

# ECONOMIE TOURISME

Les points clés qui ont  
renforcé l'attractivité de  
Deauville cette année.



DEAUVILLE

## 1 LE PARI GAGNANT DE L'OFFRE CULTURELLE

Toutes les études le répètent depuis maintenant 10 ans : la culture est la valeur montante de l'offre touristique. Deauville est parfaitement en phase avec cette attente avec trois festivals de cinéma, deux festivals de musique, une saison culturelle, un salon *Livres & Musiques* et un festival de photographie, mais aussi un agenda d'exposition, de rencontres, d'ateliers, de visites patrimoniales renouvelé en permanence. La fréquentation, les échos, l'engouement du public et sa fidélité attestent de la qualité de la programmation.

## 2 DES ÉVÉNEMENTS CRÉATIFS ET INNOVANTS

En créant et ré-inventant en permanence ses événements, Deauville donne aux visiteurs de nouvelles occasions de fréquenter son territoire et aux journalistes de nouvelles occasions de raconter Deauville. Cet esprit créatif, initié par la Municipalité, diffuse tout au long de l'année une image dynamique et foisonnante. 2013 sera particulièrement créative.

## 3 LA UNE DANS LES MÉDIAS

Les retombées « presse » sur Deauville continuent d'évoluer, tant en nombre que par la qualité des contenus. Grâce à une gestion très suivie et des actions permanentes, les retombées presse en France et à l'étranger, ainsi que sur les réseaux sociaux ont permis en quelques années de moderniser l'image de la ville et de casser les clichés qui lui collaient à la peau. Elles s'évaluent en millions d'euros.

## 4 LA SYNERGIE CHEVAL

Après la création de la piste en sable sur l'hippodrome de La Touques et la construction du Pôle International du Cheval qui assurent à Deauville un calendrier "cheval" permanent, les actions de promotion et de valorisation de ce secteur phare s'accroissent pour faire de Deauville une destination hippique et équestre incontournable, attirant une clientèle fortement consommatrice.

## 5 L'EFFET TERRAIN MULTISPORTS HIGH TECH

Si les équipements fondateurs de Deauville - hippodromes, golf, ports et centre de congrès – restent ses atouts de premier plan, Deauville recueille les fruits de la construction de nouveaux équipements de loisirs : Pôle International du Cheval et Pom's en tête.

## 6 LE CERCLE VERTUEUX DES LABELS

La Ville et Deauville Tourisme se sont engagés dans des procédures de labellisation « Qualité », véritables sésames pour la clientèle touristique internationale. Un cercle vertueux qui met les équipes dédiées au tourisme dans une dynamique d'amélioration permanente de l'accueil et des services proposés aux visiteurs.

## 7 DES ACTEURS TOURISTIQUES ET ASSOCIATIFS IMPLIQUÉS

Lorsque la ville n'est pas organisateur d'événements, elle joue un rôle de soutien auprès d'associations et organisateurs privés pour développer des rendez-vous attractifs sur le territoire. Son aide logistique, sa puissance de communication, son savoir-faire, voire ses subventions, sont de véritables aides qui encouragent les initiatives. Depuis 2011, quatre nouveaux événements se sont ajoutés au calendrier.

## 8 UNE PRESENCE WEB SOUTENUE

Au-delà de l'enrichissement de ses propres sites, Deauville s'est attachée à développer sa présence sur les réseaux sociaux, les sites medias, les sites affinitaires, les sites touristiques... Depuis le 1<sup>er</sup> janvier dernier, près de 3000 citations Deauville sur des blogs, sites, réseaux sociaux ont été répertoriées.

## 9 LA DYNAMIQUE PARTENARIALE

Comme elle s'est engagée depuis sa création en 1990 dans les Equidays, Deauville travaille en partenariat avec tous les grands événements régionaux et bénéficie de leur puissance médiatique. Dans le même esprit, les équipes de Deauville Tourisme jouent la synergie avec les institutionnels du tourisme normand, participent aux actions de promotion collective de la Normandie à l'étranger.

## 10 UNE PROSPECTION INTERNATIONALE PAYANTE

Deauville Tourisme poursuit sa prospection sur les marchés de proximité (à trois heures de Deauville) et les marchés émergents. En 2012, les équipes se sont rendues dans 10 pays à l'étranger pour des workshops. Dans le même temps, 138 prescripteurs sont venus à Deauville suite à une prospection à l'étranger pour découvrir la ville et envisager sa programmation parmi leurs offres.

## 11 LES OUTILS DE LA PERFORMANCE

Pour répondre à l'ensemble des besoins et attentes des touristes, et diffuser son identité, Deauville Tourisme continue d'améliorer ses éditions classiques et de concevoir de nouveaux outils incontournables pour peser dans la compétition entre destinations.

## 12 DEAUVILLE PLATEFORME DE COMPETENCES

Avec ses 2000 chambres dans un périmètre de deux kilomètres, un palais des congrès, un aéroport à 8 kilomètres, Deauville propose des équipements à la pointe de la performance. Une véritable plateforme de compétences et un bouillonnant vivier de projets. Unique dans la région et en progression permanente.

# LE PARI GAGNANT DE L'OFFRE CULTURELLE

Toutes les études le répètent depuis maintenant 10 ans : la culture est la valeur montante de l'offre touristique. Deauville est parfaitement en phase avec cette attente, avec trois festivals de cinéma, deux festivals de musique, une saison culturelle, un salon *Livres & Musiques* et un festival de photographie, mais aussi un agenda d'exposition, de rencontres, d'ateliers, de visites patrimoniales renouvelé en permanence. La fréquentation, les échos, l'engouement du public et sa fidélité attestent de la qualité de la programmation.

