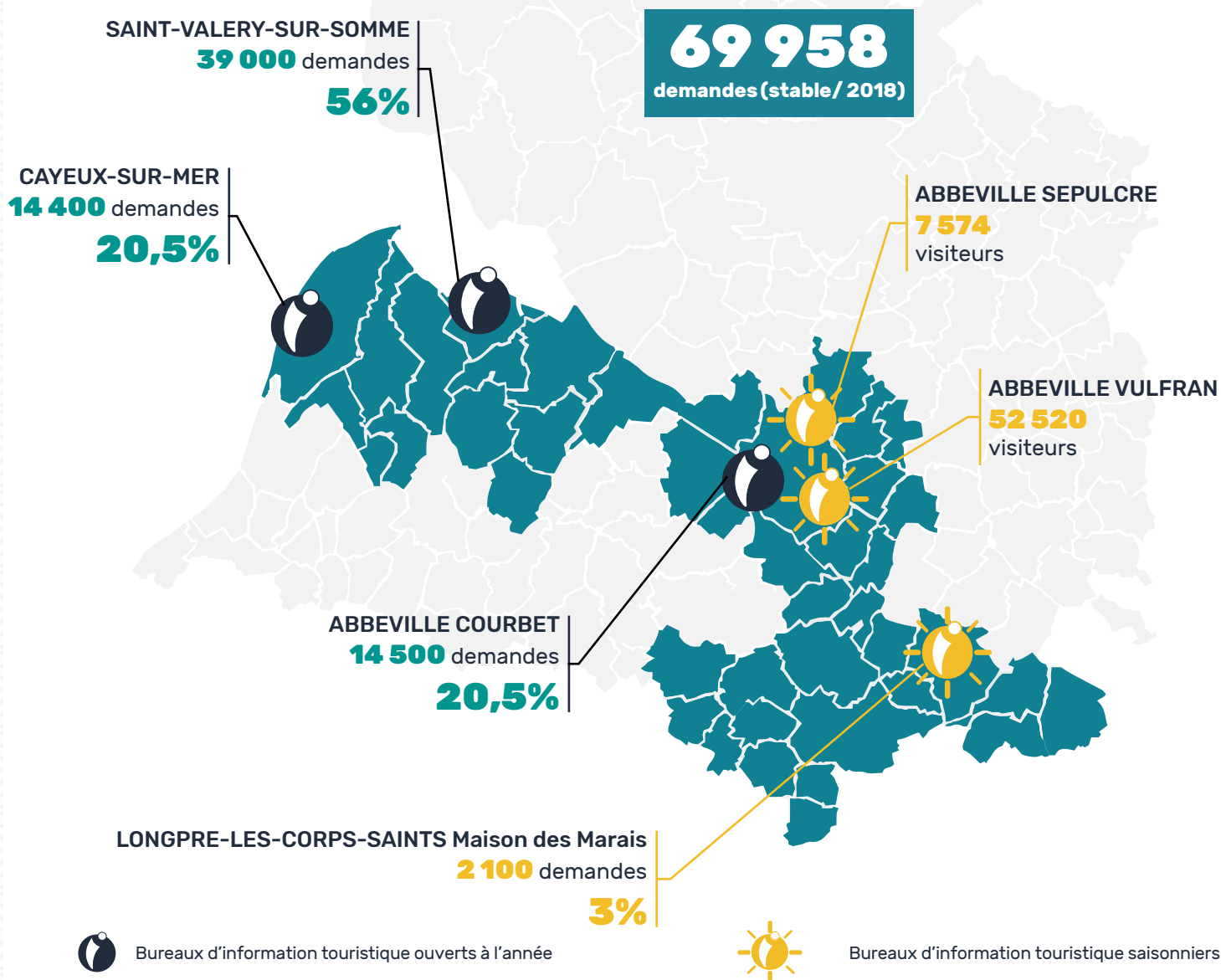


Viser la performance et la qualité du service rendu

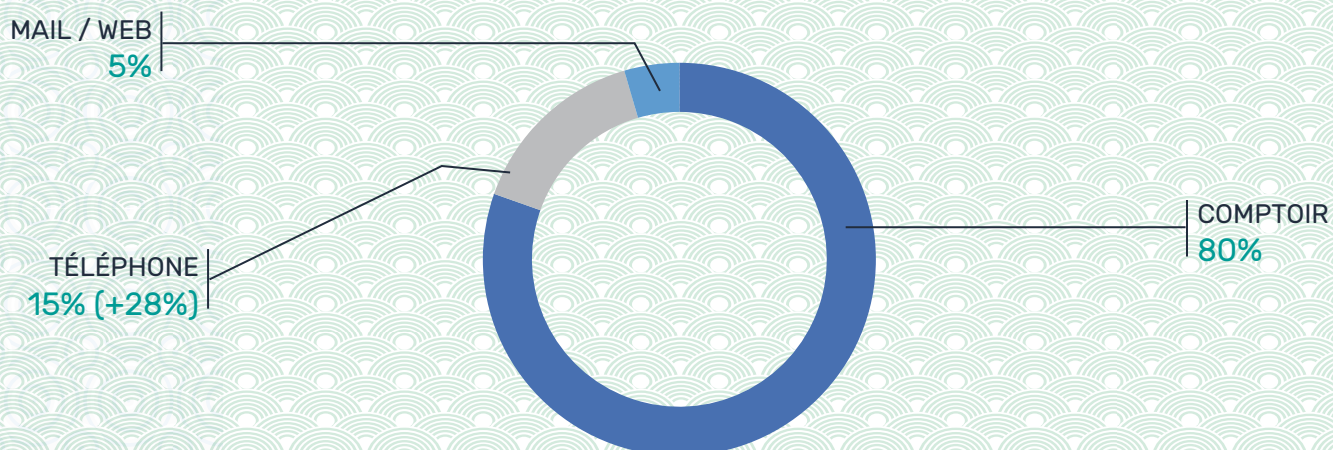
Qui sont nos clients ?

Les chiffres clés de l'office de tourisme

CARTE DE SITUATION DES BUREAUX D'INFORMATION SUR LA COMMUNAUTE D'AGGLOMERATION BAIE DE SOMME AVEC LEURS STATISTIQUES DE FREQUENTATION



RÉPARTITION DES DEMANDES PAR MODE DE CONTACT



Le profil de nos clients :

81% Français
19% Etrangers

PAR REGION

- 1 - Hauts de France **35%**
- 2 - Ile de France **22,5%**
- 3 - Grand Est **10%**
- 4 - Normandie **7%**
- 5 - Pays de la Loire **5,5%**
- 6 - Auvergne Rhône Alpes **5%**
- 7 - Centre Val de Loire **3,5%**
- 8 - Autres **11,5%**

PAR CIBLE

- 1 - Couples **49,4%**
- 2 - Familles **19,2%**
- 3 - Autres **14,20%**
- 4 - Locaux **8,50%**
- 5 - Entre amis **6,20%**
- 6 - Groupes **2,50%**

TOP DES DEMANDES

- 1 - Activités **31%**
- 2 - Visiter la ville **24%**
- 3 - Infos pratiques **11%**
- 4 - Agenda **9%**

PAR PAYS

- 1 - Belgique **69%**
- 2 - Royaume-Uni **15%**
- 3 - Pays-Bas **8%**
- 4 - Allemagne **4,5%**
- 5 - Suisse **1,2%**



La fréquentation touristique se développe, le poids du tourisme dans l'économie locale est important.

Avec les partenaires institutionnels (Région, ADT, BS3V), l'office de tourisme travaille à la création d'un observatoire touristique dédié à la Baie de Somme. Le projet « mise en place d'un nouveau dispositif de mesure annuelle du poids et des retombées économiques du tourisme du département et de ses 3 territoires, pérenne et reconductible » est piloté par Somme Tourisme.



