

DELIBERATION N° 127/2022

**EXTRAIT DU REGISTRE DES DELIBERATIONS
DU CONSEIL MUNICIPAL
COMMUNE DE VILLERVILLE**

**DATE DE
CONVOCATION**

3 décembre 2022

DATE D’AFFICHAGE

3 décembre 2022

**NOMBRE DE
CONSEILLERS**

En exercice	14
Présents	08
Votants	12

L’AN DEUX MIL VINGT ET DEUX, le 10 DECEMBRE, à 10h30 en séance publique sous la Présidence de Monsieur Michel **MARESCOT**, Maire.

ETAIENT PRESENTS : Monsieur Michel **DABOUT** - Madame Sophie **DIERRE** - Monsieur Éric **ESTRIER** - Madame Catherine **FILIPOV** - Madame Catherine **LEFEBVRE** - Madame Emmanuelle **MELLOT-KRISTY** - Monsieur Vincent **VANDERSTUYF**.

EXCUSÉS : Monsieur Germain **LELARGE** donne pouvoir à Monsieur Vincent **VANDERSTUYF**, David **MARES** donne pouvoir à Madame Catherine **FILIPOV**, Madame Anne **JOSEPH** donne pouvoir à Madame Emmanuelle **MELLOT-KRISTY**, Madame Sophie **NGUYEN VAN MAI** donne pouvoir à Madame Catherine **LEFEBVRE**, Madame Corinne **DROUEN**, Monsieur Didier **PAPELOUX**.

Formant la majorité des membres en exercice.

A été désigné en qualité de secrétaire : Monsieur Vincent **VANDERSTUYF**

**SOCIETE PUBLIQUE LOCALE DE DÉVELOPPEMENT TERRITORIAL
ET TOURISTIQUE DU TERRITOIRE DE DEAUVILLE
Rapport des membres du Conseil d’Administration
Année 2022**

Monsieur le Maire informe l’ensemble du conseil municipal que le Conseil Municipal a confié par délibération du 15 mars 2018, à la Société Publique Locale de développement territorial et touristique du Territoire de Deauville, par une convention d’objectifs, conclue en quasi régie en application de l’article 16 de l’ordonnance n°2016-65 du 29 janvier 2016 relative aux contrats de concession, la conception et l’élaboration d’une stratégie de marketing territorial communal à l’échelle du Territoire des dix communes associées au sein de la SPL, l’animation de la Marque territoriale partagée et la construction des outils numériques de la relation et de la valorisation du marketing territorial.

Le contrôle exercé par les actionnaires s'effectue par l'intermédiaire de leurs représentants, désignés par leurs assemblées délibérantes :

- au conseil d'administration, le cas échéant, à l'assemblée spéciale,
- à l'assemblée des actionnaires de la SPL,
- aux comités de développement.

Ce règlement prévoit que les membres du conseil d'administration doivent remettre au conseil municipal un rapport annuel écrit. Le conseil municipal, après discussion, se prononce par un vote

qui doit permettre à l'actionnaire de délibérer sur les actions de ses représentants au sein de la SPL et sur les actions de cette dernière.

La commune de Villerville est représentée par un membre, Monsieur MARESCOT Michel.

Conformément au règlement inférieur de la SPL, des comités de développement « CODEV » sont constitués afin d'assurer le suivi des contrats conclus entre les actionnaires et la SPL.

Relations contractuelles entre la commune et la SPL en 2021

- Concession de service actions touristiques communales-marketing territorial (année),
- Licences de marques sur services et produits (année),
- Contrat de location pour le local du BIT, rue du Général Leclerc,

Le marketing territorial en 2021

L'équipe a poursuivi sa démarche entamée en 2018 pour répertorier, organiser et transformer les atouts du Territoire en expériences à vivre ou histoires à partager, selon la ligne éditoriale retenue. Des thématiques sont développées par univers motivationnels (Plage et littoral, Cheval et Nature, Parcs et randonnée, Gastronomie et Golf, Architecture et patrimoine, Nautisme, Tennis et Bien-être) ou selon la ligne rédactionnelle des « histoires à partager », avec une ligne éditoriale enrichie de nouveaux formats qui s'ajoutent aux guides : les Road trips, les cartes postales, les billets de blog.

En 2021 de nombreux nouveaux partenaires ont rejoint le réseau de partenaires touristiques : 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. 464 acteurs économiques se sont associés à la SPL en 2021, par l'achat de publicité sur le site Internet et dans les brochures.

La SPL a suscité la conception de produits et services sur le Territoire. Trois types de produits sont commercialisés :

- Ventes sèches pour faire découvrir le territoire (ex : visites guidées destinées aux individuels),
- Travail réalisé autour de la conception de produits SPL sous forme de packs,
- Travail réalisé en accompagnant les prestataires à créer des produits thématiques.

