

BILAN D'ACTIVITÉ - ANNÉE 2023

I. ORIENTATIONS STRATÉGIQUES

- **OBJECTIF STRATEGIQUE**

Développer l'attractivité touristique du territoire et les retombées économiques.

- **OBJECTIFS OPERATIONNELS**

- Promouvoir et mettre en valeur des richesses du territoire comme **destination de tourisme vert et culturel** (parcs et jardins, châteaux et musées, activités de plein air, patrimoine rural, et événements)
- Conseiller, orienter, accompagner et accueillir les visiteurs
- Développer, accompagner, former et animer le **réseau de partenaires**
- Faciliter la **mise en tourisme des offres, développer la commercialisation**
- **Mailler le territoire**, créer des liens, faire mieux connaître la destination aux élus et aux habitants, devenir un interlocuteur de référence sur toutes les questions liées au tourisme
- **Remonter les besoins** des acteurs aux élus, collectivités et institutions liées au tourisme

- **GRANDS AXES DU PLAN DE DEVELOPPEMENT TOURISTIQUE**

- Définir une stratégie de Marque pour notre destination dans le contexte touristique actuel
- Faire rayonner la Marque au travers d'une stratégie de communication ambitieuse
- Définir notre valeur ajoutée sur l'intégralité du cycle des relations avec les partenaires, touristes et institutions
- Développer, qualifier et valoriser le parc d'hébergements

II. STRUCTURATION DE L'OFFICE

- **LE TERRITOIRE**

Destination de campagne aux portes de Rouen, notre territoire se situe "entre Paris et la mer". Il est maillé de bourgades pittoresques et dynamiques (Buchy, Clères, Ry, Préaux, Bosc Le Hard, Montville, Montigny...), présente plusieurs domaines, châteaux, parcs et jardins dont 2 sites départementaux majeurs (Clères et Martainville), de nombreuses activités culturelles ou de nature. Son patrimoine religieux et vernaculaire (moulins), ses paysages préservés (vallées, bocages, plaines et forêts) sont autant d'atouts à valoriser.

- **CONVENTION D'OBJECTIFS**

L'Office de tourisme (OT) constitué sous forme d'EPIC fonctionne en lien étroit avec Inter Caux Vexin (ICV) dont l'engagement pour veiller à l'attractivité de la destination est également essentiel.

Une convention d'objectifs annuelle avec ICV cadre la subvention à l'OT, principal financement de l'OT, au service de la destination et des acteurs pour assurer la promotion des offres et l'accueil des touristes, l'accompagnement des acteurs et le développement de retombées économiques pour tous.

- **GOVERNANCE & EQUIPES**

Un Comité de direction avec 20 élus (11) et socio professionnels (9) dont **un bureau** Edouard de Lamaze (Président), Stéphanie de Pas (1ère Vice-présidente), Daniel Chabé (2è Vice-Président), Patrice Bonhomme et Anthony Aguado (VP Attractivité et correspondant Tourisme ICV pour l'OT), Colette Bailleux, Jérôme Benet, Olivier Blondel, Aurélie Cibois, Thierry Chion, Frédérique Cool, Jean-Claude Demares, Chantal Donckele, Stéphane Duval, Daniel Lefort, Christophe Hardier, Aline Lefrançois, Chantal Petit, Jean-Luc Poyen, Christelle Schoegel.

Une équipe salariée composée principalement de 4 postes :

. **Direction** : Davy LEFEBVRE (CDD 3 ans 06-2020 à 06-2023), puis Eva MABIRE (devenue notre interlocutrice à la CCI sur le Label Normandie Qualité Tourisme) puis Anne VARNIER GODART depuis 10-2023 avec Annie LESENEY par intérim depuis 08-2023 le temps de son arrivée et de sa formation à la comptabilité publique.

. **Développement touristique et conseil en séjour**

. **Communication et conseil en séjour**

. Conseil en séjour : poste supprimé en 2023 à l'occasion de la rationalisation de l'OT

. **Assistance comptable** (1 jour par semaine)

● BUREAU D'ACCUEIL

Rationalisation de l'OT : envisagée dès l'origine en raison de la faible fréquentation des Bureaux en baisse d'années en années au profit d'internet pour préparer son séjour, la rationalisation de l'OT a été décidée à l'écoute des équipes et des réalités du terrain, avec un choix à faire entre Ry et Buchy, deux décisions prises dans le cadre d'un vote d'orientation en CODIR fin mars, confirmées à l'unanimité en mai : nécessité de rassembler l'équipe sur un seul site pour une cohésion d'équipe et un travail approfondi en bureau autour de nos axes prioritaires pour 1/ faire émerger notre destination 2/ accompagner nos partenaires 3/ Développer la commercialisation, tout en réalisant des économies d'échelle.

