



**OTB**

Fédération  
des Offices  
de Tourisme  
de Bretagne

**BRETAGNE** <sup>BE</sup>

UN OFFICE  
DE TOURISME,  
DES MÉTIERS  
AU SERVICE  
DE LA  
DESTINATION

16 PAGES POUR COMPRENDRE

# Pourquoi ce guide ?

Une des missions premières de notre fédération OTB est évidemment l'animation et l'information de son réseau, regroupant en Bretagne 58 offices de tourisme, soit, au total 640 salariés, sans ignorer l'ensemble des différents acteurs de l'économie touristique bretonne.

Pour moi, il a toujours été essentiel de bien préciser le rôle de chacun en déclinant les missions et les prérogatives des offices de tourisme, acteurs majeurs de l'accueil, du développement touristique des territoires et de son animation, ainsi que de l'accompagnement des professionnels du tourisme.

Ce guide se veut donc considéré comme un partenaire au quotidien. S'il ne prétend pas régler toutes vos problématiques, il vous

aidera cependant à vous situer et à pouvoir communiquer avec l'ensemble des partenaires.

Je tiens à remercier notre directeur et notre équipe au complet pour le travail accompli ainsi que tous les offices et partenaires bretons qui ont contribué à la réalisation de ce guide. OTB est devenu désormais un acteur incontournable, un partenaire fiable, une tête de réseau, dynamique porte-parole de l'ensemble des offices de tourisme de Bretagne, un acteur, travaillant de concert avec la région, le CRT, les départements, les intercommunalités, avec notre réseau national ADN, sans oublier bien entendu nos territoires de destinations.

L'information de ses membres, le groupe des élus et celui des directeurs, la formation

professionnelle, la qualité, les classements, Tourisme et Handicap..., cet ensemble de compétences, qu'elles soient régaliennes ou spécifiques, ne doit pas nous faire oublier le lien privilégié que nous devons entretenir avec les professionnels qui, dans leur action, viennent mettre en relief le dynamisme de notre région, qui jouit d'une excellente image.

Pour terminer, je souhaite que ce guide ne soit pas remis au fond d'un tiroir mais qu'il soit bien un outil d'accompagnement au quotidien. Le fait de l'utiliser régulièrement sera le gage de son efficacité et nous permettra de rester à vos côtés de manière pérenne.

**Bernard DELHAYE**  
Président d' OTB



Les relais territoriaux sont essentiels au bon fonctionnement de ADN Tourisme, dont le nombre de membres est important. Ils sont les rouages indispensables pour animer les offices de Tourisme de leurs territoires, et enrichir la connaissance terrain de la Fédération nationale, pour une stratégie partagée et efficiente au service du tourisme.

**Christian Mourisard** Président - ADN Tourisme



4

Le tourisme, un moteur de l'économie



6

L'office de tourisme et sa collectivité



7

Les sources de financement

8

Les missions



10

Les métiers

# sommaire

12

Des outils à votre service



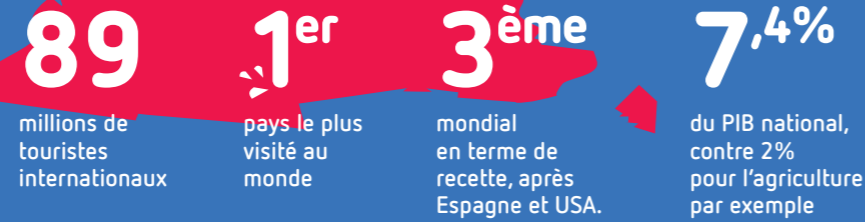
14

Les acteurs du tourisme, qui fait quoi ?

# LE TOURISME, UN MOTEUR DE L'ÉCONOMIE

## LA FRANCE

Source DGE 2018



Créateur de richesses et d'emplois, le tourisme est une part importante de l'économie française.

