

management  
publics  
promotion  
animation  
communication  
développement  
événements  
destination  
production  
gestion  
qualification  
information  
commercialisation

# rapport activité 2016

management publics animation communication développement  
promotion animation  
rapport  
activité  
événements  
destination 2016  
production gestion information commercialisation  
qualification

P. 03	Editorial
P. 04	L'accueil et l'information des publics
P. 08	La production et la mise en marché des offres de la destination
P. 14	La communication et la promotion de la destination
P. 21	Le développement, la qualification de la destination et l'animation des acteurs socioprofessionnels
P. 26	L'animation et les événements de la station
P. 29	La gestion et le management de l'EPIC

# éditorial

## de la Présidente de l'EPIC

2016 aura été une année décisive pour l'avenir de l'Office de tourisme de Saint-Quay-Portrieux.

En effet, la loi NOTRe (Nouvelle Organisation Territoriale de la République) nous a amenés à repousser les limites de notre territoire, mais nous a aussi beaucoup questionnés sur le devenir de l'Office de tourisme et de son rôle dans ce nouveau paysage.

La loi prévoyait le transfert de la compétence Tourisme, et par là même, la gestion des Offices de tourisme, vers les intercommunalités.

Compte tenu du caractère primordial que représente le tourisme pour notre station classée, il était légitime de s'interroger sur le devenir de notre EPIC et de sa gouvernance.

Puisqu'aucun projet n'était écrit avec la nouvelle intercommunalité, le transfert me paraissait quelque peu hasardeux.

En outre, notre Office de tourisme étant le seul Office classé de Saint-Brieuc Armor Agglomération (critère indissociable à notre classement en station touristique), nous ne pouvions risquer une dégradation de nos services et la perte de notre classement.

Dans un premier temps, le 2 septembre 2016, le Conseil Municipal a délibéré à l'unanimité, pour la conservation d'un Office de tourisme distinct à compétence territorialisée, garantissant ainsi un point d'accueil et d'information sur notre commune.

Puis, suite à la promulgation de la loi « Montagne » en décembre, qui permettait aux stations classées de tourisme de pouvoir conserver la compétence Tourisme, et compte tenu qu'aucun projet commun n'avait vu le jour au niveau de l'agglomération, nous avons décidé, le 16 décembre, de déroger au transfert et de conserver cette compétence à l'échelle communale.

Je tiens à remercier chaleureusement les membres du Comité de direction ainsi que les élus de la ville qui m'ont accompagnée dans ces prises de décisions capitales pour l'avenir de notre station. Ceci sans compter l'aide, le soutien et le dévouement de la Directrice de l'Office de tourisme, Madame Cécilia LE GOFF, et de toute son équipe.

Par ailleurs, 2016 a été marquée par une bonne fréquentation touristique, se traduisant par une hausse de nos recettes combinée à une baisse des dépenses, nous permettant de dégager un bénéfice de fonctionnement de 61 965,37 €.

En mars 2016, nous avons accueilli Manon SAVIN en remplacement d'Anne-Sophie GEORGES, notre chargée de communication, cette dernière ayant été mise à disposition en tant que Responsable de la Destination « Baie de Saint-Brieuc-Paimpol-Les Caps ».

Enfin, Gaëlle LE MEN, en plus de ses missions en tant que Responsable Accueil, est devenue notre nouvelle Référente et Animatrice Qualité.

Dans ce climat serein, entouré d'une équipe compétente, investie et motivée, 2017 sera une année de renouveau pour l'Office de tourisme, avec la refonte totale de notre site Internet, de nouveaux outils de séduction et de nouvelles actions de promotion.

**Sophie LATHUILLIERE,**

Maire-adjointe en charge de l'environnement, du développement durable, du tourisme et des animations  
Présidente de l'Office de tourisme

### INFO+

L'Office de tourisme de Saint-Quay-Portrieux (OTSQP) est un établissement public industriel et commercial (EPIC) créé le 4 août 1975 par délibération du Conseil municipal.

Ses missions ont été redéfinies lors de l'adoption d'une convention d'objectifs pour la période 2015-2020.

# L'accueil et l'information des publics

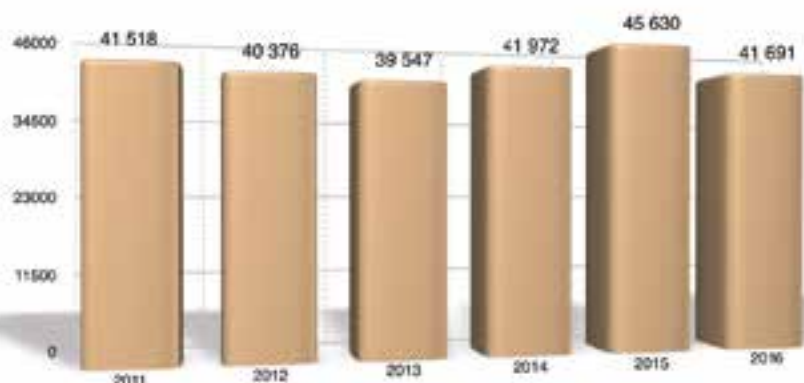
L'accueil des visiteurs à Saint-Quay-Portrieux (en vis-à-vis ou à distance) est une mission qui relève du « service public » propre à tous les Offices de tourisme.

## L'accueil des publics par l'Office de tourisme

En 2016, l'Office de tourisme de Saint-Quay-Portrieux a été ouvert au public pendant 318 jours, soit 87,1 % de l'année.



## La fréquentation « physique » de l'Office de tourisme



### FRÉQUENTATION MESURÉE À L'ACCUEIL DE L'OFFICE DE TOURISME

(visiteurs selon Eco-compteur)

La fréquentation 2016 mesurée par l'éco-compteur (solution implantée depuis janvier 2011) est en baisse de 8,6 % par rapport à 2015 (mais similaire à 2014), les mois de juillet et août demeurant les plus fréquentés (49,1 % de la fréquentation 2016).

	EN 2010	EN 2011	EN 2012	EN 2013	EN 2014	EN 2015	EN 2016
F	93,0%	93,0%	93,0%	92,8%	91,5%	92,5%	91,7%
GB	2,0%	1,9%	2,0%	2,0%	2,2%	1,8%	1,6%
D	1,4%	1,6%	1,5%	1,7%	1,9%	1,7%	2,0%
B	1,0%	0,9%	0,9%	1,6%	1,4%	1,4%	1,6%
Autres	2,6%	2,6%	2,6%	1,9%	3,1%	2,6%	3,1%

	EN 2012	EN 2013	EN 2014	EN 2015	EN 2016
Bretagne	46,4%	44,8%	45,4%	47,2%	41,6%
Ile de France	21,2%	20,6%	20,1%	17,4%	17,7%
Pays de la Loire	5,7%	5,0%	6,9%	7,1%	6,8%
Nord-Pas de Calais	4,1%	4,3%	4,5%	4,2%	4,8%
PACA	1,9%	4,2%	1,6%	1,5%	1,9%
Normandie (s)	4,1%	4,2%	4,6%	4,5%	5,1%
Rhône-Alpes	3,0%	3,9%	3,5%	3,5%	4,2%
Centre - Val de Loire	3,4%	3,2%	3,5%	3,8%	3,8%
Autres régions	10,2%	9,7%	9,9%	10,8%	14,1%

	EN 2012	EN 2013	EN 2014	EN 2015	EN 2016
Côtes d'Armor	41,7%	39,5%	39,8%	40,4%	34,1%
Paris	7,3%	6,6%	6,8%	5,9%	5,2%
Yvelines	2,9%	4,3%	3,1%	3,2%	3,0%
Ille et Vilaine	2,8%	3,3%	3,3%	3,9%	3,9%
Hauts de Seine	3,5%	3,2%	3,0%	2,6%	2,7%

**1** La fréquentation des étrangers en 2016 est en légère hausse par rapport à 2015. Ils ont représenté environ 8,4 % de la fréquentation de l'Office de tourisme contre 7,5 % en 2015.

**2** Sur le plan des régions, la Bretagne se situe largement en première position devant l'Île de France. Ces deux régions continuent de représenter près des 2/3 de la fréquentation des Français.

**3** La fréquentation locale (issue des Côtes d'Armor et du bassin de Saint-Brieuc) est très élevée à l'Office de tourisme (34 % environ), largement devant celle de la Région Parisienne.

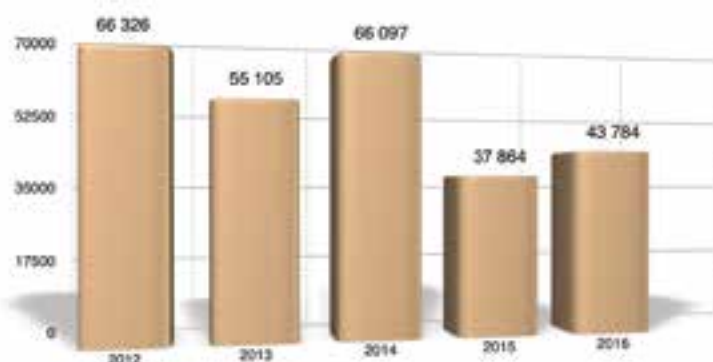
### INFO+

4 848 demandes d'informations traitées au guichet en 2016 (données qualifiées)

## La fréquentation « numérique » de l'Office de tourisme

Le site Internet [www.saintquayportrieux.com](http://www.saintquayportrieux.com) est un site « généraliste » de présentation de la destination. Ses objectifs sont de :

- séduire les publics en montrant les principaux atouts de la destination (ex : images de lieux de visites, activités de loisirs, ...),
- informer les visiteurs des nouveautés et de toutes les informations pratiques utiles à leur séjour.



En 2016, selon « Google Analytics », la fréquentation du site Internet de la destination est de près de 44 000 visites (soit une hausse de 15,6% par rapport à 2015, mais largement en baisse en comparaison avec 2014).

Ces résultats sont liés à :

- l'obsolescence du site qui n'est pas « responsive design » et donc pas adapté à une utilisation sur les supports mobiles ;
- la conception du site qui complique ses mises à jour.

