Envoyé en préfecture le 20/07/2026
Reçu en préfecture le 20/07/2026
Publié le 20/07/2026
ID : 014-211406996-20260716-CM_2026_5_4-DE

Rapport annuel d'activité

2025

CONTRAT D'OBJECTIFS
ACTIONS TOURISTIQUES COMMUNALES

COMMUNE DE TOUQUES

Envoyé en préfecture le 20/07/2026
Reçu en préfecture le 20/07/2026
Publié le 20/07/2026
ID : 014-211406996-20260716-CM_2026_5_4-DE

SOMMAIRE

Préambule **p.3-4**

I) Compte-rendu technique **p.5-35**
- Nombre & qualification des personnels p.5
- Note de couverture des assurances souscrites p.6
- Bilan des actions menées pour chacune des missions confiées p.7-30
- Bilan chiffré de la communication p.31-35

II) Compte-rendu financier **p.36-37**
- Compte de résultat 2025 p. 36
- Immobilisations au 31 décembre 2025 p. 37
- Analyse du compte de résultat global p. 37

Envoyé en préfecture le 20/07/2026
Reçu en préfecture le 20/07/2026
Publié le 20/07/2026
ID : 014-211406996-20260716-CM_2026_5_4-DE

PRÉAMBULE

Ce rapport d'activité annuel porte sur le contrat d'objectifs conclu entre chacune des communes associées et la Société Publique Locale du Territoire de Deauville (SPL), au titre des actions touristiques communales réalisées au cours de l'année 2025.
Les 11 communes associées, au sein du Territoire de Deauville, ont en effet décidé de renouveler, pour la période 2022-2026, une démarche commune, entamée depuis 2017, autour de la valorisation de leur potentiel touristique. Celle-ci a abouti à la mise en œuvre d'une politique globale de marketing territorial.

Aussi, le contrat d'objectifs, conclu avec la SPL, précise les missions qu'elles entendent lui confier, ainsi que les objectifs et modalités qui s'y attachent, dans le respect de son règlement intérieur.

Ce rapport annuel d'activité est donc remis à chacune des communes avec un compte-rendu financier individualisé qui fait suite à la clôture des comptes 2025 de la SPL.

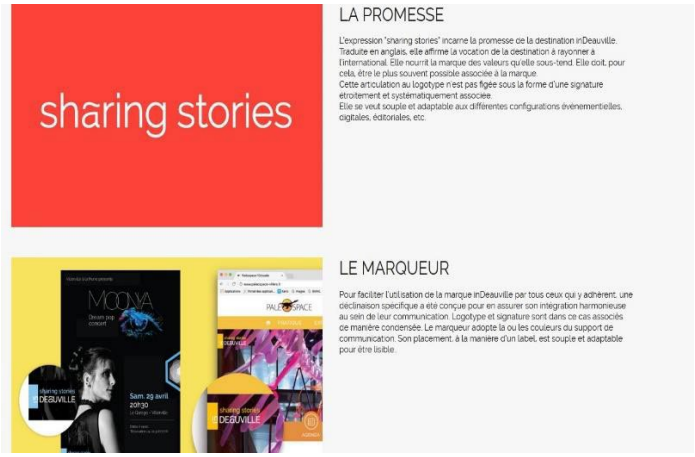
Contrairement à la mission de promotion du tourisme déléguée par la Communauté de Communes dont l'ensemble du fonctionnement (personnels, locaux, missions…) était en place depuis de nombreuses années, la mission communale liée au marketing territorial a nécessité un ensemble de structurations au cours des années 2017 et 2018, notamment autour de la création et de la diffusion de la marque partagée inDEAUVILLE®. Puis les communes ont renouvelé leur délégation avec un autre contrat d'objectifs entre 2019 et 2021 portant sur l'animation de la marque auprès des acteurs du Territoire pour construire une démarche collaborative et la mise en œuvre de la plateforme commerciale.
Les nouvelles actions mises en œuvre en 2025, dans la continuité des précédentes, sont présentées dans ce rapport.

LA PLATEFORME DE MARQUE : LE POURQUOI INDEAUVILLE

La plateforme de marque est un outil destiné à mettre de la lumière sur l'identité, les objectifs, les valeurs ainsi que la vision d'une entreprise. Il s'agit d'un document global établi pour exprimer et rendre formelle l'identité d'une société ou d'une marque.
La plateforme de marque inDeauville existe depuis la création de la SPL. Elle a été établie lors d'ateliers de travail qui ont rassemblé salariés, élus et socio-professionnels du tourisme, tous invités à poser les fondements du tourisme du territoire. Elle répond à la question essentielle : « *Pourquoi nous nous engageons dans le tourisme* ? » ou encore « *Quelle est notre conviction profonde* ? ».
Au centre de notre développement – elle reste notre guide pour les prochaines années. Elle est régulièrement rappelée aux salariés et présentée aux nouveaux salariés pour donner du sens à l'action de InDeauville.

Envoyé en préfecture le 20/07/2026
Reçu en préfecture le 20/07/2026
Publié le 20/07/2026
ID : 014-211406996-20260716-CM_2026_5_4-DE

Consultable en ligne sur un espace dédié facilement accessible, l'ensemble des documents s'y référant permettent de faire connaître les valeurs et les codes d'usage de la marque aux socio-professionnels et au public.



Envoyé en préfecture le 20/07/2026
Reçu en préfecture le 20/07/2026
Publié le 20/07/2026
ID : 014-211406996-20260716-CM_2026_5_4-DE

COMPTE-RENDU TECHNIQUE

NOMBRE ET QUALIFICATION DES PERSONNELS AFFECTÉS A LA MISSION

Un total de 17 salariés ont contribué au service du marketing territorial en 2025 :

- **15 personnes à temps partiel,** soit parce que leur temps de travail est partagé avec la mission intercommunale « promotion du tourisme », soit parce qu'ils ont plusieurs employeurs
- **1 apprentie étudiante en développement durable à compter du 15 septembre 2025**
- **1 apprentie étudiante en design graphique à compter du 29 septembre 2025**

En temps partagé avec la mission intercommunale « promotion du tourisme » :

- direction générale (cadre dirigeant)
- responsable du pôle Marketing, également en temps partagé avec la Ville de Deauville (cadre)
- responsable du pôle Développement commercial (cadre)
- responsable du pôle Ressources et Moyens (cadre)
- responsable du pôle Accueil / Qualité (cadre)
- chargée de communication (agent de maîtrise)
- responsable du service comptabilité (agent de maîtrise)
- resp. création artist., également en temps partagé avec la Ville de Deauville (agent de maîtrise)
- assistante de communication touristique (jusqu'au 12 octobre 2025)
- 2 assistantes du pôle Développement commercial (2 employées)
- assistante administrative et comptable (employée)
- 2 guides interprètes pour les visites guidées destinées aux individuels (employées)
- chargée de diffusion qui n'est intervenue que quelques jours dans l'année (employée)
- 1 chargée de mission *Destination innovante durable* (apprentie)

Le marché vidéo, conclu avec la Ville de Deauville, a été renouvelé en avril 2025 pour s'adjoindre les compétences d'un vidéaste, chargé de produire des films sur les thématiques affinitaires de la SPL. Son terme est prévu le 31 décembre 2026.

Enfin, un second marché a été conclu avec la Ville de Deauville pour l'achat d'une prestation de service en communication à compter du 17 octobre 2025.

Envoyé en préfecture le 20/07/2026
Reçu en préfecture le 20/07/2026
Publié le 20/07/2026
ID : 014-211406996-20260716-CM_2026_5_4-DE

NOTE DE COUVERTURE DES ASSURANCES SOUSCRITES

A l'issue d'une mise en concurrence, cinq lots, couvrant notamment les activités liées au marketing territorial, ont été attribués à de nouvelles compagnies d'assurance, à compter du 1er janvier 2023, et pour une durée de 4 ans.

Les risques couverts sont les suivants :

- **Assurance des dommages aux biens et des risques annexes :**

Garanties souscrites auprès de MMA (14800 Deauville)

- **Assurance des responsabilités et des risques annexes :**

Garanties souscrites auprès de MMA (14800 Deauville)

- **Assurance de la protection juridique :**

Garanties souscrites auprès de CFDP Assurances (31000 Toulouse)

- **Assurance de la responsabilité des dirigeants :**

Garanties souscrites auprès MMA (14800 Deauville)

- **Assurance « cyber risques » :**

Garanties souscrites auprès de ACL Courtage

Par ailleurs, la société MMA couvre individuellement les véhicules de service ainsi que ceux des collaborateurs suite à la résiliation au 31/12/2024 du contrat flotte auprès de PILLIOT assurances.

