

Date de transmission de l'acte: 10/03/2026

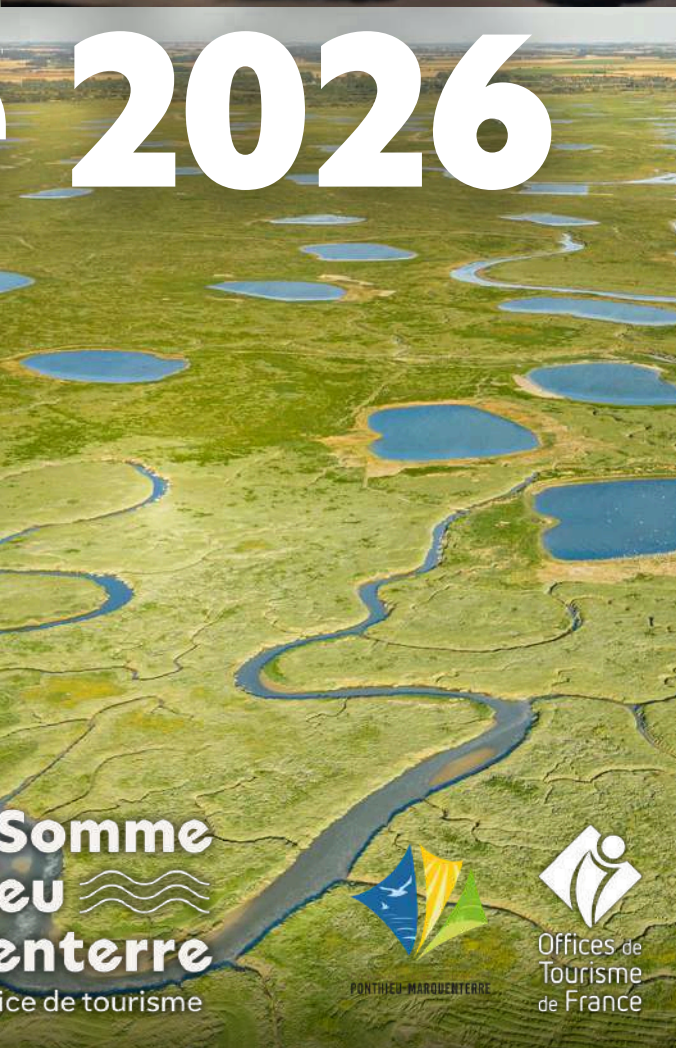
Date de reception de l'AR: 10/03/2026

080-200070936-DE_2026_045-DE

A G E D I



Feuille de route 2026



**Baie de Somme
Ponthieu
Marquenterre**
Office de tourisme



I - Une destination touristique attractive pour tous et un accueil de qualité

AXE 1 - PERFORMANCE ET ACCUEIL D'EXCELLENCE avec passage de la marque Qualité Tourisme vers Destination d'Excellence avec une certification fin 2026

Tenir à jour la collecte et l'analyse des enquêtes « écoute client » et établir un tableau de bord satisfaction, trimestriel et annuel,
Réaliser les bilans statistiques : mensuel, trimestriel et annuel de fréquentation et d'activités,
Veiller aux bonnes pratiques d'utilisation des outils Tourinsoft, Office 365, Tempo, Pilot, Aloa, ...,
Mettre à jour de la base de données prospects, clients et du Système d'information Marketing,
Veiller et assurer le respect des procédures dans le cadre de la marque Qualité Tourisme et faire évoluer ces procédures vers Destination d'Excellence,
Mettre à jour l'organisation documentaire sur les divers supports : SIM, Intranet,
Organiser une à deux réunions par an du groupe Qualité Destination et suivre le plan d'actions,
Entretenir, animer et enrichir le réseau des ambassadeurs,
Veiller au respect des permanences Accueil, Téléphone, Mail, Chat, Alimentation de l'outil PILOT (mesure de la performance),
Labelliser les derniers bureaux à Tourisme Handicap

Suivi - Moyens – Indicateurs

Qui ?

La responsable Qualité, l'intérim de direction.

Moyens : partie Accueil Qualité

Passer du Temps sur le terrain pour les visites prestataires, réunions d'équipe,...
Vérifier les bonnes pratiques d'Accueil Qualité.

Moyens : partie Outils

Formations des nouveaux arrivants (externes et internes) et remise du livret d'Accueil

Indicateurs :

Réunions régulières avec les référentes Accueil Qualité et Mise place d'un Comité de direction : point mensuel avec les équipes.

- La Table des Marées, l'Agenda Merveilleuses Evasions nature, patrimoine & bien-être, les Listes d'Adresses Hébergements et Activités 2026, le guide Evasions Gourmandes, le plan du Crotoy.