**La refonte du site est strictement nécessaire et est au programme du 1<sup>er</sup> semestre 2017.**

### CARACTÉRISTIQUES PRINCIPALES

	EN 2012	EN 2013	EN 2014	EN 2015	EN 2016	EVOL N/N-1
Nb de visites	66326	55105	66097	37864	43784	15,6%
Nb de pages vues	276002	236923	269130	153614	180273	17,4%
Temps moyen passé	3'12"	3'18"	3'11"	3'11"	3'22"	
Moyenne de pages vues	4,16	4,30	4,07	4,06	4,12	1,5%
Taux de rebond	37,9%	36,8%	40,1%	43,5%	43,9%	0,9%
Taux de nouvelles visites	72,1%	72,5%	71,3%	57,0%	55,3%	-3,1%

	EN 2012	EN 2013	EN 2014	EN 2015	EN 2016
Google	64,1%	56,6%	57,8%	30,11%	31,75%
Accès direct au site	11,3%	13,7%	17,5%	61%	59%
Tourisme en Bretagne (CRT)	1,7%	3,6%	1,1%	0,39%	0,34%
Bing	1,9%	2,7%	2,6%	1,28%	1,77%
Facebook	1,7%	2,3%	1,4%	0,52%	0,41%
Site de la Ville de SQP	0,9%	2,3%	3,1%	0,14%	0,18%
Sensation Bretagne	0,0%	1,7%	2,3%	0,90%	0,53%
Yahoo	1,1%	1,7%	2,4%	0,76%	0,49%
Côtes d'Armor Développement	3,7%	1,2%	1,3%	0,44%	0,03%
Facebook pour mobiles	Non connu	1,0%	0,8%	0,15%	0,06%
Scoop it	Non connu	Non connu	0,3%	0,05%	0,00%
Google Images					0,84%
Autres sources d'accès	13,6%	13,2%	9,4%	4,30%	4,60%

### INFO+

L'Office de tourisme de Saint-Quay-Portrieux a choisi de développer ses réseaux sociaux et d'être présent sur Instagram (426 abonnés en décembre 2016, +59%) et MyDistrict.

La stratégie de l'Office de tourisme de Saint-Quay-Portrieux s'appuie essentiellement sur les réseaux sociaux grand public que sont Facebook et Instagram.

À la date du 31/12/2016, la page Facebook officielle de l'Office de tourisme « Bienvenue Saint Quay Portrieux » fait l'objet d'un marquage « J'aime » à hauteur de 5 903, soit une hausse de 24%.

- En 2016, l'accès direct au site Internet de l'Office de tourisme est prépondérant (59%), le moteur de recherche Google est en seconde place. Les sites référents connaissent une baisse, depuis 2 ans, en tant que fournisseurs d'accès (ex : Ville de Saint-Quay-Portrieux, Sensation Bretagne depuis 2013 ainsi que Tourisme en Bretagne, Côtes d'Armor Développement).

### À NOTER :

2016 connaît une amélioration des indicateurs de fréquentation du site Internet après une forte chute en 2015, or, après vérification, il s'est avéré qu'un problème technique a empêché la collecte de données entre janvier et avril 2015. Après simulation sur la période erronée de 2015, la fréquentation estimée en 2015 serait de 50 064 sessions, ce qui reste une baisse significative (-24%) en comparaison avec 2014, mais moins alarmante.

Avec ces chiffres estimés, le site [www.saintquayportrieux.com](http://www.saintquayportrieux.com) enregistre alors une baisse de fréquentation de 12 % entre 2015 et 2016.

Le taux de rebond augmente (indicateur négatif), mais est en dessous de la barre de 50%, ce qui reste acceptable et signifie que les internautes trouvent l'information souhaitée sur le site Internet.

## L'alimentation de la base de données « SitArmor »

L'Office de tourisme fait partie du réseau départemental de gestion de l'information touristique partagée sur l'ensemble de la région Bretagne. La base de données costarmoricaine, dénommée SitArmor, est animée par Côtes d'Armor Développement. Elle s'appuie sur la solution Tourinsoft (propriété de la société Faire-Savoir).



À la date du 31/12/2016, près de 1 200 fiches sont gérées (création, suppression, modification) par l'Office de tourisme :

BASE DE DONNÉES SITARMOR	AU 31/12/2016
Bordereaux « activités et loisirs »	47
Bordereaux « fêtes et manifestations »	652
Bordereaux « patrimoines »	20
Bordereaux « restauration »	30
Bordereaux « hébergements »	234
<b>Sous total</b>	<b>983</b>
Bordereaux « Brochure »	18
Bordereaux « Organismes et Entreprises »	149
<b>Sous total</b>	<b>167</b>
<b>TOTAL</b>	<b>1 150</b>

- Les manifestations et les fêtes représentent plus de la moitié du travail de gestion de la base de données.
- Annuellement, ce travail représente une charge équivalente à 3 mois de travail par une personne à temps complet.
- Dans le cas de l'exploitation des données partagées, l'Office de tourisme de Saint-Quay-Portrieux exporte les données saisies sur SitArmor dans le but de produire le guide « Sortir en Goëlo » édité par la Communauté de commune du Sud-Goëlo.
- La Base SitArmor permet également de gérer un bordereau « clients et prospects » (749 fiches créées et 847 modifiées en 2016).

### INFO+

Les données de Saint-Quay-Portrieux sont intégrées dans l'Open Data des Côtes d'Armor mis à la disposition des médias locaux.

# La production et la mise en marché des offres de la destination

## L'Office de tourisme de Saint-Quay-Portrieux, un opérateur de voyages et de séjours significatif pour la destination

En application du Code du tourisme, l'Office de Saint-Quay-Portrieux peut produire, mettre en marché et vendre des séjours et des prestations touristiques.

Cette activité commerciale qui relève d'une fonction « industrielle et commerciale » est elle-même soumise à des règles spécifiques :

- elle se fait en lien avec le territoire de compétence de l'Office de tourisme,
- elle doit tenir compte d'une « carence partielle » de l'initiative privée au sein de la destination touristique et cette activité doit respecter des règles relatives de libre concurrence,
- enfin, elle doit respecter le droit des consommateurs.

L'Office de tourisme est titulaire d'une immatriculation au Registre des opérateurs de voyages et de séjours auprès d'Atout France (N° IM022100022).

## Des séjours et des activités de loisirs sont produits par l'Office de tourisme

La production touristique de l'Office de tourisme concerne des activités de loisirs et des séjours destinés à des clientèles touristiques, des excursionnistes ou encore aux résidents de la station.

Douze séjours packagés par l'Office de tourisme (dont quatre construits et gérés en « back-office » et commercialisés via des agences réceptives : Haute-Bretagne Vacances et FunBreizh).



### AMOUR D'ARMOR 3 JOURS / 2 NUITS / 115 € PAR PERS\*

Saint-Quay-Portrieux dévoile ses charmes aux amoureux de la mer et de ses côtes découpées, aux amoureux des plages de sable fin et de panoramas sauvages, aux amoureux de gastronomie, aux amoureux... sur ses bords publics jaunes et bleus. Une randonnée, le long de notre sentier des Douaniers... amoureux de la nature, vous viendrez vous ressourcer en bord de mer. Puis changement de décors, le deuxième jour, embarquez pour l'île de Bréhat, l'île aux fleurs, éternel rose dans son archipel magique.

#### LA FORMULE COMPREND

- 2 nuits en chambre d'hôtes labellisée, petit-déjeuner inclus
- 1 traversée aller-retour sur l'île de Bréhat (départ de la Pointe de l'Arcoüest)
- 2 dîners au restaurant

\* VALABLE TOUTE L'ANNÉE

\*Base 2 adultes



Week-end  
Family

Vu  
du ciel

Saint-Quay  
Gourmand

Kayak  
Attitude

Calmes  
et volupté

Golf'Armor  
Passion

Amour  
d'Armor

Cap sur  
les îles



NOM DU SÉJOUR	CIBLE	TYPE HÉBERGEMENT	DISTRIBUTION
Bol d'air marin	Couples	Chambre d'hôtes	HBV
Amour d'Armor	Couples	Chambre d'hôtes	OTSQP
Calme et volupté	Couples	Chambre d'hôtes	OTSQP
Cap sur les îles	Couples	Hôtellerie	OTSQP
Vu du ciel	Couples	Hôtellerie	OTSQP
Golf'Armor Passion	Indiv. et couples	Hôtellerie	OTSQP
Kayak Attitude	Couples	Chambre d'hôtes	OTSQP
St-Quay Gourmand	Couples	Hôtellerie	OTSQP
Week-end Family	Familles	Chambre d'hôtes	OTSQP
Du Kayak à Saint-Quay-Portrieux	Couples	Hôtellerie	Fun Breizh
De Saint-Quay à l'île de Bréhat	Couples	Hôtellerie	Fun Breizh
Week-end en station balnéaire	Couples	Hôtellerie	Fun Breizh

Six produits de loisirs construits par l'Office de tourisme :

NOM DE L'OFFRE	OBSERVATION
Exp. Bretonne / Défi crêpe	Avec CRT Bretagne
Z'éco Nature / Mme GRALL	Avec prestataire
Visite guidée Saint-Quay Port d'Armor	Par OTSQP
Visite guidée Traces des peintres	Par OTSQP
Visite guidée Groupes (F, GB, ALL)	Par OTSQP
Visite guidée en anglais	Par OTSQP



Des hébergeurs et des prestataires variés travaillent avec l'Office de tourisme pour construire les séjours et les offres de loisirs

Chambres - M <sup>me</sup> Chapelet	Chambre d'hôtes - Plourhan	Armor ULM	Loisirs
Chambres - M <sup>me</sup> Beaudouin	Chambre d'hôtes - Saint-Quay-Portrieux	Bistrot de la Marine	Restauration
Chambres - M <sup>me</sup> Dodé	Chambre d'hôtes - Saint-Quay-Portrieux	Côté Resto	Restauration
Chambres - M <sup>me</sup> Le Comte	Chambre d'hôtes - Saint-Quay-Portrieux	La Passerelle	Restauration
Chambres - M <sup>me</sup> Jouany	Chambre d'hôtes - Tréveneuc	Signatures	Restauration
Ker Moor Hôtel Préférence	Hôtellerie	Les Enfants Terribles	Restauration
Le Saint-Quay	Hôtellerie	Quay 911	Restauration
Amicale du Moulin	Loisirs	Crêperie du Port	Restauration
Golf des Ajoncs d'or	Loisirs	Restaurant du Casino	Restauration
Kayak Avel Vor	Loisirs	Quay des Anges	Salon de thé
Zooparc de Trégomeur	Loisirs	Traiteur du Goëlo	Traiteur
Vedettes de Bréhat	Loisirs		

## La commercialisation des activités et des prestations organisées par des tiers

L'activité commerciale de l'Office de tourisme de Saint-Quay-Portrieux ne se limite pas à la mise en marché et à la vente de ses propres produits. Il commercialise aussi des activités de loisirs et des séjours produits par des tiers.