La stratégie et le plan d'actions 2017/2020

La stratégie de l'office de tourisme de la Baie de Somme, formulée en 2016, poursuivait des objectifs de court et de long terme :

Objectifs «court terme»	Objectifs «long terme»
<ul style="list-style-type: none"> ➔ Assurer la continuité du service public (suite à la fusion) ➔ Réussir la fusion administrative ➔ Réussir la fusion des équipes ➔ Harmoniser les outils et les procédures de travail 	<ul style="list-style-type: none"> ➔ Accompagner le changement vers l'efficience avec une modification durable du fonctionnement de la structure ➔ Co-construire la stratégie TOURISME avec les parties prenantes

Pour atteindre ces objectifs, le plan d'actions s'articule autour de 4 axes déclinés en 22 fiches « action ».

En fin d'année 2019, le plan d'actions a été réalisé à **72%** :

	Taux de réalisation estimé
Développer la qualité de l'accueil et de l'information touristique	68%
1 Connaître finement l'offre « en amont de la fusion »	100%
2 Connaître finement l'offre « expériences et prestataires »	80%
3 Accompagner le personnel dans l'évolution des missions de l'OT	80%
4 Elaboration du schéma d'accueil et de diffusion de l'information (SADI)	20%
5 Alimenter la base de données SIM	60%
Renforcer la promotion de notre destination	77%
6 Création du site internet unique	100%
7 Optimisation des applications	50%
8 Être présents sur les réseaux sociaux	60%
9 Suivre l'e-réputation de l'OT et de la destination	60%
10 Valoriser la destination sur les supports papier	100%
11 Créer et développer l'image	100%
12 Au plus près des visiteurs	100%
13 Presse et Accueil Presse	70%
14 Veille sur les guides touristiques	50%
Animer le territoire et développer l'offre	72%
15 Faire des prestataires de vrais partenaires	80%
16 Marketing de la demande	90%
17 Développer l'Offre / Valorisation du patrimoine historique et culturel	60%
18 Développer l'Offre / Valorisation du patrimoine naturel et des activités nature	60%
19 Commercialiser le territoire	70%
Viser la performance et la qualité du service rendu par l'OT	67%
20 Classer l'Office de Tourisme	100%
21 Obtenir la marque Qualité Tourisme	100%
22 Créer un observatoire du tourisme	20%

MARGES DE PROGRESSION

Elaborer le schéma d'accueil et de diffusion de l'information (SADI), développer notre présence sur le net, notamment via les réseaux sociaux, participer à la création de l'observatoire du tourisme.

FORCES À CONFORTER

Former / professionnaliser le personnel, soigner notre communication web et print, développer notre commercialisation, animer notre réseau de professionnels du tourisme, continuer à s'impliquer et à développer les critères de classement et Qualité Tourisme.

ENJEUX À POURSUIVRE

Elaborer notre stratégie TOURISME
 Quel tourisme en Baie de Somme à l'horizon 2030 ?
 Quelle stratégie Tourisme pour la CABS ?
 Quelle stratégie pour l'office de tourisme ?

**Construction
de notre
plan d'actions
2021/2027**

« Je suis très contente de la diffusion du flyer « locations meublées », j'ai été très sollicitée et j'affiche complet jusque fin octobre ! »

Carole Loetscher, Escale à l'Amirauté

« Bonsoir Denise, Je vous remercie pour votre retour très rapide, dynamique et transparent qui me permettra de mieux renseigner notre porteur de projet. La notion de partenariat est juste. Le tarif est d'autant plus très compétitif pour l'ensemble des services proposés. Ça donne clairement envie ;) »

(...) Merci également pour votre regard d'experte du territoire sur le potentiel d'une nouvelle implantation d'une chambre d'hôtes de qualité. Il est parfaitement en phase avec le constat que je me faisais suite à l'étude de certains documents, établissements et autres sites Internet de destination. Nous vous tiendrons au courant et/ou notre porteur de projet ne manquera pas de vous solliciter et d'intégrer le club des hébergeurs partenaires de l'OT. A bientôt au sein de votre destination que j'apprécie également à titre personnel pour son charme, son calme, sa nature, sa déconnexion, etc.