## CE QUI NOUS FAIT PROGRESSER

- **L'OUVERTURE DU « POINT DE VUE » :**  
Un accord avec le Groupe Lucien Barrière a permis sa ré-ouverture en 2010, sa rénovation en 2012 et l'organisation d'expositions comme « Deauville, passionnément Normandie », vue par plus de 10 000 visiteurs.
- **LA CRÉATION DE PLANCHE(S) CONTACT :**  
Seul festival de photographie en Normandie, Planche(s) Contact a attiré dès la deuxième année 10 000 visiteurs. Aux 15 expositions organisées par la Ville, se sont ajoutées dès la troisième édition un Off rassemblant 13 expositions. Une proposition large pour attirer tous les passionnés de photo pendant un mois. Le plan de communication soutenu par des partenaires média puissants a permis de développer très rapidement la notoriété du Festival.
- **LES EXPOS D'ÉTÉ**  
En accès libre, elles attirent depuis trois ans de nombreux visiteurs et des retombées média importantes.



Festival Planche(s) Contact



Bâtiment des Franciscaines



Salon Livres et Musiques

## ON CONTINUE

- En 2013, en plus de ses événements habituels, Deauville s'associe à l'**ESTUAIRE DE L'IMPRESIONNISME**, manifestation menée à l'échelle de la Normandie pour attirer **DES VISITEURS DU MONDE ENTIER**.
- En 2014, Deauville développera un **PROGRAMME D'ANIMATIONS** en lien avec le **FESTIVAL TERRE D'EAUX** et les **JEUX EQUESTRES MONDIAUX**.
- Le **GRAND PROJET DES FRANCISCAINES** permettra autour d'un musée, d'une médiathèque et de lieux de vie partagés de **DÉVELOPPER ENCORE SON OFFRE CULTURELLE** à l'horizon 2016.

## ZOOM

- **SALON LIVRES & MUSIQUES :**  
L'événement littéraire incontournable du printemps fêtera ses 10 ans en 2013 (10 000 visiteurs en 2012). Ses 60 rendez-vous séduisent au-delà de nos frontières : 61% des visiteurs viennent d'un autre département que le Calvados. **PLUS DE LA MOITIÉ D'UNE AUTRE RÉGION QUE LA BASSE-NORMANDIE.**

## REPÈRES

- Dès 2005, Europa Nostra estimait que « plus de 50 % de l'activité touristique en Europe était générée par le patrimoine et que le tourisme culturel allait être la composante du secteur du tourisme à connaître la plus forte croissance ».
- 61% de français ont visité une exposition, un monument, une ville en 2011.
- C'est un tourisme « de qualité », boosté par la hausse du niveau d'éducation et très fortement relayé par les nouvelles technologies.
- La clé du succès : proposer de vivre des expériences plutôt que se contenter de visiter des lieux.

# DES ÉVÉNEMENTS CRÉATIFS ET INNOVANTS

En créant et ré-inventant en permanence ses événements, Deauville donne aux visiteurs de nouvelles occasions de fréquenter son territoire et aux journalistes de nouvelles occasions de raconter Deauville. Cet esprit créatif, initié par la Municipalité, diffuse tout au long de l'année une image dynamique et foisonnante. 2013 sera particulièrement créative.

## L'ESPRIT DE L'ÉVÉNEMENTIEL DEAUVILLAIS

### SE REMETTRE EN QUESTION EN PERMANENCE ET RÉ-INVENTER NOS ÉVÉNEMENTS.

Par ses retombées inespérées, le 150<sup>e</sup> anniversaire nous a embarqué dans une dynamique événementielle renouvelée chaque année.

Tant pour des événements installés de longue date que pour les plus récents, les équipes d'organisation sont dans une dynamique d'amélioration permanente.



Liam Neeson sur les Planches

### REPÈRES

Ouvert au public, le Festival du Cinéma Américain renouvelle chaque année son offre, tant dans la mise en place de tarifs attractifs que dans l'accessibilité à une programmation foisonnante. Le développement des master-classes et photo-call attire les cinéphiles en nombre avec une programmation exigeante et très large : plus de 100 films présentés chaque année. Année record, 57 000 festivaliers ont poussé les portes du Festival en 2012.

## ON CONTINUE

- Après le 150<sup>e</sup> anniversaire de Deauville, les 1100 ans de la Normandie, l'année *Deauville made in cinéma*, **2013 SERA DÉDIÉ À LA CRÉATION ARTISTIQUE**. L'envie : de grands temps forts, à l'instar de la **GRANDE PARADE** et la diffusion de **L'IMAGE D'UN TERRITOIRE CRÉATIF**.
- Pour sa deuxième édition, **LE TRIATHLON** revoit tous ses formats d'épreuves pour attirer un **PUBLIC FAMILIAL** sur des épreuves découverte et un **PUBLIC D'ATHLÈTES** de très haut niveau pour les épreuves pro.
- Pour renforcer ses liens avec un public cinéophile, Deauville crée en 2013, **LE PRIX DU PUBLIC** pour ses Festivals du Film Asiatique et du Cinéma Américain.
- En 2013, la Ville s'impliquera dans de nouvelles manifestations nautiques en accueillant une étape du **TOUR DE FRANCE À LA VOILE** et en préparant pour 2014 l'accueil du départ de la **SOLITAIRE DU FIGARO**.

## ZOOM

### DEAUVILLE MADE IN CINEMA

En 2012, *Deauville made in cinéma*, c'était des ciné-ateliers pour les enfants, un cycle cinéma une fois par mois, des hommages à des figures emblématiques de Deauville, des visites guidées, un concert de jazz sur les Planches, une grande exposition photo consacrée à Yul Brynner. Cette dernière a été citée pas moins de 124 fois dans les médias (le Monde, Télérama, Votre Beauté, Gala, ... dont trois fois à la télévision (France 3 et Télé-matin).