Des partenaires ont recours à l'Office de tourisme pour participer à leur mise en marché :

Agence Celtéa - billetterie avion

Chalutier Le Corail – billetterie de sorties en mer

Condor Ferries - billetterie de croisières

Madame Karine Georgel - billetterie Kréa'Quarelle

Madame Anna KROPIOWSKA - billetterie Cours de dessin/peinture

SNCF - billetterie de trains

SNSQP – réservations du vieux gréement Le Saint-Quay

Transdev - billetterie Tibus

Vedettes de Bréhat - billetterie de croisières

Le Passeur du Trieux - billetterie de croisières

Voiles et Traditions - billetterie de croisières

Maestro Croisières - billetterie de croisières

Dominique GRALL – billetterie Z'éco-Nature

Ville de Saint-Quay-Portrieux – activités du CLJ

Office de tourisme de Binic/Etables sur Mer - billetterie Goëlo Tour

## Une mise en marché partagée

La production de l'Office de tourisme fait l'objet d'une mise en marché par lui-même et par des tiers :

- Haute-Bretagne Vacances pour le séjour « Bol d'air marin » en exclusivité,
- FunBreizh pour les séjours packagés,
- Comité régional de tourisme de Bretagne pour les « Expériences Bretonnes » (formules sans hébergement).

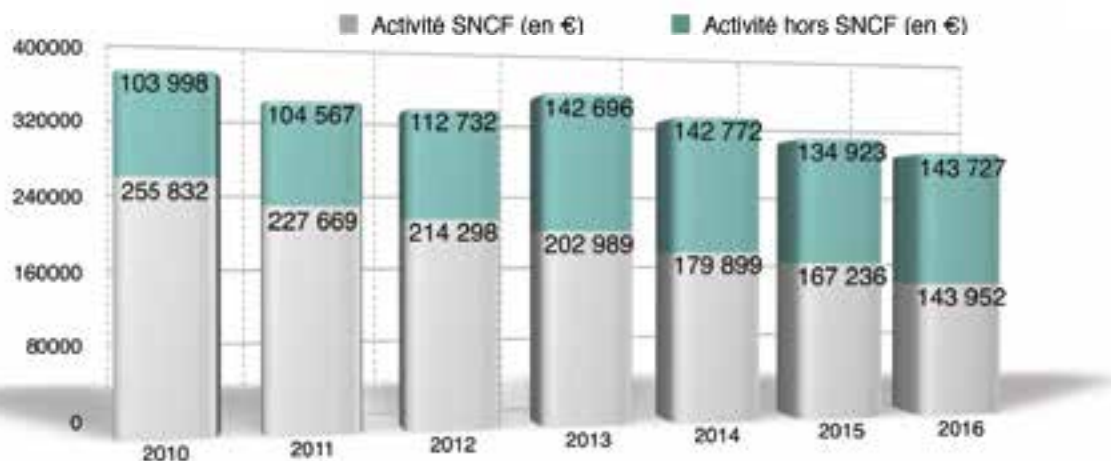
*Tous les produits (sauf ceux de Haute-Bretagne Vacances et de FunBreizh) sont vendus par l'Office de tourisme au guichet et sont proposés dans le Guide Hébergements et sur [www.saintquayportrieux.com](http://www.saintquayportrieux.com), rubrique week-ends.*



## L'Office de tourisme reste un important commerçant à vocation touristique au sein de la station

L'Office de tourisme de Saint-Quay-Portrieux vend des prestations et des services eux-mêmes produits par des tiers (ex : billetterie SNCF, billetterie pour l'île de Bréhat, sorties en mer avec des prestataires partenaires de la destination - dont la Commune de Saint-Quay-Portrieux pour certaines activités destinées aux jeunes en résidence et en vacances).

### VOLUME D'AFFAIRES TOURISTIQUE RÉALISÉ PAR LE SERVICE ACCUEIL ET INFORMATION DES PUBLICS



Le niveau de l'activité commerciale touristique a accusé une baisse de 4,9 % par rapport à 2015, représentant près de 291 K€ TTC de ventes réalisées.

- Comme les années passées, le volume d'affaires de la billetterie SNCF continue de fléchir (- 14 % par rapport à 2015, et -44 % par rapport à 2010).
- La vente des autres prestations a augmenté de 6,5 % par rapport à 2015 et représente une augmentation de 38,2 % par rapport à 2010.

**À NOTER :** en 2016, l'équilibre entre l'activité SNCF et les autres ventes.

### RÉPARTITION DU VOLUME D'AFFAIRES TOURISTIQUE RÉALISÉ PAR LE SERVICE ACCUEIL ET INFORMATION DES PUBLICS DE 2013 À 2016

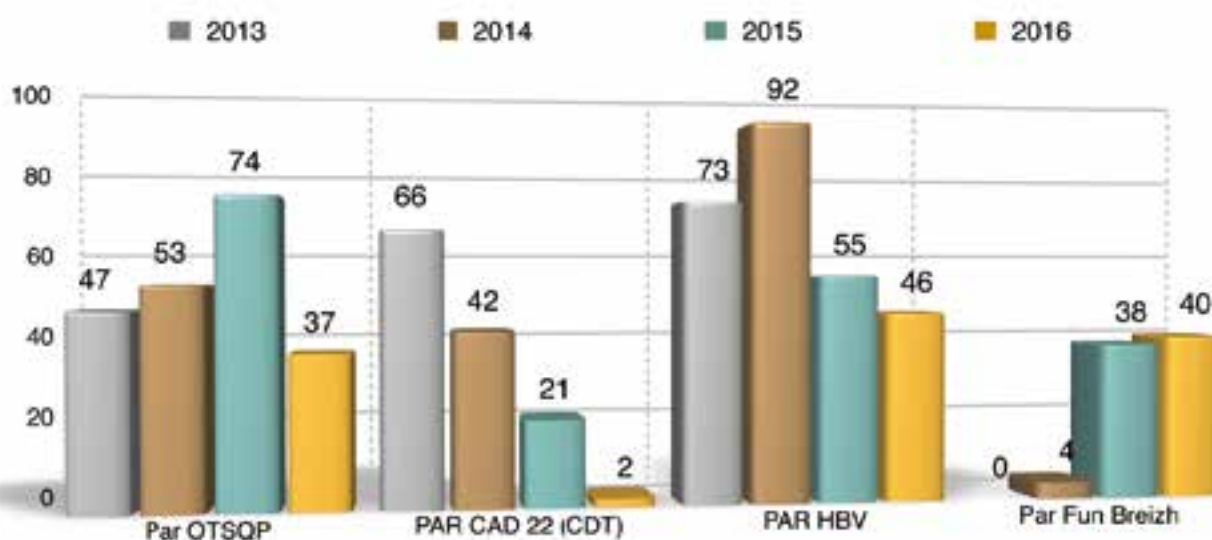
	EN 2013	EN 2014	EN 2015	EN 2016	EVOL 2016/2015
Visites guidées de l'OT	1 558 €	1 304 €	1 575 €	1 962 €	24,6%
Pêche en mer	28 126 €	23 730 €	30 701 €	24 569 €	-20,0%
Vedettes de Bréhat	60 046 €	49 154 €	34 783 €	49 875 €	43,4%
Condor Ferries	773 €	431 €	1 826 €	319 €	-82,5%
Billets SNCF	202 989 €	179 899 €	167 236 €	143 952 €	-13,9%
Ti'bus		2 685 €	6 015 €	8 310 €	38,2%
Visites du Caruhel	1 870 €	1 810 €	1 500 €	2 100 €	40,0%
Vente de séjours	19 125 €	19 527 €	18 381 €	12 456 €	-32,2%
Kréaquarelle	2 350 €	1 825 €	1 850 €	2 075 €	12,2%
Anna KROPIOWSKA				60 €	
Z'éconature	771 €	1 101 €	634 €	476 €	-24,9%
Vieux gréement - balades et sorties	2 073 €	6 798 €	6 608 €	7 219 €	9,2%
Maestro Croisières				845 €	
Passeur du Trieux				370 €	
Voiles et Traditions				98 €	
Loisirs du CLJ	21 779 €	26 512 €	31 050 €	32 993 €	6,3%
Autres prestations tourisme et loisirs vendues	1 583 €	2 970 €	3 765 €	3 242 €	-13,9%
<b>TOTAUX</b>	<b>343 042 €</b>	<b>317 745 €</b>	<b>305 924 €</b>	<b>290 921 €</b>	<b>-4,9%</b>

2016 aura été une année correcte pour la vente des activités de loisirs, même si la pêche accuse une baisse. En revanche, la vente de séjours packagés aura pâti d'une conjoncture difficile et d'une météo déplorable au 1<sup>er</sup> semestre.

## LA VENTE DE SÉJOURS CONSTRUITS PAR L'OFFICE DE TOURISME

La vente des séjours est en forte baisse (125 séjours vendus en 2016 contre 188 en 2015).

Nombre de séjours	EN 2013	EN 2014	EN 2015	EN 2016
St-Quay Gourmand	56	36	54	8
Golf'Armor Passion	0	9	2	0
Week-end Family	4	5	4	0
Amour d'Armor	53	37	29	24
Calme et volupté		0	2	0
Dans le secret des îles		6	2	
Cap sur les îles				7
Esprit tonique		2	2	
Kayak Attitude		0	0	0
Bol d'Air marin (HBV)	73	92	55	46
Du Kayak à Saint-Quay-Portrieux (FB)		0	0	0
De Saint-Quay à l'île de Bréhat (FB)		0	10	14
Weekend en Station balnéaire (FB)		4	28	26
<b>TOTAUX</b>	<b>186</b>	<b>191</b>	<b>188</b>	<b>125</b>



Bien qu'il vende lui-même ses produits, l'Office de tourisme a choisi de s'appuyer sur des tiers (agences réceptives publiques et privées) pour en assurer la distribution (70,4 % des ventes de séjours en 2016 sont issues de ce canal).

## LA VENTE DES ACTIVITÉS DE LOISIRS CONSTRUITES PAR L'OFFICE DE TOURISME

La vente d'activités de découverte et de loisirs est en hausse sur le plan du nombre de personnes accueillies ou concernées (+14,7 % par rapport à 2015). Cette hausse est étroitement liée aux visites guidées de groupes.