D'autre part, afin de couvrir ses responsabilités en tant qu'opérateur de voyages et de séjour, la SPL a souscrit :

- **Garantie financière :**

Garanties souscrites auprès de Groupama Assurance-Crédit et Caution (75008 Paris)

Envoyé en préfecture le 20/07/2026
Reçu en préfecture le 20/07/2026
Publié le 20/07/2026
ID : 014-211406996-20260716-CM_2026_5_4-DE

BILAN DES ACTIONS MENÉES POUR CHACUNE DES ACTIONS CONFIÉES

La SPL a pour mission de développer une stratégie de marketing territorial autour de la marque commerciale DEAUVILLE® et de la marque territoriale partagée inDEAUVILLE® à l'échelle des 11 communes associées.

➢ Mission 1 : Installer un écosystème touristique

En embrassant les techniques du marketing territorial, inDeauville affirme sa conception d'un tourisme coconstruit avec les acteurs du tourisme, entreprises du secteur privé, associations, habitants, institutions, et collectivités qui la composent
…. La marque et le marketing territorial nés de cette démarche ont vocation à être partagés par tous ceux qui souhaitent s'associer à la dynamique touristique et revendiquer les fondements de la marque inDeauville énoncés dans la plateforme de marque. C'est ce qui permet de former un écosystème touristique.

QUI SONT-ILS ?

Des contrats de licence de marque et d'objectifs ont été conclus avec chacune des 11 communes associées, pour la période 2022-2026.

Par la conclusion de ces contrats, la SPL peut intervenir officiellement sur l'ensemble du « Territoire de Deauville » (cf. art. 2.1 du contrat d'objectifs).

inDeauville anime un réseau de partenaires (500) : commerces, hôtels, restaurants, prestataires de loisirs, afin de créer du lien, faire émerger des projets, tendant à renforcer l'identité du Territoire et les thématiques mises en avant par filières.

50 partenaires ont rejoint le réseau en 2025 :

NOUVELLES TABLES

Bénerville-sur-Mer
Le Romanesque

Blonville-sur-Mer
La Maison de Blonville

Deauville
Chez Miocque
Colombus Café
La Station
Le Pied Marin
Napoletano

Saint-Arnoult
Le Bistrot du Grand Manège

Villers-sur-Mer
La Crêperie du Menhir

Honfleur
La Ferronnerie

NOUVEAUX LITS

Bénerville-sur-Mer
Maison Douce Epoque (hôtel)

Blonville-sur-Mer
Castorina (location)

Villers-sur-Mer
Villa des Rêves (location)

Touques
Manoir de la Croix Sonnet (location et chambres d'hôtes)

Villers-sur-Mer
Douceur du Rivage (location)

Trouville-sur-Mer
Villa Léa Appart' hôtel
Le Cœur de Trouville (location)

NOUVEAUX COMMERCES, ACTIVITES ET SERVICES

Bénerville-sur-Mer
Spa Maison Douce Epoque
Maison Lemaistre

Deauville
Cabinet Aelion Immobilier
Cosette et les Lys
Gilles Isabet
Home Designer
Incoming Normandy
Izac
Jordan Bouhnik Chef à domicile
Miss Dopamine
Primo Conciergerie
Schouette
Sisley Deauville
YachtGuard

Saint-Gatien des Bois
Le Val des Cimes

Saint-Pierre Azif
La Ferme du Thenney

Touques
Apef Côte Fleurie
Les Casiers Gourmands
L'Orange Bleue
My Pacôme
Oh My Pizz'
Studio Flex and Flow

Villers-sur-Mer
Swim Stars

Trouville-sur-Mer
Zlow

Honfleur
Les Vedettes Cauchois - Bateau Aventura
Spa potager de la Ferme Saint-Siméon

Autres
Conciergerie Roule ma Poule
Noresta
Photos Sergio

Envoyé en préfecture le 20/07/2026
Reçu en préfecture le 20/07/2026
Publié le 20/07/2026
ID : 014-211406996-20260716-CM_2026_5_4-DE

De leur côté, les partenaires inDeauville bénéficient de la visibilité de la marque et de son audience auprès de touristes français et étrangers, individuels et professionnels, habitants, résidents secondaires. Ils sont recommandés en priorité par l'équipe d'accueil, l'équipe de la promotion et le Convention Bureau. Chacun est répertorié sur un espace dédié sur le site inDeauville et est de ce fait visible sur les sites du département du Calvados et de la Région Normandie. Ils sont présents sur les publications de inDeauville, publications revisitées chaque année et largement diffusées sur le territoire.
L'équipe les accompagne pour mettre en valeur leurs activités.

Chaque partenaire a accès à des services spécifiques : photothèque, vidéothèque, textes, dossiers de presse sur les événements du territoire.

DES OUTILS POUR QUE CHACUN S'APPROPRIE LA MARQUE INDEAUVILLE

Afin de faciliter l'appropriation de la marque territoriale, un espace et un guide de marque ont été créés.

Le service communication a par ailleurs déployé de nombreux outils pour accompagner les opérateurs touristiques dans son appropriation.
L'objectif est que la marque soit vue partout et le plus possible sur l'ensemble du territoire.
Une campagne de communication, sous forme d'affichage sur certains emplacements gérés par la ville de Deauville (colonnes Morris), a eu lieu au 2e semestre 2025.

Envoyé en préfecture le 20/07/2026
Reçu en préfecture le 20/07/2026
Publié le 20/07/2026
ID : 014-211406996-20260716-CM_2026_5_4-DE

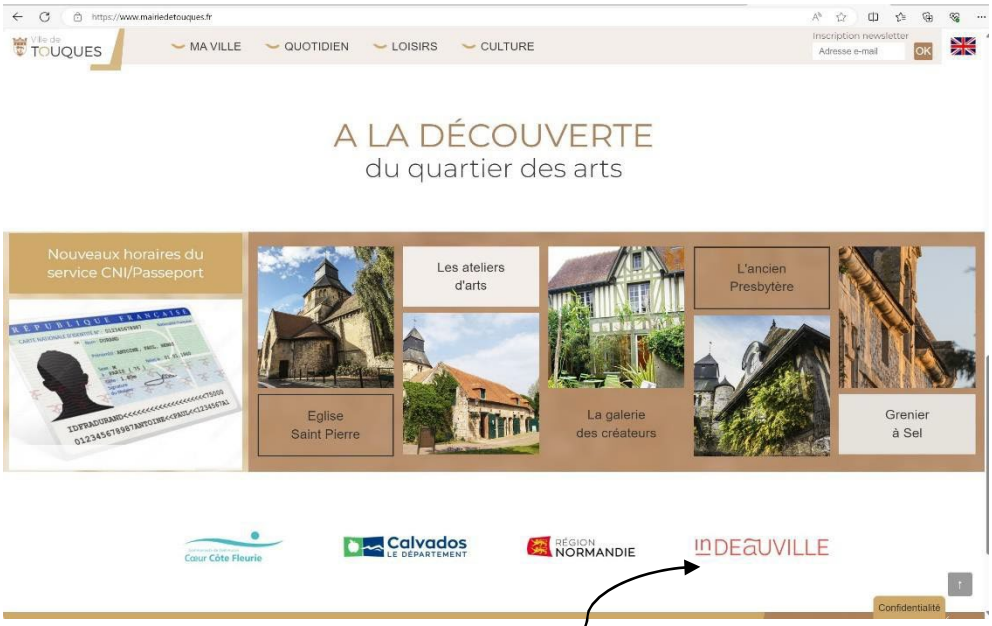
EXEMPLES D'APPROPRIATION DE LA MARQUE

Présentoirs pour les guides à destination des lieux touristiques

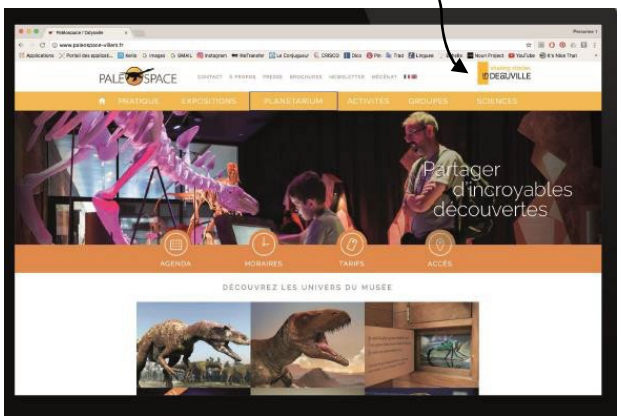
Intégration du marqueur sur une page Web

