



SAINT-QUAY  
PORTRIEUX

BRETAGNE 

2017

Tourisme

# Rapport d'activités





# Sommaire

- P. 03 EDITORIAL
- P. 04 L'ACCUEIL ET L'INFORMATION DES PUBLICS
- P. 09 LA PRODUCTION ET LA MISE EN MARCHÉ  
DES OFFRES DE LA DESTINATION
- P. 16 LA COMMUNICATION ET LA PROMOTION  
DE LA DESTINATION
- P. 22 LE DÉVELOPPEMENT, LA QUALIFICATION  
DE LA DESTINATION ET L'ANIMATION  
DES ACTEURS SOCIOPROFESSIONNELS
- P. 28 L'ANIMATION ET LES ÉVÉNEMENTS DE LA STATION
- P. 31 LA GESTION ET LE MANAGEMENT DE L'OFFICE  
DE TOURISME DE SAINT-QUAY-PORTRIEUX

# Editorial

## 2017 aura été une année riche en dossiers de fond, importants pour l'avenir de l'Office de tourisme et de Saint-Quay-Portrieux.

L'Office de tourisme de Saint-Quay-Portrieux, resté communal au sein de sa nouvelle intercommunalité, Saint-Brieuc Armor Agglomération, n'a pas été chamboulé dans son organisation comme ont pu l'être de nombreuses structures touristiques à l'échelle nationale du fait des regroupements.

Il n'empêche que 2017 aura été une année riche en dossiers de fond, importants pour l'avenir de l'Office de tourisme et de Saint-Quay-Portrieux :

- La refonte totale du site Internet aura mobilisé l'équipe pour un résultat à la hauteur de nos ambitions, même si l'alimentation en contenus est permanente puisqu'il s'agit d'un outil en mouvance et adaptation perpétuelles. Ce nouvel outil, consultable sur tout support, était un prérequis au renouvellement de la Marque Qualité Tourisme.
- Le renouvellement de la Marque Qualité Tourisme pour 3 années supplémentaires récompense notre démarche d'amélioration continue et était une des conditions sine qua non à la présentation du dossier de demande de renouvellement du classement en Catégorie 1.
- La demande de renouvellement du classement en Catégorie 1 a été déposée en Préfecture des Côtes d'Armor fin octobre 2017.

En parallèle de ces dossiers, l'Office de tourisme de Saint-Quay-Portrieux a poursuivi sa collaboration avec les Offices de tourisme de la Baie de Saint-Brieuc et de Binic/Étables-sur-mer, notamment sur des dossiers qui verront le jour en 2018.

Je remercie chaleureusement les membres du Comité de direction ainsi que les élus de la ville qui nous ont accompagnés sur ces différents dossiers importants pour l'avenir de notre station.

Je remercie également l'engagement et l'investissement de toute mon équipe, sans qui tout cela n'aurait pas été possible.

Dans ce climat serein, entourée d'une équipe compétente, investie et motivée, 2018 sera une année de projets pour l'Office de tourisme, avec, notamment, des actions de promotion, de gros évènements qui feront rayonner la station....

CÉCILIA LE GOFF

*Directrice de l'Office de tourisme*



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 2015-2017.





# 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.

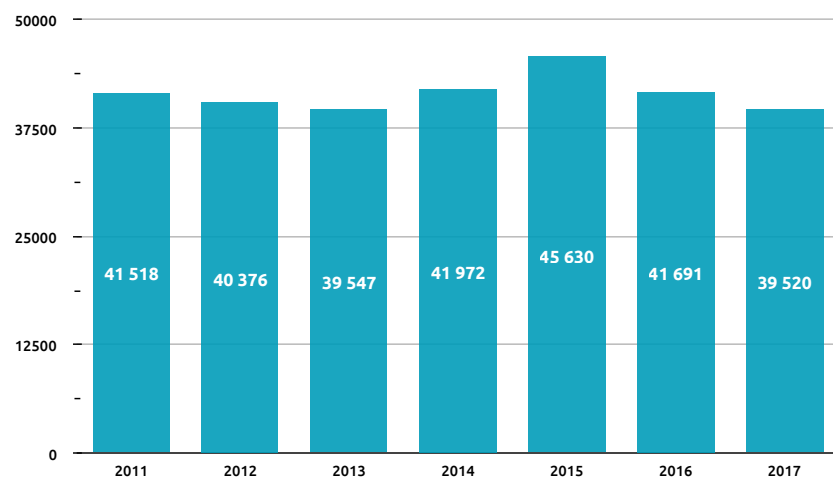
#### L'ACCUEIL DES PUBLICS PAR L'OFFICE DE TOURISME

En 2017, l'Office de tourisme de Saint-Quay-Portrieux a été ouvert au public pendant 316 jours.



316 jours d'ouverture en 2017 soit 86,6 % 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 2017 mesurée par l'éco-compteur (solution implantée depuis janvier 2011) est en baisse de 5,2 % par rapport à 2016 (et de 13,4 % en comparaison avec 2015 qui était une année faste) : une belle avant-saison avec des ponts, un mois d'août maussade et une arrière-saison qui n'a pas tenu ses promesses. Les mois de juillet et août demeurent les plus fréquentés (49,7 % de la fréquentation 2017).

	EN 2013	EN 2014	EN 2015	EN 2016	EN 2017
<b>1</b> F	92,8%	91,5%	92,5%	91,7%	92,6%
D	1,7%	1,9%	1,7%	2,0%	2,0%
B	1,6%	1,4%	1,4%	1,6%	1,6%
GB	2,0%	2,2%	1,8%	1,6%	1,2%
Autres	1,9%	3,1%	2,6%	3,1%	2,6%

**1** La fréquentation des étrangers en 2017 est en légère baisse par rapport à 2016. Ils ont représenté environ 7,4 % de la fréquentation de l'Office de tourisme contre 8,4 % en 2016. Les allemands confirment leur première place, et les anglais sont moins présents.

	EN 2013	EN 2014	EN 2015	EN 2016	EN 2017
<b>2</b> Bretagne	44,8%	45,4%	47,2%	41,6%	46,67%
Ile de France	20,6%	20,1%	17,4%	17,7%	16,37%
Pays de la Loire	5,0%	6,9%	7,1%	6,8%	5,95%
Hauts-de-France	4,3%	4,5%	4,2%	4,8%	5,29%
Normandie (s)	4,2%	4,6%	4,5%	5,1%	5,01%
Rhône-Alpes / Auvergne Rhône Alpes	3,9%	3,5%	3,5%	4,2%	4,23%
Grand Est	3,22%	3,30%	3,90%	3,84%	3,87%
Centre - Val de Loire	3,2%	3,5%	3,8%	3,8%	3,83%
Autres régions	9,7%	9,9%	10,8%	14,1%	8,78%

**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.

	EN 2013	EN 2014	EN 2015	EN 2016	EN 2017
<b>3</b> Côtes d'Armor	39,5%	39,8%	40,4%	34,1%	39,99%
Paris	6,6%	6,8%	5,9%	5,2%	5,40%
Ille et Vilaine	3,3%	3,3%	3,9%	3,9%	3,80%
Yvelines	4,3%	3,1%	3,2%	3,0%	2,71%
Nord	1,98%	2,24%	2,31%	3,06%	2,30%
Hauts de Seine	3,2%	3,0%	2,6%	2,7%	1,88%

**3** La fréquentation locale (issu des Côtes d'Armor et du bassin de Saint-Brieuc) est très élevée à l'Office de tourisme (près de 40%), largement devant celle de la Région Parisienne. Le département du Nord est en nette progression depuis 5 ans.



7 293 demandes d'informations traitées au guichet en 2017 (données qualifiées).

## LA FRÉQUENTATION « NUMÉRIQUE » DE L'OFFICE DE TOURISME

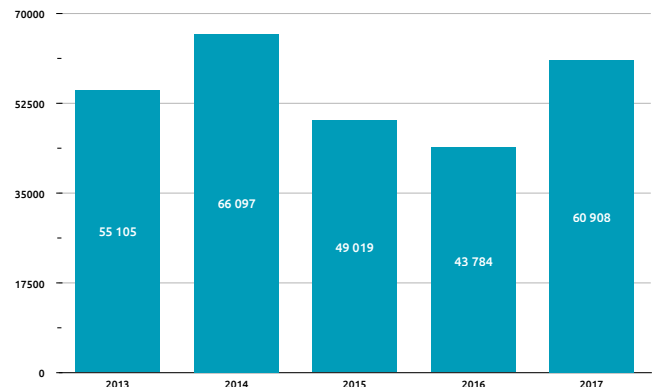
**Le site Internet [www.saintquayportrieux.com](http://www.saintquayportrieux.com) est un site de présentation de la destination. Il a été complètement refondu en 2017, cette nouvelle version a été mise en ligne le 20 juillet.**

Indispensable à la promotion touristique de la station, le site Internet est une véritable vitrine, ainsi qu'une grande source d'informations, accessible du bout des doigts, 24h sur 24h.