En nombre de ventes ou clients	EN 2013	EN 2014	EN 2015	EN 2016
Exp.Bret. Défi crêpe (pers.)	24	5	0	11
Z'éco Nature - Mme Meffre	81	77	8	0
Z'éco Nature - Mme Maerten	37	108	92	13
Z'éco Nature - Mme Grall				60
Visite guidée - St Quay Port d'Armor (pers.)	530	266	333	308
Visite guidée - Traces des peintres (pers.)	126	75	91	41
Visite guidée - groupes (pers.)	ND	302	252	457
<b>TOTAUX</b>	<b>798</b>	<b>833</b>	<b>776</b>	<b>890</b>

Toutes ces activités sont exclusivement vendues par l'Office de tourisme de Saint-Quay-Portrieux, sauf les « Expériences Bretonnes » également diffusées par Bretagne Tourisme (Comité régional de tourisme).



# La communication et la promotion de la destination

## L'Office de tourisme de Saint-Quay-Portrieux, acteur principal de la promotion de la destination

La promotion de la destination « Saint-Quay-Portrieux » répond à deux objectifs :

- déployer l'identité et l'image de la destination dans toutes ses composantes, globalement ou de manière ciblée, afin de séduire des clientèles adeptes ou potentielles de la station,
- faire connaître la station et la rendre accessible au travers de la présentation de ses offres touristiques, de services et de loisirs.

**BRETAGNE**

### INFO+

L'Office de tourisme de Saint-Quay-Portrieux est partenaire de la Marque Bretagne depuis le 10/4/2015. Ce partenariat permet d'ancrer durablement la station au sein de l'espace régional breton.

La Marque Bretagne contribue à :

- renforcer l'attractivité de la région ;
- valoriser son image.



## Les outils de communication déployés par l'Office de tourisme

### LES ÉDITIONS DE L'OFFICE DE TOURISME

Les éditions de l'Office de tourisme sont, pour parties, traduites en anglais, allemand et italien afin de répondre aux besoins de nos touristes étrangers et d'appliquer des exigences inhérentes à un Office de tourisme classé en catégorie I.



#### LE GUIDE TOURISME

*OBJECTIF : présenter la destination au travers de thèmes représentatifs de l'identité touristique (ex : les plages, les activités nautiques, la nature, les excursions au départ de la station, ...). Des chapitres relatifs à la mer, à la gastronomie, à la randonnée et aux loisirs ont été renforcés.*

*TIRAGE : 18 000 exemplaires*

*PARUTION : avril 2016*

*PARTENAIRES : 98 annonceurs*

*DIFFUSION : sur certaines opérations déployées par Sensation Bretagne, par voie postale sur demande, en téléchargement, remis sur place en situation de séjour.*



#### LE GUIDE HÉBERGEMENTS

*OBJECTIF : présenter les différentes formules d'hébergements présentes dans notre destination, ainsi que les séjours packagés regroupés sous la marque « So St-Quay-Portrieux ! ».*

*TIRAGE : 4 000 exemplaires*

*PARUTION : décembre 2015*

*PARTENAIRES : 124 annonceurs*

*DIFFUSION : sur certaines opérations déployées par Sensation Bretagne, par voie postale sur demande, en téléchargement, remis sur place en situation de séjour.*

#### INFO+

La brochure 2017 a été mise en ligne le 12 décembre 2016 et est parue en édition papier le 23 décembre 2016.



#### LE PLAN GUIDE

*OBJECTIF : offrir un outil d'accueil (carte et annuaire) facilitant la mobilité et la localisation des offres touristiques de la destination.*

*TIRAGE : 15 000 exemplaires*

*PARUTION : juin 2016*

*PARTENAIRE : 1 annonceur*

*DIFFUSION : essentiellement remis sur place en situation de séjour, par voie postale sur demande, en téléchargement.*

## LES SUPPORTS NUMÉRIQUES DE L'OFFICE DE TOURISME

L'Office de tourisme gère et fait évoluer deux outils « numériques » :

- un site Internet généraliste [www.saintquayportrieux.com](http://www.saintquayportrieux.com) dont une part importante de son contenu est traduit en anglais et en allemand,
- un mini-site pour les personnes en situation de mobilité [www.saintquayportrieux.sensation-bretagne.mobi](http://www.saintquayportrieux.sensation-bretagne.mobi) par lequel les « mobinautes » accèdent à des informations relatives aux hébergements, aux restaurants, aux loisirs et aux animations (et à un moteur de recherche en interne). Depuis ce site, le mobinaute peut adresser un formulaire de contact à l'Office de tourisme.

## LE SITE INTERNET WWW.SAINQUAYPORTRIEUX.COM

Dans le cadre de l'exploitation de son site Internet, l'Office de tourisme commercialise des espaces publicitaires numériques sur la page d'accueil du site : les « bons plans » et les « zooms ». 11 « bons plans » et 5 « zooms » ont été vendus à des acteurs de la destination ou de la Bretagne.

## LE SITE MOBILE WWW.SAINQUAYPORTRIEUX-SENSATION-BRETAGNE.MOBI

La solution utilisée pour le site « .mobi » est celle proposée par le réseau « Sensation Bretagne ». En 2016, il a été mesuré la fréquentation suivante :

- 6 688 visiteurs (soit 15,3 % de l'usage du site Internet de l'Office de tourisme)
- et 15 848 pages vues (soit 8,8 % par rapport au site Internet).

Ce mini-site, porté par le réseau Sensation Bretagne, a été abandonné au 31/12/2016. En effet, il ne servait plus qu'à deux stations du réseau et devenait obsolète.



## LA PRÉSENCE SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX

Enfin, l'Office de tourisme est présent sur certains réseaux sociaux utiles à des fins de communication et de promotion de la destination (Facebook, Instagram, MyDistrikt et Scoop.it) – voir les chapitres « Accueil et information des publics » et « Développement et qualification de la destination ».

## INFO+

**TRIP ADVISOR** occupe une place de plus en plus importante dans le processus de préparation du séjour, principalement pour l'hôtellerie et la restauration (rôle de rassurance, de confiance). Trip Advisor propose une rubrique Activités, s'affichant sur la même page que celle d'un hôtelier sous la forme d'« activités à proximité ».

C'est pourquoi l'Office de tourisme a créé des pages activités pour des lieux publics (GR34, Office de tourisme, plage du Casino, plage de la Comtesse...) pour inciter les internautes à laisser des avis. Il est aisé de recueillir des propos favorables quant à de tels lieux, et ainsi mettre en avant la destination.

## La participation à la réalisation d'outils de communication développés par des partenaires de la destination

En complément, l'Office de tourisme participe à la construction d'outils, faits par des partenaires de la destination, qui lui seront utiles dans le travail d'accueil, d'information et de promotion de la destination.



### LE GUIDE « SORTIR EN SUD-GOËLO » ÉDITÉ PAR LA COMMUNAUTÉ DE COMMUNES DU SUD-GOËLO

**OBJECTIF** : présenter les animations et les événements, d'avril à décembre, des six communes du territoire du Sud Goëlo, dont les stations voisines de Binic et d'Étables-sur-Mer.

**TIRAGE** : 25 000 exemplaires

**PARUTION** : avril 2016

**DIFFUSION** : remis sur place en situation de séjour dans chaque commune du Sud-Goëlo, par voie postale à chaque habitant du territoire, sur demande et en téléchargement.





### LA CARTE DE BRETAGNE ET DES STATIONS DU RÉSEAU « SENSATION BRETAGNE »

**OBJECTIF :** présenter les 21 stations du réseau en Bretagne, dont fait partie Saint-Quay-Portrieux. Un focus est fait sur la possibilité de pratiquer la promenade à des fins de découverte dans chaque station.

**TIRAGE :** 15 000 exemplaires

**PARUTION :** janvier 2016

**DIFFUSION :** sur toutes les opérations de promotion déployées par Sensation Bretagne, remis sur place en situation de séjour dans chaque station du réseau, et en téléchargement.



### LE MAGAZINE DES STATIONS DU RÉSEAU « SENSATION BRETAGNE »

**OBJECTIF :** présenter les 21 stations du réseau en Bretagne, dont fait partie Saint-Quay-Portrieux au travers des prismes que sont les plaisirs de la mer, les plaisirs de la balade, le bien-être, la gastronomie, le golf, la plaisance, l'architecture étonnante, les animations et événements. Un focus est fait sur les principales offres d'hébergements de chaque station.

**TIRAGE :** 45 000 exemplaires

**PARUTION :** janvier 2016

**DIFFUSION :** sur toutes les opérations de promotion déployées par Sensation Bretagne, remis sur place en situation de séjour dans chaque station du réseau, et en téléchargement.



### LE BLOG EXPÉRIENTIEL DU RÉSEAU « SENSATION BRETAGNE » [WWW.SENSATION-BRETAGNE.COM](http://WWW.SENSATION-BRETAGNE.COM)

En juillet 2016, le réseau Sensation Bretagne a abandonné son site Internet jugé trop institutionnel au profit d'un blog expérientiel.

Les objectifs de ce nouveau support sont de :

- communiquer sur l'expérience et la sensation ;
- créer des contenus affinitaires de qualité grâce à un travail collectif des 21 stations du réseau en Bretagne, dont fait partie « Saint-Quay-Portrieux ».



### L'ACQUISITION DE PHOTOGRAPHIES ET DE VIDÉOS VIA LE RÉSEAU « SENSATION BRETAGNE »

**OBJECTIF :** disposer d'images de qualité (photographe Alexandre Lamoureux et vidéaste Saint-Thomas TV) de chaque station utilisables par le réseau et par chacune des stations dans les outils de communication. Reportage photos fait en août 2016 (activités, famille, ambiances côté casino et côté port) et montage vidéo sur des prises de vues de l'été 2015.



**LE SUIVI DU SITE INTERNET GÉNÉRALISTE DU RÉSEAU NATIONAL « FAMILLE PLUS »**

OBJECTIF : présenter les aménités adaptées à l'accueil des familles avec enfants sur la page dédiée à la station sur le site [www.familleplus.fr](http://www.familleplus.fr)



**LE SUIVI DU SITE INTERNET GÉNÉRALISTE DU RÉSEAU NATIONAL DES « OFFICES DE TOURISME DE FRANCE »**

OBJECTIF : présenter les caractéristiques principales sur la page dédiée à la station sur le site [www.tourisme.fr](http://www.tourisme.fr)

**La promotion de la station touristique**

**LES ACTIONS DU RÉSEAU SENSATION BRETAGNE**



La promotion de la destination (et en particulier de la station touristique) est assurée principalement par le réseau « Sensation Bretagne ».

L'objectif collectif visé est d'améliorer la notoriété de chaque station en mutualisant et capitalisant les efforts au travers d'une marque « ombrelle » intitulée « Sensation Bretagne ».

**À NOTER :**

Saint-Quay-Portrieux a accueilli l'Assemblée Générale de Sensation Bretagne au Centre de Congrès le 10/3/2016 !