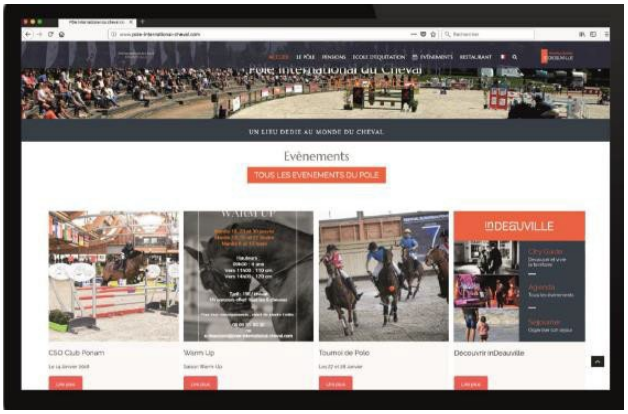
Intégration du marqueur sur une affiche événementielle

Envoyé en préfecture le 20/07/2026
Reçu en préfecture le 20/07/2026
Publié le 20/07/2026
ID : 014-211406996-20260716-CM_2026_5_4-DE



Intégration du marqueur ou d'un agenda sur un site internet





Au quotidien, les flashs actus sont les newsletters dédiées à l'animation de cette communauté composée de tous les acteurs du tourisme. Le principe : un flash = une info/ par mail

Le contenu : tous les sujets qui concernent le développement du tourisme

> renforcer la dynamique,
> valoriser les initiatives pour en susciter de nouvelles
> Créer de l'adhésion au territoire touristique

En 2025, 13 « Flash Actu » ont été réalisés sur des thématiques variées.

Envoyé en préfecture le 20/07/2026
Reçu en préfecture le 20/07/2026
Publié le 20/07/2026
ID : 014-211406996-20260716-CM_2026_5_4-DE

07 octobre 2025

LE PAVILLON DES BAINS,
NOUVELLE SIGNATURE ÉVÉNEMENTIELLE

Si la promenade des Planches fait 762 mètres, elle paraît aujourd'hui se prolonger vers un établissement au design particulièrement élégant. Une œuvre Art Déco aux courbes raffinées, où la pureté des formes minimalistes est résolument agrémentée par une trentaine de baies vitrées tournées vers la mer. Ce bâti audacieux, c'est le **Pavillon des Bains**, nouveau lieu de réception hors du temps de la collection « Les Deauvillaises ». Après plusieurs mois de travaux, il se dévoile enfin.

Lire l'article complet sur le blog inDeauville →

Envoyé en préfecture le 20/07/2026
Reçu en préfecture le 20/07/2026
Publié le 20/07/2026
ID : 014-211406996-20260716-CM_2026_5_4-DE

UNE MARQUE QUI SE VOIT

La marque inDeauville vise à s'affirmer dans l'espace public au travers de la signalétique des bureaux d'information touristique. Les partenaires de la marque sont invités, quant à eux, à se signaler par un autocollant et à diffuser tous les documents inDeauville.

Enfin, la marque est exploitée au travers d'une gamme de **PRODUITS DERIVES** qui se développe en cohérence avec les valeurs et symboles du territoire.

A savoir : la marque inDeauville® s'engage avec un process d'achats qui privilégie ce qui est durable ; en effet, inDeauville® privilégie les produits dérivés développés et fabriqués par des sociétés françaises ou européennes, qui se soucient de la planète et utilisent le plus possible des matières premières recyclées.
L'esprit de la marque reste dans tous les cas, celui d'une marque de territoire qui valorise les points saillants de son identité.

On trouve dans les boutiques :

- une sélection de souvenirs uniques, des livres et des produits inspirés des univers de chaque commune et de la Normandie
- Des produits qui contribuent aux ressources propres d'InDeauville et offrent aux visiteurs l'opportunité de repartir avec un petit objet emblématique de notre région. Exemple : collections d'affiches imaginées par la graphiste d'In-Deauville qui s'est enrichie en 2025 des dessins de Touques et Villerville.

Envoyé en préfecture le 20/07/2026
Reçu en préfecture le 20/07/2026
Publié le 20/07/2026
ID : 014-211406996-20260716-CM_2026_5_4-DE

Autre initiative : l'installation de boutiques éphémères (pop-up) pour mettre en valeur des producteurs locaux ou des produits en lien avec le territoire. Ici un Pop-up store mis en place dans le cadre du Festival du Cinéma Américain en collaboration avec le CID de Deauville pour célébrer le cinéma.

Des échanges sont organisés également avec des entreprises, comme avec Arqana ou les Franciscaines qui vendent les produits inDeauville.

Envoyé en préfecture le 20/07/2026
Reçu en préfecture le 20/07/2026
Publié le 20/07/2026
ID : 014-211406996-20260716-CM_2026_5_4-DE

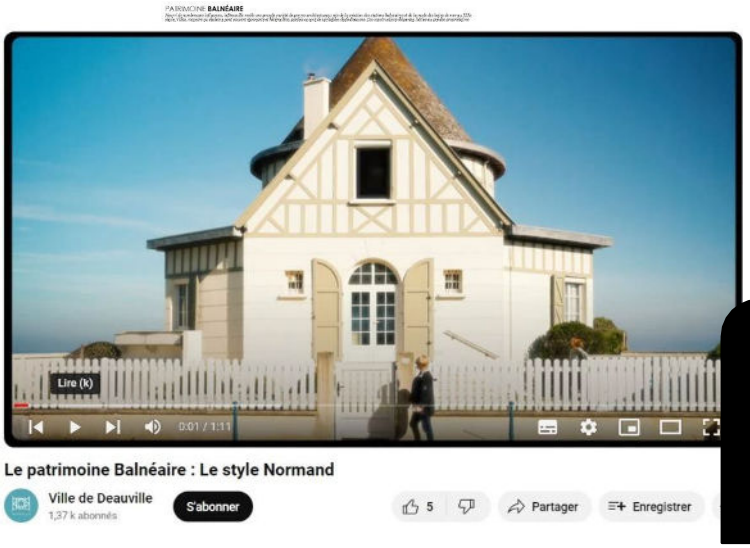
➢ Mission 2 : Organiser l'offre territoriale

UNE STRATEGIE DE CONTENUS MULTICANALE

inDeauville développe une culture de l'information qualifiée tant dans la forme que dans le contenu pour promouvoir les atouts du territoire. Le nombre d'URL référencées par Google est le baromètre de cette production de contenus. En 2025, il est de 10 444. L'objectif a été, ces deux dernières années, d'optimiser le nombre de pages pour donner plus de visibilité aux contenus.

Les contenus sont segmentés par univers motivationnels, loin des logiques autrefois usuelles d'une organisation par commune : culture, patrimoine balnéaire, cheval, golf, nautisme, littoral, jeux, nature, bien-être, gastronomie. Autour de chacun de ces thèmes, inDeauville répertorie l'ensemble de l'offre et la valorise sur trois types d'outils : outils numériques (site internet, newsletter, réseaux sociaux), guides papier, vidéos.

Sommaire patrimoine balnéaire sur inDeauville.fr



Web-série patrimoine balnéaire sur YouTube

CONTENUS CONTEXTUELS & EVENEMENTIELS

Des spécificités par communes ajoutent à ces univers des thématiques : médiévale à Touques, scientifique à Villers-sur-Mer, cinéma à Deauville…
Et des contenus contextuels liés à la saisonnalité ou des contenus pour accompagner la promotion des événements du territoire : grands festivals, expositions, événements sportifs. Ainsi que des articles pour souligner les nouveautés du territoire : valorisation de talents, ouverture de nouveaux lieux ou services.

Deux newsletters sont proposées :

- L'une destinée aux particuliers « Ma semaine in Deauville », hebdomadaire, contenant l'agenda du territoire (18 000 abonnés)
- L'autre newsletter, intitulée « *Quoi de neuf inDeauville* ? » est destinée aux professionnels du tourisme rencontrés sur les événements professionnels : presse pro, agences BtoB, tours Opérateurs…. Trimestrielle, celle-ci présente un taux d'ouverture de 40 % pour la presse professionnelle. Bilingue anglaise, elle propose différents angles éditoriaux dont « les incontournables », « c'est nouveau », « des focus » et infos ciblées motivant la découverte du territoire, participant à son rayonnement et à son attractivité.