Concernant le choix de Buchy :

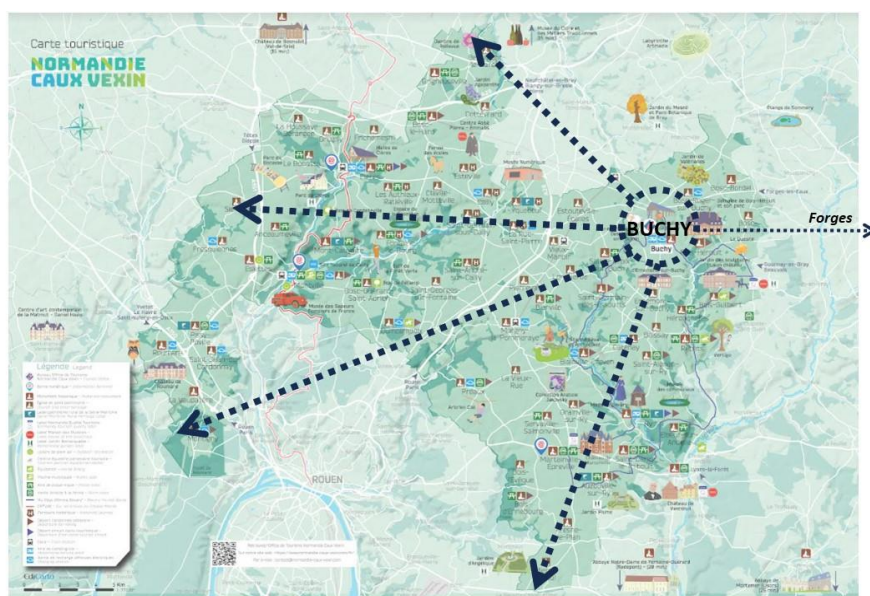
. un local à Clères trop petit : après avoir travaillé des pistes d'implantation au sein de locaux permettant de rassembler l'équipe (proposition 2019 au département au sein des nouveaux locaux d'accueil du Parc ; puis avec ICV et la Mairie de Clères sur l'idée d'investir sur un bâtiment),

. à l'écoute également d'un projet intéressant et d'une proposition de la Commune de Ry de déménager l'OT avec un partenariat avec le futur Musée Flaubert,

. Buchy retenu, plus central à l'échelle de la destination vis-à-vis des acteurs, sur un axe circulé Rouen / Forges-Les-Eaux, permettant de se rapprocher du siège de notre intercommunalité, en proposant de déplacer le siège de l'OT au siège d'ICV.

Les bureaux de Ry (ancien siège) et de Clères ont été fermés le 31 août 2023.

Le Bureau de Buchy accueille ses visiteurs **6 jours sur 7** depuis septembre 2023.



● UN RESEAU DE PARTENAIRES

En 2023, on compte 143 partenaires « adhérents » (85 en 2020, 88 en 2021, 121 en 2022) : 38 % hébergeurs, 23% sites de visite, 27% restaurateurs et producteurs, 5% salles de réception, 4% Arts et artisanats, 3 % Associations.

● FAITS MARQUANTS EN 2023

1/ Rationalisation de l'OT avec un seul Bureau d'Information Touristique

En raison de la faible fréquentation des bureaux, pour rassembler l'équipe sur un seul site pour une cohésion d'équipe et un travail approfondi en bureau autour de nos axes prioritaires.

Choix de Buchy pour sa situation géographique plus centrale et sur un axe circulé Rouen / Forges-Les-Eaux, dans l'idée également de se rapprocher du siège ICV, en déplaçant le siège de l'OT au siège d'ICV.

2/ Carte touristique : Stratégie 2020 / 2023, création et impression de la première carte touristique de la destination, en 10000 exemplaires, financée avec le soutien du département et région/Leader, mise à jour et téléchargeable sur internet. A faire connaître et diffuser dans l'ensemble des communes et chez les acteurs.

3/ Photothèque : Stratégie 2020 / 2023, livraison de la photothèque par Thomas BOIVIN Photo & Vidéo, financée avec le soutien du département et région/Leader. Photothèque amendée également au fil de l'eau.

4/ Vidéo de destination : Stratégie 2020 / 2023, création et livraison de la première vidéo de destination, réalisée par Thomas BOIVIN Photo & Vidéo, financée avec le soutien du département et région/Leader. Vidéo amendée à l'automne avec Anne VARNIER GODART.

5/ Guide du Circuit Parcs et Jardins : l'identité et l'unité de notre destination diverse peut s'appuyer sur la valorisation de notre richesse exceptionnelle notamment en Parcs et Jardins, reconnus pour plusieurs d'entre eux sur un plan international : 8 Parcs et Jardins sur ICV et 5 alentours. Richesse soulignée par le rapport ICV pour la création de l'Office de tourisme communautaire. Communication web et mise en ligne l'été 2023.

● AUTRES ACTIONS OU INFORMATIONS

Fréquentation des BIT en forte baisse (-32%) : 806 visiteurs (181 Clères, 362 Ry, 263 Buchy). Contacts intéressés par l'ensemble de l'offre sur la destination et pas seulement par les chemins de randonnée.