Editions 2026 conçues en interne et éditées en interne, à la demande

- Différents guides : PMR, Toutourisme, Accueil Vélo, les Incontournables, du randonneur, du pêcheur, du cavalier, etc
- Programme pour diverses périodes, que faire ... à la Saint-Valentin, à Noël, aux vacances d'Automne, etc

Autres actions :

- Refonte du site Web : création de nouvelles rubriques, mises à jour, nouveaux contenus, etc.
- Animations des différentes pages des réseaux sociaux : Facebook, Instagram, TikTok, YouTube, LinkedIn pour la promotion de l'Office de Tourisme et de ses partenaires ainsi que pour la veille et le partage d'actualité.
- Stratégie numérique (I.A.), page Web commune d'accès à la destination
- Réalisation de reportage photos, vidéos avec diffusion des vidéos des partenaires sur les TV disponibles dans les offices de tourisme.
- Newsletters événementielles mensuelles et Newsletters Pros chaque trimestre
- Présence sur divers événements pour mettre en avant l'Office de Tourisme et ses partenaires : fête de la vapeur, cerfs-volants de Berck/mer, fête de la Vélomaritime
- Organisation de l'évènement annuel : InstaMeet permettant à une vingtaine de personne, amateur de photographie, de découvrir une partie du territoire.

AXE 3 - PÔLE COMMERCIAL 2026

Pérennisation des contrats billetterie et développement des groupes

Reconduction de l'agenda des sorties Merveilleuses Evasions en développant les sorties . Réaliser un dossier de presse de toutes ces sorties, Développer d'avantage les services Groupe et Billetterie avec reconduction des conventions partenaires Groupes (tarifs 2026), nouvelle politique 2026 pour les guides Qualinat à appliquer dès cette saison, suivi des ventes, bilans et actions correctives si nécessaire, Collecte de la satisfaction clients après chaque sortie et chaque accueil groupe (OTI et prestataires) Organisation de sorties mycologiques en forêt de Crécy (intégré aux Merveilleuses Evasions). Edition d'une brochure stages bien-être, silver economy.

Plan d'actions BOUTIQUE 2026

Date de transmission de l'acte: 10/03/2026

Date de reception de l'AR: 10/03/2026

080-200070936-DE_2026_045-DE

A G E D I

- Rendre les boutiques plus attractives et adaptées aux besoins des agents et des fonctionnalités d'une boutique (Crotoy et Crécy) en harmonie avec les meubles d'accueil ([avec le service accueil qualité](#))
- Étoffer la catégorie des produits "saveurs locales" qui a généré les plus gros chiffres d'affaires en 2024 et 2025, établir de nouveaux partenariats boutique dans cette optique
- Repenser l'attractivité de la boutique de Rue qui a perdu près de 50% de son chiffre d'affaires en 2025 suite à son changement d'emplacement
- Travailler la saisonnalité et la décoration des vitrines en lien avec les festivités et mettre en avant des artisans, producteurs et produits dans une stratégie commune lors d'évènements ou festivités ([avec le service promo com](#))
- Développer des expositions temporaires dans les espaces d'accueil-boutique des BIT ([avec le service accueil qualité](#))
- Mieux valoriser les artisans, producteurs et produits locaux auprès des visiteurs
- Accompagner l'équipe à mieux connaître et donc à mieux vendre les produits
- Mettre à jour la stratégie boutique
- Reconduire les conventions de dépôt-vente pour les années 2026-2027
- Améliorer les marges des produits vendus en achat-vente et en dépôt-vente
- Adapter les étiquettes de prix aux nouveaux critères du label Tourisme et Handicap et harmoniser les affichages dans tous les BIT
- Intégrer de nouveaux produits et fournisseurs en accord avec la stratégie boutique
- Développer des packs boutique pour les séminaires et les groupes ([avec le service commercial](#))

III - Participer au développement et à la structuration de l'offre touristique du territoire

AXE 4 - Accompagnement des Socio-Pros et animation du réseau

Newsletters pros

Leur proposer nos éditions, notamment lors des bourses d'échanges des documents touristiques,

Dans le cadre des partenariats : reportages photos et vidéos

Accompagnement l'amélioration de l'offre : conseils, appui et soutien, Eductours et visites prestataires

Animation du réseau des ambassadeurs – partenaires,

Contributeur Action 3.5 projet de territoire CCPM : Développer l'information numérique touristique

Nature, bien-être

Retravailler le positionnement et la notoriété du territoire en tant que **destination nature et bien-être** en proposant de nouvelles activités Nature, Sophro, Ateliers artistiques et ateliers enfants en pleine nature. Repenser les sorties, en innovant, en mettant en valeur les intervenants, la gastronomie et les sites. Aligner les Merveilleuses Evasions aux études de Haut de France Tourisme en terme de ressourcement et de facteurs clés de succès par cible client. Présenter l'agenda aux acteurs marketés et leur proposer ces mêmes sorties en sur mesure toute l'année pour leurs visiteurs.

Éco-mobilité : contribuer au développement du réseau de mobilité douce reliant le littoral et l'intérieur des terres.