Arrivée du premier triathlon de Deauville



Exposition Deauville Made in Cinema

# LA UNE DANS LES MÉDIAS

Les retombées « presse » sur Deauville, en France et à l'étranger, continuent d'évoluer, tant en nombre que par la qualité des contenus. Grâce à une gestion très suivie et des actions permanentes, elles ont permis en quelques années de moderniser l'image de la ville et de casser les clichés qui lui collaient à la peau. Elles s'évaluent en millions d'euros.

## CE QUI NOUS FAIT PROGRESSER

- La **FUSION DES DEUX SERVICES COMMUNICATION** – Ville et Deauville Tourisme – qui a permis de mutualiser et moderniser les outils - photothèque, dossiers de presse et d'organiser plus d'accueils presse.
- La **PROSPECTION INTERNATIONALE** qui génère des reportages à Deauville très régulièrement.
- L'appui d'un **BUREAU DE PRESSE À PARIS** pour relayer nos événements auprès de la presse nationale et conclure des partenariats média.
- Une grande proximité de travail avec Comité Régional du Tourisme de Normandie et le Comité Départemental du Tourisme du Calvados pour organiser des **VOYAGES DE PRESSE** réguliers.
- La mise en œuvre d'une vraie **STRATÉGIE DE PRESSE** pour chaque événement majeur de Deauville.

## REPÈRES

### DEPUIS JANVIER, 44 JOURNALISTES DE LA PRESSE INTERNATIONALE ONT ÉTÉ ACCUEILLIS

3 photographes de Hong Kong, 4 journalistes américains, 11 journalistes anglais (Daily mail online, Absolutly Magazine, Sunday Times, French Entrée, French Radio London, Vogue), 1 journaliste belge (Plus Magazine), 4 journalistes brésiliens, 7 journalistes canadiens, 1 journaliste chinois (Top travel), 1 journaliste danois, 6 journalistes italiens (Effetti Personali diffusé sur La 7, Meridiani, Aqua & Sapone), 5 journalistes russes, 1 journaliste suisse.



Tournage d'une chaîne de télévision coréenne, en novembre 2012



Tournage d'Arte Télévision, en mai 2012

## ZOOMS

- **PLANCHE(S) CONTACT** : 218 citations dans les médias – 12 journalistes ont été accueillis en voyage de presse lors du week-end d'ouverture.
  - **DEAUVILLE GREEN AWARDS** : 90 citations dans les médias – 5 journalistes ont été accueillis en voyage de presse lors du Festival.
- EN 2012, SIX ÉMISSIONS DE TÉLÉVISION ONT PARLÉ DE DEAUVILLE**
- **TÉLÉMATIN** pour l'exposition Yul Brynner
  - **ENQUÊTE EXCLUSIVE** de M6 pour un spécial Deauville d'une heure
  - **LE JT DE 13H SUR TF1** pour un reportage « carte postale »
  - 2 reportages pour l'émission **50 MN INSIDE SUR TF1** : *Que reste-t-il du mythe de Deauville ?* en octobre, et *Un film, une plage*, cet été (5 millions de téléspectateurs)
  - **ARTE TV** en mai 2012 pour un reportage de 52 mn sur Deauville dans le cadre d'une série sur les 10 plus grandes stations balnéaires d'Europe. **SI NOUS AVIONS DÛ ACHETER CET ESPACE, IL NOUS AURAIT COÛTÉ ENVIRON 600 000 EUROS (À 20H40, 30 SECONDES DE PUBLICITÉ COÛTENT SUR CETTE CHÂÎNE 5900 EUROS BRUT H.T).**

**ET AUSSI** : une double page dans le magazine Vacances, un numéro de Pèlerin magazine consacré à Chanel, des articles dans Le Monde, Télérama, Le Point, de nombreux suppléments d'été dans les hebdomadaires nationaux...

**Les accueils presse mobilisent une personne à temps plein pendant trois jours chaque semaine.**

# LA SYNERGIE CHEVAL

Après la création de la piste en sable sur l'hippodrome de La Touques et la construction du Pôle International du Cheval qui assurent à Deauville un calendrier "cheval" permanent, les actions de promotion et de valorisation de ce secteur phare s'accroissent pour faire de Deauville une destination hippique et équestre incontournable, attirant une clientèle fortement consommatrice.

## CE QUI NOUS FAIT PROGRESSER

- **LE PÔLE INTERNATIONAL DU CHEVAL :**  
Sa deuxième année d'exploitation est confortée par des événements majeurs comme le concours de dressage international ou le concours international para-équestre. **7 SPECTACLES ET 66 CONCOURS** y seront organisés en 2013, dont **4 CONCOURS INTERNATIONAUX**.
- **LA NOUVELLE SALLE DE VENTES DE CHEVAUX**  
Totalement rénovée en 2011, elle place Deauville dans le **TOP 4 MONDIAL DES ORGANISATEURS DE VENTES DE CHEVAUX**.
- **LE RENOUVELLEMENT PERMANENT DES ANIMATIONS AU SEIN DES HIPPODROMES EN ÉTÉ**, boostées par des campagnes de communication très puissantes et séduisantes.

## ON CONTINUE

- La prochaine saison d'été fera l'objet d'un **PLAN DE COMMUNICATION** concerté avec les hippodromes, le Pôle International du Cheval et les organisateurs d'événements équestres.