## ET LA BRETAGNE ?

Source CRT 2018



**76%** optent pour le littoral

**24%** optent pour l'intérieur de la Bretagne

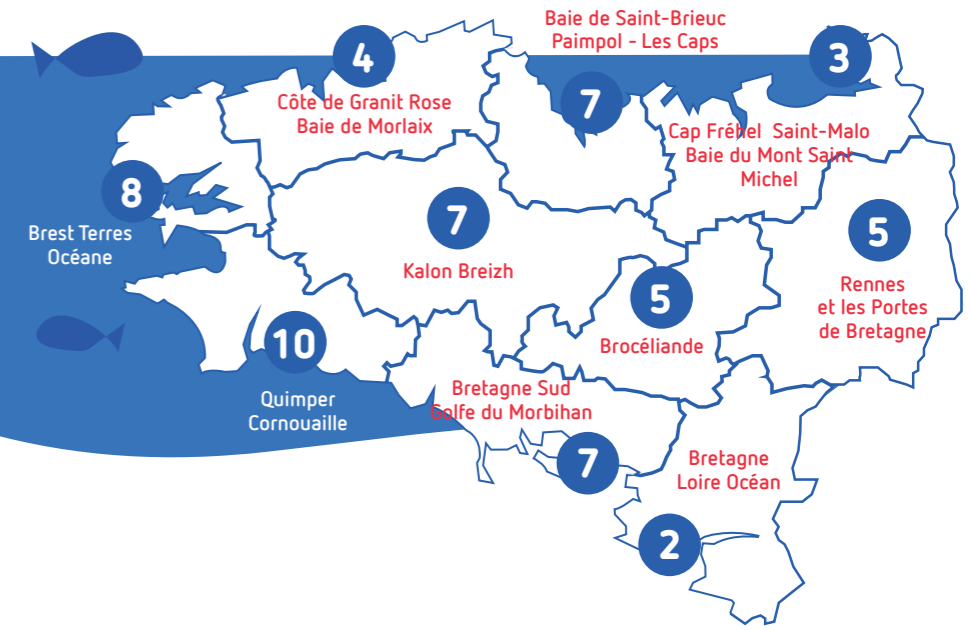
Avec ses 4,6 milliards de retombées économiques, ses 57600 emplois en moyenne à l'année, le tourisme constitue une filière majeure dans notre région. C'est un secteur qui a ressenti durement, en 2020, les effets de la crise sanitaire et de sa médiatisation. Le contexte ne fait que légitimer un peu plus, si besoin en était, les 4 valeurs qui fondent la stratégie régionale en matière de tourisme, l'identité et les transitions, le partenariat public-privé, la chaîne de valeurs et le développement durable. Mieux coordonner les politiques traditionnelles touristiques, expérimenter de nouveaux projets afin de faire face plus efficacement aux évolutions rapides du secteur, être au plus près des acteurs économiques ou territoriaux, telles sont nos priorités, au service des visiteurs satisfaits et d'une région à la richesse humaine et culturelle unique : la Bretagne

### Anne Gallo

Présidente du CRT Bretagne & Vice-Présidente du Conseil régional chargée du tourisme, du patrimoine et des voies navigables

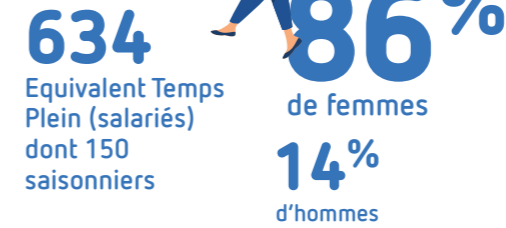


## Nombre d'offices de tourisme par destination

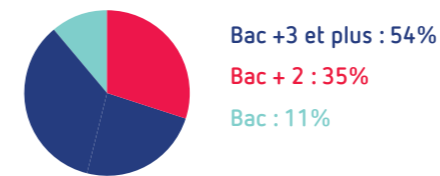


## LE RÉSEAU DES OFFICES DE TOURISME

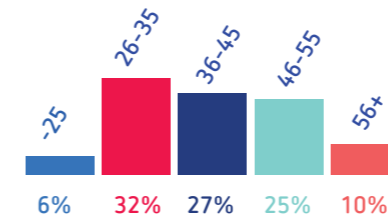
### Portrait du réseau



### NIVEAU DE FORMATION

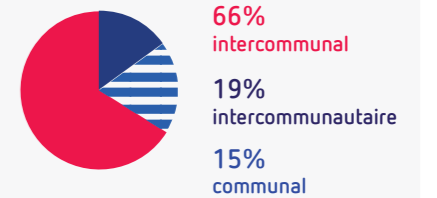


### ÂGES

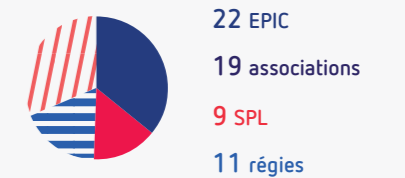


### Portrait des structures

#### PÉRIMÈTRE

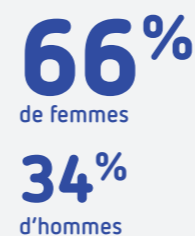


#### STATUTS



+ d'informations [page 6](#)

### À LA DIRECTION DES 58 OT



### PROFIL DE PRÉSIDENTIE



**62%** des offices sont classés

**48%** des offices ont la marque Qualité Tourisme

**80%** des offices sont immatriculés auprès d'Atout France

**7,5€** millions de CA en commercialisation (boutique, séjours, séminaire, billetterie ...)

# L'OFFICE DE TOURISME ET SA COLLECTIVITÉ

L'office de tourisme est un outil incontournable au service du développement touristique du territoire et des socioprofessionnels.

Sa collectivité de rattachement (commune, intercommunalité...), à l'origine de sa création, décide de son statut, des missions et des moyens qui lui sont confiés.