Participer aux réunions ADRT, SMBSGLP, P.A.H., Hauts de France Tourisme et autres acteurs,

Contributeur sur les fiches actions du projet de territoire

CCPM :

Action 2.4 : Communiquer sur l'existence de dispositifs favorisant la mobilité et sur leur intérêt

Action 2.5 : Travailler sur l'éducation à la mobilité dès le plus jeune âge

Action 2.6 : Réaliser un maillage de haltes et d'aires de covoiturage et développer des points de rencontre entre habitants pour le covoiturage

Action 2.7 : Poursuivre et développer le réseau de mobilité douce en reliant le littoral et l'intérieur du territoire

Patrimoine :

- Pérennisation de notre positionnement au sein du programme Pays d'Art et d'Histoire, mise en place de nouveaux projets,

- Consolidation de l'accueil des groupes et des scolaires (visites guidées, livret-jeu, ...),

- Continuer à coordonner l'information pour améliorer la diffusion de l'offre

- Renouvellement des sorties proposées en 2025 et création de nouvelles sorties

- Positionnement P.A.H. avec aussi des propositions de visites gratuites

(« shot » de patrimoine, journées nationales de l'architecture, JEP, ...),

- Faire des habitants les ambassadeurs de leur territoire,

- Action 1.8.1 : Valoriser la diversité des atouts naturels du territoire de la CCPM

Action 1.8.2 : Promouvoir le territoire comme une terre d'histoire et de patrimoine

Action 3.6 : Définir des pôles de destination touristique (littoral, massif forestier, Vallée de la Somme)

Travailler au développement de l'éco-responsabilité étant un critère majeur du référentiel Qualité/Tourisme de Destination d'Excellence,

Date de transmission de l'acte: 10/03/2026
Date de reception de l'AR: 10/03/2026
080-200070936-DE_2026_045-DE
A G E D I

e étant
tination

La politique écoresponsable est inscrite à la stratégie de l'Office de Tourisme Intercommunal et doit être appliquée dans tous les champs d'actions de celui-ci.

AXE 6 : Construire et Tenir une Promesse Client à l'échelle de la Destination sur un positionnement renouvelé, fondé sur des valeurs

1) Réviser la Stratégie Marketing

Mise en œuvre d'un Plan d'Actions 2026 mutualisés entre Office de Tourisme et Institutionnels de la Destination : Sur les base d'une enveloppe annuelle, pour entre autres, parution du Guide Baie de Somme, du Carnet de Sorties, réaliser des Campagne de promotion et de communication, faire appel à des Influenceurs pour travailler l'Imaginaire du Voyage et mettre en avant des itinéraires moins connus, réaliser des reportages photos pour alimenter la photothèque, Newsletters événementielles mensuelles...

2) Diffuser les valeurs à tous les Acteurs de la Destination

Mise en œuvre de réunions annuelles à destination des socio-professionnels, réserver un temps de présentation commun dans chaque lancement de saison, afin de diffuser les mêmes messages sur la destination, temps à destination des socio-pros,

Mettre en œuvre une journée technique de la Destination (Bilan, besoin, prospectives, team building, réalisation d'Eductours, création d'un Pass pour les salariés afin d'accéder aux sites ou aux visites ...)

Elaborer un Kit d'outils de Présentation de la Destination : page Web dédiée au sein des sites internet des partenaires de la Destination, textes et support de présentation dédiés au projet stratégique de la Destination.

3) Développer une logique de mise en réseau entre équipements et sites phares de la Destination et animer ce réseau

Créer un groupe de travail pour élaborer et suivre le contenu et le cahier des charges relatif à la création d'un site web de Destination,

Développer l'utilisation des applications sur le territoire type Panneau-Pocket, Intramuros, ...

Structurer l'Offre d'Itinérance, de micro-aventure comme filière majeure du territoire et le réseau fluvial et fluvestre

- Recenser les services et outils existants du territoire,
- Construire et participer aux projets d'aménagement et de construction de parcours (schéma de mobilité, projets d'investissement, ...)
- Contribuer aux actions en cours, dans le cadre du projet « Vallée de Somme - Vallée Idéale »,
- Valoriser et partager les opportunités liées au fluvial et commercialiser les offres dédiées,
- Porter une politique de promotion et de sensibilisation auprès des clientèles touristiques,
- Promotion de séjours en itinérance, notamment sur la plate-forme Hauts de France Tourisme,
- Mener un travail de présentation et de sensibilisation auprès des socio-pros, accompagner les porteurs de projets sur le développement d'une offre de service liée à ces itinéraires,

Valoriser l'Offre Patrimoniale

- Contribuer à la mise en œuvre des actions relatives au Programme Pays d'Art et d'Histoire,

Proposer un Accueil d'Excellence sur le territoire de la Destination

- Poursuivre les efforts réalisés pour assurer un accueil de qualité au sein des Offices de Tourisme (formations, labels, ...)
- Elaborer un SADI (Schéma d'Accueil et de Diffusion d'Information),
- Etudier les opportunités de mutualisation d'actions de formation et de partage de connaissance et d'information sur le territoire, à destination des socio-pros et des personnels des Offices de Tourisme.
- Création d'un groupe de travail pour travailler à l'état des lieux de la collecte de la taxe de séjour (Gestion, utilisation, ...).