➤ Hébergements, structures réceptives et d'entraînement ont été mises en avant dans **UN NOUVEAU GUIDE "DEAUVILLE, LA PASSION CHEVAL"** à paraître en janvier 2013. Cet outil de promotion est prioritairement destiné à toutes les fédérations internationales et aux sponsors des Jeux Equestres Mondiaux qui viendront en Normandie en 2014 et pourraient choisir Deauville comme base arrière.

## REPÈRES

- Sur 27 courses de groupe 1 – le plus haut niveau – courues en France, 5 le sont à Deauville durant l'été.
  - Deauville est le troisième centre d'entraînement de France Galop avec 700 chevaux l'été (après Chantilly et Maisons-Laffitte).
  - Les hippodromes de La Touques et de Clairefontaine accueillent respectivement 70 000 et 65 000 spectateurs au cours de l'été.
- En 2014, Deauville sera l'une des trois villes bas-normandes hors Caen à accueillir les Jeux Equestres Mondiaux sur ses terres avec une démonstration de polo.



La salle Elie de Brignac : Top 4 mondial des organisateurs de ventes de chevaux.



Les hippodromes de La Touques et de Clairefontaine accueillent respectivement 70 000 et 65 000 spectateurs au cours de l'été.



66 concours seront organisés en 2013 au Pôle International du Cheval.

# L'EFFET TERRAIN MULTISPORTS HIGH TECH

Si les équipements fondateurs de Deauville - hippodromes, golf, ports et centre de congrès – restent ses atouts de premier plan, Deauville recueille les fruits de la construction de nouveaux équipements de loisirs : Pôle International du Cheval et Pom's en tête.

## CE QUI NOUS FAIT PROGRESSER

2003 :

**UNE PISTE « TOUS TEMPS »** pour organiser des réunions de courses tout au long de l'année place Deauville parmi les hippodromes qui comptent.

2006 :

**LA PISCINE OLYMPIQUE D'EAU DE MER** – l'un des deux bassins de 50 mètres de l'ouest de la France avec Saint-Malo – ré-ouvre après une vaste rénovation.

2008 :

**LA PLAINE DE JEUX DU PARC DES LOISIRS** s'ouvre au public avec des terrains de jeux et un parcours sportif.

2009 :

**LE PÔLE OMNISPORTS** (construit dans le cadre d'un projet communautaire) offre des équipements high tech pour les Deauvillais et les équipes internationales.

2010 :

**LE PÔLE INTERNATIONAL DU CHEVAL** consacre Deauville capitale du cheval.

## ON CONTINUE

- Après la rénovation des pontons et l'installation du wifi dans le port municipal, 2014 verra **LA CONSTRUCTION D'UN NOUVEAU DEAUVILLE YACHT CLUB**, qui deviendra au cœur d'une Presqu'île rénovée un véritable lieu de rassemblement pour les passionnés de nautisme.
- 2016 devrait voir sortir de terre un « **MINI-WIMBLEDON** » à Deauville. Projet privé facilité par la Ville, il a déjà reçu l'agrément de la Fédération Française de Tennis.

## LE PLUS

Dans leur conception, les équipements sont pensés pour accueillir tous les publics : amateurs, associations sportives locales, scolaires, jeunes en formation, professionnels ou compétiteurs de niveau international.



Avec la réhabilitation de la Presqu'île de la Touques, Deauville conforte sa façade maritime et accueillera dès 2013, un événement majeur du calendrier nautique.



Le projet de réhabilitation de la Presqu'île de la Touques, autour d'un bassin Morny revalorisé.



L'équipe de France de Volley s'entraîne au Pom's.

# LE CERCLE VERTUEUX DES LABELS

La Ville et Deauville Tourisme se sont engagés dans des démarches et procédures de labellisation « qualité », véritables sésames pour la clientèle touristique internationale. Un cercle vertueux qui met les équipes dédiées au tourisme dans une dynamique d'amélioration permanente de l'accueil et des services proposés aux visiteurs.

## CE QUI NOUS FAIT PROGRESSER

Soutenue par une volonté de développement durable (traduite par la charte Deauville durable), la recherche permanente de la qualité s'est étendue à de nombreux domaines. Initiée avec la **ZONE DE PROTECTION DU PATRIMOINE URBAIN ET PAYSAGER** (2001), elle s'est poursuivie par l'obtention de la **NORME AFNOR** pour Deauville tourisme (2002), le titre de « **STATION CLASSÉE DE TOURISME** » pour l'ensemble du territoire (2011), la **CERTIFICATION DES EAUX DE BAINADE** au niveau communautaire, l'obtention de la certification **NORME ISO 9001** pour les équipements municipaux du front de mer (2011).

Autant de démarches qui donnent lieu à des audits de suivi et génèrent des progressions permanentes.

## ON CONTINUE

Depuis la réforme du classement des offices de tourisme, Deauville travaille pour se positionner en catégorie 1 (la catégorie la plus élevée sur une échelle de 1 à 3). Pour cela, elle doit mettre en œuvre un certain nombre de services et procédures de travail qui porte sur la signalisation, l'accessibilité de l'information, le développement d'un système de qualification des clients, des actions de développement durable...