Belle saison à l'ensemble des prestataires du territoire, Avec nos pensées les plus positives et dynamiques. PS/ Ravi de vous compter parmi mes « ami(e)s « Facebook ;) »

Jérôme Forget
Directeur Guest & Strategy

« Bonjour Caroline, un seul mot pour ce nouveau site internet : Magnifique ! Je précise : il est agréable et simple de le parcourir, structuré, des photos «comme si on y était», des commentaires et bons plans personnels qui donnent bien envie de nous rendre visite...tout y est.

Avec ce support, on ne peut pas oublier notre beau territoire ! Superbe vitrine d'Abbeville, de la Baie de Somme et ses environs... On va faire des envieux !! Bravo encore à vous et les personnes que vous ont entourées pour le réaliser avec coeur et passion. Bonne journée. »

Véronique Recoupe. Maison d'hôtes Au Perron de la Baie à ABBEVILLE.

« Bonsoir Mme Gouin, Notre séminaire a pris fin... tout s'est admirablement bien passé ! Un grand grand merci à vous ! Tous les participants ont été satisfaits et très heureux d'avoir découvert notre belle baie ! Je n'ai eu que des remerciements que je vous retransmets également. »

Mme Caroline Thorel, groupe BPCE Caisse d'Épargne

« Je souhaite à nouveau être partenaire de l'OT en 2019. Je m'aperçois que l'OT fait des efforts pour éditer des documents de qualité et pour impliquer les professionnels dans ses travaux de co-création. »

Madame De Lamarliere

« Bonsoir Monsieur Bernard, Je viens par ce courriel, me faire la porte-parole, du club que nous avons accueilli le week-end dernier (ACSGS de Saint Gratien, 95) ainsi que du CBS, pour vous féliciter pour votre visite guidée de la ville de très grande qualité. Tout le monde a été enchanté par votre prestation. Je tiens également à vous en remercier personnellement. Très cordialement »

Stéphanie DELPLANQUE,
Présidente de l'association
«Courir en Baie de Somme»

« Bonjour Madame, (...) Vous avez pris le temps de me répondre. J'ai bien reçu votre courrier en temps et en heure et je vous en remercie. Il est bien fourni et correspond à mon attente. Cerise sur le gâteau, vous l'avez préparé avec Coeur rouge et posté avec de très jolis timbres. Bravo pour cette attention. Pouce levé Je souhaite que, malgré les conditions sanitaires et économiques difficiles que nous traversons, de nombreux touristes viendront découvrir votre belle région qui ne manque ni de charme, ni d'intérêts. Merci encore pour votre coopération et si je peux me permettre, "prenez bien soin de vous". Rire Bien cordialement. »

Jean-Louis BERRARD - COLMAR

« Madame Pain, Je tiens à vous remercier pour votre efficacité au service de votre Région et nous essaierons de passer vous saluer à l'occasion de notre passage en votre ville sans doute dans le mois présent. Permettez moi de vous transmettre, ainsi qu'à votre Equipe, mes Meilleurs Vœux pour cette Nouvelle Année 2019. Cordialement, »

Michel Boyé

« Bonjour Monsieur, Encore mille fois merci pour votre aide ! Grâce à vous tous j'ai passé un superbe Week end Et mon mari et mon fils ont été enchantés par cette belle ville et ce beau petit train lol Encore merci et je vous souhaite de magnifiques fêtes de fin d'année Cordialement »