Aujourd'hui, 88 % des Français se connectent tous les jours à Internet depuis un ordinateur, et 50 % depuis un mobile. Et le tourisme n'échappe pas à cette règle : 71 % des Français partant en vacances planifient leur séjour en ligne (source : Raffour interactif).

Après une consultation lancée en décembre 2016, l'agence retenue est une agence briochine, Cibles et Stratégies, avec qui l'équipe de l'Office de tourisme collabore.

L'objectif a été de doter Saint-Quay-Portrieux d'un site de séduction laissant une grande place à l'image, consultable sur tous supports (ordinateurs, tablettes, mobiles...). Outre un contenu pratique, le site intègre un contenu de type « blogging », à l'image de récits « j'ai testé pour vous ». Dans un second temps, il sera traduit en deux langues étrangères (anglais et allemand).



En 2017, selon « Google Analytics », la fréquentation du site Internet est de près de 61 000 visites (soit une hausse de 39,1% par rapport à 2016).

Ces bons résultats tiennent à la refonte du site Internet, dont la nouvelle version a été mise en ligne le 20/7/2017.

	EN 2013	EN 2014	EN 2015	EN 2016	EN 2017	ÉVOLUTION N-1	ÉVOLUTION N-2
Nb de sessions	55105	66097	49019	43784	60908	39,1%	24,3%
Nb d'utilisateurs	41051	48157	31041	26989	40752	51,0%	31,3%
Taux de rebond général	36,76%	40,08%	43,48%	43,23%	45,88%	6,1%	5,5%
Pourcentage de m-tourisme (utilisateurs sur mobile et tablette)	14,50%	21,25%	24%	26%	42,34%	62,8%	76,4%
Pourcentage de nouvelles sessions	72,51%	71%	57,03%	55,26%	61,78%	11,8%	8,3%

### LES PAGES PLUS CONSULTÉES

	PART DU TRAFIC
Accueil	17,00%
Agenda	9,00%
Webcam	6,00%
Locations de vacances	5,20%
Coquille Saint-Jacques	2,95%
À voir à faire	2,30%
Où dormir	2,25%
Sites à voir	1,80%
Restaurants	1,40%
Excursions maritimes	1,25%

### D'OÙ VIENNENT LES INTERNAUTES ?

Google	53,94%
Accès direct	34,22%
Bing	2,94%
Facebook	2,33%
Yahoo	0,89%
Tourisme en Bretagne	0,74%
Site de la Ville de SQP	0,43%
Office de Tourisme de la Baie de Saint-Brieuc	0,29%
Qwant	0,28%
Orange	0,19%

# FOCUS AVANT/APRÈS

## REFONTE DU SITE INTERNET

(COMPARAISON ENTRE 2016 ET 2017 POUR LA PÉRIODE DU 20/07 AU 31/12)

**+ 130% DE NOUVEAUX UTILISATEURS**

**+ 125% D'UTILISATEURS**

**+ 90% DE SESSIONS**

APRÈS 6 MOIS DE LANCEMENT DU SITE INTERNET  
LES RÉSULTATS OBTENUS SONT SATISFAISANTS :

- 14,70 % SUR LA DURÉE DES SESSIONS (TROUVENT L'INFORMATION PLUS RAPIDEMENT)

- 16,45 % DE PAGE PAR SESSIONS (MOINS DE CLICS POUR TROUVER L'INFO)

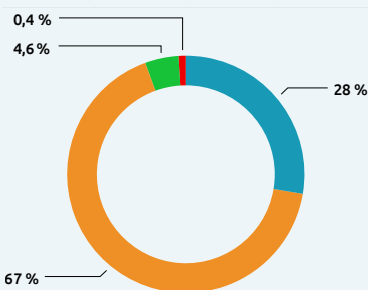
ON CONSTATE UN RAJEUNISSEMENT DES UTILISATEURS,  
DÛ À UN GRAPHISME PLUS DANS L'AIR DU TEMPS  
ET À UNE UTILISATION « RESPONSIVE DESIGN ».

ON NOTE ÉGALEMENT UNE FORTE AUGMENTATION  
DE LA PART DES INTERNAUTES ARRIVANT SUR LE SITE  
VIA UN MOTEUR DE RECHERCHE, CE QUI PROUVE UNE  
AMÉLIORATION DANS LE RÉFÉRENCIEMENT

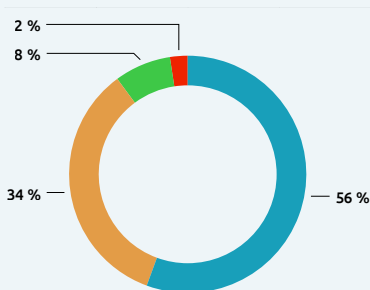
(Google notamment) :

PRINCIPAUX CANAUX

2 JANV. 2016 > 31 DÉC. 2016



1 JANV. 2017 > 31 DÉC. 2017



● Organic Search ● Direct ● Referral ● Social

LA CLIENTÈLE LA PLUS  
PRÉSENTE SUR LE SITE EST  
LES 35/44 ANS, SUIVIS DE  
PRÈS PAR LES 25/34 ANS.  
LA CLIENTÈLE QUI A LE  
PLUS AUGMENTÉ SUR LE  
NOUVEAU SITE EST LES :

**25/34 ANS : +147 %**

**35/44 ANS : +134 %**

**18/24 ANS : +133 %**

**45/54 ANS : +115 %**

**55/64 : +97 %**

**65+ : +85%**

SI LA FRÉQUENTATION AUGMENTE DE MANIÈRE GÉNÉRALE, ELLE AUGMENTE  
PARTICULIÈREMENT SUR MOBILE :

**MOBILE : + 508%**

**TABLETTE : + 106%**

**ORDINATEUR : + 48%**

## 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 31/12/2017, plus de 800 fiches sont gérées (création, suppression, modification) par l'Office de tourisme :

	AU 31/12/2017
Bordereaux « activités et loisirs »	48
Bordereaux « fêtes et manifestations »	362
Bordereaux « patrimoines »	19
Bordereaux « restauration »	31
Bordereaux « hébergements »	200
<b>Sous total</b>	<b>660</b>
Bordereaux « Brochure »	19
Bordereaux « Organismes et Entreprises »	162
<b>Sous total</b>	<b>181</b>
<b>Total</b>	<b>841</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.



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

La base Tourinsoft permet également de gérer un bordereau « clients et prospects » (693 fiches créées et 828 modifiées en 2017).





# 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 tourisme 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)**

NOM DU SÉJOUR	CIBLE	TYPE HÉBERGEMENT	DISTRIBUTION
Amour d'Armor	Couples	Chambre d'hôtes	OTSQP
Saint-Quay Randonnée	Couples	Hôtellerie	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
Bol d'air marin	Couples	Chambre d'hôtes	HBV
Du Kayak à Saint-Quay-Portrieux	Couples	Hôtellerie	FunBreizh
De Saint-Quay à l'île de Bréhat	Couples	Hôtellerie	FunBreizh
Week-end en station balnéaire	Couples	Hôtellerie	FunBreizh



**BOL D'AIR MARIN À SAINT-QUAY-PORTRIEUX**  
**DU KAYAK À SAINT-QUAY-PORTRIEUX**  
**DE SAINT-QUAY À L'ÎLE DE BRÉHAT**  
**WEEK-END EN STATION BALNÉAIRE**  
**SAINT-QUAY GOURMAND**  
**WEEK-END FAMILY**  
**SAINT-QUAY RANDONNÉE**  
**CAP SUR LES ÎLES**  
**AMOUR D'ARMOR**  
**GOLF'ARMOR PASSION**  
**KAYAK ATTITUDE**  
**VU DU CIEL**



**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 MAERTEN	Avec prestataire
Z'éco Nature / Mme GRALL	Avec prestataire
Randonnée Bien-Être / Mme DONIO	Avec prestataire
Visite guidée St 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**