A la rencontre des touristes : Salons Armada Stand du Département, Présence lors de certains événements sur la destination, et mise en place de points relais de la carte et des offres NCV au sein des Mairies et chez les acteurs. L'OT doit faire connaître le Bureau de Buchy ouvert 6 jours sur 7. Les équipes ont à cœur de promouvoir l'ensemble des acteurs sur l'ensemble du territoire.

Consultations internet (évolutions 2023) :

Site internet (+14%) : progression du nombre de pages consultées 27024 contre 23 678 en 2022.

Réseaux sociaux : Facebook : 1907 fans (+245) / Instagram : 1610 abonnés (+131) / Création page LinkedIn.

Bornes d'Informations Touristiques : Stratégie 2020 / 2023. 4 700 visiteurs uniques (17 000 pages consultées) en forte baisse par rapport à la première année (env. 8000) avec la curiosité des habitants ? s

Clères = 1930 visiteurs uniques (7057 pages consultées) / Montville = 1519 visiteurs uniques (5614 pages consultées) / Martainville = 1228 visiteurs uniques (4371 pages consultées). L'OT doit faire mieux connaître l'existence de ces bornes, et va surveiller en 2024 si la tendance se poursuit à la hausse désormais.

Commercialisation / Place de Marché : outil mis à disposition par SMA auprès de l'ensemble des acteurs. Priorité OT : former les acteurs à ces outils de commercialisation en ligne.

-En 2023 : 195 K€ de revenus sur la Place de Marché pour ICV pour un panier moyen de 72€ essentiellement liés au Festival ArchéoJazz, au Parc de Clères et à la Pisciculture du Moulin.

-39 prestations réservables en ligne sur le site OT avec 5 à 10% pour l'OT pour les achats effectués du site OT

Actions de promotion

Lettres d'informations mensuelles grand public : 7 envois à 2293 contacts / Lettre d'information pro bimensuel : 524 contacts / Taux d'ouverture global de 38,64%.
Stratégie de promotion 2024/2026 à mettre en place (+presse, agences de voyage, entreprises...)

Formation de la Direction au statut d'EPIC

Anne VARNIER GODART et Annie LESENEY sur les outils comptables (Helios/ JVS) et la comptabilité (M4).

IV. EXECUTION BUDGETAIRE 2023

Les choix stratégiques opérés en 2023 permettent à l'OT une situation d'excédent budgétaire en fin d'année 2023, en raison entre autres de la prise en charge de l'audit.

La masse salariale 2022 était de 153 067,26 euros : en 2023 en baisse à 148 465,20 euros.

Les charges à caractère général représentaient 63 905,06 euros en 2022 contre 47 121,82 euros.

La mise en œuvre de projets ambitieux en 2022 (bornes, vidéo de destination, photothèque, impressions) conduit à un report de déficits d'investissements en 2023.

COMPTE ADMINISTRATIF 2023				
Situation résultat 2023				
	Dépenses 2023	Recettes 2023	Résultat	
			Excédent	Déficit
Fonctionnement	209 115,99 €	274 921,51 €	65 805,52 €	
Investissement	10 006,97 €	18 465,90 €	8 458,93 €	
TOTAL	219 122,96 €	293 387,41 €	74 264,45 €	
Situation résultat 2023 après reprise des déficits 2022				
	Dépenses 2023	Recettes 2023	Résultat	
			Excédent	Déficit
Fonctionnement	219 474,33 €	274 921,51 €	55 447,18 €	
Investissement	30 218,64 €	18 465,90 €		-11 752,74 €
TOTAL	249 692,97 €	293 387,41 €	55 447,18 €	

Délibération de résultat 2023 =

La délibération de résultat 2023 affecte un déficit d'investissement au champ 1068 de 11 752, 74 euros
Elle permet de reporter sur le budget 2024 un résultat de fonctionnement de 43 694,44 euros en excédent.

V. STRATEGIE 2024 / 2026

La Stratégie 2024 2026 en cours d'élaboration porte sur les priorités suivantes : renforcer 1/ la promotion de la destination 2/ la commercialisation 3/ et la montée en gamme de l'offre touristique avec la formation des acteurs.

La promotion passera par la structuration de l'offre (intégrant l'offre randonnée travaillée en bonne collaboration avec Inter Caux Vexin), la proposition de packs/séjours par cible pour toucher de nouvelles clientèles en nombre plus important, la prise en compte de l'ensemble des outils digitaux pour l'OT et les acteurs, une action presse et médias, des liens renforcés avec Inter Caux Vexin, SMA (76) et le CRT (Comité Régional du Tourisme), une attention aux hébergeurs, sans oublier notre présence sur le terrain auprès des élus, des habitants et des touristes pour faire rayonner ensemble notre destination.

Cette promotion doit servir le développement économique toujours visé, en veillant à l'accompagnement et à la formation des acteurs partenaires sur les questions Qualité, Commercialisation et Tourisme durable.