## LES SALONS À VOCATION PROMOTIONNELLE (grand public – France, Grande-Bretagne et Luxembourg)

SALON - LIEU	DATE	NOMBRE VISITEURS
Vakanz - Luxembourg	Du 15 au 17 janvier	20 000
The France Show - Londres	Du 29 au 31 janvier	15 000
Destinations Nature - Paris	Du 17 au 20 mars	170 000
Salon du randonneur - Lyon	Du 18 au 20 mars	12 762



## LES RELATIONS PRESSE DANS LE CADRE DU RÉSEAU « SENSATION BRETAGNE »

### LES DOSSIERS ET COMMUNIQUÉS DE PRESSE DU RÉSEAU

Les dossiers et les communiqués de presse sont préparés avec le concours de l'Agence Fluxus.

OBJECTIF : disposer de dossiers de presse sur des thèmes identitaires propres au réseau.

Les communiqués de presse et dossiers de presse thématiques existants et mis à jour pour 2016 :

- Les plus beaux sites naturels du littoral breton ;
- Les plus belles plages ;
- La Mer dans tous ses états ! ;
- Place aux Mômes ;
- Carnet de voyages : la Bretagne à Vélo ;
- Les 1001 visages du littoral breton.

Les nouveaux communiqués de presse 2016 :

- Bons Plans Hiver : 100 % Bol d'Air ;
- C'est la saison des coquillages : Quand ? Que faire ? Où ? Comment ?
- Vacances de printemps : Trip 100 % nature ;
- Les insolites de Sensation Bretagne.

Le nouveau dossier de presse 2016 : la découverte du patrimoine vivant Sensation Bretagne.

### LES RETOMBÉES PRESSE

Sensation Bretagne permet à notre station de participer à des actions de relations presse avec le concours de l'Agence Fluxus : 70 parutions identifiées sur le réseau des 21 stations « Sensation Bretagne » en 2016 et 10 citations pour Saint-Quay-Portrieux.

### L'ACCUEIL DE BLOGUEURS

Sensation Bretagne a mis en relation les Offices de tourisme du réseau avec des blogueurs influents ayant une communauté importante afin que leurs publications soient porteuses.

L'Office de tourisme de Saint-Quay-Portrieux a accueilli 2 blogueuses le weekend du 9 et 10 juillet 2016 :

- Mademoiselle Bon Plan (Gaëlle PERNELLE)  
Ligne éditoriale : « city break », « lifestyle »  
5409 abonnés Twitter // 3111 abonnés Facebook // 3870 abonnés Instagram
- Happy City (Christel MOREAU)  
Ligne éditoriale : « voyage », « lifestyle »  
1979 abonnés Twitter // 1606 abonnés Facebook // 1801 abonnés Instagram.

Cet accueil a généré 4 billets postés sur leur blog et une vingtaine de posts sur les réseaux sociaux.



DOSSIER DE PRESSE



COMMUNIQUÉ DE PRESSE

## LES ACCUEILS PRESSE DE L'OFFICE DE TOURISME

L'Office de tourisme participe à des accueils presse dont l'origine émane de tiers.

En 2016, le bilan est le suivant :

AU TITRE DE LA PROMOTION DE LA DESTINATION « SAINT-QUAY-PORTRIEUX »

PÉRIODE	MÉDIA	TYPE DE MÉDIA	SUJET	ORIGINE
11/03/2016	Les Echos	Presse écrite	Les grandes marées	Sensation Bretagne
19/03/2016	Arte	TV	Le recyclage des coquillages	OTSQP
01/06/2016	www.voyage.fr	TV	Benoît à la Plage	OTSQP
01/07/2016	Femme Actuelle	Presse écrite	Agenda de l'été	Sensation Bretagne
01/07/2016	COB FM	Radio	Présentation de la station et de ses animations	OTSQP
09/07/2016	Mademoiselle Bon Plan	Internet - Blog	Un weekend sur la Côte du Goëlo	Sensation Bretagne
09/07/2016	Happy City	Internet - Blog	Un weekend sur la Côte du Goëlo	Sensation Bretagne
20/07/2016	France Bleu Armorique	Radio	Présentation de la station et de ses animations	OTB
05/08/2016	France Bleu Armorique	Radio	Présentation de la station et de ses animations	OTB
18/08/2016	Pagtour	Internet - Blog	Présentation de la station	OTSQP
13/10/2016	Maxi	Presse écrite	Bon plan hôtellerie	Sensation Bretagne
25/10/2016	La Pharfelue	Internet - Blog	Récit personnel : la Plage de la Comtesse	Spontané
30/11/2016	Pagtour	Internet - Blog	Les activités aux vacances de la Toussaint et de Noël	OTSQP
19/12/2016	www.terroirevasion.com	Internet - Site internet spécialisé gastronomie		OTSQP
30/12/2016	France 3 Bretagne	TV	Visite guidée et coquille Saint-Jacques	OTSQP

## LES AUTRES ACTIONS DE PROMOTION



### LA PROMOTION MENÉE SOUS L'ÉGIDE DE LA DESTINATION RÉGIONALE « BAIE DE SAINT-BRIEUC - PAIMPOL - LES CAPS » EN FAVEUR DU PRODUIT GASTRONOMIQUE EMBLÉMATIQUE : LA COQUILLE SAINT-JACQUES

L'Office de tourisme de Saint-Quay-Portrieux participe à des actions partagées sur le thème de la gastronomie avec les autres Offices de tourisme de la Destination « Baie de Saint-Brieuc - Paimpol - Les Caps » en particulier en vue des fêtes de la coquille à Montmartre (annulée en 2016 suite aux attentats du 13/11/2015), à Villard de Lans (12 et 13 mars 2016) et à la Fête nationale de la gastronomie (du 23 au 25 septembre 2016).

L'Office de tourisme a apporté en dotation un séjour « Saint-Quay Gourmand » qui a été offert lors d'un jeu concours organisé dans ce cadre collectif.

# Le développement, la qualification de la destination et l'animation des acteurs socioprofessionnels

## Saint-Quay-Portrieux, un territoire « qualifié »

Aux côtés de la Ville de Saint-Quay-Portrieux, l'Office de tourisme joue un rôle important dans le travail de qualification de la destination, en particulier dans les domaines :

- du classement des meublés de tourisme,
- du suivi des labels et des classements de la commune et de la destination,
- de l'écoute des éventuels porteurs de projets, publics et privés,
- de l'animation des acteurs socioprofessionnels.

## Le classement des meublés de tourisme de la station

Depuis 2013, Madame Gaëlle LE MEN est qualifiée pour classer des meublés de tourisme dans le cadre du réseau des Offices de tourisme des Côtes d'Armor.



Une plaquette, éditée en 2013, par l'Office de tourisme et mise à jour en 2014, 2015 et 2016 vise à expliquer :

- le bien-fondé du classement et/ou de la labellisation pour la station et les hébergeurs ;
- la démarche à suivre pour classer et/ou labelliser des hébergements et en particulier des meublés de tourisme.

En 2016, et à la date du 31 décembre, Madame LE MEN a assuré 16 classements et reclassements :

	EN 2012	EN 2013	EN 2014	EN 2015	EN 2016
Nb. contacts	15	22	28	27	26
Nb. classements ou reclassements à St-Quay-Portrieux	6	7	18	12	10
Nb. classements ou reclassements à Tréveneuc	0	5	1	0	0
Nb. classements ou reclassements autres communes	0	0	4	7	6
<b>TOTAUX</b>	<b>6</b>	<b>12</b>	<b>23</b>	<b>19</b>	<b>16</b>

Il faut noter qu'à compter de juin 2016, la FDOTSI qui assurait les visites de classement en partenariat avec l'Office de tourisme a été dissoute et donc, l'Office de tourisme n'a pas pu proposer ce service à compter de cette date.

À la date du 31/12/2016, l'offre des meublés de tourisme de la station est de 73 locations classées ou labellisées et 135 locations ni classées, ni labellisées.

## Le suivi et le déploiement de « Famille Plus »

La Commune de Saint-Quay-Portrieux possède depuis 2006 le label « Famille Plus - Mer » attribué par l'Association Nationale des Elus des Territoires Touristiques (ANETT).



### L'OFFICE DE TOURISME POURSUIT SON ACTION DE SENSIBILISATION ET CONTINUE D'ÉTOFFER SON OFFRE QUI COMPTE 21 PRESTATAIRES LABELLISÉS

#### L'OFFRE LABELLISÉE AU 31 DÉCEMBRE 2016

La station a été initialement auditée en 2008 puis en 2012, 2013 et 2014 dans le cadre d'un contrôle « continu ». À la suite d'un audit sur site (24 et 25 juillet 2014), la commune s'est vue renouveler le label pour une durée de 3 ans. À la date du 31 décembre 2016, l'offre labellisée de Saint-Quay-Portrieux est la suivante :

Festival Place aux Mômes	Animation
Hôtel Ker Moor Préférence****	Hébergement
Chambre d'hôtes 3 Clévacances de Madame LE COMTE	Hébergement
Meublé de tourisme 3 Clévacances de Madame POTARD	Hébergement
Meublé de tourisme*** de Madame BOUGAULT	Hébergement
Meublés de tourisme** et *** de M. et Madame LE GOFF	Hébergement
Ateliers Kréa'kids	Loisirs
Balade pirates de Sport Nautique de Saint-Quay-Portrieux	Loisirs
Bibliothèque pour tous	Loisirs
Cinéma Arletty	Loisirs
Club de plage Sea Club	Loisirs
Compagnie des Archers du Sud Goëlo	Loisirs
Grains de Sable - Accueil de Loisirs municipal	Loisirs
Kayak Avel Vor	Loisirs
Pôle Nautique Sud-Goëlo - base de Saint-Quay-Portrieux	Loisirs
Les Enfants Terribles	Restauration
Le Restaurant du Casino	Restauration
La Passerelle	Restauration
Crêperie du Port	Restauration
Les Plaisanciers	Restauration
Arvor Goëlo Taksi	Services

#### INFO+

Le Label Famille Plus a fêté ses 10 ans en 2016. À cette occasion et jusqu'au 30 septembre 2016, il a été organisé un concours de selfies sur les réseaux sociaux destiné aux familles voyageant dans les destinations labellisées, dont Saint-Quay-Portrieux fait partie. Le but de ce concours était de poster une photo de type « selfie en famille » sur Twitter ou Instagram en incluant les hashtags #selfiefamilleplus et #saintquayportrieux.