Ces nouveaux produits sont ensuite mis en vente sur la plateforme numérique de réservations à l'adresse <https://resa.indeauville.fr>

La SPL a continué de développer la notoriété de la marque territoriale sous différentes formes :

- campagnes territoriales (campagne du « cœur » en 20/21),
- associé à un évènement qui rassemble 6000 sportifs en novembre chaque année,
- comme marque partagée, avec la signature "Sharing stories" commune aux multiples acteurs touristiques et collectivités territoriales,
- en déploiement des signes visibles (BIT, autocollants partenaires : wifi territorial),
- diffusion de guides touristiques et plans,
- gamme de produits dérivés qui se développe en cohérence avec les valeurs et symboles du territoire.

Une nouvelle page d'accueil du site internet a été mise en ligne en décembre 2021, construite selon les étapes du parcours d'un voyageur, pour tenir compte de l'audit du site interne réalisé en 2020 par la société SCET (Services Conseil Expertises Territoires).

Outils numériques, panorama de notre audience 2021 :

- 956 255 connexions au site www.indeauville.fr
En baisse/2020 : 1094 684
En progression/ 2019 : 845 484
- 14 595 abonnés à Ma Semaine inDeauville
En progression/2020 : 14200

- En progression/ 2019 : 14 349
- 52 122 abonnés aux réseaux sociaux
- En progression/2020 : 47 178
- En progression/ 2019 : 40351

Au total, nous avons cumulé 863 000 contacts en 2021, contre 759 000 en 2019 et 1 261 000 en 2020, soit 100 000 de plus qu'en 2019.

Compte de résultats 2021 commenté :

La ligne « chiffre d'affaires » comprend les recettes de produits et services mais également les subventions communales. Celui-ci est supérieur à l'année précédente et au prévisionnel, notamment du fait de l'étalement sur 2 ans de la subvention Leader versée par l'Europe (75 k€).

Comme l'an dernier, les ventes de produits dérivés en boutiques et des visites guidées augmentent fortement la réservation à distance, pour ces dernières, étant facilitée par la plateforme numérique.

Les charges de fonctionnement sont inférieures ou prévisionnel, maîtrisées dans un contexte sanitaire. Enfin, les charges de personnel sont supérieures au prévisionnel du fait d'une nouvelle répartition analytique des postes mutualisés (répartition sur 2 budgets contre 12 budgets en 2020), et de la création de postes.

Ainsi, le résultat comptable du marketing territorial affiche un déficit inférieur au prévisionnel, soit -29 739 euros contre -41 726 euros budgétés. Ce déficit est réparti entre les 11 communes associées selon un prorata établi conformément à leur faux de financement du service public.

Pour conclure, la SPL constate une bonne dynamique au fil des années, qui permet de réduire le déficit comptable malgré un contexte touristique encore complexe.

La billetterie

En 2021, les ventes pour la saison culturelle se sont arrêtées car la billetterie a été reprise par l'EPIC des Franciscaines nouvellement créées.

En revanche, par contre, elles ont augmenté pour la villa Strassburger (543 places contre 251 en 2020).

Enfin, il n'y a pas eu de ventes pour le Parc Gulbenkian : l'une des raisons serait que les visiteurs ont préféré acheter leur billet directement sur place.

Les ventes de la Piscine Olympique ont généré 33 900 € de recettes via l'exploitation de la vente en ligne avec la plateforme numérique. Le chiffre global total est en baisse par rapport à 2020 mais cela s'explique par une reprise d'activité plus normale de la piscine suite à la levée des restrictions sanitaires en 2021 : les usagers ont davantage payé leurs droits d'entrées directement à l'accueil de l'établissement.

L'outil acquis par la SPL continue de se développer et permet depuis le printemps 2022 de commercialiser de nouvelles prestations et services prévus au contrat : parasols, cabines de plage, tennis, etc...

Nous vous remercions de prendre acte du rapport annuel des membres du Conseil d'Administration au Conseil Municipal, ci-dessus exposé.

Nous vous demandons de bien vouloir délibérer sur les actions de vos représentants au sein de la SPL et sur les actions de cette dernière.

ENTENDU l'exposé du Rapporteur,

APRES DELIBERATION

Le conseil municipal, à l'unanimité des membres présents ou représentés,

ADOpte les conclusions du rapport.

PREND ACTE de la présentation du rapport annuel 2021 des membres du Conseil d'administration au Conseil Municipal, ci-dessus exposé.

AUTORISE monsieur le Maire ou un adjoint le représentant à signer tous documents relatifs à cette affaire.

POUR EXTRAIT CERTIFIE CONFORME

Le Maire

Michel MARESCOT

