



SAINT-QUAY
PORTRIEUX

BRETAGNE 

2018

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. 23** 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'OFFICE DE TOURISME DE SAINT-QUAY-PORTRIEUX

Editorial

Chacun connaît l'importance pour notre Ville de posséder un Office de tourisme, qui plus est, indépendant. Cette indépendance, en plus de générer un climat de travail serein pour l'équipe, nous permet d'être au plus proche de notre population et du tissu économique et touristique de notre station.

L'année 2018 aura commencé sous les meilleurs auspices pour l'Office de tourisme, avec dans un premier temps le renouvellement du classement en Catégorie 1, préalable indispensable au classement de notre station en Station Classée de Tourisme et gage d'excellence pour notre Office de tourisme, à ce jour, le seul Office de tourisme de Saint-Brieuc Armor Agglomération à l'avoir obtenu.

Dans un deuxième temps, nous nous sommes dotés d'une nouvelle Convention d'Objectifs redéfinissant nos missions jusqu'en 2021. Cette dernière, signée avec la Ville en juillet, a été le fruit d'un long travail de concertation avec les élus et les socio-professionnels de la station qui ont œuvré de concert à redéfinir leurs attentes et à imaginer ensemble ce qui nous permettra de relever les défis de demain.

Par ailleurs, 2018 aura été une bonne année en terme de fréquentation, avec 3,3% de visiteurs en plus dans nos murs et plus de 71% sur notre site Internet.

Nous avons également pu observer une hausse significative de la taxe de séjour malgré la complexité induite par la nouvelle réforme. Afin de répondre au mieux aux attentes de nos hébergeurs, nous avons poursuivi et renforcé notre démarche d'accompagnement qui se poursuivra en 2019.

Enfin, grâce à une gestion rigoureuse de notre budget depuis ces 4 dernières années nous pouvons envisager quelques investissements. C'est pourquoi, nous comptons en 2019 moderniser l'espace accueil afin de redynamiser l'image de notre Office de tourisme, optimiser les espaces de travail et surtout répondre au mieux aux attentes de nos clientèles.

C'est dans ce climat serein, entouré d'une équipe investie et motivée, toujours à l'écoute et au service de ses concitoyens que l'année 2019 verra émerger de nouveaux projets.

SOPHIE LATHUILLIERE
Présidente 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 nouvelle convention d'objectifs pour la période 2018-2021.



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.

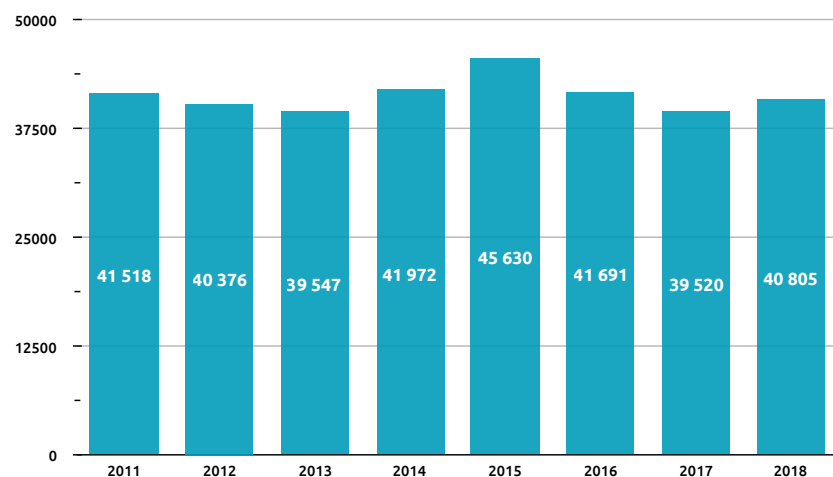
L'ACCUEIL DES PUBLICS PAR L'OFFICE DE TOURISME

En 2018, l'Office de tourisme de Saint-Quay-Portrieux a été ouvert au public pendant 316 jours.



> 316 jours d'ouverture en 2018 soit 86,6 % de l'année.
> 7 893 demandes d'informations traitées au guichet en 2018 (données qualifiées).

LA FRÉQUENTATION « PHYSIQUE » DE L'OFFICE DE TOURISME



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

(visiteurs selon Eco-compteur)

La fréquentation 2018 mesurée par l'éco-compteur (solution implantée depuis janvier 2011) est en hausse de 3,3 % par rapport à 2017 (et en baisse de 2,1 % en comparaison avec 2016). L'évènement de la fête de la Coquille Saint-Jacques, une très belle avant-saison avec des ponts et une météo clémente jusqu'en octobre ont contribué à cette belle fréquentation. Les mois de juillet et août demeurent les plus fréquentés (48 % de la fréquentation 2018).