PRESTATAIRE	OFFRE
Chambres - Mme Chapelet	Chambre d'hôtes - Plourhan
Chambres - Mme Dodé	Chambre d'hôtes - Saint-Quay-Portrieux
Chambres - Mme Le Comte	Chambre d'hôtes - Saint-Quay-Portrieux
Chambres - Mme Jouany	Chambre d'hôtes - Tréveneuc
Ker Moor Hôtel Préférence	Hôtellerie
Amicale du Moulin	Loisirs
Golf des Ajoncs d'or	Loisirs
Kayak Avel Vor	Loisirs
Zooparc de Trégomeur	Loisirs
Vedettes de Bréhat	Loisirs
Armor ULM	Loisirs

PRESTATAIRE	OFFRE
Côté Resto	Restauration
La Passerelle	Restauration
Les Enfants Terribles	Restauration
Quay 911	Restauration
Crêperie du Port	Restauration
Restaurant du Casino	Restauration
Traiteur du Goëlo	Traiteur
Le Havre des Pas	Salon de thé
Le Fournil de Saint-Quay	Petite restauration
Arvor Goëlo Taksi	Transport

## 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
Baie d'Armor Transport	Billetterie TUB
Vedettes de Bréhat	Billetterie de croisières
Le Passeur du Trieux	Billetterie de croisières
Voiles et Traditions	Billetterie de croisières
Maestro Croisières	Billetterie de croisières
Claire MAERTEN	Billetterie Z'éco-Nature
Dominique GRALL	Billetterie Z'éco-Nature
Bénédicte DONIO	Billetterie Randonnée Bien-Être
Studio Phart	Vente de posters
Ville de Saint-Quay-Portrieux	Activités du CLJ
Office de tourisme de Binic / Étables sur Mer	Billetterie Goëlo Tour
Manifestations ponctuelles dans le temps	Billetteries

## 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).

Tourisme  
**BRETAGNE** 

 Haute-Bretagne Vacances  
Déclencheur de découvertes

 **FUNBREIZH**  
VOIR & JOUER AUTREMENT

 **BON  
À SAVOIR**

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 « nos idées séjours ».

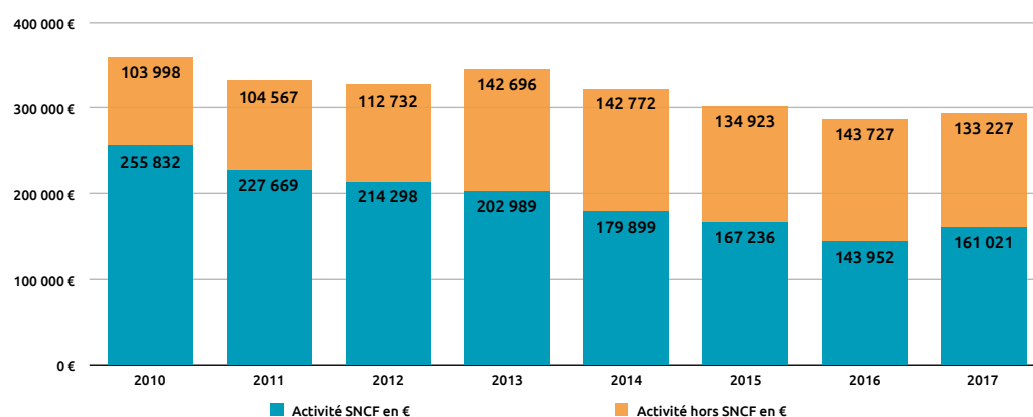


## L'OFFICE DE TOURISME RESTE UN IMPORTANT COMMERÇANT À VOCATION TOURISTIQUE AU SEIN DE LA STATION

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 connu une légère hausse de 2,2 % par rapport à 2016, représentant plus de 297 K€ TTC de ventes réalisées.



Contrairement aux années passées, le volume d'affaires de la billetterie SNCF est en hausse de près de 12 %. La vente des autres prestations a baissé de 7,3 % par rapport à 2016 mais représente tout de même une augmentation de 28 % par rapport à 2010.

### RÉPARTITION DU VOLUME D'AFFAIRES TOURISTIQUE RÉALISÉ PAR LE SERVICE ACCUEIL ET INFORMATION DES PUBLICS DE 2013 À 2017

2017 aura été une année correcte pour la vente des activités de loisirs. En revanche, la vente de séjours packagés a continué de chuter comme en 2016.

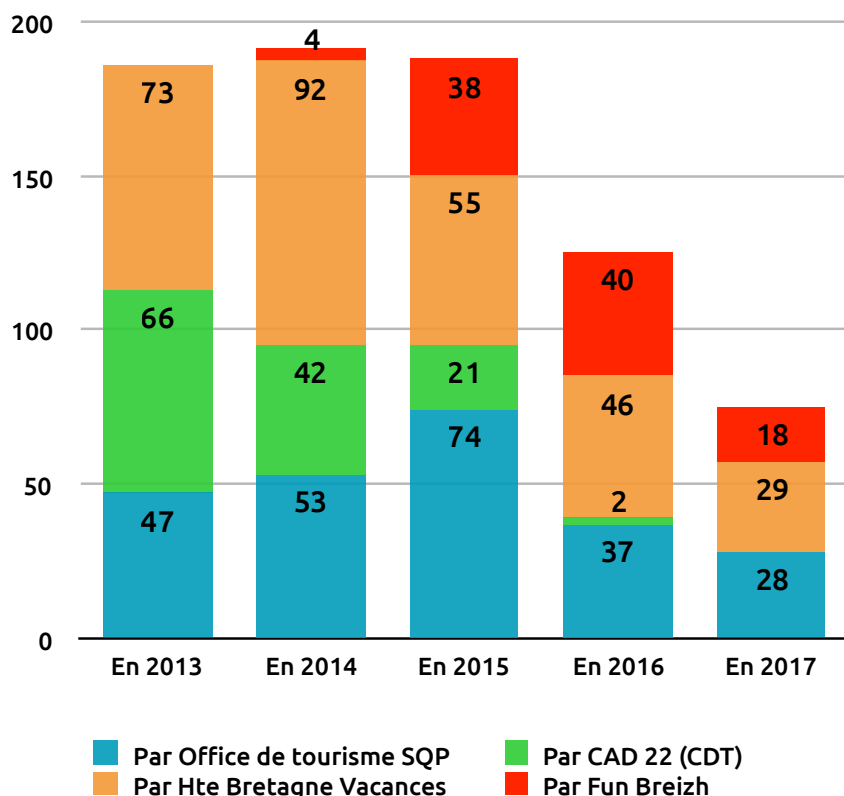
	EN 2013	EN 2014	EN 2015	EN 2016	EN 2017	EVOL 2017/2016
Visites guidées de l'OT	1 558 €	1 304 €	1 575 €	1 962 €	1 719 €	-12,4%
Pêche en mer	28 126 €	23 730 €	30 701 €	24 569 €	24 650 €	0,3%
Vedettes de Bréhat	60 046 €	49 154 €	34 783 €	49 875 €	44 041 €	-11,7%
Condor Ferries	773 €	431 €	1 826 €	319 €	397 €	24,4%
Billets SNCF	202 989 €	179 899 €	167 236 €	143 952 €	161 021 €	11,9%
Ti'bus		2 685 €	6 015 €	8 310 €	8 790 €	5,8%
Baie d'Armor Transports					126 €	N/A
Visites du Caruhel	1 870 €	1 810 €	1 500 €	2 100 €	1 800 €	-14,3%
Vente de séjours	19 125 €	19 527 €	18 381 €	12 456 €	8 273 €	-33,6%
Kréaquarelle	2 350 €	1 825 €	1 850 €	2 075 €	1 575 €	-24,1%
Anna KROPIOWSKA				60 €	195 €	225,0%
Zéconature	771 €	1 101 €	634 €	476 €	944 €	98,3%
Rando Bien-être					168 €	N/A
Vieux grément/Trimaran - balades et sorties	2 073 €	6 798 €	6 608 €	7 219 €	7 493 €	3,8%
Maestro Croisières				845 €	4 660 €	451,5%
Passeur du Trieux				370 €	238 €	-35,8%
Voiles et Traditions				98 €	176 €	79,6%
Phart					162 €	N/A
Loisirs du CLJ	21 779 €	26 512 €	31 050 €	32 993 €	27 820 €	-15,7%
Autres prestations tourisme et loisirs vendues	1 583 €	2 970 €	3 931 €	3 324 €	3 110 €	-6,4%
<b>Total</b>	<b>343 042 €</b>	<b>317 745 €</b>	<b>306 090 €</b>	<b>291 003 €</b>	<b>297 358 €</b>	<b>2,2%</b>

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

La vente des séjours est en baisse pour la deuxième année consécutive (75 séjours vendus en 2017 contre 125 en 2016).