« Les offices de tourisme constituent un maillage pertinent pour concevoir, aux côtés des collectivités, un tourisme respectueux, en phase avec les aspirations des visiteurs et des habitants. La crise sanitaire actuelle a aussi démontré la réactivité et la créativité de ce réseau à l'écoute des professionnels de chaque territoire. Alors que les enjeux du tourisme de demain sont multiples, les offices de tourisme ont une véritable expertise à partager, au profit des destinations. Ce réseau, au plus près du terrain, est un atout pour imaginer un nouveau tourisme. »

**Christophe Marchais**  
Directeur Général Adjoint ADN Tourisme

« L'office de tourisme est l'organe incontournable de la mise en œuvre d'une politique touristique. L'image que véhicule votre territoire à l'extérieur est créée et diffusée par ses soins. De ce fait, la relation qui s'établit entre une présidence d'office de tourisme et sa direction n'est pas, à mon sens, hiérarchique mais un partenariat essentiel au bon fonctionnement de la structure. Il est impératif pour un élu de prendre le temps de connaître toute l'équipe et de bien cerner les missions et les problématiques de chacun des membres de la structure. C'est de cette connaissance et de l'écoute de l'autre que pourront naître les projets de demain. »

**Sophie Lathuilière** Présidente - Office de tourisme de Saint-Quay-Portrieux

## Une entente primordiale, le binôme président / directeur

Dans la relation d'un office de tourisme avec sa collectivité, une responsabilité particulière repose sur le bon fonctionnement du binôme direction / présidence. Une collaboration primordiale, "l' élu référent" se doit d'être acteur de la stratégie et porte-parole des actions de l'office de tourisme auprès de ses pairs.

LES OFFICES DE TOURISME DE GESTION PUBLIQUE	
<b>EPIC</b> Etablissement Public à Caractère Industriel et Commercial	Régie gérant un <b>SPIC</b> Service Public Industriel et Commercial
Régie gérant un <b>SPA</b> Service Public Administratif	<b>SPL</b> Société Publique Locale

LES OFFICES DE TOURISME DE GESTION PRIVÉE	
<b>Association</b> de loi 1901	 <a href="http://adn-tourisme.fr/services">adn-tourisme.fr/services</a> <b>Fiche juridique n°35</b> Tableau comparatif des modalités de gestion d'un office de tourisme.
<b>SEML</b> Société d'Economie Mixte Locale	

## Les statuts privilégiés en Bretagne en 2020

Les associations et les EPIC sont les statuts les plus utilisés en Bretagne mais les SPL sont également en forte augmentation depuis quelques années, un statut de gestion publique parfois plus adapté à l'évolution des missions en office de tourisme.



## La convention d'objectifs et de moyens, un outil au service de la gouvernance

Les objectifs et les moyens consacrés aux missions de l'office de tourisme sont définis par une convention d'objectifs, de préférence pluriannuelle, passée avec la collectivité territoriale dont dépend l'office de tourisme. A savoir : Il est préconisé une révision tous les trois ans.

## Schéma de Développement Touristique, stratégie et programme d'actions

Le Schéma de Développement Touristique définit les actions à mener en matière de tourisme pour les années à venir. Il donne à l'ensemble des acteurs d'une destination une lisibilité du développement touristique souhaité et des actions à mener.

# LES SOURCES DE FINANCEMENT

Aujourd'hui, plus que jamais l'office de tourisme diversifie ses sources de financement.

Les recettes de subventions ne sont plus l'unique source de fonctionnement d'un office.



## Partenariats

vente d'insertions publicitaires tous supports, textiles ...

## Cotisations

## Subventions

## Taxe de séjour

Outil pour le territoire, ingénierie, gestion  
+ Plus d'information dans le « Guide pratique - Taxe de séjour » de la DGE

## Conception et commercialisation

Packages, billetteries, visites guidées, événements, boutique, activités de loisirs, place de marché

## Gestion d'équipements

Exploitation, développement de nouvelles offres...



## Roland Tabart

- Président office de tourisme Golfe du Morbihan Vannes Tourisme
- Maire d'Arzon, conseiller communautaire délégué au tourisme à Golfe du Morbihan Vannes Agglomération, Vice-président de l'Association Sensation Bretagne.

« L'office de tourisme se positionne aujourd'hui comme un média au service de ses partenaires et de notre territoire d'exception. Notre modèle financier, basé exclusivement sur la taxe de séjour et les recettes de ventes et de partenariats, nous permet aujourd'hui une culture partenariale au service de tous les professionnels du territoire et de notre marque « La Rencontre avec l'exceptionnel ». Cette autonomie financière, en étroite collaboration avec Golfe du Morbihan Vannes Agglomération, nous impose d'être au cœur des stratégies de promotion, d'accueil, d'événementiel, du digital, et du marketing dans une logique de développement durable affirmée et portée collectivement par toute l'équipe. »



# LES MISSIONS

©Ville de Saint-Quay-Portrieux

« Une des missions clés de l'office de tourisme du Pays de Vitré est de réunir les différents acteurs qui contribuent au dynamisme du territoire autour d'actions mettant en avant leur savoir-faire et conjuguant à la fois traditions, modernité et innovation. Aller à leur rencontre, les écouter et créer une synergie entre eux pour favoriser l'émergence de projets rassembleurs et positifs pour l'économie locale (Ex : visites d'entreprises avec la Semaine du Tourisme Economique ou visites chez les producteurs en été...). »

**Magali Revault** Directrice office de tourisme du Pays de Vitré



Les missions principales d'un office de tourisme sont définies par le code du tourisme, mais leur cadre d'actions est souvent plus large.