## L'écoute des porteurs de projets publics et privés

L'Office de tourisme participe à l'accompagnement de porteurs de projets privés ou d'actions relevant des acteurs publics (ex : écoute et questionnement sur le projet sans a priori ; comprendre et reformuler le projet ; enrichir le projet en apportant des compléments en particulier, en renvoyant le porteur de projet vers des ressources externes pertinentes ; et le cas échéant, proposer un accompagnement du porteur de projet).

En 2016, cela a concerné les actions suivantes :

- un projet de création d'une activité de location/vente de vélos électriques avec parcours guidés, portage sur site ou à domicile ;
- un projet de création de site Internet/Portail activités nautiques/forum/plate-forme collaborative : mabellemer.com ;
- un projet de restauration rapide (française) de bonne qualité dans les locaux de la Boulangerie de la Mer ;
- un projet de salon de thé/brunch, rue Clemenceau : Le Havre des Pas ;
- le « parc éolien en mer et développement touristique » porté par CAD 22 (participation à l'atelier de travail du 9/12/2016).

## L'animation des acteurs publics et privés de la destination

L'Office de tourisme participe à l'animation des acteurs publics et privés et des partenaires touristiques par la mise en œuvre de différentes actions :

- en mettant à la disposition des partenaires locaux des contenus informatifs via une lettre d'information permanente sous le format « Scoop it »,
- en offrant des contenus en téléchargement depuis la partie « Espace pro » du site Internet de l'Office de tourisme,
- en favorisant la connaissance et l'appropriation de données socio-économiques et en participant à des dispositifs de collecte de données et à des enquêtes avec le tissu local.

## LA COMMUNICATION AVEC LES ACTEURS, LES PARTENAIRES ET LES SOCIO-PROFESSIONNELS DE LA DESTINATION

### LA LETTRE D'INFORMATION « SO' SAINT-QUAY-PORTRIEUX »

Une lettre d'information destinée aux acteurs socioprofessionnels de la destination, intitulée « So' Saint-Quay-Portrieux » a été créée en octobre 2013 en utilisant la solution dite de curation « Scoop.it ! » (elle permet de rédiger, partager et diffuser des contenus notamment par le biais des réseaux sociaux tels que Facebook et Twitter).

Depuis 2013, l'activité de la lettre d'information a été la suivante :

- 248 articles publiés (dont 30 en 2016),
- 24 900 pages lues,
- 290 « followers ».



## **L'ESPACE « PRO » DU SITE INTERNET DE L'OFFICE DE TOURISME**

Un espace au sein du site Internet de l'Office de tourisme est dédié aux acteurs socioprofessionnels de la destination, afin d'accéder et de partager certains outils :

### **OUTILS DE COMMUNICATION PARTAGEABLES**

- Dossiers et communiqués de presse de la destination
- Vidéos et logos relatifs à la destination
- Documentation touristique de la destination

### **RELATIONS ET ACTIVITÉS DE L'OFFICE DE TOURISME**

- Rapports d'activités de l'Office de tourisme depuis 2008
- Guide du partenariat et conditions d'accès aux outils de communication de l'Office de tourisme
- Politique promotionnelle de l'Office de tourisme
- Documents relatifs aux éventuels marchés de l'Office de tourisme de Saint-Quay-Portrieux

### **OUTILS RELATIFS À LA QUALIFICATION DE LA DESTINATION ET DE SES ACTEURS**

- Notice relative au classement et à la labellisation des meublés de tourisme
- Outils relatifs à la gestion des labels « Famille Plus » et « Tourisme et Handicap »
- Outils relatifs à la gestion de la Marque « Qualité tourisme »

### **OUTILS RELATIFS À LA GESTION DE LA TAXE DE SÉJOUR**

- Notes d'information et modes d'emploi de la taxe de séjour communale
- Documents techniques (grilles, registres et reçus)

### **OUTILS DIVERS EN LIEN AVEC L'ACTIVITÉ OU LA PROFESSIONNALISATION DES ACTEURS**

- Outils relatifs à des enquêtes (ex : opération avec Sensation Bretagne et ORTB)
- Calendrier des vacances scolaires
- Outils relatifs à des clientèles touristiques de la destination (ex : C'est beau Ici !)

Dans la continuité de 2015, l'Office de tourisme a souhaité mieux informer le public de l'offre de prestations nautiques proposées au départ de Saint-Quay-Portrieux. Aussi, il a fait fabriquer et installer de nouvelles mini banderoles d'une taille de 130 x 65 cm sur le Port d'Armor pour les nouvelles activités suivantes :

- Mini-croisières à bord d'un catamaran tout confort, avec Maestro Croisières,
- École de plongée avec Armor Plongée.







## LA PARTICIPATION À L'ENQUÊTE « REFLET » MENÉE PAR L'OBSERVATOIRE RÉGIONAL DU TOURISME DE BRETAGNE (ORTB) EN PARTENARIAT AVEC LE RÉSEAU SENSATION BRETAGNE :

« REFLET » (Région Enquête de Fréquentation, Loisirs Et Tourisme) est le nom de l'enquête de fréquentation d'envergure régionale conduite en 2016 en Bretagne.

Cette enquête a commencé le week-end de Pâques pour se terminer le pont du 11 novembre 2016 couvrant ainsi près de 90% de la fréquentation touristique de la région.

Elle intervient 10 ans après « MORGOAT enquête Tourisme » et vise à disposer d'une photographie du tourisme dans la région.

Les comportements des touristes ayant changé, l'enquête va permettre d'actualiser les données utilisées par l'ensemble des acteurs du tourisme en Bretagne.

Ce sondage grand format couvre trois aspects majeurs du tourisme dans la région :

- L'excursionnisme, au travers d'une enquête en ligne auprès des Bretons, des Normands et des Ligériens qui visitent la région à la journée ;
- Le tourisme d'affaires dans le but de recenser les différentes structures (palais des congrès, parcs-expos, sièges de banque, universités) capables d'accueillir de gros événements et d'en cerner les enjeux ;
- Le tourisme en général, qui concerne cette fois les visiteurs qui passent au moins une nuit en Bretagne.

Les visiteurs ont été enquêtés sur les différents sites de visites (naturels, patrimoniaux, bâtis), dans les ports, gares et aéroports, sur les marchés (pour capter des visiteurs ne fréquentant pas les sites emblématiques de la région), mais également dans certains centres nautiques et Offices de tourisme en Bretagne, dont celui de Saint-Quay-Portrieux.

Au total, ce sont **155 POINTS D'ENQUÊTE** qui ont été retenus. **30 000 QUESTIONNAIRES** en cinq langues (français, anglais, allemand, espagnol, italien et néerlandais) ont été soumis aux visiteurs, sur les sites ou à leur retour chez eux, par mail ou par courrier. Les participants ont été automatiquement inscrits à un jeu concours pour gagner l'un des 9 séjours mis en jeu par les partenaires du Comité Régional du Tourisme Bretagne (CRTB).

**LES PREMIERS RÉSULTATS SERONT DISPONIBLES À COMPTER DU 30 MARS 2017.**

---

## L'ANIMATION DU TERRITOIRE VIA LES RÉSEAUX

Madame Anne-Sophie GEORGES et sa remplaçante Madame Manon SAVIN, en tant qu'animatrices numérique du territoire, ont diffusé régulièrement des contenus utiles aux acteurs socio-professionnels de la destination (ex : conseils, actualités, bonnes pratiques, outils, ateliers, ...) par le biais de leur « profil Facebook ».

Madame Cécilia LE GOFF, en tant que référente « Famille Plus » de la station de Saint-Quay-Portrieux, a diffusé régulièrement des contenus utiles aux acteurs socio-professionnels de la destination par le biais de la lettre « Famille Plus à la une ».

# L'animation et les événements de la station

## L'Office de tourisme de Saint-Quay-Portrieux accompagne la Ville sur le plan de l'animation et des principaux événements

L'animation et l'accompagnement des événements est une fonction qui relève du service public propre à beaucoup d'Offices de tourisme.

À Saint-Quay-Portrieux, l'Office de tourisme :

- organise, lors des périodes de forte fréquentation, des animations du type videgreniers et brocantes,
- accompagne les porteurs de projets en matière d'événementiels dans la formulation de ces derniers afin de favoriser la notoriété et d'améliorer l'image de la destination,
- et accompagne la Ville dans la communication des événements qu'elle porte ou finance (ex : Place aux Artistes, Place aux Mômes, ...).



## LES AUTRES GRANDS ÉVÉNEMENTS SOUTENUS PAR LA VILLE DE SAINT-QUAY-PORTRIEUX

L'Office de tourisme a accompagné la Ville de Saint-Quay-Portrieux et les organisateurs de grands événements, qui se sont produits à Saint-Quay-Portrieux (ex : relais des actions de communication...).

Voici quelques-uns des principaux événements :



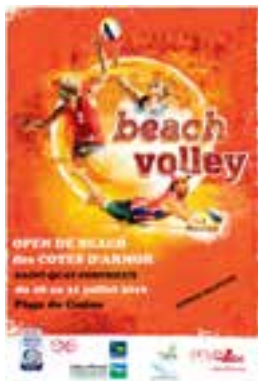
FESTIVAL INTERNATIONAL DU  
COURT-MÉTRAGE PAUL SIMON  
Du 27 au 29 mai 2016



CONCOURS NATIONAL  
DE JUMPING DE  
SAINT-QUAY-PORTRIEUX  
Du 28 juin au 3 juillet 2016



EXPOSITION DES PEINTRES  
OFFICIELS DE LA MARINE  
Du 12 juillet au 3 août 2016



FRANCE OPEN  
BEACH VOLLEY SÉRIE  
Du 28 au 31 juillet 2016



TROPHÉE DES MULTICOQUES  
"PRINCE DE BRETAGNE"  
Du 26 au 28 août 2016



SAMAIN  
Les 31 octobre et  
1<sup>er</sup> novembre 2016

### LES ANIMATIONS ORGANISÉES PAR L'OFFICE DE TOURISME

L'Office de tourisme de Saint-Quay-Portrieux a organisé trois événements sur le thème de la brocante et vide-greniers :

- Brocante professionnelle, du 15 au 17/07 (28 exposants),
- Vide-greniers « grand public » du vieux port, le 07/08 (624 mètres linéaires et 132 exposants dont 6 professionnels),
- Brocante professionnelle, du 12 au 14/08 (32 exposants).