	EN 2013	EN 2014	EN 2015	EN 2016	EN 2017
St-Quay Gourmand	56	36	54	8	8
Golf'Armor Passion	0	9	2	0	2
Week-end Family	4	5	4	0	0
Amour d'Armor	53	37	29	24	16
Calme et volupté		0	2	0	
Dans le secret des îles		6	2		
Cap sur les îles				7	0
Esprit tonique		2	2		
Kayak Attitude		0	0	0	0
Vu du ciel				0	0
Saint-Quay Randonnée					2
Bol d'Air marin (HBV)	73	92	55	46	29
Du Kayak à Saint-Quay-Portrieux (FB)		0	0	0	2
De Saint-Quay à l'île de Bréhat (FB)		0	10	14	10
Weekend en Station balnéaire (FB)		4	28	26	6
<b>Total</b>	<b>186</b>	<b>191</b>	<b>188</b>	<b>125</b>	<b>75</b>

### SÉJOURS VENDUS SUIVANT L'ORIGINE



#### BON À SAVOIR

Bien qu'il vende lui-même ses produits, l'Office de tourisme a choisi de s'appuyer sur des tiers (agences réceptives) pour en assurer la distribution (62,7 % des ventes de séjours en 2017 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 (+ 5,1 % par rapport à 2016).

En nombre de personnes	EN 2013	EN 2014	EN 2015	EN 2016	EN 2017
Exp.Bret. Défi crêpe	24	5	0	11	33
Z'éco Nature - Mme Meffre	81	77	8		
Z'éco Nature - Mme Maerten	37	108	92	13	53
Z'éco Nature - Mme Grall				60	71
Rando Bien-être - Mme Donio					7
Visite guidée - St Quay Port d'Armor	530	266	333	308	246
Visite guidée - Traces des peintres	126	75	91	41	98
Visite guidée - groupes		302	252	457	427
<b>Total</b>	<b>798</b>	<b>833</b>	<b>776</b>	<b>890</b>	<b>935</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).



En 2017, l'Office de tourisme de la Baie de Saint-Brieuc a intégré les visites guidées des Offices de tourisme de Saint-Quay-Portrieux et de Binic/Etables-sur-mer à son offre de visites guidées proposant ainsi une gamme de produits plus large à ses clientèles tout en contribuant à la visibilité de nos différentes offres. Le document produit a été mis en téléchargement sur le site de l'Office de tourisme toute la saison.





# 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.



BON  
À SAVOIR

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.

BRETAGNE





## 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 partie, 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, la gastronomie, la randonnée et aux loisirs ont été renforcés.

**Tirage : 18 000 exemplaires**

**Parution : avril 2017**

**101 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 : 3 500 exemplaires**

**Parution : décembre 2016**

**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 2018 est parue en édition papier le 19 décembre 2017.



#### 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 2017**

**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

En juillet 2017, l'Office de tourisme a mis en ligne son nouvel outil « numérique » : un site Internet généraliste [www.saintquayportrieux.com](http://www.saintquayportrieux.com) qui a été complètement refondu.

Les versions anglaise et allemande seront réalisées en 2018.

### 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 ». 7 « bons plans » et 6 « zooms » ont été vendus à des acteurs de la destination ou de la Bretagne. Avec la mise en ligne du nouveau site Internet de l'Office de tourisme, de nouvelles possibilités de parution seront proposées aux annonceurs de l'Office de tourisme.

### LA PRÉSENCE SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX

En 2017, l'Office de tourisme a décidé de concentrer sa stratégie « social media » sur les réseaux sociaux suivants :

 **6 958 fans** (au 31/12/2017)

 **977 abonnés** (au 31/12/2017)

Les principaux objectifs de cette stratégie « social media » sont de :

- || Faire connaître la destination
- || Créer et entretenir toute l'année une relation privilégiée entre la destination et les visiteurs / résidents secondaires / habitants
- || Donner une image actuelle et sympathique de la destination

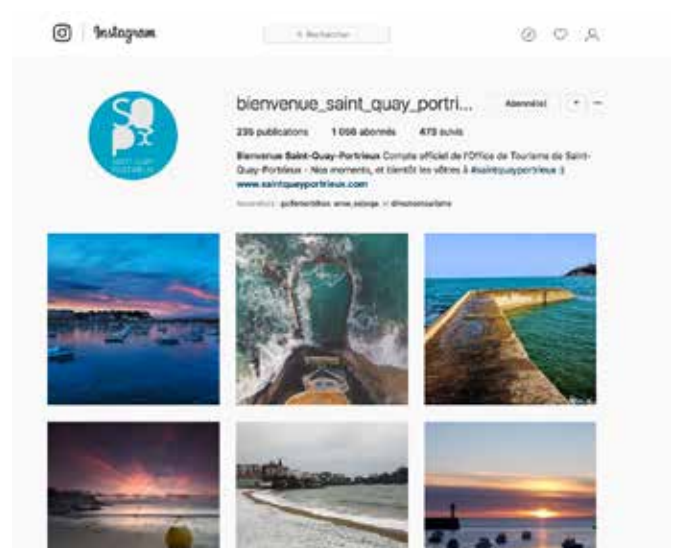
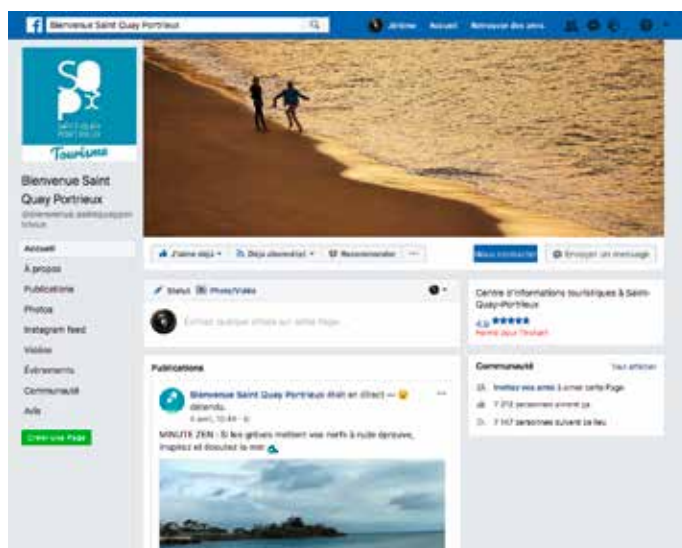
FACEBOOK	EN 2015	EN 2016	EN 2017	ÉVOLUTION N-1	ÉVOLUTION N-2
Nb de publications	491	175	150	-14,3%	-69,5%
Total fans	4 755	5 903	6 958	17,9%	46,3%

INSTAGRAM	EN 2015	EN 2016	EN 2017	ÉVOLUTION N-1	ÉVOLUTION N-2
Nb de publications	19	36	143	297,2%	652,6%
Total abonnés	252	426	977	129,3%	287,7%

|| Ces dernières années, l'Office de tourisme a choisi de publier moins, mais mieux, pour répondre aux attentes de sa communauté : proposer un contenu identitaire, suscitant l'émerveillement, l'amusement ou le souvenir et moins de contenu « pratique ». Les communautés sont croissantes, mais après une forte croissance début 2017, on note un ralentissement de la croissance.

|| La communauté se compose majoritairement de personnes résidant à Paris, Saint-Brieuc et Rennes (vient ensuite Saint-Quay-Portrieux). 23 % de notre communauté a entre 34 et 54 ans.



## 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, en 2017, par Saint-Brieuc Armor Agglomération

Objectif : présenter les animations et les événements, de juin à décembre, des six communes du territoire du Sud Goëlo, dont la station voisine de Binic/Etables-sur-Mer.

**Tirage : 25 000 exemplaires**

**Parution : juin 2017**

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.



### Le magazine « Destination Bretagne »

Objectif : présenter les 21 stations du réseau en Bretagne, dont fait partie Saint-Quay-Portrieux. Le magazine s'articule autour de belles photos et de conseils pour découvrir les spots incontournables des bords de mer bretons. La seconde partie du magazine « Voyagez comme vous êtes ! » présente des séjours thématiques : Retrouver sa tribu, Weekend-end entre filles, Séjours entre trailers...

**Tirage : 40 000 exemplaires**  
**Parution : janvier 2017**

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 Carnet Hébergements « Sensation Bretagne »

Objectif : présenter les principales offres d'hébergements de chacune des 21 stations du réseau en Bretagne, dont fait partie Saint-Quay-Portrieux.