	EN 2013	EN 2014	EN 2015	EN 2016	EN 2017	EN 2018
1 F	92,8%	91,5%	92,5%	91,7%	92,6%	92,6 %
D	1,7%	1,9%	1,7%	2,0%	2,0%	2,1 %
B	1,6%	1,4%	1,4%	1,6%	1,6%	1,6 %
GB	2,0%	2,2%	1,8%	1,6%	1,2%	1,2 %
Autres	1,9%	3,1%	2,6%	3,1%	2,6%	2,5 %

1 La fréquentation des étrangers en 2018 est semblable à 2017. Ils ont représenté environ 7,4 % de la fréquentation de l'Office de tourisme. Les allemands confirment leur première place, les belges occupent la seconde place, viennent ensuite les anglais.

	EN 2013	EN 2014	EN 2015	EN 2016	EN 2017	EN 2018
2 Bretagne	44,8%	45,4%	47,2%	41,6%	46,67%	43,34 %
Ile de France	20,6%	20,1%	17,4%	17,7%	16,37%	14,74 %
Pays de la Loire	5,0%	6,9%	7,1%	6,8%	5,95%	8,49 %
Hauts-de-France	4,3%	4,5%	4,2%	4,8%	5,29%	5,50 %
Normandie (s)	4,2%	4,6%	4,5%	5,1%	5,01%	4,90 %
Rhône-Alpes / Auvergne Rhône Alpes	3,9%	3,5%	3,5%	4,2%	4,23%	4,35 %
Nouvelle-Aquitaine				3,3%	3,41%	4,31%
Centre - Val de Loire	3,2%	3,5%	3,8	3,8%	8,78%	4,11%
Grand Est	3,22%	3,30%	3,90%	3,84%	8,78%	3,94%
Autres régions	9,7%	9,9%	10,8%	14,1%	8,78%	10,43 %

2 Sur le plan des régions, la Bretagne se situe largement en première position devant l'île de France. Ces deux régions représentent un peu moins des 2/3 de la fréquentation des Français, même si elles accusent une légère baisse qui peut être expliquée par la Fête de la Coquille qui a drainé une clientèle venue de régions limitrophes, dont la part a augmenté (Pays de la Loire, Hauts de France). A noter l'entrée dans le palmarès de la région Nouvelle-Aquitaine.

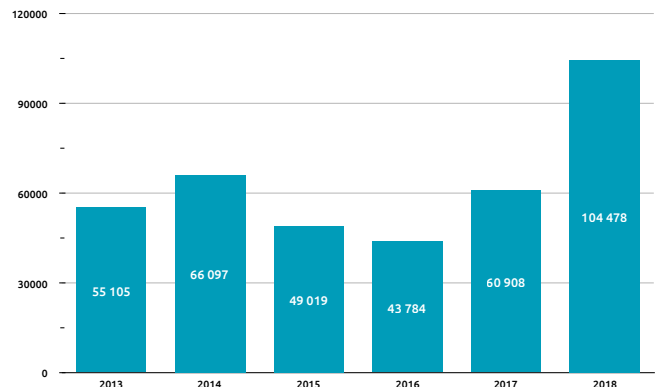
	EN 2013	EN 2014	EN 2015	EN 2016	EN 2017	EN 2018
3 Côtes d'Armor	39,5%	39,8%	40,4%	34,1%	39,99%	34,26%
Ille et Vilaine	3,3%	3,3%	3,9%	3,9%	3,80%	4,79%
Paris	6,6%	6,8%	5,9%	5,2%	5,40%	4,45%
Yvelines	4,3%	3,1%	3,2%	3,0%	2,71%	2,71%
Loire - Atlantique				2,1%	2,00%	2,65%
Nord	1,98%	2,24%	2,31%	3,06%	2,30%	2,55%
Hauts de Seine	3,2%	3,0%	2,6%	2,7%	1,88%	

3 La fréquentation locale (issue des Côtes d'Armor et du bassin de Saint-Brieuc) est très élevée à l'Office de tourisme (34%) mais en baisse en comparaison avec 2017. Pour la première fois, l'Ille et Vilaine dépasse Paris. La Loire-Atlantique fait son entrée.

LA FRÉQUENTATION « NUMÉRIQUE » DE L'OFFICE DE TOURISME

Le site Internet www.saintquayportrieux.com est un site de présentation de la destination, sa nouvelle version a été mise en ligne en juillet 2017. 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 ».

C'est l'agence briochine Cibles & Stratégies qui a développé le site Internet. Le 30 novembre 2018, elle a informé l'Office de tourisme de la cessation de son activité. Le portefeuille clients Web a été repris par l'agence Inodia. Après comparaison de plusieurs devis, l'Office de tourisme a choisi de signer un contrat de maintenance avec l'agence Inodia.