Les différentes actions menées par l'office de tourisme peuvent couvrir plusieurs champs, des **missions obligatoires** :

- ⊗ Accueil et information des touristes
- ⊗ Communication et promotion
- ⊗ Coordination et animation des professionnels du tourisme

Mais également, des compétences dites « **facultatives** » :

- ⊗ Ingénierie et management de projets
- ⊗ Accompagnement et observation
- ⊗ Commercialisation
- ⊗ Exploitation d'installations touristiques et de loisirs
- ⊗ Animation / Visites guidées / Organisation d'évènements (...)

## Les 5 pôles majeurs dans un office de tourisme

### ACCUEIL

Organiser l'accueil et l'information sur le territoire grâce au SADI (Schéma d'Accueil et de Diffusion de l'Information) et aux supports digitaux à destination des visiteurs, gérer les services de boutique et billetterie, animer le dispositif de visites guidées

### PROMOTION

Organiser la promotion de la destination, produire le plan et les supports de communication, accueillir la presse, gérer la présence sur la sphère numérique en lien avec les territoires, le CRT et Atout France

### COMMERCIAL

Organiser le développement commercial, gérer le partenariat, développer le réceptif, assurer la gestion de la relation client

### DÉVELOPPEMENT

Organiser l'offre touristique de la destination et la qualifier (classement, labels, marques), gérer les bases de données partenaires, observer les évolutions, conseiller la collectivité dans la stratégie et la gestion des équipements, accompagner les professionnels du tourisme et les porteurs de projet

### ADMINISTRATION

Organiser la vie statutaire, administrer les ressources humaines, gérer la comptabilité et les ressources financières, assurer le suivi de la qualité interne et externe

Source : [www.metiers-ot.mystrikingly.com](http://www.metiers-ot.mystrikingly.com)

« Notre projet s'est concrétisé grâce à un travail collaboratif avec les différents acteurs du tourisme. (communauté d'agglomération, région, office de tourisme...). Nous avons bénéficié d'un accompagnement très précis en ce qui concerne notamment les subventions disponibles et par la suite le montage du dossier ou encore les démarches d'accessibilité, de labels... A ce jour nous continuons d'être accompagnés par l'équipe de l'office de tourisme Baie de Morlaix et bénéficions ainsi de leur vision globale et de leur expertise du territoire, précieuse dans la manière d'aborder notre activité, d'adapter et positionner notre offre. Notre activité s'inscrit dans une démarche de développement durable, qui génère des retombées économiques locales directes. Il y a une véritable dimension territoriale puisque le domaine profite à tout le monde. »



### Erwan Normand

Gérant du domaine de Treuscoat, Pleyber-Christ Finistère, hébergements insolites et loisirs en Bretagne



STRUCTURATION DE L'OFFRE LANGUES ÉTRANGÈRES CRÉATION  
 GRAPHIQUE RÉDACTION DE CONTENUS RELATION PRESSE  
 RELATION PARTENARIALE COMMANDE PUBLIQUE DROIT  
 ANIMATION DE POINT DE VENTE VENTE EN LIGNE COMMERCIALISATION  
 RELATION AVEC LES ÉLUS FÉDÉRATION DES ACTEURS LOCAUX  
 ACCOMPAGNEMENT DES PORTEURS DE PROJETS  
 CRÉATION DE PRODUIT TOURISTIQUE GESTION DE LA DONNÉE  
 TOURISTIQUE GESTION DES MÉDIAS SOCIAUX GESTION DE PROJETS PROMOTION  
 COMMERCIALE CONSEIL EN SÉJOUR EXPERT DE DESTINATION  
 ANIMATEUR NUMÉRIQUE DU TERRITOIRE RÉFÉRENT ACCUEIL  
 TOURISTIQUE REPORTER DE TERRITOIRE INGÉNIERIE  
 TOURISTIQUE MARKETING ET COMMUNICATION  
 TOURISTIQUE ORGANISATION D'ÉVÉNEMENTS  
 GESTION D'ÉQUIPEMENT TOURISTIQUE  
 EXPLOITATION DE CENTRE DE CONGRÈS OBSERVATION TOURISTIQUE MANAGEMENT  
 GESTION FINANCIÈRE MÉDIATION CULTURELLE POLYVALENCE  
 ADAPTABILITÉ RIGUEUR ORGANISATION  
 ESPRIT D'ÉQUIPE INITIATIVE DIPLOMATIE CRÉATIVITÉ (...)