**Tirage : 10 000 exemplaires**  
**Parution : janvier 2017**

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 Guide Balades Randonnées « Sensation Bretagne »

Objectif : proposer des itinéraires randonnées sur les 21 stations du réseau « Sensation Bretagne ».

**Tirage : 15 000 exemplaires**  
**Parution : janvier 2017**

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.



Grâce à ces 3 éditions « Sensation Bretagne », ce sont 21 Destinations Mer qui agissent ensemble pour la promotion et la communication touristique du littoral breton.





### 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 :

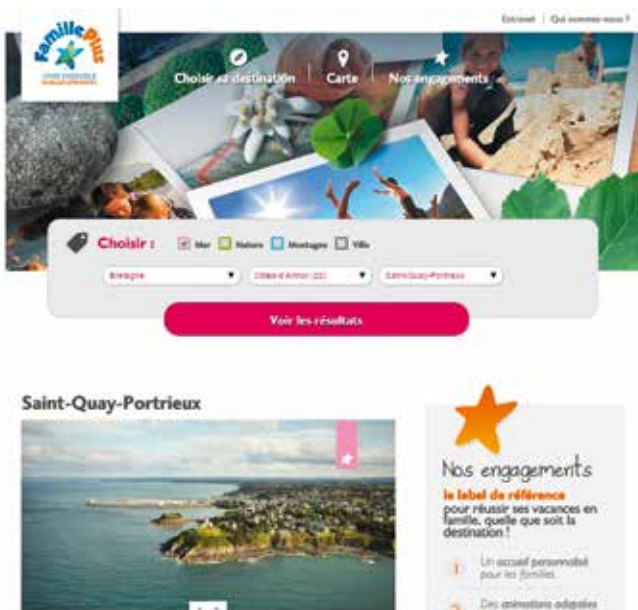
- || communiquer sur l'expérience et la sensation ;
- || créer des contenus affinitaires de qualité grâce à un travail collectif des 21 stations du réseau en Bretagne, dont fait partie « Saint-Quay-Portrieux ».



### L'acquisition de photographies et de vidéos via le réseau « Sensation Bretagne »

Objectif : disposer d'images de qualité (photographe Emmanuel BERTHIER et vidéaste Niclo Films) de chaque station utilisables par le réseau et par chacune des stations dans les outils de communication. En 2017, l'objectif était d'apporter un nouveau regard avec un nouveau photographe, et de continuer à mettre l'humain au centre du reportage.

Reportage photos fait en août 2017 (renouvellement des prises de vues des incontournables de la station, scènes de vie en famille, entre amis, en couple), et tournage vidéo fait en juillet 2017 mettant en avant différentes activités et partenaires de la station autour d'une histoire commune à raconter.



### 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 ».



### Les salons à vocation promotionnelle

(grand public - France, Grande-Bretagne et Luxembourg)

Le réseau « Sensation Bretagne » a été présent sur 4 salons en 2017 :

LIEU	DATE	VISITEURS
Vakanz - Luxembourg	du 13 au 15 janvier	20 000 visiteurs
The France Show - Londres	du 27 au 29 janvier	14 650 visiteurs
Destinations Nature - Paris	du 16 au 19 mars	124 000 visiteurs
Salon du randonneur - Lyon	du 24 au 26 mars	14 673 visiteurs



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

#### Les dossiers et communiqués de presse du réseau

Le réseau a poursuivi sa collaboration avec son attachée de presse Christine RAMAGE - Fluxus Communication (basée à Paris).

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

Les communiqués et dossiers de presse thématiques mis à jour en 2017 :

- || 7 façons de prendre le large sur une île bretonne !
- || Itinéraire d'un patrimoine gâté : zoom sur 21 sites atypiques !
- || 21 plages bretonnes ..... pour faire la crêpe !
- || Balades à pied : de chemins de traverse en ribins méconnus 21 circuits atypiques

Les nouveaux communiqués de presse 2017 :

- || 6 expériences « hygge » avec Sensation Bretagne
- || On se croirait à... !
- || Le littoral Breton, le terrain de jeu idéal pour les enfants !
- || Immersion sur le littoral Breton pour une totale déconnection !



DOSSIER DE PRESSE



COMMUNIQUÉ DE PRESSE

### LES RETOMBÉES PRESSE « SENSATION BRETAGNE »

Sensation Bretagne permet à notre station de participer à des actions de relations presse avec le concours de l'Agence Fluxus : 62 parutions identifiées sur le réseau des 21 stations « Sensation Bretagne » en 2017 et 9 citations pour Saint-Quay-Portrieux.

Ces 62 parutions représentent une audience de 310 126 985 personnes et une équivalence publicitaire d'un montant de 963 459 €.

### L'ACCUEIL DE BLOGUEURS

Sensation Bretagne a été présent au Salon du Blog de Voyage à Saint-Malo des 13 et 14 avril 2017. L'occasion de rencontrer quelques dizaines de blogueurs voyages et de repérer les plus influents et les plus intéressants pour notre communauté.

L'Office de tourisme de Saint-Quay-Portrieux a accueilli les blogueurs Trotteurs Addict sur la journée du 6 août (conjointement avec l'Office de tourisme de Binic / Étables-sur-mer).

Audience : plus de 12 000 abonnés sur Instagram et 1 500 fans sur Facebook.

Cet accueil a généré 1 publication étoffée sur leur blog, 6 publications Instagram et 2 publications Facebook.

**LES RETOMBÉES PRESSE**

Saint-Quay-Portrieux a été mis à l'honneur dans différents médias, dont la liste non exhaustive figure ci-dessous. L'OT a accueilli 7 fois des journalistes, dont l'origine de la demande émane parfois de tiers :

DATE	MÉDIA	TYPE DE MÉDIA	SUJET	ORIGINE/SOURCE
Février 2017	Bretagne Magazine	Presse écrite	Baie de Saint-Brieuc, de SQP à Erquy.	Spontané
Mars 2017	Voyager-magazine.com	Internet	21 balades à pied en Bretagne	Sensation Bretagne
17/04/2017	Top-parents.fr	Internet	Activités pour enfants sur le littoral breton	Sensation Bretagne
17/05/2017	Bastien Roadtrips	Blog personnel	Découverte rando entre amis sur la côte du Goëlo	Spontané
18/06/2017	Ouest France	Presse écrite	Une semaine en itinérance à moto en Bretagne	Sensation Bretagne
26/06/2017	Femme Actuelle	Internet	Les plus belles plages de Bretagne	Sensation Bretagne
Multi-diffusion à partir du 17/07/2017	COB FM	Radio	Présentation de la station et de ses animations	OTSQP
11/07/2017	France Bleu Armorique	Radio	Présentation de la station et de ses animations	OTB
11/07/2017	Autoroute FM	Radio	Présentation de la station et zoom sur les zécos-nature	Sensation Bretagne
Août 2017	Art et Décoration	Presse écrite	Adresse déco, ambiance bord de mer	OTSQP
01/08/2017	Femme actuelle	Presse écrite	Gastronomie/coquille	Sensation Bretagne
06/08/2017	Trotteurs Addict	Blog voyage	Récit de voyage	Sensation Bretagne
24/08/2017	France Bleu Armorique	Radio	Présentation de la station et de ses animations	OTB
28/08/2017	Grazia	Internet	Bonnes adresses de l'été en Bretagne	Sensation Bretagne
05/10/2017	Irish Times	Internet	Récit de voyages / lifestyle	Spontané
05/10/2017	Les carnets de la mar- quises	Blog personnel	Récit de voyage	Spontané
15/10/2017	Pagtour	Internet	Séjours à la carte (à destination des profession- nels du tourisme)	OTSQP
30/10/2017	Le Monde	Internet	5 spots pour profiter des grandes marées en Bretagne	OTSQP
01/11/2017	France 3 Bretagne	Internet	Samain	OTSQP
02/11/2017	Delices-mag.com	Internet	Pêche à la coquille	Spontané
Tournage le 5/11/2017 Diffusion le	La Quotidienne - France 5	TV	Pêche à la coquille Saint-Jacques	Eurotoques
Tournage le Diffusion le 30/11/2017	Midi en France	TV	Gastronomie en Baie de Saint-Brieuc + lieux à visiter	Eurotoques
	JT de France 3	TV	Gastronomie en Baie de Saint-Brieuc + Pêche à la coquille Saint-Jacques	Eurotoques

**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 (les 21 et 22 janvier 2017), à Villard de Lans (les 18 et 19 mars 2017) et à la Fête nationale de la Gastronomie (du 22 au 24 septembre 2017).

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

En 2013, Gaëlle LE MEN a été qualifiée pour classer des meublés de tourisme dans le cadre du réseau des Offices de tourisme des Côtes d'Armor.