### 2013 verra notamment :

- la mise en place d'une troisième langue dans tous les supports d'information, l'allemand.
- l'installation d'une borne d'information accessible en permanence (répertoire des hébergements, des restaurants, plans, agendas...)
- des tablettes numériques consultables en accès libre pour les touristes

## ZOOM SUR L'ISO 9001

Très concrètement, la certification Iso 9001 « satisfaction client » obtenue au mois d'octobre 2010 labellise, pour une durée de trois ans, le service front de mer. Choix osé, traditionnellement réservé aux entreprises privées, ce processus de certification internationale place la collectivité qui la met en œuvre dans une recherche constante d'amélioration grâce à un système d'écoute permanent des attentes de ses usagers. Depuis sa mise en œuvre, elle a permis entre autres :

- L'adoption d'une **TENUE** pour mieux identifier les saisonniers
- L'édition d'un **GUIDE DES SAISONNIERS** pour orienter les usagers
- L'édition d'un **GUIDE DE LA PLAGE** dédié aux lieux et activités touristiques sur le front de mer
- Une meilleure **SIGNALÉTIQUE** des équipements et services
- Un renforcement de la **SÉCURITÉ** des commerces, avec une collaboration des polices nationale et municipale
- L'augmentation de la température de la piscine
- L'optimisation des solutions techniques de **PROPRETÉ** et de nettoyage
- La mise en œuvre de **SURVEILLANCE** sur des créneaux identifiés (la nuit le week-end)
- La mise en œuvre d'un dispositif d'évaluation et d'enquêtes annuelles de **SATISFACTION**
- A l'issue de chaque saison, des plans d'**AMÉLIORATION** pour la saison suivante

# DES ACTEURS TOURISTIQUES ET ASSOCIATIFS IMPLIQUÉS

Lorsque la Ville n'est pas organisateur d'événements, elle joue un rôle de soutien auprès des acteurs événementiels et touristiques pour développer des rendez-vous attractifs sur le territoire. Son aide logistique, sa puissance de communication, son savoir-faire, voire ses subventions, sont de véritables aides qui encouragent les initiatives. Depuis 2011, quatre nouveaux événements se sont ajoutés au calendrier.



- **LE TRIATHLON INTERNATIONAL**  
1000 participants, des épreuves de haut niveau et des épreuves amateurs, l'événement fut dès sa première année, d'envergure internationale.
- **DEAUVILLE GREEN AWARDS**  
Ce festival poursuit la relation de Deauville au cinéma en touchant le monde des professionnels du développement durable. En 2011, 150 décideurs sont venus à Deauville départager 160 films en compétition. La compétition 2013 est déjà lancée.
- **LE SALON VINS ET TERROIRS**  
Ce salon met en avant la diversité et la qualité des vins et de la gastronomie français.
- **PASSIONNEMENT JARDIN**  
Avec beaucoup d'exigence, un rendez-vous dans un jardin éphémère qui a déjà fidélisé 2000 visiteurs.

## ON CONTINUE

- Fort de ses 150 manifestations et de 300 jours d'occupation, le Centre International de Deauville initie en 2013 trois événements inédits :
  - « **FORUM DU TOURISME NUMERIQUE** » les 25 et 26 mars
  - « **SALON GOURMETS & VINS** » du 26 au 28 avril
  - « **SO HOME** » 1<sup>er</sup> week-end de novembre
- Après le succès du Deauville Bugatti Legend, l'U.C.I.A.D et le Club Auto Legend créeront en 2013 le premier **DEAUVILLE MOTOR LEGEND**, du 14 au 16 juin.
- Le Pôle International du Cheval programmera en 2013 **66 CONCOURS DONT 4 DE NIVEAU INTERNATIONAL**.



Tous les terroirs français sont représentés au Salon Vins et Terroirs, organisé par le Rotary Club de Deauville.



# UNE PRESENCE FORTE SUR INTERNET

Au-delà de l'enrichissement de ses propres sites, Deauville s'est attachée à développer sa présence sur les réseaux sociaux, les sites medias, les sites affinitaires, les sites touristiques... Ils permettent de toucher directement les personnes selon leur centre d'intérêt.

Depuis le 1<sup>er</sup> janvier dernier, près de 3000 citations Deauville sur des blogs, sites, réseaux sociaux ont été répertoriées. Les internautes en visite sur les sites Deauville (440 000 visiteurs uniques/an) sont en progression de 3%. Le nouveau site Deauville photo a généré en trois mois près de 5000 contacts et la nouvelle application de réservation d'hébergement, 1800 visites.

## REPÈRES

Repères : 58% des Français préparent leur voyage sur internet et 20% se font un avis grâce aux réseaux sociaux (Raffour 2012).

## NOUS AVONS PROGRESSÉ

- En développant nos propres pages d'information avec des mises à jour quotidiennes :

 twitter (324 followers)  facebook (4985 fans)  google +, ...

- En répertoriant et enrichissant tous les sites d'annonces de manifestations : 36 sites renseignés en permanence avec nos agendas.

- En diffusant des communiqués sur tous les sites médias et agences de presse internet : en 2012, 97 sites médias ont publié des informations sur Deauville.

- En identifiant les sites les plus influents par manifestation. Exemple : les sites photos pour le Festival *Planche(s) Contact*, les sites littéraires pour le salon *Livres & musiques*...
- En recevant des blogueurs spécialisés dans les voyages de presse.
- En créant des événements à fort potentiel de buzz comme les inaugurations de lices par les stars du Festival Cinéma Américain, dont les images sont immédiatement diffusées dans le monde entier.

Le service communication développe aussi des fichiers par cible :

**1267** passionnés de photographie reçoivent des newsletters sur les événements photo.  
**2000** passionnés de littérature sont abonnés à la newsletter du salon *Livres & Musiques*.  
**5000** abonnés reçoivent chaque semaine la newsletter *Ma semaine à Deauville*.

## ON CONTINUE

- En 2013, **LE CHEVAL SERA UNE THÉMATIQUE PRIORITAIRE** sur les réseaux sociaux pour préparer les Jeux Equestres Mondiaux de 2014.
- Un **SITE PORTAIL DEAUVILLE** est dans les cartons.



## LA DYNAMIQUE PARTENARIALE

Comme elle s'est engagée depuis sa création en 1990 dans les *Equidays*, Deauville travaille en partenariat avec tous les grands événements régionaux et bénéficie de leur puissance médiatique. Dans le même esprit, les équipes de Deauville Tourisme jouent la synergie avec les institutionnels du tourisme normand, et participent aux actions de promotion collective de la Normandie à l'étranger.