NOTE PRÉALABLE À LA LECTURE DES STATISTIQUES

En date du 20 septembre 2018, l'agence Cibles & Stratégie avait mis le site Internet en conformité avec le Règlement Général sur la Protection des Données Personnelles (RGPD). Depuis lors, les traqueurs de Google Analytics (cookies) ne peuvent plus suivre la totalité des utilisateurs, mais seulement ceux ayant accepté les cookies. Il est alors constaté que sur la seule période de septembre à décembre 2018, le site enregistre une baisse de 70 % par rapport à l'année précédente. Les statistiques de l'année 2018 sont donc durement impactées par ce manque de données. S'il est fait une simulation avec un report des chiffres de 2017 (octobre, novembre, décembre) sur la même période en 2018, le nombre de sessions aurait augmenté de 86 % (au lieu des 71 % obtenus sur toute l'année 2018).



En 2018, selon « Google Analytics », la fréquentation du site Internet est de plus de :
 > 100 000 visites (soit une hausse de 71% par rapport à 2017).
 Cette fréquentation exceptionnelle est due à plusieurs facteurs : la refonte récente du site et la tenue de la Fête de la Coquille en avril 2018.

	EN 2013	EN 2014	EN 2015	EN 2016	EN 2017	EN 2018	ÉVOLUTION N-1	ÉVOLUTION N-2
Nb de sessions	55105	66097	49019	43784	60908	104 478	71,5%	138,6%
Nb d'utilisateurs	41051	48157	31041	26989	40752	67845	66,5%	151,4%
Taux de rebond général	36,76%	40,08%	43,48%	43,23%	45,88%	60,21%	31,2%	39,3%
Pourcentage de m-tourisme (utilisateurs sur mobile et tablette)	14,50%	21,25%	24%	26%	42,34%	54,90%	29,7%	76,4%
Pourcentage de nouvelles sessions	72,51%	71%	57,03%	55,26%	61,78%	64,24%	3,9%	16%

LES PAGES PLUS CONSULTÉES

	PART DU TRAFIC
Accueil	12,20 %
Fête de la Coquille 2018	9,50 %
Locations de vacances	8,06 %
Webcam	6,50 %
Agenda	5,25 %
Où dormir ?	2,25 %
A voir à faire	1,60 %
Sites à voir	1,80 %
Coquille Saint-Jacques	1,34 %
Où manger ?	0,98 %

D'OÙ VIENNENT LES INTERNAUTES ?

Google	70,81 %
Accès direct	15,12 %
Bing	3,37 %
Facebook	2,86 %
Yahoo	1,04 %
Tourisme en Bretagne	0,86 %
Office de tourisme d'Erquy	1,04 %
Qwant	0,50 %
Office de tourisme de Saint-Brieuc	0,40 %
Ville de Saint-Quay-Portrieux	0,37 %

FOCUS SUR LES PERFORMANCES DU SITE INTERNET

LE BILAN APRÈS UNE ANNÉE COMPLÈTE DE FONCTIONNEMENT

Les résultats obtenus sont satisfaisants :

+ 79% D'UTILISATEURS

+ 72% DE SESSIONS

+ 80% DE NOUVEAUX UTILISATEURS

-15,80 % SUR LA DURÉE DES SESSIONS
(TROUVENT L'INFORMATION PLUS RAPIDEMENT)

-15,75% DE PAGE PAR SESSIONS
(MOINS DE CLICS POUR TROUVER L'INFO)

LE RAJEUNISSEMENT DES UTILISATEURS,
DÛ À UN GRAPHISME PLUS DANS L'AIR DU TEMPS
ET À UNE UTILISATION « RESPONSIVE DESIGN » EST ÉGALEMENT FLAGRANT.

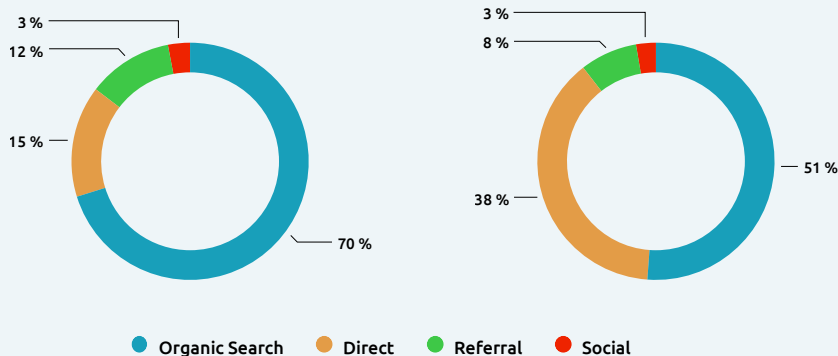
UNE FORTE AUGMENTATION DE LA PART DES INTERNAUTES ARRIVANT SUR LE SITE VIA UN MOTEUR DE RECHERCHE EST INCONTESTABLE, CE QUI PROUVE **UNE AMÉLIORATION DANS LE RÉFÉRENCIEMENT.**