À compter de mai 2016, suite à la disparition de la Fédération Départementale des Offices de tourisme 22, les classements ne peuvent plus être assurés en partenariat avec l'Office de tourisme. Plusieurs interlocuteurs peuvent assurer cette prestation : FNAIM Bretagne, Gîtes de France Côtes d'Armor, Clévacances, Cabinet Letellier.

Afin de poursuivre la démarche de qualification de l'offre, Gaëlle LE MEN a généré 23 contacts pour des visites de classements ou reclassements. En 2017, 7 hébergements ont été classés sur Saint-Quay-Portrieux (+1 sur Binic / Étables-sur-Mer) et 5 hébergements labellisés Clévacances ont été revisités.

À la date du 31/12/2017, l'offre des meublés de tourisme de la station est de 84 locations classées ou labellisées et 120 locations ni classées ni labellisées. En comparaison, en 2016, l'offre sur Saint-Quay-Portrieux était de 73 meublés classés ou labellisés et 135 meublés non classés ni labellisés.



Une plaquette, éditée en 2013, par l'Office de tourisme et mise à jour tous les ans, 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.



## 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 a poursuivi son action de sensibilisation et a continué d'étoffer son offre qui compte 22 prestataires labellisés.

### L'OFFRE LABELLISÉE AU 1<sup>er</sup> DÉCEMBRE 2017

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 1<sup>er</sup> décembre 2017, l'offre labellisée de Saint-Quay-Portrieux est la suivante :

PRESTATAIRE	OFFRE
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
Saint-Quay Tennis Club	Loisirs
Les Enfants Terribles	Restauration
Le Restaurant du Casino	Restauration
La Passerelle	Restauration
Crêperie du Port	Restauration
Les Plaisanciers	Restauration
Arvor Goëlo Taksi	Services



VIVRE ENSEMBLE  
DE BELLES EXPÉRIENCES



La commune de Saint-Quay-Portrieux, labellisée Famille Plus depuis 2006, a décidé le 15 décembre 2017 de ne pas poursuivre l'aventure, la notoriété du label n'étant pas au rendez-vous après plus de 10 ans d'existence.

## 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 2017, cela a concerné les actions suivantes :

- || un projet d'implantation d'un glacier sur la commune ;
- || un projet de reprise du magasin « La Maison de la Plage » ;
- || un projet de fabrication de savon à froid à base d'huiles essentielles (produits haut de gamme), avec visite de la fabrication, vente directe... Le porteur de projet recherchait un local, idéalement sur Saint-Quay-Portrieux.

## 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 SOCIOPROFESSIONNELS 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 :

- || 271 articles publiés (dont 23 en 2017),
- || 25 900 pages lues,
- || 265 « 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. Le contenu de cet espace a été revu à l'occasion de la refonte du site Internet. Il contient désormais les éléments suivants :

- || Votre présence dans nos outils de communication :
  - || Le guide du Partenariat
  - || Les tarifs Guide Hébergements
- || Vos outils :
  - || Les outils de la Taxe de séjour
  - || La brochure "Classifier/labelliser votre hébergement de tourisme"
  - || Le kit d'accueil pour les hébergeurs de la station
  - || La charte de style pour votre communication
  - || Le logo de l'Office de tourisme pour l'insérer dans votre communication
  - || Le cahier des charges du Label Tourisme & Handicap
- || L'Office de tourisme de Saint-Quay-Portrieux :
  - || Les rapports d'activités
  - || L'organigramme
  - || La composition du Comité de direction
  - || Le Manuel Qualité
- || Les chiffres du tourisme :
  - || Les premiers résultats de l'enquête régionale "REFLET"
  - || Les résultats de l'enquête Tourisme 2016 pour la Destination Baie de Saint-Brieuc - Paimpol - Les Caps
  - || Les résultats de l'enquête « Excursionnisme » 2016 pour la Destination Baie de Saint-Brieuc - Paimpol - Les Caps
  - || Les chiffres Clés 2017 du tourisme breton
  - || Les publications « Armorstat » de Côtes d'Armor Développement
- || Nos dossiers et communiqués de presse :
  - || Les dossiers et communiqués de presse

## LES RÉSULTATS DE L'ENQUÊTE REFLET

**Pour rappel, REFLET (Région Enquête de Fréquentation, Loisirs et Tourisme) est une enquête d'envergure régionale qui a été conduite en 2016 en Bretagne et notamment à Saint-Quay-Portrieux.**



À l'échelle du territoire de Saint-Brieuc Armor Agglomération, les grandes lignes des résultats obtenus sont les suivantes :

- || Moyenne d'âge : 40 ans
- || 45 % de nos visiteurs voyagent en couple
- || 44 % voyagent en famille (3,5 personnes en moyenne)
- || 38 % sont des primo-visiteurs
- || Modes d'hébergement : 50 % des nuitées sont en non-marchand (famille, amis, résidence secondaire), pour le marchand (25 % en locatif, 12 % en camping, 10 % en hôtel)
- || Modes de transport pour venir : 87 % viennent en voiture (dont 7 % en camping-cars), 7 % viennent en train
- || Modes de transport sur place : 81 % la voiture, 16 % à pied et à vélo, 2 % en bus
- || Activités pratiquées : 99 % activités de loisirs, 91 % activités découverte, 63 % activités sportives
- || Durée moyenne du séjour : 6 jours
- || Dépenses moyennes : 38 € par jour et par personne

## L'ANIMATION DU TERRITOIRE VIA LES RÉSEAUX

Manon SAVIN, en tant que Chargée de communication, a 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 ».

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 ».

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







# 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 vide-greniers 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...).

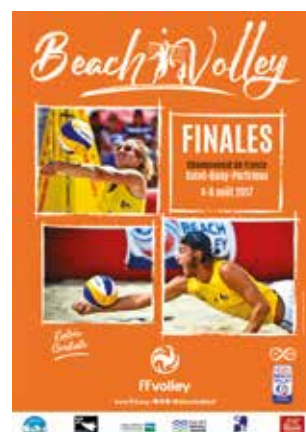
Voici quelques-uns des principaux événements :



**Festival du film court - Paul Simon**  
26 & 27 mai 2017



**Concours national de jumping de Saint-Quay-Portrieux**  
Du 27 juin au 2 juillet 2017



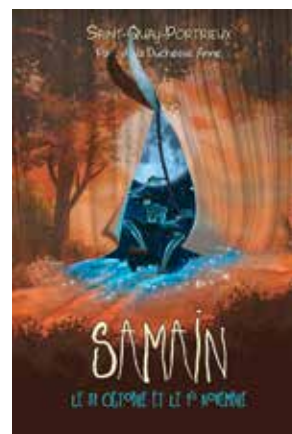
**France Open Beach Volley série**  
Du 4 au 6 août 2017



**Trophée des Multicoques**  
Du 25 au 27 août 2017



**Foodtruck Festival**  
Du 1<sup>er</sup> au 3 septembre 2017



**Samain**  
Les 31 octobre et 1er novembre 2017

## 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, les 15 et 16/07 (18 exposants),
- || Vide-greniers « grand public » du vieux port, le 06/08 (652 mètres linéaires et 142 exposants dont 5 professionnels),
- || Brocante professionnelle, du 11 au 13/08 (22 exposants).



### 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 362 fiches « Tourinsoft » 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'OFFICE DE TOURISME DE SAINT-QUAY-PORTRIEUX





### 3 CHANTIERS D'ENVERGURE EN 2017

#### 2017 AURA ÉTÉ UNE ANNÉE CHARGÉE SUR LE PLAN DE LA QUALITÉ ET DU NUMÉRIQUE :

La **Marque Qualité Tourisme**, dont le dernier renouvellement datait de mars 2014, arrivait donc à échéance.

L'un des critères auquel l'Office de tourisme de Saint-Quay-Portrieux ne répondait pas, était que son site Internet n'était pas adapté à la consultation via des supports embarqués.

Cela a nécessité de travailler en parallèle à la **refonte du site Internet** et à la **mise à jour des outils Qualité**.

L'audit Qualité s'est déroulé en juin et a abouti au renouvellement de la Marque.

Ces éléments étaient des préalables à la **demande de renouvellement du classement en Catégorie 1** de l'Office de tourisme. Le dossier a été adressé en Préfecture fin octobre et un dénouement interviendra en 2018.

### LES COMITÉS DE DIRECTION DE L'OFFICE DE TOURISME DE SAINT-QUAY-PORTRIEUX

En 2017, sous l'égide de la Présidente de l'EPIC, six Comités de direction se sont tenus :



#### MERCREDI 25 JANVIER

Choix de l'agence pour la refonte du site Internet de l'Office de tourisme.