### CONCRETEMENT EN 2012



- ▶ Avec l'Office de Tourisme de Rouen, Deauville a pu organiser une prospection au Canada en plusieurs étapes : Québec, Montréal, Toronto, Vancouver.

- ▶ Avec la CCI du Pays d'Auge et l'Aéroport Deauville-Normandie, la ligne CityJet a été mise en visibilité sur les marchés anglais et scandinaves. Elle existe maintenant toute l'année.

- ▶ Avec les Offices de Tourisme de Lisieux et Rouen, Deauville était représentée au Brésil du 9 au 20 avril dernier. Une prospection initiée par le déplacement de Philippe Augier en décembre 2011 et juin 2012 au Women's Forum Brésil. Accueil de journalistes, tours opérateurs, agences de voyages, leaders d'opinion ont d'ores et déjà visité Deauville en 2012 et amorcent le développement d'une nouvelle clientèle.

### ON CONTINUE

- ▶ En 2013, Deauville proposera une **GRANDE EXPOSITION SUR LA PROMENADE MICHEL D'ORNANO SUR LE THÈME DE L'IMPRESSIONNISME** et plusieurs animations orchestrées en partenariat avec les associations locales.
- ▶ **EN 2014 : LE FESTIVAL TERRE D'EAUX**  
Mis en charge du développement touristique par les élus de l'Estuaire de la Seine, Philippe Augier initie le premier événement estuarien - le Festival Terre d'eaux – qui aura lieu du 15 juin au 14 juillet 2014. Réunir, fédérer, faire avancer le territoire et faire rêver ses habitants et visiteurs sont ses valeurs. Tout le monde peut participer en proposant un projet inspiré par la rencontre de la terre et de l'eau.
- ▶ Lors des prochains **JEUX ÉQUESTRES MONDIAUX**, Deauville sera terre de démonstration de polo et prévoit un programme de valorisation de ses infrastructures et savoir-faire.

### REPÈRES

En 2010, Normandie Impressionniste rassemblait pour sa première édition près d'un million de visiteurs. A l'issue d'une enquête menée par le Comité Régional de Tourisme, 15% des visiteurs d'expositions sur l'ensemble du territoire ont déclaré visiter la Normandie pour la première fois. 24% sont venus spécialement pour découvrir le festival. Les études touristiques de cabinets indépendants (Deloitte, MKG), ont montré que, toutes catégories d'hôtels confondues, **le ratio chiffre d'affaires/capacité d'hébergement a augmenté** durant la période du Festival de +12% en Haute-Normandie (et de +10% en Basse-Normandie). L'ensemble des retombées média a été estimé à environ 60 millions d'Euros, pour un investissement initial de l'ordre de 800 k€ (budget communication).



Déjeuner sur l'herbe à Deauville, lors de la dernière édition du Festival Normandie Impressionniste.

## UNE PROSPECTION INTERNATIONALE PAYANTE

Deauville Tourisme poursuit sa prospection sur les marchés de proximité (à trois heures de Deauville) et les marchés émergents. En 2012, les équipes se sont rendues dans 10 pays à l'étranger pour des workshops. Dans le même temps, 138 prescripteurs sont venus à Deauville. Sans négliger le marché français (et notamment la prospection vers les autocaristes), Deauville Tourisme prend deux paris sur l'avenir en travaillant les marchés brésiliens (voir point 9) et asiatiques. Au Moyen-Orient, sa présence à l'Arabian Travel Market lui a permis de rencontrer 83 prescripteurs. En Europe, la priorité était cette année donnée à l'Angleterre. Enfin, du 22 au 24 mai, Deauville organisait une soirée de promotion à Zurich en présence de Philippe Augier et de nombreux acteurs du tourisme.

### ZOOM SUR L'ASIE

Le travail accompli depuis plusieurs années dans le cadre du Festival du Film Asiatique avec les artistes et ambassadeurs a développé la notoriété de Deauville en Asie. Celle-ci est aujourd'hui notre porte d'entrée pour mener des actions de promotion sur les marchés chinois, coréens, japonais et indiens et développer de nouvelles offres Deauville en plus de l'offre shopping de luxe très attendue par cette clientèle. Enfin, en partenariat avec Atout France, Deauville a participé à la campagne « France celebrates India » qui proposait à la clientèle indienne des offres promotionnelles pour visiter la France.

- **16 > 20 avril 2012** : promotion de l'offre culturelle Deauville au Japon.
- **8 > 10 octobre** : workshop en Corée du Sud en vue de programmer des tournages de films à Deauville. Une chaîne de télévision nous a déjà envoyé une émission de voyage, diffusée en prime time sur une chaîne nationale.
- **23 > 29 octobre** : opération de relations publiques en Chine pour mettre en avant nos infrastructures et événements équestres et équins.

### ZOOM SUR L'EUROPE

- Deauville Tourisme s'est impliquée dans le contrat de destination « Bretagne-Normandie-Pays de Loire » lancé par Atout France pour reconquérir la clientèle britannique, ainsi que dans la campagne de promotion française « Come & play » initiée par le Club Littoral. Du 6 au 9 novembre dernier, les équipes de l'office étaient également présentes en Grande-Bretagne pour prospecter les tours operators.
- A deux reprises -à Deauville puis à Stockholm- les équipes de Deauville Tourisme ont rencontré l'incontournable World Sports & Media AB, agence internationale dont tout le monde du golf écoute les recommandations.
- Les prospections sur le marché européen ont déjà permis d'être programmé chez Viavinum (TO espagnol), Kirker Holidays (TO anglais, spécialiste du patrimoine), Reisedienst Witter (TO allemand).