# L'OFFICE DE TOURISME, DES COMPÉTENCES MULTIPLES



Travailler en office de tourisme, c'est être un véritable couteau suisse au service de son territoire et des gens qui y vivent. C'est être le lien chaleureux entre le visiteur qui découvre, l'habitant qui s'informe, et le professionnel qui vend une prestation.

**Manon SAVIN** Chargée de communication - Office de tourisme de Saint-Quay-Portrieux



**Vincent**  
 Responsable de l'Ingénierie Touristique

Il participe à l'élaboration du schéma de développement touristique du territoire en relation avec la collectivité et ses services. Il accompagne les collectivités et/ou les partenaires/prestataires dans l'étude et la mise en place de projets structurants pour le développement de l'offre touristique locale. Recherche les investisseurs et les aides financières publiques nécessaires.

*Ses alliés* Ses connaissances et savoir-faire en ingénierie touristique, en conseil et en management de projet

*Sa qualité* Bon relationnel

*Son passe-temps* Veille de l'actualité sur les aides publiques



**Valérie**  
 Responsable du tourisme Réceptif

Elle s'occupe du secteur réceptif : organisation, promotion et vente de prestations à des organisateurs de voyages en groupe ou de séminaires et congrès.

*Ses alliés* Ses connaissances des obligations réglementaires et contractuelles liées au secteur réceptif

*Sa qualité* Polyglotte

*Son passe-temps* Chercher les nouvelles prestations disponibles sur le territoire



**Léo**  
 Community Manager

Il fédère, développe, gère et anime des communautés online et offline via les réseaux sociaux pour développer la notoriété de la destination.

*Ses alliés* Les opérations marketing (débats, jeux, concours, réunion offline) qui valorisent le contenu du site  
 Son réseau de prescripteurs (ou influenceurs)

*Sa qualité* Dynamique et curieux

*Son passe-temps* Rester en veille sur les blogs et sites spécialisés

## LES MÉTIERS

Zoom sur 5 profils



**Yasmine**  
 Responsable de la boutique et de la billetterie

Elle gère l'ensemble des opérations techniques relatives à la billetterie et à la boutique : référencement des activités proposées / des produits à la vente, stockage, mise en avant des produits.

*Ses alliés* Les outils de suivi des résultats pour alimenter sa stratégie d'achat

*Sa qualité* Organisée

*Son passe-temps* Les catalogues



**Nolwenn**  
 Responsable de la taxe de séjour

Elle met en place le dispositif de collecte et de recouvrement de la taxe de séjour auprès des hébergeurs. Elle élabore des actions permettant d'améliorer le recouvrement, développe des outils de contrôle.

*Ses alliés* Ses connaissances en matière d'obligations réglementaires des hébergements touristiques  
 Le trésor public avec qui elle assure le suivi opérationnel et comptable

*Sa qualité* Ordonnée

*Son passe-temps* Surfer sur les sites d'annonces de locations de vacances

# DES OUTILS À VOTRE SERVICE

Labels, marques, classements, des outils accélérateurs de progrès pour se différencier sur le marché du tourisme et rassurer les visiteurs ! Ces outils sont destinés aux offices de tourisme mais également aux professionnels de votre territoire. Dans le cadre de ses missions d'ingénierie touristique, l'office de tourisme est aussi l'interlocuteur privilégié des porteurs de projets.

Référente Tourisme et Handicap depuis 2009, j'ai suivi une formation pour devenir évaluatrice agréée. En étroite collaboration avec OTB, ma mission consiste à évaluer l'accessibilité des sites et des équipements touristiques selon les critères de la marque. Les évaluations sont réalisées en binôme avec une personne issue du monde du handicap. Pour moi être évaluateur, c'est mettre mes compétences et mon expérience au service de la marque afin d'accompagner des professionnels motivés pour accueillir les personnes en situation de handicap dans les meilleures conditions.



**Gaëlle RAUD**

Relations avec les professionnels  
« Tourisme & Handicap » – Golfe du Morbihan Vannes Tourisme

©Pedro Lastra - Unsplash

## Classement / Marque Qualité Tourisme™

La reconnaissance d'un accueil d'excellence



Le classement de l'office de tourisme est une obligation pour :

- ✓ Obtenir la marque QUALITÉ TOURISME™
- ✓ Demander le classement en commune touristique
- ✓ Demander le

classement en station classée de tourisme (Office de Tourisme Catégorie I)

### Pourquoi s'engager dans le classement / la marque Qualité Tourisme™ ?

Le classement et la marque Qualité Tourisme™ contribuent à la structuration de l'office de tourisme. Ce sont des démarches volontaires.

Le classement est un signe de reconnaissance nationale. Il garantit une cohérence et une homogénéité dans les services que les offices de tourisme offrent à travers les destinations de vacances françaises.

La Marque Qualité Tourisme est une démarche reconnue, récompensée qui impacte tant l'organisation interne de la structure que la satisfaction de toutes les parties prenantes (clients, partenaires, financeurs ...), tout en améliorant la performance économique et financière de l'office de tourisme.