#### MARDI 21 FÉVRIER

Délibération relative à l'approbation du Compte de Gestion de l'exercice 2016 ; Délibération relative à l'approbation du Compte Administratif 2016 ; Délibération relative à l'affectation des résultats de l'exercice 2016 ; Budget Supplémentaire 2017.



#### MARDI 6 JUIN

Installation des 4 nouveaux membres du Comité de direction (collège socio-professionnel) ; Présentation du Rapport d'Activités 2016 de l'Office de tourisme de Saint-Quay-Portrieux ; Révision du Règlement Interne de l'Office de tourisme de Saint-Quay-Portrieux ; Délibération pour des admissions de titres en non-valeur ; Présentation des tarifs 2017.



#### MARDI 26 SEPTEMBRE

Présentation du nouveau site Internet [www.saintquayportrieux.com](http://www.saintquayportrieux.com) ; La Marque Qualité Tourisme renouvelée ; Délibération - Dossier de demande de renouvellement de classement en Catégorie 1.



#### MARDI 7 NOVEMBRE

Révision des tarifs régie publicitaire (Guide Tourisme, Plan de Ville, site Internet et Guide Hébergements) ; Poursuite de la labellisation Famille Plus ?



#### MARDI 12 DÉCEMBRE

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 ; Délibération pour une revalorisation salariale ; Débat et Vote du Budget Primitif 2018 de l'Office de tourisme de Saint-Quay-Portrieux.



## LES GRANDS LIGNES DU BUDGET 2017 DE L'OFFICE DE TOURISME

### LE COMPTE ADMINISTRATIF

DÉPENSES		RECETTES	
<b>SECTION FONCTIONNEMENT</b>			
Charges de personnel	243 838,48 €	Subventions	170 000,00 €
Charges à caractère général	94 242,44 €	Recettes sur actes de ventes	89 506,40 €
Autres charges de gestion courante	820,39 €	Taxe de séjour	46 593,45 €
Charges financières	115,00 €	Produits divers de gestion	7 603,00 €
Charges exceptionnelles	- €	Produits exceptionnels	580,81 €
Dotations aux amortissements	1 175,69 €	Atténuation de charges	43 263,56 €
Résultat antérieur (déficit)	- €	Résultat antérieur	61 965,37 €
<b>Total</b>	<b>340 192,00 €</b>	<b>Total</b>	<b>419 512,59 €</b>
		<b>Résultat de l'exercice (Excédent)</b>	<b>79 320,59 €</b>
<b>SECTION INVESTISSEMENT</b>			
Immobilisations incorporelles	11 811,03 €	Subventions	- €
Immobilisations corporelles	1 619,80 €	Prêts	- €
Dépenses d'ordre	- €	Dotations aux amortissements	1 175,69 €
Autres charges	- €	Autres recettes	- €
Résultat antérieur	- €	Résultat antérieur (excédent)	31 209,33 €
<b>Total</b>	<b>13 430,83 €</b>	<b>Total</b>	<b>32 385,02 €</b>
		<b>Résultat de l'exercice (Excédent)</b>	<b>18 954,19 €</b>

## 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 2017, le volume d'affaires global réalisé par l'Office de tourisme est supérieur au budget de l'Office lui-même (près de 358 K€).

Cette activité marchande génère un autofinancement relativement important (recettes à hauteur de 89,5 K€, soit 25 % de ses recettes totales).

Les volumes d'affaires réalisés par l'OTSQP :

	EN 2013	EN 2014	EN 2015	EN 2016	EN 2017
Vente au titre de la billetterie SNCF (net)	202 989,05 €	179 898,83 €	167 236,03 €	143 951,67 €	161 020,77 €
Vente autres prestations tourisme (TTC)	118 274,45 €	111 334,20 €	107 803,96 €	114 058,10 €	108 684,91 €
Vente au titre du CLJ (net)	21 778,80 €	26 512,00 €	31 050,00 €	32 992,82 €	27 819,89 €
Vente au titre de l'animation (net)	9 147,50 €	6 810,50 €	10 897,00 €	10 720,00 €	7 603,00 €
Vente au titre des services non touristiques (TTC)	860,97 €	834,32 €	775,81 €	1 054,35 €	1 217,00 €
Vente au titre de la régie pub et partenariats (HT)	58 828,26 €	60 670,96 €	48 030,67 €	48 683,67 €	51 697,59 €
<b>Total des ventes</b>	<b>411 879,03 €</b>	<b>386 060,81 €</b>	<b>365 793,47 €</b>	<b>351 460,61 €</b>	<b>358 043,16 €</b>



# LA MARQUE « QUALITÉ TOURISME »

## POUR RAPPEL

Le référentiel «Qualité Tourisme» est déployé en lien avec des fonctions au nombre de 7 pour Saint-Quay-Portrieux :

- || les engagements envers la collectivité de tutelle,
- || les engagements internes à l'Office de tourisme,
- || la promotion de la destination,
- || les engagements envers les réseaux institutionnels,
- || les engagements envers les socio-professionnels,
- || les engagements envers les visiteurs,
- || les engagements en matière de commercialisation.

## Dans son rapport d'audit, Sophie DURDILLY a retenu les éléments suivants :

### POINTS FORTS

- || La démarche Qualité est intégrée et maîtrisée par toute l'équipe. Elle est devenue naturelle, au quotidien, pour toutes ;
- || Des documents stratégiques clairs, réfléchis et cohérents : convention d'objectifs avec les enjeux et les indicateurs, un positionnement clair, une politique Qualité bien définie qui va au-delà de simples engagements, un plan d'actions complet ; tout comme le rapport d'activités, véritable support de communication ;
- || Le chapitre « réseaux sociaux » est parfaitement maîtrisé : définition d'une stratégie et d'une ligne éditoriale en cohérence avec la stratégie et les moyens humains de l'Office de tourisme, mutualisation des ateliers numériques avec la destination Baie de Saint-Brieuc - Paimpol - Les Caps ;
- || Un Office de tourisme au cœur d'un réseau institutionnel touristique dont il sait tirer le meilleur : travail en partenariat avec Binic / Étables-sur-Mer / Baie de Saint-Brieuc (thématiques de la gastronomie - Coquille Saint-Jacques), Destination Baie de Saint-Brieuc - Paimpol - Les Caps (randonnée, activités nautiques), Sensation Bretagne (films promotionnels, relations presses et blogueurs, salons, éditions), CAD 22 et le CRT (relations presse). Bonne coopération avec les services de la mairie ;
- || L'accompagnement des hébergeurs est complet : visite de classement des meublés, suivi des labels, fourniture d'un modèle de livret d'accueil pour leurs clients ;
- || Un accueil personnalisé (courrier, face à face, mail et téléphone).

## L'Office de tourisme de Saint-Quay-Portrieux est détenteur de la Marque Qualité Tourisme depuis novembre 2010, la Marque ayant été renouvelée en mars 2014.

Dans ce cadre, l'Office de tourisme a été audité le 13 juin 2017 pour le renouvellement de la Marque pour 3 années supplémentaires, audit effectué par Madame Sophie DURDILLY du cabinet So Touristique.

### POINTS SENSIBLES :

|| Les visites prestataires sont comptabilisées dans le tableau des formations mais il n'y a pas de support de compte-rendu qui pourrait faciliter la transmission de l'information obtenue lors des visites (informations descriptives et « émotionnelles »).

### PISTES D'AMÉLIORATION :

|| Pour le recrutement du personnel, mettre en place une trame d'entretien reprenant les critères de sélection et les questions « de base » à poser ;

|| Les actions correctives définies en Groupe de Travail Local Qualité ne doivent pas toujours reposer sur l'Office de tourisme. Lorsqu'elle concerne un acteur de la station (mairie, association, prestataire, etc.), un responsable et une échéance doivent être désignés lors de la réunion. Les actions qui doivent être menées par un autre acteur que l'Office de tourisme doivent être davantage suivies ;

|| Les engagements Qualité envers les visiteurs pourraient être mentionnés dans les éditions.

### DES ÉCARTS :

|| Les fiches de poste ne font pas apparaître les temps de travail et la référence à la convention collective ;

|| L'Office de tourisme n'a pas formalisé les critères sur lesquels il sélectionne les prestataires qui sont intégrés dans son offre produit.

Il ressort de cette journée d'audit le renouvellement de la Marque pour 3 années supplémentaires, une belle récompense pour le travail de toute une équipe !