### INFO+

#### LES OUTILS DE COMMUNICATION

L'Office de tourisme a accompagné la Ville de Saint-Quay-Portrieux dans la construction et la diffusion d'outils de communication assurant la promotion des animations et événements pendant les principales périodes touristiques :

- création, modification et gestion de 652 fiches « SitArmor » en vue de l'alimentation des outils numériques et imprimés,
- Diffusion de communiqués de presse pour les événements les plus importants (Place aux Artistes...).

# La gestion et le management de l'EPIC

## Loi NOTRe, un chantier en 2016

L'Assemblée Nationale a achevé, le 18 octobre 2016, l'examen en première lecture du projet de Loi Montagne.

- Les communes « stations classées » selon le classement de 2009 (et non selon l'ancien classement) pouvaient donc choisir de déroger au transfert obligatoire de la compétence tourisme aux EPCI par une délibération de la commune avant le 31 décembre 2016.
- Fin 2016, aucun projet touristique n'avait encore été élaboré au sein du futur territoire « Saint-Brieuc Armor Agglomération » et la mise en place d'une organisation globale prendra du temps.
- Cette dérogation à la Loi NOTRe est apparue comme une opportunité de mieux préparer la future collaboration entre les quatre Offices de tourisme sur le nouveau territoire (Office de tourisme de la Baie de Saint-Brieuc, Office de tourisme de Quintin, Office de tourisme de Binic - Étables-sur-mer, Office de tourisme de Saint-Quay-Portrieux).
- En date du 16 décembre 2016, le Conseil Municipal de Saint-Quay-Portrieux a choisi à l'unanimité de conserver, au niveau communal, la compétence Tourisme.
- Au 1<sup>er</sup> janvier 2017, l'Office de tourisme de Saint-Quay-Portrieux reste distinct et est de gouvernance communale et de financement communal. Son territoire de compétence se limite désormais strictement à la commune de Saint-Quay-Portrieux.



## Les Comités de direction de l'Office de tourisme de Saint-Quay-Portrieux

En 2016, sous l'égide de la Présidente de l'EPIC, six Comités de direction se sont tenus :

### Mercredi 20 janvier :

- Adhésion de l'Office de tourisme de Saint-Quay-Portrieux à la Destination régionale « Baie de Saint-Brieuc-Paimpol-les Caps ».

### Mardi 10 mai :

- Délibération relative à l'approbation du Compte de Gestion de l'exercice 2015 ;
- Délibération relative à l'approbation du Compte Administratif de l'exercice 2015 ;
- Délibération relative à l'affectation des résultats de l'exercice 2015 ;
- Délibération relative à l'indemnité de conseil du Comptable Public ;
- Présentation des tarifs 2016.

### Mardi 22 novembre :

- Bilan de la saison estivale écoulée ;
- Échéances 2017 ;
- Avis du Comité de direction au regard des dernières évolutions de la loi NOTRe ;
- Délibération pour la désignation d'un nouveau RAQ (Référént et Animateur Qualité) ;
- Délibération pour une revalorisation salariale du nouveau RAQ ;
- Délibération fixant les durées des amortissements ;
- Délibération à propos du prolongement de la ligne de trésorerie ;
- Délibération fixant les modalités de calcul de la participation d'autres EPCI afin de permettre les refacturations de co-voiturage.

### Mercredi 23 mars :

- Délibération pour la mise à disposition de Madame Anne-Sophie GEORGES auprès du PETR du Pays de Saint-Brieuc dans le cadre de la Destination régionale « Baie de Saint-Brieuc-Paimpol-Les Caps » ;
- Délibération pour encaisser exceptionnellement des ANCV 2015 pour le compte de prestataires ;
- Délibération - Décision modificative pour régulariser des reliquats de centimes de TVA ;
- Présentation du rapport d'activités 2015 de l'Office de tourisme de Saint-Quay-Portrieux.

### Mardi 28 juin :

- Budget supplémentaire 2016.

### Jeudi 22 décembre :

- Présentation des tarifs 2017 ;
- Délibération relative à la reconduction d'attribution d'ANCV (Chèques Vacances) au profit des salariés permanents de l'Office de tourisme de Saint-Quay-Portrieux ;
- Débat et Vote du Budget Primitif 2017 de l'Office de tourisme de Saint-Quay-Portrieux.

## Les grandes lignes du budget 2016 de l'Office de tourisme

### LE COMPTE ADMINISTRATIF

DÉPENSES		RECETTES	
<b>SECTION FONCTIONNEMENT</b>			
Charges de personnel	228 289,26 €	Subventions	193 500,00 €
Charges à caractère général	98 764,31 €	Recettes sur actes de ventes	92 938,73 €
Autres charges de gestion courante	1,57 €	Taxe de séjour	44 599,50 €
Charges financières	115,00 €	Produits divers de gestion	10 741,50 €
Charges exceptionnelles	1 852,69 €	Produits exceptionnels	1 769,00 €
Dotations aux amortissements	2 405,91 €	Atténuation de charges	36 825,35 €
Résultat antérieur (déficit)	- €	Résultat antérieur	13 020,03 €
<b>Total</b>	<b>331 428,74 €</b>	<b>Total</b>	<b>393 394,11 €</b>
		Résultat de l'exercice (excédent)	61 965,37 €
<b>SECTION INVESTISSEMENT</b>			
Immobilisations incorporelles	- €	Subventions	- €
Immobilisations corporelles	271,20 €	Prêts	- €
Dépenses d'ordre	- €	Dotations aux amortissements	2 405,91 €
Autres charges	- €	Autres recettes	- €
Résultat antérieur	- €	Résultat antérieur (excédent)	29 074,62 €
<b>Total</b>	<b>271,20 €</b>	<b>Total</b>	<b>31 480,53 €</b>
		Résultat de l'exercice (excédent)	31 209,33 €

## Un autofinancement important issu du produit de la vente de services divers (touristiques et non touristiques).

L'Office de tourisme vend des prestations et des services divers (ex : activités à vocation touristique, vente d'encarts publicitaires, services à destination des publics accueillis dont la billetterie SNCF, vente d'animations, ventes d'activités pour le compte de la Commune de Saint-Quay-Portrieux).

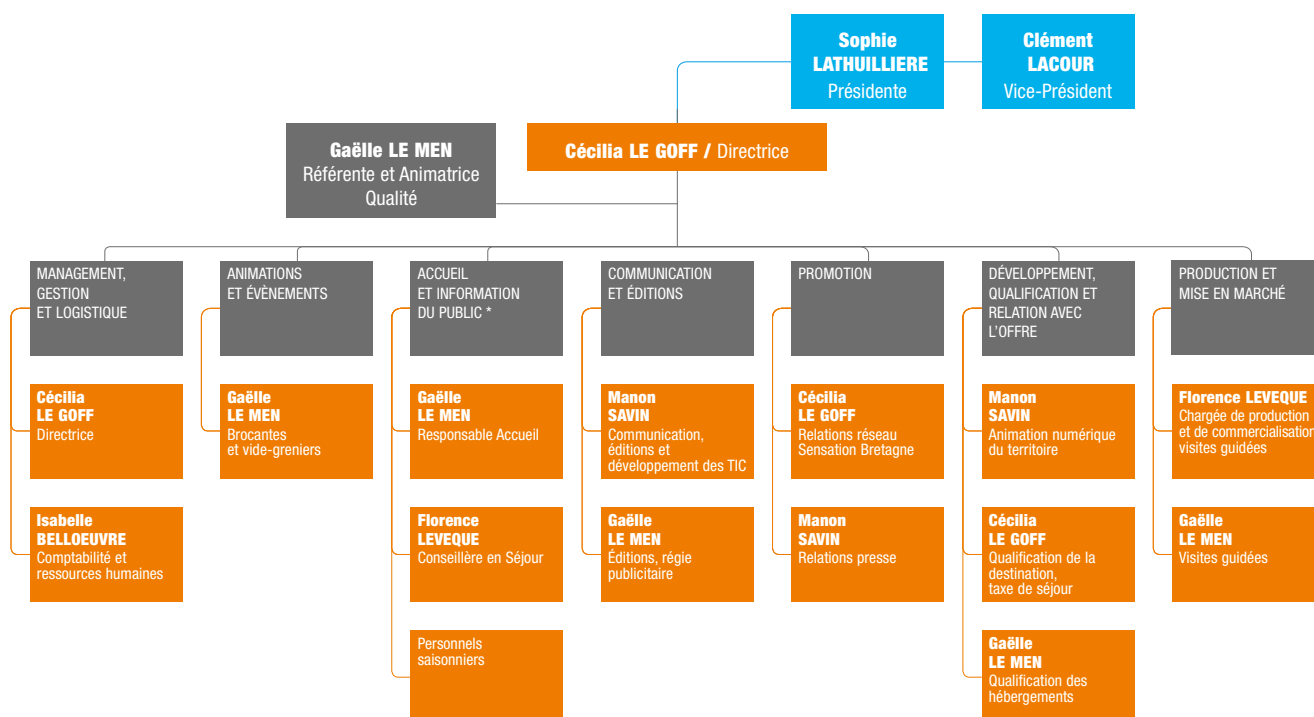
En 2016, le volume d'affaires global réalisé par l'Office de tourisme est supérieur au budget de l'Office lui-même (350 K€).

Cette activité marchande génère un autofinancement relativement important (recettes à hauteur de 92,9 K€, soit près de 24 % de ses recettes totales).

Les volumes d'affaires réalisés par l'OTSQP : :

	EN 2013	EN 2014	EN 2015	EN 2016
Vente au titre de la billetterie SNCF (TTC)	202 989,05 €	179 898,83 €	167 236,03 €	143 951,67 €
Vente autres prestations tourisme (TTC)	118 274,45 €	334,20 €	107 637,96 €	112 603,10 €
Vente au titre du CLJ (TTC)	21 778,80 €	26 512,00 €	31 050,00 €	32 992,82 €
Vente au titre de l'animation (TTC)	9 147,50 €	6 810,50 €	10 897,00 €	10 720,00 €
Vente au titre des services non touristiques (TTC)	860,97 €	834,32 €	775,81 €	1 054,35 €
Vente au titre de la régie pub et partenariats (HT)	58 828,26 €	60 670,96 €	48 030,67 €	48 683,67 €
<b>Total</b>	<b>411 879,03 €</b>	<b>386 060,81 €</b>	<b>365 627,47 €</b>	<b>350 005,61 €</b>

## Une équipe de 5 personnes aux missions très diversifiées



Six fonctions opérationnelles et une fonction logistique sont assurées par l'équipe de l'Office de tourisme (5 personnes pour 5,42 ETP au 31/12/2016).