Envoyé en préfecture le 20/07/2026
Reçu en préfecture le 20/07/2026
Publié le 20/07/2026
ID : 014-211406996-20260716-CM_2026_5_4-DE

Billets de blog sur indeauville.fr

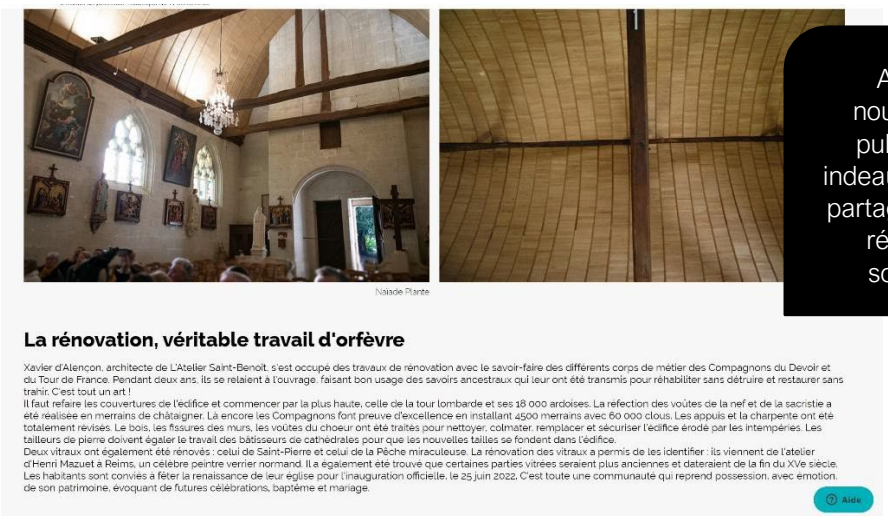
Le 16 décembre 2024

DE NOUVELLES ADRESSES QUI INVITENT AU LÂCHER-PRISE

Les lieux dédiés à la détente et à l'évasion se multiplient inDeauville, enrichis par l'arrivée de partenaires qui redéfinissent l'art de lâcher prise. Entre les bulles apaisantes des spas et l'ambiance chaleureuse...

Lire la suite...

Agenda papier trimestriel



Naiade Plante

La rénovation, véritable travail d'orfèvre

Xavier d'Alençon, architecte de L'Atelier Saint-Benoît, s'est occupé des travaux de rénovation avec le savoir-faire des différents corps de métier des Compagnons du Devoir et du Tour de France. Pendant deux ans, ils se relaient à l'ouvrage, faisant bon usage des savoirs ancestraux qui leur ont été transmis pour réhabiliter sans détruire et restaurer sans trahir. C'est tout un art !

Il faut refaire les couvertures de l'édifice et commencer par la plus haute, celle de la tour lombarde et ses 18 000 ardoises. La réfection des voûtes de la nef et de la sacristie a été réalisée en merrains de châtaigner. Là encore les Compagnons font preuve d'excellence en installant 4500 merrains avec 60 000 clous. Les appuis et la charpente ont été totalement révisés. Le bois, les fissures des murs, les voûtes du chœur ont été traités pour nettoyer, colmater, remplacer et sécuriser l'édifice érodé par les intempéries. Les tailleurs de pierre doivent égaler le travail des bâtisseurs de cathédrales pour que les nouvelles tailles se fondent dans l'édifice.

Deux vitraux ont également été rénovés : celui de Saint-Pierre et celui de la Pêche miraculeuse. La rénovation des vitraux a permis de les identifier : ils viennent de l'atelier d'Henri Mazuet à Reims, un célèbre peintre verrier normand. Il a également été trouvé que certaines parties vitrées seraient plus anciennes et dateraient de la fin du XVe siècle.

Les habitants sont conviés à fêter la renaissance de leur église pour l'inauguration officielle, le 25 juin 2022. C'est toute une communauté qui reprend possession, avec émotion, de son patrimoine, évoquant de futures célébrations, baptême et mariage.

Aide

Article nouveauté publié sur indeauville.fr et partagé sur les réseaux sociaux

Envoyé en préfecture le 20/07/2026
Reçu en préfecture le 20/07/2026
Publié le 20/07/2026
ID : 014-211406996-20260716-CM_2026_5_4-DE

CONCEPT : RACONTER DES HISTOIRES

Pour décrire toute la diversité du territoire, les équipes inDeauville s'attachent à raconter des histoires. L'histoire du territoire, sa valeur patrimoniale, son statut de lieu de villégiature historique, ses traditions culinaires, ses produits, ses rites ou encore les histoires personnelles et collectives d'aujourd'hui, d'hier et de demain. Toutes ces histoires inspirent des expériences à vivre, des moments d'exception, des parcours fléchés pour découvrir les multiples univers. Creuset de nos offres touristiques, les histoires s'attachent à favoriser les rapports humains et répondent à l'ambition de inDeauville de créer les conditions du partage et de la rencontre.

Elles tendent à valoriser la créativité et invitent à découvrir, elles insufflent plaisir et mieux-être.
Les histoires sont au fond, comme des cartes touristiques scénarisées. Elles rassemblent à la fois des lieux à découvrir, des invitations à prendre le temps d'un moment rare, d'une rencontre inspirante et précieuse.
Elles apportent une cohérence de ton et d'approche quel que soit le thème, un ton connivant et décontracté, complice.

UN UNIVERS SEMANTIQUE PROPRE
Les verbes : échanger, imaginer, prendre le temps, profiter, (se) rapprocher, (se) reconnecter, (se) rencontrer, (se) ressourcer, (se) retrouver, (se) réunir, rêver, s'épanouir, s'ouvrir (à soi, aux autres).
Les noms : bienfait, élégance, énergie, émotion, équilibre, évasion, évocation, inspiration, liberté, quiétude, sensorialité, sérénité...
Les adjectifs : accueillante, authentique, chaleureuse, inspirante, intemporelle, passionnante et passionnée, poétique, revitalisante, vivante...

Chaque membre de l'équipe communication inDeauville ou d'autres services est impliqué dans la chaîne de création de contenus selon le schéma général suivant duplicable pour chaque sujet :
>répertorier l'offre de façon fine ;
>l'organiser/ la segmenter et sous-segmenter ;
>raconter / mettre en récit le territoire/ ou l'une de ses facettes ; être court et percutant, employer un ton chaud ;
>donner envie de vivre ces univers et donner les clés pour le faire ; Tous les contenus sont inédits et originaux. Le copié/ collé est proscrit.

Envoyé en préfecture le 20/07/2026
Reçu en préfecture le 20/07/2026
Publié le 20/07/2026
ID : 014-211406996-20260716-CM_2026_5_4-DE

LIGNE ÉDITORIALE VIDÉO 2025 : RACONTER LE TERRITOIRE À TRAVERS L'EXPÉRIENCE, L'HUMAIN ET L'ÉMOTION

En 2025, la stratégie vidéo d'inDeauville a évolué vers une approche plus immersive, incarnée et narrative.

L'objectif : faire vivre le territoire plutôt que simplement le montrer, en proposant des contenus pensés avant tout pour les usages réseaux sociaux, tout en restant cohérents avec l'identité de la destination.
Plusieurs formats complémentaires ont ainsi été développés :

- **Les films institutionnels et promotionnels**, conçus pour raconter l'identité du territoire, valoriser ses grands événements, son patrimoine, sa culture et son art de vivre, à travers des réalisations plus ambitieuses et narratives destinées à promouvoir l'image d'inDeauville de manière globale.

- **Les web-séries immersives**, comme ***L'EXPÉRIENCE IN***, qui invitent à vivre une activité, un lieu ou un événement de manière incarnée et dynamique, à travers le regard d'un protagoniste.

- **Les formats "INSIDE"**, qui plongent le spectateur dans les coulisses d'un événement, d'une exposition ou d'un temps fort culturel, avec une approche sensible et immersive.

- **Les "RENCONTRES IN"**, portraits documentaires mettant en lumière celles et ceux qui font vivre le territoire : artisans, passionnés, habitants, figures locales ou porteurs de savoir-faire.

- **« UN INSTANT » Les capsules courtes et inspirationnelles**, pensées comme des cartes postales modernes du territoire, jouant sur l'émotion, l'esthétique et l'instantanéité.

- **Les formats de retour d'événements**, pensés pour retranscrire l'ambiance, les émotions et les temps forts des manifestations du territoire, tout en créant des contenus dynamiques et engageants pour les réseaux sociaux.

L'ensemble de ces contenus repose sur une volonté forte :

créer une ligne éditoriale cohérente, identifiable et émotionnelle, capable de raconter inDeauville à travers ses histoires, ses expériences, ses événements et les personnes qui le composent.