### LE « GROUPE DE TRAVAIL LOCAL QUALITÉ » S'EST RÉUNI DEUX FOIS EN 2017



#### 9 MAI 2017

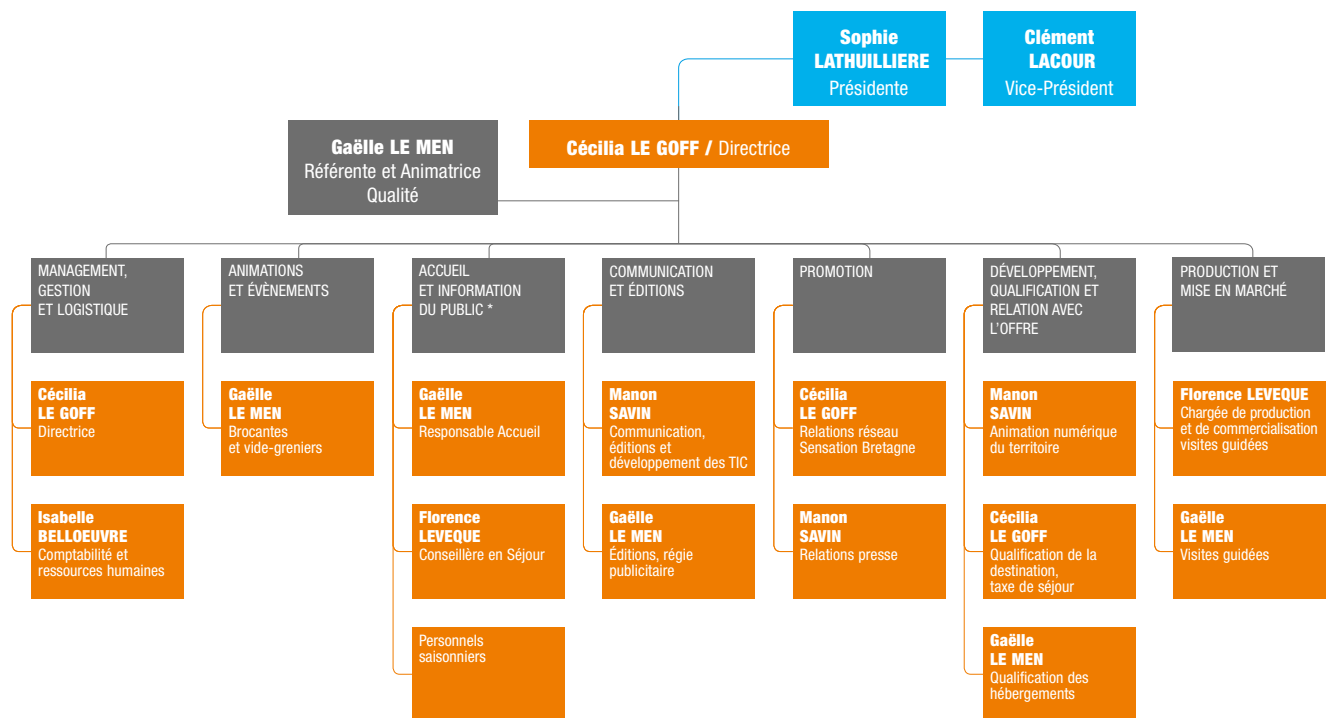
Il a été fait un point sur le bilan des questionnaires de satisfaction 2016 et de janvier à avril 2017, le bilan Qualité depuis le 8/11/2016 et une présentation des premiers résultats de l'enquête « REFLET » menée par l'Observatoire régional du tourisme de Bretagne avec le réseau Sensation Bretagne.



#### 5 DÉCEMBRE 2017

il a été fait un point sur le bilan des questionnaires de satisfaction de janvier à octobre 2017, le bilan Qualité depuis le 9/5/2017, le rapport d'audit Qualité et un point sur les statistiques de fréquentation (guichet/site Internet).

## 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 4,92 ETP au 31/12/2017).

## LE RENFORT DE DEUX SAISONNIERS EN ÉTÉ

Deux personnes ont été recrutées (0,46 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 2017 :

- || Max ZEWUSTER
- || Matthieu SIMEON

## DES JEUNES ACCUEILLIS EN STAGE CHAQUE ANNÉE

En 2017, l'Office de tourisme a accueilli 4 personnes en stage (par ordre de présence à l'Office de tourisme) :

- || Coralie TANGUY (BTS Tourisme - Pontivy)
- || Anita RAVAOHARIMANANA (Bac Pro Services aux Personnes et aux Territoires - Quessoy), Anita est revenue en fin d'année pour un nouveau stage de 4 semaines.
- || Gwendal HAMON (BTS Assistant de manager - Guingamp)
- || Marion MANCEAU (Licence Langues Etrangères Appliquées - Université de Valence - Espagne).



## 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 2017, 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 :

- || 97,50 heures de formation externe,
- || 40 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 110 heures.

## 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.

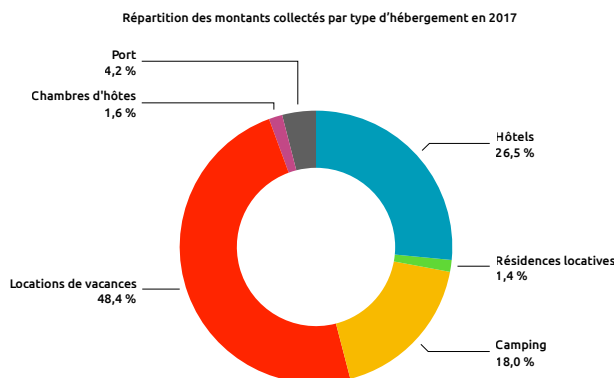
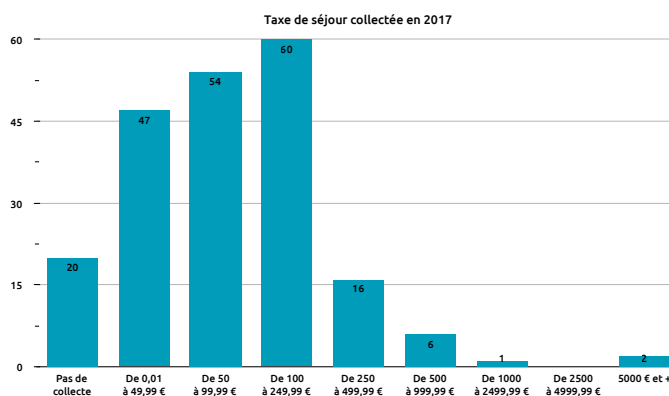
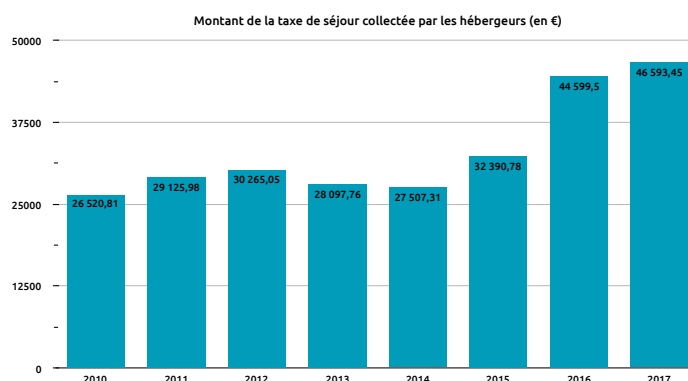
### En 2017 :

- || 206 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).
- || les hébergeurs touristiques ont collecté 46 593 € de taxe de séjour (augmentation de 4,47 % par rapport au montant collecté en 2016).

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 :

- || 9,7 % déclarent ne pas avoir collecté de taxe de séjour,
- || 49 % déclarent avoir collecté entre 0.01 et 99,99 €,
- || 39,8 % déclarent avoir collecté entre 100 et 999,99 €,
- || 1,5 % déclarent avoir collecté 1000 € 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.



LES PARTENAIRES DE LA STATION ET DE L'OFFICE DE TOURISME EN 2017



**Mousqueton**

Dotation textile à destination de l'équipe de l'Office de tourisme



**Les Vedettes de Bréhat**

Soutien financier à l'Office de tourisme



**La commune de Tréveneuc**

Soutien financier à l'Office de tourisme









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**  
**E-MAIL : [tourisme@saintquayportrieux.com](mailto:tourisme@saintquayportrieux.com)**



BIENVENUE SAINT-QUAY-PORTRIEUX



BIENVENUE\_SAINTE-QUAY-PORTRIEUX



BIENVENUE SAINT-QUAY-PORTRIEUX