# LES OUTILS DE LA PERFORMANCE

Pour répondre à l'ensemble des besoins et attentes des touristes, et diffuser son identité, Deauville Tourisme continue d'améliorer ses éditions classiques et de concevoir de nouveaux outils incontournables pour peser dans la compétition entre destinations. Pour construire une relation durable et fidéliser nos 446 000 internautes (en augmentation de 3% en 2012) et 96000 visiteurs de Deauville Tourisme, de nouveaux outils d'évaluation et d'information seront prioritaires en 2013.

## CE QUI NOUS A FAIT PROGRESSER

- Face aux 58% de touristes qui réservent leurs voyages en ligne, **UNE PLATEFORME DE RÉSERVATION EN LIGNE** a été ouverte en 2012. Elle a déjà généré 1800 visites.
- Depuis trois ans, **LES ÉDITIONS** – guides hébergement, restauration, guide pratique, plan – ont été sérieusement reliftés pour proposer un contenu exhaustif sur l'offre du territoire, et pour mieux promouvoir l'image de la ville, sa dynamique événementielle, son offre de loisirs. De nouvelles éditions ont vu le jour : **LA PLAGES** (guide des activités du front de mer), **LES AGENDAS CULTURELS** trimestriels diffusés dans toute la Normandie.
- En 2012, s'ouvrait notre premier site affinitaire : **DEAUVILLE PHOTO**, visité par 5000 internautes pendant la seule période du festival Planche(s) Contact.



## CE QUI VA NOUS FAIRE PROGRESSER

- **LE MANUEL DES VENTES**, répertoire de toute l'offre Deauville sur CD Rom sera complètement revu pour le début de l'année 2013. Différents extraits en plusieurs langues permettront de mener des opérations de promotion en complément de **NEWSLETTERS** d'actualité destinés aux opérateurs du tourisme.
- En 2013, en partenariat avec les étudiants en Master Tourisme et loisirs de l'École de Management de Normandie, se développera **UN OBSERVATOIRE DU TOURISME** avec de nouveaux moyens de mesures complémentaires à ceux en place jusqu'à ce jour. Dans le même temps, Deauville Tourisme changera de système de comptage et d'identification des touristes comme l'ensemble des Offices de Tourisme de Normandie. Ces statistiques apporteront de nouveaux éclairages sur la fréquentation et les centres d'intérêt des visiteurs afin de continuer à adapter l'offre Deauville.
- Si les sites Deauville restent performants, une consultation pour leur refonte en un même **PORTAIL** va être lancée en 2013. Ces nouveaux sites permettront entre autres d'intégrer les derniers développements technologiques dont les applications pour mobiles. **UN OUTIL DE GESTION DE LA RELATION CLIENTS** sera intégré à cet appel d'offres afin de doter tous les espaces d'accueil de la Ville (Deauville Tourisme, front de mer, tennis, etc...) d'une même base de donnée. Celle-ci sera un outil indispensable pour développer un marketing affinitaire et tenir informés les clients en fonction de leurs centres d'intérêt.

# DEAUVILLE PLATEFORME DE COMPETENCES

Avec ses 2000 chambres dans un périmètre de deux kilomètres, un palais des congrès, un aéroport à 8 kilomètres, Deauville située à deux heures de Paris s'impose d'emblée comme la ville normande capable d'accueillir festivaliers, décideurs, entrepreneurs, mais aussi chefs d'Etats et de gouvernements. Ses équipements à la pointe de la performance en font une véritable plateforme de compétences et un bouillonnant vivier de projets. Unique dans la région et en progression permanente.

## CE QUI NOUS A FAIT PROGRESSER

- Le développement de l'**AÉROPORT DEAUVILLE NORMANDIE** qui met Deauville à une heure de la capitale anglaise et à une heure de Montpellier.
- Le **G8 ORGANISÉ EN 2011 À DEAUVILLE** qui a fait de Deauville, la capitale du monde pendant 48h et a développé sa notoriété dans le monde entier.
- La **RÉNOVATION DE LA VILLA LE CERCLE EN 2009** qui a permis d'élargir l'offre du C.I.D avec 370 m2 de salles de réception et de réunion dans l'un des hauts lieux historiques de Deauville en front de mer.
- La **FIDÉLITÉ DU WOMEN'S FORUM** dont on accueillera en 2013 la 8<sup>e</sup> édition avec des hommes et des femmes venus de plus de 80 pays.



## ZOOM

Pour engager des réflexions sur l'avenir et faire mûrir des projets, Créactive Place propose à Deauville des séminaires clés en main rassemblant les meilleurs experts en fonction des problématiques posées. Un pari audacieux qui fonctionne et renforce la vocation de Deauville : devenir un lieu incontournable de l'échange, du partage et de foisonnement de créativité d'univers éclectiques.

## REPÈRES

Le C.I.D, c'est aujourd'hui 150 manifestations, 300 jours d'occupation, 200 000 visiteurs.