### CHIFFRES CLÉS

Des clients plus satisfaits par rapport aux moyennes française et euro-méditerranéenne :

- sur l'accueil du personnel : 50 % supérieure
- sur l'intention de revisite : 12 % supérieure

La Marque Qualité Tourisme™ et le classement s'adressent aux offices de tourisme mais aussi aux professionnels. En 2019, plus de 5 100 établissements étaient marqués au plan national dont 400 offices de tourisme (sur les 1495 offices de tourisme en France). Source : qualite-tourisme.gouv.fr

En Bretagne : près de 50% des offices de tourisme bretons ont la Marque Qualité Tourisme™ (Mai 2020)

## Communes touristiques et stations classées de tourisme



La reconnaissance du développement d'une politique touristique sur son territoire

Seule la commune touristique peut faire une demande de classement en station de tourisme.

### Pourquoi devenir Station de tourisme ?

- ✓ Donner de la visibilité au choix d'une politique touristique ambitieuse
- ✓ Donner un objectif et un référentiel de travail commun à tous les acteurs
- ✓ Possibilité d'implanter un casino dans certains cas
- ✓ Possibilité de majoration des indemnités des maires et adjoints
- ✓ Perception directe de la taxe sur les droits de mutation lorsque la population communale est inférieure ou égale à 5000 habitants (...)

### CHIFFRES CLÉS

En janvier 2019, plus de 1300 communes touristiques en France. En juin 2019, la 400ème station de tourisme a été classée. 126 communes touristiques et stations classées de tourisme en Bretagne

## Marque Tourisme et Handicap / Destination pour tous

La garantie d'un accueil efficace et d'une offre touristique adaptée en fonction du handicap (auditif, mental, moteur, visuel)

Ces marques concernent les personnes en situation de handicap (handicaps auditif, mental, physique ou visuel) MAIS AUSSI en situation de handicap temporaire ou gênées dans leurs déplacements (exemple : personnes âgées, femmes enceintes...)

### Pourquoi être marqué Tourisme & Handicap ?

Dans l'Union européenne, d'ici 2035, le nombre d'individus de plus de 65 ans devrait augmenter de près de 60 millions.

Source : Etude de marché : « la population des personnes en situation de handicap et l'offre touristique française » - ATOUT FRANCE - Octobre 2009

### CHIFFRES CLÉS

203 établissements marqués Tourisme & Handicap en Bretagne  
4 120 en France en 2020

Pour aller plus loin : la marque d'Etat Destination pour tous distingue des territoires garantissant une offre cohérente et globale accessible, intégrant à la fois l'accessibilité des sites et des activités touristiques mais aussi l'accessibilité des autres services de la vie quotidienne.

## Marque Accueil Vélo

Améliorer l'accueil des visiteurs à vélo

### Pourquoi obtenir la marque Accueil Vélo ?

Accueil Vélo est une marque nationale qui garantit un accueil, des services et des équipements spécifiques adaptés aux besoins des touristes à vélo le long des itinéraires cyclables en France. Obtenir la marque permet de :



- ✓ Améliorer votre visibilité auprès des touristes à vélo et des agences de voyage
- ✓ Bénéficier des supports de communication (web et dépliants touristiques) de l'itinéraire et du territoire
- ✓ Profiter d'une marque unique, simple et lisible sur l'ensemble du territoire national
- ✓ Booster les ailes de la saison touristique

### CHIFFRES CLÉS

La France est la 2ème destination mondiale du tourisme à vélo.  
Plus de 3 400 prestataires en France dont 267 en Bretagne.



(Liste non exhaustive)



# LES ACTEURS DU TOURISME, QUI FAIT QUOI ?

Le tourisme, une compétence partagée : L'Etat, les régions, les départements, les établissements publics de coopération intercommunale (EPCI) et

## NATIONAL

### Etat

- ☑ Définit et met en œuvre la politique nationale du tourisme
- ☑ Détermine les procédures d'agrément et de classement
- ☑ Fixe les règles et les orientations de la coopération internationale dans le domaine du tourisme (...)

### Atout France

Agence de développement touristique de la France  
[atout-france.fr](http://atout-france.fr)

- ☑ Renforce le positionnement de la destination France à l'international
- ☑ Gestion de missions (classements, immatriculations, labels,) visant à garantir la qualité des prestations offertes aux visiteurs (...)