EN SYNTHÈSE : UNE STRATÉGIE VIDÉO IMMERSIVE ET COMPLÉMENTAIRE

- Valorisation des événements à travers des formats dynamiques et incarnés
- Mise en avant des expériences vécues sur le territoire
- Développement de web-séries identifiables et récurrentes
- Création de contenus adaptés aux réseaux sociaux et à leurs usages
- Approche plus humaine, sensible et émotionnelle de la destination
- Complémentarité entre culture, patrimoine, nature, sport et art de vivre
- Construction d'une identité vidéo forte et reconnaissable pour inDeauville
- **Les films institutionnels et promotionnels**

Envoyé en préfecture le 20/07/2026
Reçu en préfecture le 20/07/2026
Publié le 20/07/2026
ID : 014-211406996-20260716-CM_2026_5_4-DE

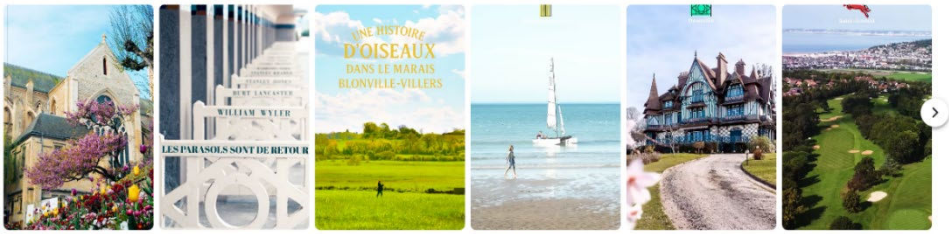
Experience In

Expérience IN vous emmène sur le terrain pour vivre le territoire d'Indeauville de l'intérieur. À chaque épisode, on part tester une activité, explorer un lieu ou faire une rencontre, entre mer,...

Expérience IN : cap sur la voie verte Deauville ...

inDeauville, c'est 11 histoires à découvrir.

🌿 Bénerville-sur-Mer et son jardin secret 🏖️ Blonville-sur-Mer, le paradis des enfants 🎉 Deauville, la ville qui vibre au rythme des événement 🌊 Saint-Arnoult, la riveraine paisible 💧 ...



À Villers-sur-Mer, le printemps prend ... 213 vues

🌊🏖️ PLAGE / Les parasols sont de reto... 1,2 k vues

🌿🦆 Au marais de Blonville-Villers : le ... 350 vues

Blonville-sur-Mer, le paradis des enfants ... 278 vues

Deauville, temps et plus 🌊🎬 217 vues

À Saint-Arnoult, on alterne frissons grisan... 436 vues

INSIDE

Et si votre sortie du week-end se passait à...

Et si la musique classique vous faisait ...

Découvrir l'histoire de l'art de dos : pourquoi ...

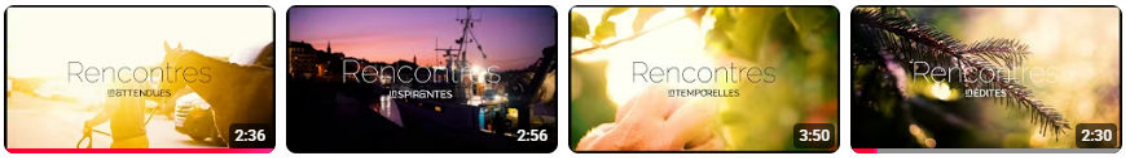
🛍️✨ Remonter 160 millions d'années... sa...

👁️✨ Envie d'une pause culturelle au ...

Rencontres InDeauville

▶ Tout lire

Découvrez "Rencontre In", la toute nouvelle web série qui vous plonge au cœur du territoire de In Deauville. Explorez les 11 communes de cette région, de Villers-sur-Mer à Villerville, et laissez-vou...



Rencontres Inattendues : Une histoire de garçon de voyage

Rencontres Inspirants : Une histoire de coquille Saint-...

Rencontres Intemporelles : Une histoire de pomme

Rencontres inédites : Une histoire de sapins 🎄

édition #16 Planches Contact Festival

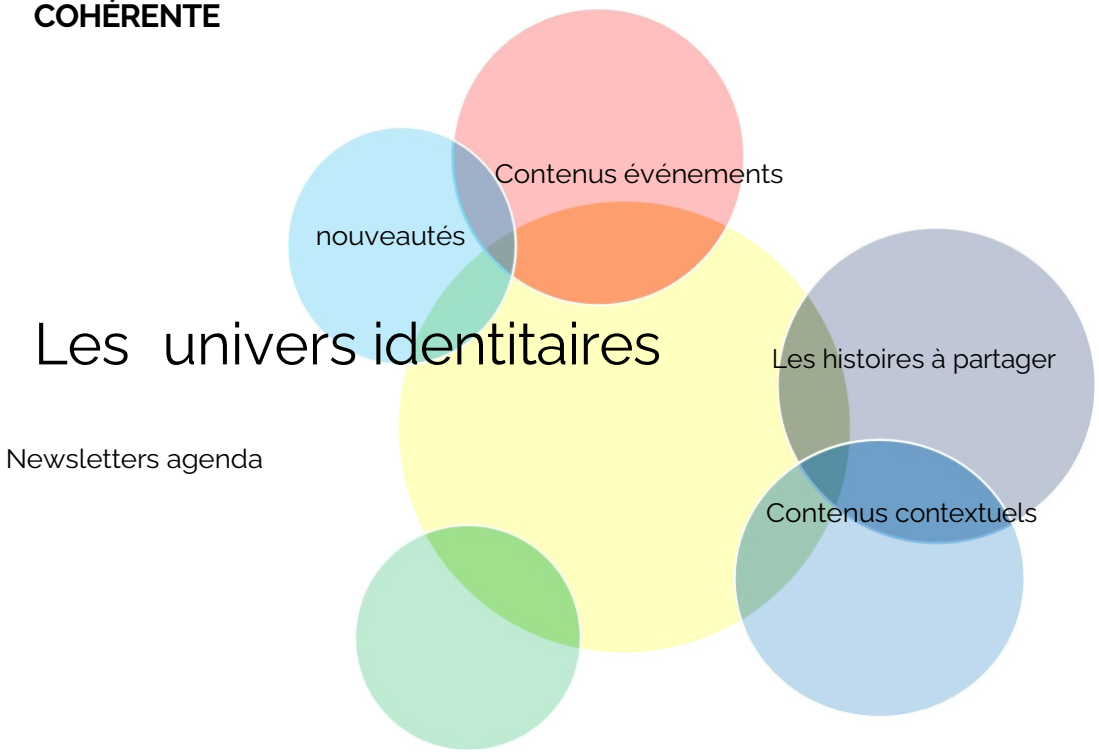
51e édition du Festival du Cinéma Américain de ...

✨ À travers les yeux du Festival de Pâques 🎺

Le Meilleur des Events 🌟

Envoyé en préfecture le 20/07/2026
Reçu en préfecture le 20/07/2026
Publié le 20/07/2026
ID : 014-211406996-20260716-CM_2026_5_4-DE

EN SYNTHESE : DES CONTENUS COMPLÉMENTAIRES ET VARIÉS POUR UNE AUDIENCE COHÉRENTE



Envoyé en préfecture le 20/07/2026
Reçu en préfecture le 20/07/2026
Publié le 20/07/2026
ID : 014-211406996-20260716-CM_2026_5_4-DE

Mission 3 : créer et susciter la conception de produits et services

PROMOUVOIR LES EVENEMENTS ET NOUVEAUTES

Agir sur l'offre, c'est le domaine des communes, chacune est en charge de son calendrier d'événements. Les événements et nouvelles infrastructures sont nos premiers leviers d'attractivité. Ils attirent l'attention sur le territoire au travers des médias, renouvellent l'intérêt et donnent du rythme à notre promotion.

COMMERCIALISER L'OFFRE TERRITORIALE

En se dotant d'une plateforme de commercialisation, inDeauville valorise et amplifie son positionnement et sa promesse (voir la plateforme de marque). Sa billetterie, gérée avec l'outil numérique Regiondo – leader européen des solutions de réservations pour les destinations et les prestataires d'activités - commercialise deux types de produits :

- LES INCONTOURNABLES : des produits qui permettent de vivre les expériences les plus identitaires du territoire.
  - Location de parasols à Deauville
  - Découverte d'une distillerie
  - Visites guidées patrimoniales et historiques
  - Entrée au Parc Calouste Gulbenkian
  - Billetterie de festivals culturels
  - Etc.

- LES LOISIRS : des prestations proposées par les partenaires privés, les villes membres, les collectivités partenaires, les associations.