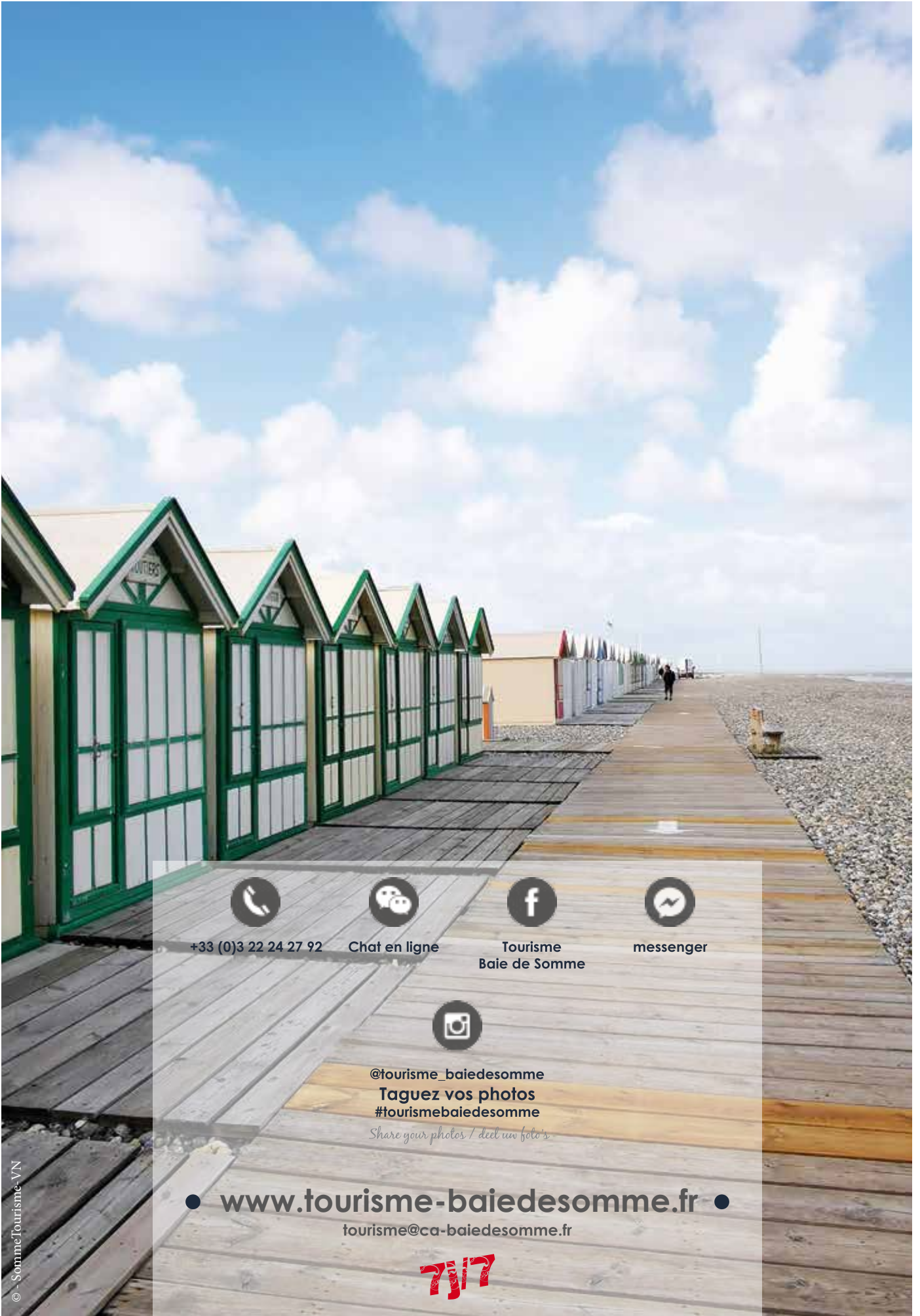
Carole Blaise

« Je vous remercie pour votre réponse rapide et précise. Je tiens à remercier vous-même, vos collègues et tous ceux qui œuvrent pour «vanter» la baie de Somme : j'ai passé cette année 6 semaines en baie, je planche depuis octobre 2018 (je dis bien octobre 2018) pour préparer chacun de mes séjours et je trouve une qualité d'écoute et réponse exceptionnelles »

Anonyme

**Florilège des messages qui nous donnent
du baume au cœur et du cœur à l'ouvrage**





+33 (0)3 22 24 27 92



Chat en ligne



Tourisme
Baie de Somme



messenger



@tourisme_baiedesomme
Taguez vos photos
#tourismebaiedesomme
Share your photos / deel uw foto's

● www.tourisme-baiedesomme.fr ●

tourisme@ca-baiedesomme.fr