### ADN

Regroupement des trois fédérations des acteurs institutionnels du tourisme : Offices de Tourisme de France, Tourisme & Territoires et Destination Régions  
[adn-tourisme.fr](http://adn-tourisme.fr)

- ☑ Représente les organismes de tourisme selon les échelons territoriaux

- ☑ Défend les intérêts collectifs de ses adhérents et leur représentation en qualité de syndicats d'employeurs, tels que définis par le code du travail
- ☑ Anime le réseau des organismes de tourisme dans toutes ses dimensions territoriales et humaines
- ☑ Accompagne les évolutions, les transformations et les projets structurants du secteur touristique
- ☑ Innove pour préparer l'avenir

## RÉGIONAL

### Conseil Régional

- ☑ Développe les axes stratégiques en matière de tourisme régional et adopte ses modalités de mise en œuvre
- ☑ Ecrit le schéma de développement touristique régional en lien avec les acteurs institutionnels

### Comité Régional du Tourisme (CRT)

[acteurs.tourismebretagne.bzh](http://acteurs.tourismebretagne.bzh)

- ☑ Met en œuvre la promotion de la destination Bretagne en France et à l'étranger auprès de visiteurs ciblés
- ☑ Observe et analyse le tourisme en Bretagne mais aussi en France et dans le monde pour éclairer

les acteurs sur les tendances du tourisme

- ☑ Développe l'offre touristique : guide le développement qualitatif et durable de l'offre touristique
- ☑ Pilote plusieurs démarches de structuration et de qualification de l'offre
- ☑ Coordonne et accompagne les professionnels sur la qualité de l'offre touristique

### OTB

Fédération des Offices de Tourisme de Bretagne (voir page 15)  
<https://otb.bzh>

- ☑ Anime, fédère et représente le réseau régional auprès des institutionnels (département, région, national)
- ☑ Dispense 18 services auprès des acteurs

## DÉPARTEMENTAL

### Conseil Départemental

- ☑ Définit et met en œuvre la politique départementale du tourisme

### CDT/ADT

Comités Départementaux du Tourisme / Agences de Développement / d'Attractivité touristique  
[morbihan-pro.com](http://morbihan-pro.com)  
[cad22.com/Espace-pro](http://cad22.com/Espace-pro)  
[pro.bretagne35.com](http://pro.bretagne35.com)  
[toutcommenceenfinistere.com/qui-sommes-nous](http://toutcommenceenfinistere.com/qui-sommes-nous)

- ☑ Prépare et met en œuvre la politique touristique du département
- ☑ Contribue à assurer l'élaboration, la promotion et la commercialisation de produits touristiques, en collaboration avec les professionnels, les organismes et toute structure locale intéressée à l'échelon départemental et intercommunal. (cf. art. L. 132-4 du code du tourisme).

### Relais départementaux (OT29)

Fédération des Offices de Tourisme du Finistère  
[www.ot29.bzh](http://www.ot29.bzh)

- ☑ Représente, anime et accompagne son réseau départemental
- ☑ Accompagne sur la qualification des hébergements touristiques

## COMMUNES /INTERCOMMUNALITÉS

Les communes, de même que les EPCI auxquelles la compétence tourisme a été transférée, peuvent instituer des offices de tourisme.

### Offices de tourisme

- ☑ Accueil et information des touristes
- ☑ Communication et promotion
- ☑ Coordination et animation des professionnels du tourisme (voir page 8)

## Les 10 destinations touristiques

LEUR AMBITION proposer une nouvelle organisation du tourisme breton, fondée sur la logique des pratiques des visiteurs. Les acteurs du tourisme opérant au sein d'une même destination touristique sont ensuite invités à travailler de concert pour développer l'offre et améliorer l'expérience du visiteur. [En savoir plus](#)

À SAVOIR

La loi NOTRe n°2015-991 du 7 Août 2015, a renforcé le rôle des intercommunalités, dans la mise en œuvre de la politique touristique. La loi a prévu un transfert de plein droit, à compter du 1er janvier 2017, de la "promotion du tourisme dont la création d'offices de tourisme" des communes vers les communautés de communes et les communautés d'agglomération. (Hors dérogation pour les communes classées stations de tourisme)

les communes sont compétents dans le domaine du tourisme et exercent ces compétences en coopération et de façon coordonnée.

# OFFICES DE TOURISME DE BRETAGNE

## Les services d'un relais territorial : être un support au service des offices de tourisme

OTB est le relais territorial des offices de tourisme de Bretagne. La mission principale d'OTB est l'animation de réseau autour de plusieurs pôles de compétences nécessaires aux offices de tourisme. A travers le « club direction » et les différents groupes de travail issus du réseau, OTB fait de la proximité un de ses principaux atouts.

Nous portons une vision prospective sur nos métiers et notre secteur. Notre réseau de veille permet : d'être informé sur les évolutions attendues, d'anticiper les changements, d'analyser l'offre et la demande, de développer des outils digitaux, d'avoir une veille juridique et sanitaire (...). De plus, le réseau bénéficie d'un support juridique en ligne, né d'un partenariat de la fédération avec un avocat.

OTB mise sur le capital humain des organismes de tourisme au travers de la formation et de l'emploi. Grâce à une ingénierie en développement des compétences et à sa maîtrise des enjeux de l'emploi, OTB construit un programme de formations adapté aux besoins des professionnels du tourisme.