## PRENEZ DATE POUR LES PROCHAINS ÉVÉNEMENTS PRO

**European Poker Tour** - 30 janvier au 9 février

**Cancéropôle Nord-Ouest** - 15 au 17 mai

**UNAIBODE** – Journées nationales d'étude et de perfectionnement des infirmiers de bloc opératoire - 29 au 31 mai

**FNCF** – Congrès de la Fédération Nationale des Cinémas Français - 24 au 26 septembre

**GLOBAL ESTUARIES FORUM** - 2 au 4 octobre

**AFIB** – Congrès de l'Association Française des Ingénieurs Biomédicaux - du 10 au 11 octobre

**Women's Forum** - 16 au 18 octobre

**Association Française des Vétérinaires Equins** - 24 et 25 octobre

# LES GRANDS RENDEZ-VOUS 2013

1<sup>er</sup> semestre



© Collection Gilbert Hamel

1/01 :  
**Bain du 1<sup>er</sup> janvier**

JANVIER

**Courses hippiques**



© JCB

10/02 :



FÉVRIER

30/01 > 9/02 :  
**EUROPEAN POKER TOUR**



© JCB

16 & 17/02 :  
**Deauville Inter Maîtres**

22 > 24/02 :  
**Rallye de la Côte Fleurie**

6 > 10/03 :  
**FESTIVAL DU FILM ASIATIQUE**



8/03 :  
**Normandes en tête**

MARS

25 & 26/03 :  
**Salon tourisme numérique**

22 > 24/03 :  
**CONCOURS DE DRESSAGE INTERNATIONAL PARA EQUESTRE**

**Courses hippiques**

12 > 23/03 :  
**Exposition de Mangas**

16/03 > 01/05 :  
**Exposition French lines**

16 > 18/04 :

**DEAUVILLE GREEN AWARDS**



27/04 > 12/05 :  
**FESTIVAL DE PÂQUES**

AVRIL

10 & 11/04 :  
**RoomN** (rendez-vous one to one de la mobilité numérique)

26 > 28/04 :  
**Salon gourmets et vins**



27/04 > 29/09 :  
**Exposition L'Estuaire de l'impressionnisme**

7 > 9/05 :

**SALON LIVRES & MUSIQUES**



© Sandrine Boyer

MAI

9 > 11/05 :  
**Les puces de Deauville**



© Ville de Deauville

9 > 12/05 :  
**Officiel de France Jeunes de saut d'obstacles**

24 > 26/05 :  
**Jumping international ambassador et amateur**

24 & 25/05 :  
**Régate Cowes-Deauville**

Jusqu'en novembre :

**Expo d'été sur les Planches : le Deauville de Willy Rizzo**



© Ville de Deauville

JUIN

7 > 9/06 :  
**JUMP'IN DEAUVILLE**

8 & 9/06 :  
**TRIATHLON INTERNATIONAL**

12 > 15/06 :  
**Open international de France de Dragon**



14 > 16/06 :  
**Deauville Motor Legend**

Fin juillet :



**Feu du 14 juillet**

**JUILLET**

6 > 9/07 :

**Tour de France à la voile**

13 > 15/07 :

**Bateaux extraordinaires**

15 > 28/07

**Festival mondial de Bridge**

19 > 21/07 :

**Concours de dressage international**

25 > 28/07 :

**Deauville Open J80**

**Courses hippiques**

27/07 > 10/08 :

**AOÛT MUSICAL**



**AOÛT**

28/07 > 28/08 :

**LUCIEN BARRIÈRE  
DEAUVILLE POLO CUP**



17 > 20/08 :

**Ventes de yearlings**

27 août :

**Bal Care France**

**Courses hippiques**

30/08 > 08/09 :

**FESTIVAL  
DU CINÉMA  
AMÉRICAIN**



14 & 15 /09 :

**Journées du patrimoine**

**SEPTEMBRE**

27 > 29/09 :

**Rallye Paris-Deauville**

28 & 29/09 :

**Passionnément jardin**



**Ouverture  
de la saison  
culturelle\***



**OCTOBRE**

2 > 4/10 :

**Forum des Estuaires du monde**

16 > 18/10 :

**WOMEN'S FORUM**



**Festival de la pomme en  
Pays d'Auge\***

11 > 27/10

**Equiday's**

26/10 > 01/12 :

**PLANCHE(S) CONTACT**



**NOVEMBRE**

1 > 3/11 :

**Salon « So home »**

**Salon Vins et Terroirs\***



31/12 :

**LA GRANDE  
PARADE**



**DÉCEMBRE**

**Courses hippiques**

7 > 10/12

**Ventes internationales  
de chevaux**



\* Dates à confirmer

# EN 2012

A l'Office du Tourisme, elles et ils ont :

- prononcé **19295** fois « Deauville Tourisme bonjour » au téléphone
- accueilli en moyenne **270** personnes par jour dont 85% de français
- survécu au 18 août et ses **1090** visiteurs
- écrit à **4824** personnes
- guidé **572** personnes pour une visite *Deauville et le cinéma*
- fidélisé **5021** fans sur facebook
- renseigné et guidé **14152** étrangers contre 13216 l'année dernière :  
**3318** Britanniques, **1693** Belges, **1607** Allemands, **1155** Néerlandais,  
**916** Russes, **889** Américains, **824** Italiens, **628** Espagnols, **572** Japonais,  
**413** Scandinaves, **321** Chinois, **301** Canadiens, **169** Coréens du sud,  
**163** Australiens, **136** Israéliens, **105** Brésiliens, **93** Suisses, **86** Indiens,  
**77** Argentins , **77** Moyen Orientaux.

(189 belges, 89 russes, 140 américains, 84 scandinaves, 53 chinois, 116 canadiens, 50 indiens de plus qu'en 2011).

## PRENEZ DATE !

La recherche permanente de la qualité, c'est aussi plus d'échanges avec les acteurs du tourisme.

Deauville Tourisme vient de mettre en place des **FLASHS ACTU** pour que vous soyez informés en temps réel des évolutions majeures qui contribuent au développement de Deauville.

En 2013, des **RÉUNIONS D'INFORMATION** plus régulières permettront de nous rencontrer :

- En mars, pour parler des événements à venir - ce sera le lundi 4.

- En septembre, pour faire le bilan de la saison estivale et vous présenter la stratégie des éditions de l'année suivante.