### UNE ANNÉE 2016 RICHE DU POINT DE VUE DES RESSOURCES HUMAINES :

- Le 20 janvier 2016, le Comité de direction de l'Office de tourisme a approuvé la convention de partenariat relative à l'organisation, au plan d'actions et au financement de la Destination touristique « Baie de Saint-Brieuc-Paimpol-Les Caps » pour les années 2016-2017.
- Dans ce cadre, l'organisation de la Destination se fait sur la base de mises à disposition de personnel. Suite à la sollicitation du PETR du Pays de Saint-Brieuc, Madame Anne-Sophie GEORGES, chargée de communication à l'Office de tourisme a postulé et a été retenue pour le poste de « Référent Général » jusque fin 2017.
- Pour remplacer Madame Anne-Sophie GEORGES, Madame Manon SAVIN a été recrutée pour assurer les mêmes missions le temps de la mise à disposition.
- Madame Cécilia LE GOFF, Directrice, ne pouvant conserver les missions de Référent et Animateur Qualité pour des questions réglementaires, Madame Gaëlle LE MEN a accepté de reprendre la mission de « RAQ ».

### Le renfort de deux saisonniers en été

Deux personnes ont été recrutées (0,4 ETP), en tant que saisonniers, pour renforcer l'équipe en charge de l'accueil et de l'information des publics au cours de l'été 2016 :

- Virginie HAMON
- Max ZEWUSTER.



## DES JEUNES ACCUEILLIS EN STAGE CHAQUE ANNÉE

En 2016, l'Office de tourisme a accueilli 14 personnes en stage (par ordre de présence à l'Office de tourisme) :

- Philippe DANTY (Reconversion professionnelle – CLPS)
- Elisa MESSI-ABANDA (BTS Tourisme à Nantes)
- Laurie LE DORTZ (BTS Tourisme à Pontivy)
- Lou-Anne MOREL (Découverte - classe de 3<sup>e</sup> – Collège Stella Maris à Saint-Quay-Portrieux)
- Marion CHAPUT (BTS Tourisme à Paris)
- Laura MORENO (Découverte - classe de 3<sup>e</sup> – Collège Saint-Charles à Saint-Brieuc)
- Karine PIERSON (Reconversion professionnelle – AMISEP)
- Lucy VALO (BTS Assistant de manager à Saint-Brieuc)
- Mathilde BOUTON (Licence LEA – Sorbonne à Paris)
- Marie RENAULT (BTS Tourisme à Rennes)
- Céza OLIVIER (Découverte - classe de 3<sup>e</sup> – Collège Saint-Pierre à Saint-Brieuc)
- Mathis FLAUX (Découverte - classe de 3<sup>e</sup> – Lycée Freyssinet à Saint-Brieuc)
- Marie ROLLAND (BTS Assistant de manager à Guingamp)
- Juliette FOURNIER (Découverte - classe de 3<sup>e</sup> – Collège Camille Claudel à Saint-Quay-Portrieux).

## LA FORMATION DE L'ÉQUIPE AU SERVICE DE L'EXIGENCE PROFESSIONNELLE

### UN PROCESSUS PERMANENT AU SERVICE DE LA QUALIFICATION DES SALARIÉS DE L'OFFICE DE TOURISME

En application de la démarche « Qualité Tourisme », l'équipe de l'Office de tourisme a suivi, en 2016, des actions de formation (assurées par des entreprises de formation agréées ou organisées en interne en fonction de compétences déjà acquises) permettant de maintenir et d'améliorer le niveau de compétence de l'équipe :

- 163 heures de formation externe,
- 41,5 heures de formation en interne.

En complément de ces actions de formation, les membres de l'équipe ont consacré du temps, à titre personnel et hors temps de travail, à la découverte et à la connaissance d'offres de tourisme et de loisirs, au sein du territoire de destination, à hauteur de 88,5 heures.

## La marque « Qualité Tourisme »

### NOTRE ENGAGEMENT



L'Office de tourisme est marqué « Qualité Tourisme » depuis 2010. Le « Groupe de travail local Qualité » s'est réuni deux fois en 2016 :

- Le 24 mai 2016, il a été fait un point sur le bilan des questionnaires de satisfaction 2015 et début 2016, le bilan Qualité depuis le 26/5/2015, les documentations 2016 et une présentation de l'enquête « REFLET » menée par l'Observatoire régional du tourisme de Bretagne avec le réseau Sensation Bretagne.
- Le 8 novembre 2016, Le nouveau Référent et Animateur Qualité a été présenté à GLTQ, il a été fait un point sur le bilan des questionnaires de satisfaction de janvier à octobre 2016, le bilan Qualité depuis le 24/5/2016, les aménagements 2016 et les échéances 2017.

## La gestion de la taxe de séjour

Depuis 2003, l'Office de tourisme gère le processus de déclaration et de collecte de la taxe de séjour pour le compte de la Commune de Saint-Quay-Portrieux.

En 2016 :

- 211 propriétaires ou exploitants d'établissements d'hébergement touristiques sont concernés par la taxe de séjour,
- Quatre temps de déclaration et de collecte sont gérés par l'Office de tourisme (à chaque fin de trimestre).



En 2016, les hébergeurs touristiques ont collecté 44 600 € de taxe de séjour (augmentation de 37,69 % par rapport au montant collecté pour 2015).

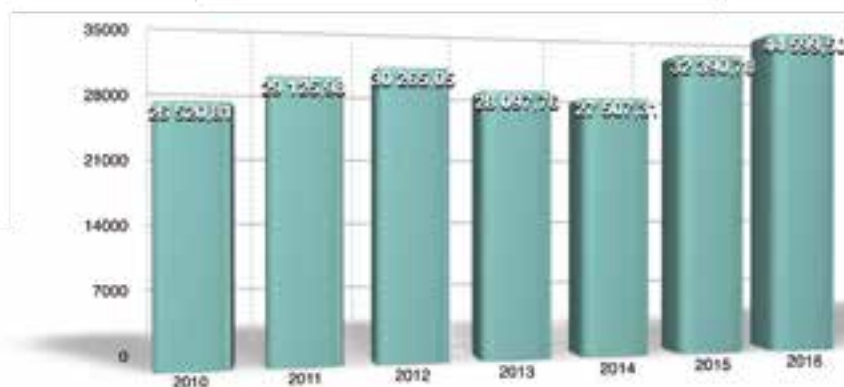
**À NOTER :** Les tarifs de Taxe de séjour 2016 ont été revus à la hausse, ce qui explique, en grande partie, cette augmentation du montant de la collecte. Par ailleurs, la bonne fréquentation estivale et la régularité des relances de l'Office de tourisme contribuent également à cette hausse.

Sur le plan des montants de la taxe de séjour collectés, et sur la base des déclarations faites par les propriétaires et les exploitants des hébergements, la répartition est la suivante :

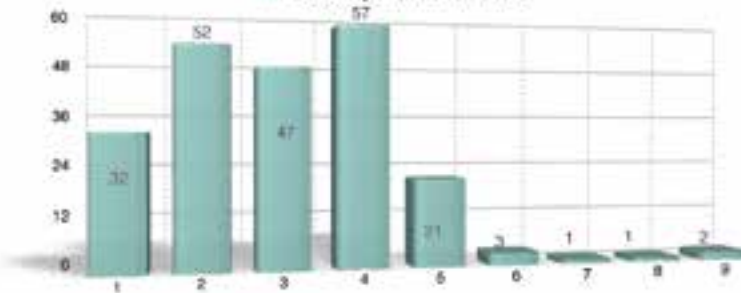
- 14,8 % déclarent ne pas avoir collecté de taxe de séjour,
- 45,8 % déclarent avoir collecté entre 0.01 et 99,99 €,
- 37,5 % déclarent avoir collecté entre 100 et 999,99 €,
- 1,9 % déclarent avoir collecté 1 000 € et plus de taxe de séjour.

Les principaux contributeurs sur le plan fiscal sont les établissements hôteliers et le camping, puis le Port d'Armor.

■ Montants de la taxe de séjour collectée par les hébergeurs (en €)

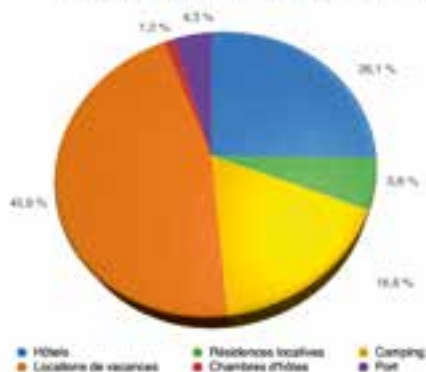


■ Taxe de séjour collectée en 2016



- |                       |                         |
|-----------------------|-------------------------|
| 1 - Pas de collecte   | 6 - De 500 à 999,99 €   |
| 2 - De 0.01 à 49,99 € | 7 - De 1000 à 2499,99 € |
| 3 - De 50 à 99,99 €   | 8 - De 2500 à 4999,99 € |
| 4 - De 100 à 249,99 € | 9 - 5000 € et +         |
| 5 - De 250 à 499,99 € |                         |

Répartition des montants collectés par type d'hébergement



## Les partenaires de la station et de l'Office de tourisme



### LA TOUCHE FRANÇAISE

(dotation textile à destination de l'équipe de l'Office de tourisme)



imprimerie  
Dessalles

### L'IMPRIMERIE DESSALLES

(fourniture d'agendas marqués « Saint-Quay-Portrieux »)



### LES VEDETTES DE BRÉHAT

(soutien financier à l'Office de tourisme)



### LA COMMUNE DE TRÉVENEUC

(soutien financier à l'Office de tourisme)

CELTARMOR



### CELTARMOR (filiale du groupe Fipêche)

(soutien financier à l'Office de tourisme)



© IEFEL - IEFEL.COM - Coopérative Erwan Iefel - Chériou - Franci Galvez - Alphonse Lamoureux - Cécile Lebrun - Frédérique Doré - Offices de tourisme de Saint-Quay-Portrieux - Lucky Poplain - Ville de Saint-Quay-Portrieux - Mars 2017.



TOUTES LES INFOS SUR [www.saintquayportrieux.com](http://www.saintquayportrieux.com)  
Office de tourisme de Saint-Quay-Portrieux ■ 17 bis rue Jeanne d'Arc ■ 22410 Saint-Quay-Portrieux  
TÉL. : +33 (0)2 96 70 40 64 ■ FAX : +33 (0)2 96 70 39 99 ■ COURRIEL : [tourisme@saintquayportrieux.com](mailto:tourisme@saintquayportrieux.com)  
LATITUDE : 48.6480393 ■ LONGITUDE : -2.8267880  
N° IMO22100022