En 2025, **129 offres** ont été commercialisées sur la billetterie en ligne inDeauville : activités nautiques, visites guidées, locations de parasols, festivals, concerts, entrées en parc et piscine…

Plus que de la billetterie de loisirs, inDeauville propose désormais la commercialisation en ligne des événements municipaux (diners de la Ville de Deauville par exemple) et des associations.

14 866

billets vendus contre 13 032 en 2024, soit une augmentation de

+14%

172 016€

de chiffre d'affaires contre 165 897€ en 2024, soit une augmentation d'environ

+4%

Mis en ligne en 2025

THEÂTRE CHEZ COLETTE	NORESTA	LES JARDINS DE L'AVENIR

Envoyé en préfecture le 20/07/2026
Reçu en préfecture le 20/07/2026
Publié le 20/07/2026
ID : 014-211406996-20260716-CM_2026_5_4-DE

Top 10 des meilleures ventes :

1. Visite guidée de la Villa Strassburger : 4 296 ventes
2. Aquagym à la Piscine Olympique : 2 566 ventes
3. Dîner des Associations : 876 ventes
4. Aquabike à la Piscine Olympique : 873 ventes
5. Halloween à la Villa Strassburger : 788 ventes
6. Dîner des Deauvillais : 402 ventes
7. Location de parasols à Deauville : 396 ventes
8. Circuit training à la Piscine Olympique : 394 ventes
9. Location d'un court de tennis : 384 ventes
10. Les Jardins de l'Avenir : 378 ventes

Des boutons « réserver » sont également visibles dans les pages des expériences proposées sur le site.

Les produits créés sont mis en vente **sur le site d'inDeauville** à l'adresse https://www.indeauville.fr/reservation-indeauville/.

➢ Mission 4 : développer la notoriété de la marque

UNE STRATÉGIE DE CIBLAGE

La mission de inDeauville est au-delà de l'accueil de visiteurs, d'aller conquérir de nouveaux visiteurs et de les fidéliser au territoire.
Trois publics cible prioritaires ont été identifiés lors de la création de inDeauville, au cours d'ateliers de réflexion qui ont rassemblé plus de 100 acteurs publics et privés du territoire :

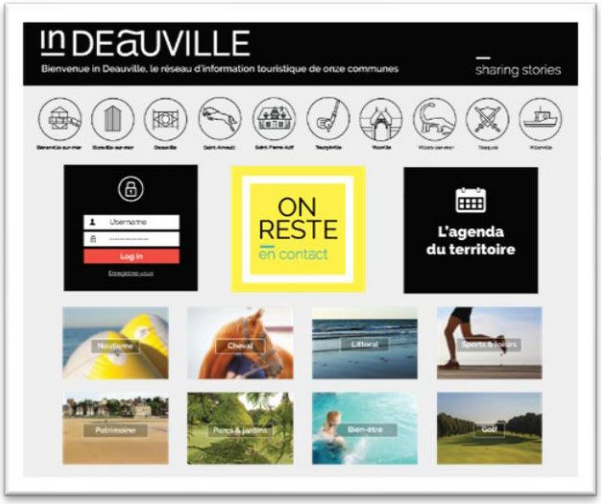
- les familles du bassin parisien et des régions voisines ;
- les catégories socio-professionnelles supérieures de l'Europe du Nord ;
- les publics d'affaires.

Le service communication accompagne les stratégies de conquête du service promotion et a vocation à soutenir les actions entreprises à l'étranger (envoi de dossiers de presse, accueils presse suite à des prospections, fourniture d'outils de prospection de toute nature).
La newsletter (français/anglais) « Quoi de neuf inDeauville ? » a pour cible les contacts liés à l'étranger. Son rythme trimestriel permet d'annoncer les événements à venir et nouveautés du territoire.

Le service communication conçoit des plans de conquête via les réseaux sociaux sur des zones géographiques précises.

Envoyé en préfecture le 20/07/2026
Reçu en préfecture le 20/07/2026
Publié le 20/07/2026
ID : 014-211406996-20260716-CM_2026_5_4-DE

Aux stratégies de ciblage, s'ajoute une stratégie de collecte de données directement auprès des visiteurs. Chaque contact entrant est sollicité pour laisser ses coordonnées et son centre d'intérêt en vue d'alimenter une base de données qualifiée (actuellement hébergée sur Tourinsoft). Des cartes contact (photo ci- dessus) sont diffusées partout où c'est possible pour inciter à laisser son nom. Les conseillers en séjour sont également au cœur du dispositif.
En 2023, une proposition d'abonnement à la newsletter Ma Semaine inDeauville via une fenêtre « pop-up » a été ajoutée sur le site pour accroître nos abonnés.
inDeauville récupère les coordonnées des personnes qui s'abonnent aux newsletters également via le portail captif installé sur le wifi territorial inDeauville (le réseau de bornes est géré par la Communauté de Communes Cœur Côte Fleurie).



Les prochains développements s'envisagent selon deux axes :

- Prendre contact avant et après le séjour avec nos visiteurs.
- Générer des newsletters affinitaires et motiver l'abonnement à ces lettres via les réseaux sociaux.

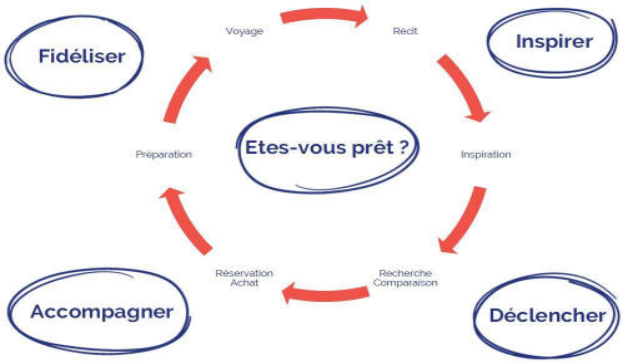
Envoyé en préfecture le 20/07/2026
Reçu en préfecture le 20/07/2026
Publié le 20/07/2026
ID : 014-211406996-20260716-CM_2026_5_4-DE

CREER LES BONS OUTILS

Outil n°1 : le site inDeauville

<<<<<< Le site inDeauville.fr est l'outil central du territoire. Il est adossé à la base de données touristiques Tourinsoft et au système de gestion de contenu (CMS) Wordpress depuis 2025, après la refonte d'évolution suite à l'arrêt de la mise à jour de Drupal. Il est l'outil de valorisation des contenus, structuré selon les étapes du parcours client : « Je m'inspire, je m'organise, j'y suis », sur un mode affinitaire et sur la ligne éditoriale « Les histoires à partager ».

Le visiteur est au centre du schéma de communication et suit les différentes étapes de son parcours.



Le changement de CMS a motivé la refonte d'une grande partie du site, tant sur la partie visuelle que dans l'organisation des rubriques.

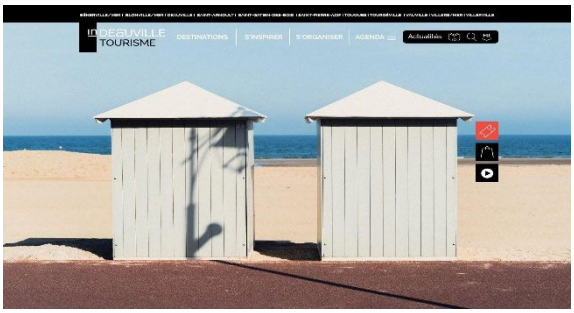
Une Home page a été revisitée pour répondre à ces objectifs :

- Passage de 5 à 4 entrées en tête de rubriques
- Accès plus faciles : carnet de voyage, billetterie, vidéo
- Passage de 1 à 3 clics maximum
- Accès à chacune des villes sur le bandeau haut toujours apparent
- Rendre plus visible la billetterie
- Le graphisme a été également peaufiné dans la même ligne et avec cohérence

L'arborescence a été entièrement retravaillée dans cet esprit :

- Optimiser la quantité de contenus créés au fil des années
- Proposer une meilleure expérience de navigation, plus intuitive pour nos utilisateurs
- Avoir un taux de rebond plus faible : actuellement 37 %
- Accentuer la stratégie affinitaire : renforce la visibilité des pages importantes
- Aider le référencement (SEO)

Ce n'est pas un nouveau site. Mais cette refonte a nécessité un travail lourd et pointu avec 4945 pages à traiter, analyse, relire, optimiser pour passer à un site de 2500 pages. La bascule s'est faite au printemps 2025.



Envoyé en préfecture le 20/07/2026
Reçu en préfecture le 20/07/2026
Publié le 20/07/2026
ID : 014-211406996-20260716-CM_2026_5_4-DE

Différents types de pages ont été créés pour répondre à la ligne éditoriale détaillée plus haut : du billet de blog à l'itinéraire géographique, en passant par des pages agendas ou des immersions dans des univers dédiés aux grands événements.