La qualification et la structuration des offices de tourisme est une part importante de ses missions. La coordination des Marques Qualité Tourisme pour les offices de tourisme, Tourisme et Handicap pour l'ensemble de la filière touristique et Chambre d'Hôtes Références en lien avec les offices de tourisme partenaires sont autant de manières de garantir un accueil d'excellence sur nos territoires et de positionner une offre en accord avec les attentes de nos visiteurs.

OTB est engagé auprès de la région Bretagne, du Comité Régional du Tourisme sur plusieurs projets structurants notamment au travers des destinations touristiques et du projet E-Breizh Connexion dans lequel nous accompagnons les offices de tourisme au déploiement d'outils et de projets.

Enfin, OTB représente le réseau auprès des acteurs incontournables (Région, CRT, ADT, DGE...). La fédération participe de manière active aux travaux des commissions nationales d'ADN Tourisme pour remonter les enjeux locaux et faire évoluer ou développer des dispositifs nécessaires aux offices de tourisme : commission formation, commission PIOT (ex : club indicateurs), commission Qualité Tourisme. Certains membres du réseau sont également membres des commission prospective, itinérance et communication.



OTB ACADEMY



FORMATION



EMPLOI



VEILLE



MAGAZINE



BRETAGNE EMPLOI TOURISME



CENTRE DE RESSOURCES



SUPPORT JURIDIQUE



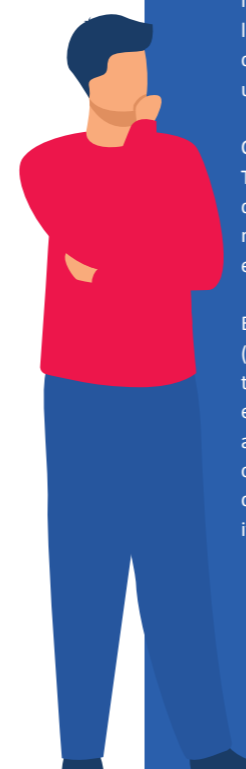
JOTBreizh



OTB TALK

S.A.D.I.B  
Qualité tourisme  
Tourisme et Handicap  
Destination pour Tous  
Chambre d'hôtes référence  
Animation  
PIOT

Rendez-vous sur <https://otb.bzh>



Pendant cette période inédite et déstabilisante, OTB était en ordre de marche pour nous apporter de la rassurance. Le phare dans la tempête, ça fixait un cap ! Arrivé il y a peu dans le réseau, même si j'ai déjà une expérience dans le tourisme, j'ai apprécié l'écoute, l'empathie, la relation saine développée avec l'équipe d'OTB. Il y a toujours quelqu'un au bout du fil, à l'écoute, accessible, avec des réponses concrètes et pertinentes et c'est ce que j'attends : Réactivité, écoute et expertise !

**Nicolas Jean**

Directeur - Rochefort-en-Terre Tourisme





**OTB**

Fédération  
des Offices  
de Tourisme  
de Bretagne



© Alexandre Lamoureux - Golfe du Morbihan Vannes Tourisme

**DIRECTION DE LA PUBLICATION :**  
OFFICES DE TOURISME DE BRETAGNE (OTB)  
1, RUE RAOUL PONCHON  
35069 RENNES CEDEX  
<https://otb.bzh>  
[communication@otb.bzh](mailto:communication@otb.bzh)

**DIRECTION DE PROJET ET COORDINATION**  
Célia PODGORNIAK • Chargée de mission OTB

**RÉDACTEURS PRINCIPAUX**  
Bernard DELHAYE • Président OTB  
Pierre BOUTON • Directeur OTB  
Solène BERANGER • Chargée de mission formation OTB  
Laurence BUREL • Chargée de mission Tourisme et Handicap OTB  
Anne-Marie MORANDEAU • Comptable OTB

#### COMITÉ DE RÉDACTION

Cécilia LE GOFF – Directrice - Office de tourisme de Saint-Quay-Portrieux  
Nicolas JEAN - Directeur - Rochefort-en-Terre Tourisme  
Véronique GONZALEZ – Directrice - Office de tourisme du Pays de Redon  
Léa MARRIN – Assistante hébergement et réseau - OT29  
Agnès LE MAITRE – Directrice - Office de tourisme Destination Pays Bigouden Sud  
Arnaud BUREL – Directeur - Golfe du Morbihan Vannes Tourisme  
Aline TRIBALLIER – Directrice - Binic Etables sur mer Tourisme  
Armelle LAMBERT – Directrice - Office de tourisme de Guingamp - Baie de Paimpol  
Bruno LE LAN – Directeur - Maison du tourisme Baie de Morlaix Monts d'Arrée  
Magali REVAULT – Directrice - Office de tourisme du Pays de Vitré  
Philippe FLORENTY – Responsable accueil - Destination Rennes

*Nous remercions l'ensemble des 58 offices de tourisme de Bretagne ainsi que la région Bretagne, le Comité Régional du Tourisme, les quatre Comités Départementaux du Tourisme, OT29 qui ont permis de réaliser ce guide.*