Le nouveau système de gestion de contenus de type Wordpress* permet de gagner en :

- ✓ **Performance**
  Elle est cruciale pour l'expérience utilisateur. La vitesse de chargement d'un site impacte directement la satisfaction des visiteurs, leur taux de conversion et même le référencement. Un site rapide contribue à réduire le taux de rebond et à améliorer l'engagement des utilisateurs.
- ✓ **Accessibilité**
  C'est un critère de responsabilité sociale et de conformité, ce qui peut être important pour l'image de marque et pour toucher un public plus large.
- ✓ **Sécurité, fiabilité, optimisation**
  En suivant ces bonnes pratiques, on s'assure qu'un site fonctionne de manière fluide, qu'il est protégé contre les vulnérabilités et qu'il offre une expérience agréable aux utilisateurs.
- ✓ **Référencement, visibilité, trafic organique**
  Cette catégorie est essentielle pour garantir qu'un site soit bien indexé et classé par les moteurs de recherche.

Les objectifs :

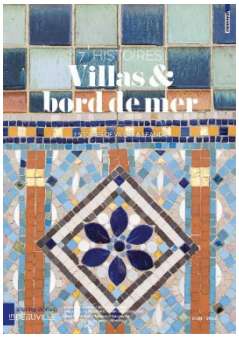
- ✓ **Une navigation plus intuitive**
  Une hiérarchisation claire des pages et des catégories réduit la confusion et améliore la fluidité de la navigation.
- ✓ **Une structure plus logique pour les moteurs de recherche**
  Une bonne structure améliore l'indexation et permet aux pages clés d'être mieux référencées.
- ✓ **Une réduction du temps de chargement**
  Une arborescence optimisée améliore la vitesse de chargement des pages.
- ✓ **Une page d'accueil revisitée**
  L'actualité sera favorisée et les propositions de séjours seront renforcées.

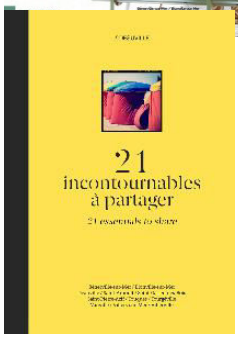
Envoyé en préfecture le 20/07/2026
Reçu en préfecture le 20/07/2026
Publié le 20/07/2026
ID : 014-211406996-20260716-CM_2026_5_4-DE

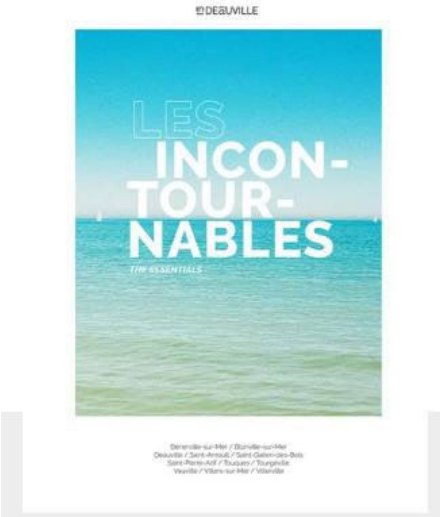
Outil n°2 : les éditions

Les GUIDES THEMATIQUES sont structurés par histoires et incitent à vivre des expériences.
Chaque guide est revu annuellement et mis à jour.

En 2025, un travail d'optimisation a été réalisé pour permettre une réduction des impressions pour raisons environnementales et économiques.
Villas et bord de mer et le guide des 21 Incontournables ont été réunis avec des nouveaux contenus pour former un magazine inspirationnel : Les Incontournables du territoire



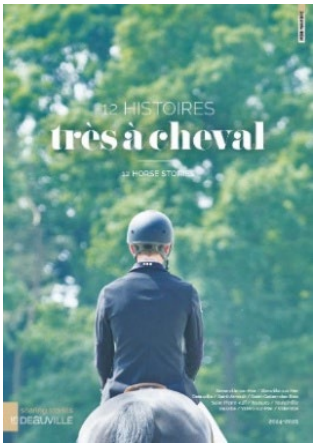




Ce magazine propose une lecture simplifiée : moins de blocs textes, sommaire simplifié pour une navigation plus fluide
• Carte illustrée : met en valeur les éléments emblématiques du territoire
• Guide connecté : intégration de QR codes pour plus d'informations, de conseils et de vidéos
• Brochure pérenne : non datée pour une durée de vie allongée
• Edité à 8000 exemplaires et distribué gratuitement (dans les 6 bureaux d'accueil, chez nos partenaires et en téléchargement sur indeauville.fr)
• Focus écoresponsabilité : recommandations pour une visite plus verte, avec des suggestions de sorties respectueuses de l'environnement

Envoyé en préfecture le 20/07/2026
Reçu en préfecture le 20/07/2026
Publié le 20/07/2026
ID : 014-211406996-20260716-CM_2026_5_4-DE

Le guide cheval a été conservé en 2025.



Développer la diffusion

Les éditions sont diffusées prioritairement auprès de tous les partenaires inDeauville (soit environ 400 établissements). S'ajoutent les lieux de passage les plus importants du territoire ainsi que l'ensemble des lieux municipaux. L'ensemble des lieux est répertorié dans un tableau Excel qui est adapté pour chaque diffusion.
Toutes les brochures sont également téléchargeables en ligne sur le site inDeauville.fr.

Accroître l'audience avec les réseaux sociaux

Les réseaux sociaux ont pour rôle d'informer de l'actualité proche, d'inciter à participer, transmettre de l'émotion, de revendiquer les valeurs, de soutenir la ligne rédactionnelle.

Les communes qui composent le territoire ont pour beaucoup choisi de continuer à gérer leurs propres réseaux sociaux. Cependant, il est souhaité qu'elles relaient les informations d'actualité ou d'événements des communes voisines, ce qui permet d'élargir les audiences et de faire rayonner le réseau.

inDeauville manquait néanmoins d'un réseau plus inspirationnel. La page inDeauville Tourisme a été créée sur Facebook depuis le 30 octobre 2023 (+4500 fans en mai 2025) avec une ligne éditoriale dans la lignée des valeurs inDeauville : partage de récits, de portraits, d'expériences qui suscitent des envies de découvertes. Ces histoires mettent en valeur le territoire ou son fort évènementiel en les personnifiant. Elles sont ainsi bien plus attachantes et attrayantes.
Y associer le mot « tourisme » à inDeauville permet une meilleure compréhension du positionnement.

En cours d'étude, un compte Instagram. Fin 2025, les contenus pour la création de cette nouvelle page sont réalisés. La page ouvrira en janvier 2026.

Depuis mai 2023, ouverture également du réseau LinkedIn inDeauville Tourisme (801 abonnés) pour une communication plus ciblée vers les professionnels. Un planning de post quotidien est alimenté et partagé par l'ensemble des membres de l'équipe au fur et à mesure des campagnes de communication qui sont décidées en réunion hebdomadaire.

Envoyé en préfecture le 20/07/2026
Reçu en préfecture le 20/07/2026
Publié le 20/07/2026
ID : 014-211406996-20260716-CM_2026_5_4-DE

Bilan chiffré de la communication

(Source Flux Vision, territoire Cœur Côte Fleurie – inDeauville+ Trouville) :
Le développement de l'audience et du rayonnement de la marque inDEAUVILLE® fait partie de nos missions prioritaires.

* Le taux d'ouverture moyen des newsletters en France est de 18%.

Envoyé en préfecture le 20/07/2026
Reçu en préfecture le 20/07/2026
Publié le 20/07/2026
ID : 014-211406996-20260716-CM_2026_5_4-DE

LE SITE INTERNET : EVOLUTION DES CONNEXIONS

2025 : nouvelle base d'observation en lien avec le RGPD

Dans le cadre de la mise en conformité au RGPD, le trafic du site semble avoir diminué. Cette baisse apparente s'explique par le fait que les visiteurs ont désormais la possibilité de refuser certains outils de suivi, ce qui limite la mesure complète de la fréquentation.

Cependant, les indicateurs de qualité montrent une tendance positive : les visiteurs interagissent davantage avec le site et quittent moins rapidement les pages qu'auparavant. Cela suggère que, malgré une mesure partielle du trafic, l'intérêt et l'engagement des utilisateurs sont en amélioration.

Envoyé en préfecture le 20/07/2026
Reçu en préfecture le 20/07/2026
Publié le 20/07/2026
ID : 014-211406996-20260716-CM_2026_5_4-DE

DES RESEAUX SOCIAUX TRES ACTIFS

77 813
followers sur les réseaux sociaux
2024 : +13,9%

Facebook

35 789 abonnés (+18,5%)
30 749 à la page Ville de Deauville
5 040 à la page inDeauville Tourisme
(ouverture en octobre 2023)

1200 posts Facebook
3 420 447 personnes touchées
106 485 interactions

LinkedIn

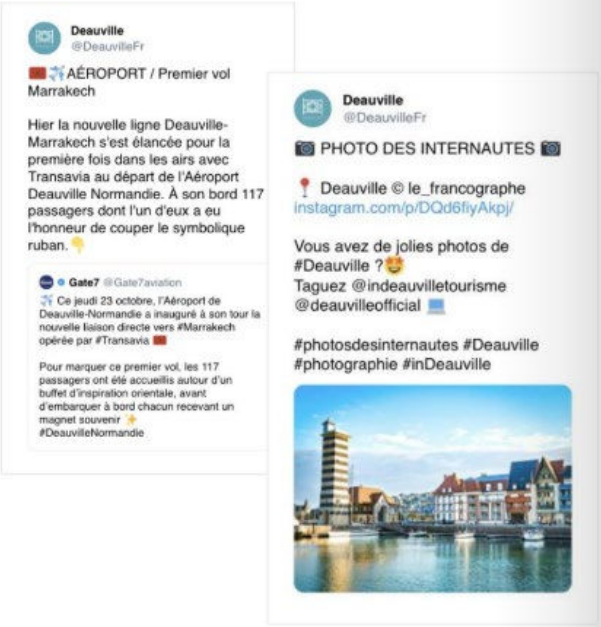
1476 abonnés au compte inDeauville Tourisme (+40%)
68 493 vues de la page
105 publications

Envoyé en préfecture le 20/07/2026
Reçu en préfecture le 20/07/2026
Publié le 20/07/2026
ID : 014-211406996-20260716-CM_2026_5_4-DE

Instagram

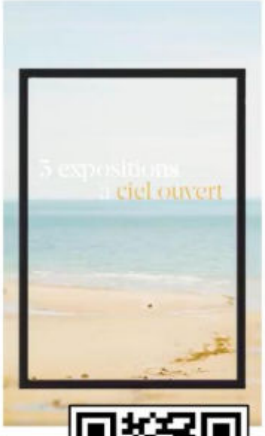
32 440 abonnés
au compte @deauvilleofficial (+12%)
350 658 comptes touchés
25 077 comptes ayant interagi

6 559 abonnés
au compte @DeauvilleFr



YouTube

1 608 abonnés
au compte Ville de Deauville (+9%)
62 365 vues
68 vidéos publiées
922 heures de visionnage



Nouveau format imaginé en 2025

INSIDE est une web-série dynamique qui met en avant les événements incontournables de Deauville et de son territoire. En **moins de 90 secondes**, chaque épisode offre un **aperçu immersif** d'un festival, d'un concert ou d'une manifestation culturelle à ne pas manquer.

Des vidéos partagées ou directement produites aussi sur les autres réseaux sociaux :

226 vidéos publiées en 2025, toutes plateformes confondues, soit
1 944 277 vues (+31 %)

- ✓ Facebook : **135** vidéos produites (135 en 2024) dont **21** cartes postales du territoire
- ✓ Instagram : **63** vidéos publiées, soit **764 895** vues

Une étude Statista rapporte que 84 % des voyageurs regardent des vidéos YouTube pour découvrir des destinations avant de réserver un voyage.

L'agence marketing Amra and Elma indique qu'en 2025, environ 68 % des voyageurs déclarent que le contenu vidéo influence fortement leurs décisions de voyage (incluant l'inspiration, le choix de destination, etc.).

Envoyé en préfecture le 20/07/2026
Reçu en préfecture le 20/07/2026
Publié le 20/07/2026
ID : 014-211406996-20260716-CM_2026_5_4-DE

UNE PRODUCTION DE CONTENU ENGAGEANTE

Le nombre de pages référencées par Google est le baromètre de notre production de contenus. Il est de 12 148 pour l'année 2025 depuis la migration WordPress.
Ce résultat est obtenu grâce au renouvellement régulier des contenus (textes et photos).
Plusieurs milliers de pages ont été créées ou mises à jour en 2025 sur le site internet :

- Plus de 395 pour les commerces.
- Plus de 143 pour les hébergements (hôtels, meublés locatifs…).
- Plus de 153 pour les restaurants.
- Plus de 834 pour les établissements de loisirs et leurs prestations (cours, ateliers, visites…).
- Plus de 1285 pour les événements.

Envoyé en préfecture le 20/07/2026
Reçu en préfecture le 20/07/2026
Publié le 20/07/2026
ID : 014-211406996-20260716-CM_2026_5_4-DE

COMPTE-RENDU FINANCIER

- Compte de résultat 2025

COMPTE DE RESULTAT (€ HT)	Global toutes communes		Part du réalisé 2025 pour Touques
Marketing territorial	**BUDGET 2025**	**REALISE 2025**	**0,5%**
CHIFFRE D'AFFAIRES retraité	198 583	194 182	900
Espaces Publicitaires	20 000	15 660	76
Ventes produits marqués inDeauville	15 000	8 202	40
Visites Guidées	30 800	36 420	196
Commissions sur ventes billetterie	6 200	6 986	9
Accompagnement label DID	7 350	7 350	0
Subventions	119 233	119 564	579
Achats consommés	6 500	1 427	7
MARGE GLOBALE	**192 083**	**192 756**	**893**
Charges de fonctionnement	103 950	87 633	425
Etudes et prestations	35 195	28 588	139
Achats fournitures	250	8	0
Services Extérieurs (Entretien, loyers, maintenance, assurances...)	36 165	30 334	147
Autres Charges Externes (Publicite, éditions, Honoraires, ...)	32 340	28 703	139
VALEUR AJOUTEE	**88 133**	**105 122**	**468**
Impôts et taxes	12 260	16 312	79
Charges de personnel	86 730	127 598	559
EXCEDENT BRUT EXPLOIT.	**-10 857**	**-38 788**	**-170**
Autres produits	0	8 813	43
Dotations aux amortissements, dep et prov	0	0	0
Autres charges d'exploitation	12 900	11 047	54
RESULTAT EXPLOITATION	**-23 757**	**-41 022**	**-181**
Résultat financier	10920	15 076	73,04
Résultat exceptionnel	0	0	0
Impôt société		139	0,67
RESULTAT DE L'EXERCICE	-12 837	-26 085	-108
CAPACITE AUTOFINANCEMENT	-12 837	-26 085	-108

Envoyé en préfecture le 20/07/2026
Reçu en préfecture le 20/07/2026
Publié le 20/07/2026
ID : 014-211406996-20260716-CM_2026_5_4-DE

- Immobilisations au 31 décembre 2025

ETAT DES IMMOBILISATIONS ACQUISES PAR LA SPL POUR L'ENSEMBLE DES COMMUNES ASSOCIEES

Désignation	Date d'acquisition	Durée d'amortissement	Quantité	Valeur d'acquisition
Néant				

- Analyse du compte de résultat global

Le chiffre d'affaires comprend les produits et services mais également les subventions communales. Celui-ci est légèrement inférieur au prévisionnel pour les raisons suivantes :

- Les recettes émanant de la vente d'espaces publicitaires du magazine *Les Incontournables* n'ont pas suffi à remplir l'objectif des 20 k€ inscrits au budget prévisionnel ;
- Les ventes de produits marqués *inDeauville* sont également inférieures au prévisionnel

Toutefois, d'autres postes de recettes sont en augmentation :

- Les visites guidées destinées aux individuels sont encore en évolution (+5 k€ par rapport au budget prévisionnel) ; elles sont boostées notamment par l'attractivité de la villa Strassburger et par la plateforme numérique qui permet des facilités de réservation à distance.
- Les commissions sur ventes des billetteries sont également en augmentation grâce au développement du partenariat (+ 0,7 k€)

Les charges de fonctionnement sont moins importantes que prévu, dans leur globalité.

La masse salariale est plus importante car la SPL a eu recours notamment au recrutement d'une apprentie en renfort sur la création graphique. De plus, des ajustements ont été réalisés en termes de temps passé par les emplois partagés sur la mission marketing territorial.

Ainsi, le résultat comptable du marketing territorial affiche un déficit global de – 26.085 euros pour l'exercice 2025.
Ce résultat est bien entendu réparti entre les 11 communes associées selon un prorata établi conformément à leur taux de financement du service public.