(Google notamment) :

PRINCIPAUX CANAUX

1 JANV. 2018 > 31 DÉC. 2018

1 JANV. 2017 > 31 DÉC. 2017



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

25/34 ANS : +72 %

35/44 ANS : +57%

55/64 : +53%

18/24 ANS : +23%

45/54 ANS : +49%

65+ : +63%

**MOBILE :
+ 131%**

SI LA FRÉQUENTATION AUGMENTE DE MANIÈRE GÉNÉRALE, **ELLE AUGMENTE PARTICULIÈREMENT SUR MOBILE (+ 131%),** CE QUI EST DÛ AU PASSAGE DU SITE EN RESPONSIVE, AUJOURD'HUI UN INCONTOURNABLE.

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 31/12/2018, plus de 1000 fiches sont gérées (création, suppression, modification) par l'Office de tourisme :

	AU 31/12/2018
Bordereaux « activités et loisirs »	51
Bordereaux « fêtes et manifestations »	564
Bordereaux « patrimoines »	19
Bordereaux « restauration »	30
Bordereaux « hébergements »	214
Sous total	878
Bordereaux « Brochures »	19
Bordereaux « Organismes et Entreprises »	162
Sous total	181
Total	1 059

- || 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 » (762 fiches créées et 879 modifiées en 2018).



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.

ONZE SÉJOURS PACKAGÉS PAR L'OFFICE DE TOURISME : quatre séjours mini-groupes (4 à 8 personnes), sept séjours individuels (dont trois 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
Saint-Quay Gourmand	Couples	Hôtellerie	OTSQP
Des bulles dans les îles	Mini-groupes	Hôtellerie	OTSQP
Prendre le large	Mini-groupes	Hôtellerie	OTSQP
Grandes marées	Mini-groupes	Hôtellerie	OTSQP
En toute liberté	Mini-groupes	Hôtellerie	OTSQP
Bol d'air marin	Couples	Chambre d'hôtes	HBV
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
DE SAINT-QUAY À L'ÎLE DE BRÉHAT
WEEK-END EN STATION BALNÉAIRE
SAINT-QUAY GOURMAND
AMOUR D'ARMOR
SAINT-QUAY RANDONNÉE
CAP SUR LES ÎLES
DES BULLES DANS LES ÎLES
PRENDRE LE LARGE
GRANDES MARÉES
EN TOUTE LIBERTÉ



HUIT PRODUITS DE LOISIRS CONSTRUITS PAR L'OFFICE DE TOURISME

NOM DE L'OFFRE	OBSERVATION
Exp. Bretonne / Défi crêpe	Avec CRT Bretagne
Kréa'quarelle / Mme KROPIOWSKA	Avec prestataire
Z'éco Nature / Mme MAERTEN	Avec prestataire
Z'éco Nature / Mme GRALL	Avec prestataire
Rando Photo / M. GARNIER	Avec prestataire
Visite guidée - St-Quay Port d'Armor	Par OTSQP
Visite guidée Traces des peintres	Par OTSQP
Visite guidée Groupes avec ou sans dégustation	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 LE COMTE	Chambre d'hôtes - Saint-Quay-Portrieux
Chambres - Mme JOUANY	Chambre d'hôtes - Tréveneuc
Ker Moor Hôtel Préférence****	Hôtellerie
Hôtel Saint-Quay**	Hôtellerie
Vedettes de Bréhat	Loisirs
Armor Plongée	Loisirs
Sensation Nautique	Loisirs
Anna KROPIOWSKA	Loisirs

PRESTATAIRE	OFFRE
Marcher sur la côte	Loisirs
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 Taxi	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 Havas	Billetterie avion
Chalutier Le Corail	Billetterie de sorties en mer
Condor Ferries	Billetterie de croisières
Madame Anna KROPIOWSKA	Billetteries Kréa'Quarelle, cours de dessin/peinture, produits dérivés
SNCF	Billetterie train
SNSQP	Réservations du vieux gréement Le Saint-Quay et du JOD35
Transdev	Billetterie Tibus
TUB	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
Christophe GARNIER	Billetterie Rando photo
Studio Phart	Vente de posters
Ville de Saint-Quay-Portrieux	Activités du Centre de Loisirs des Jeunes
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).



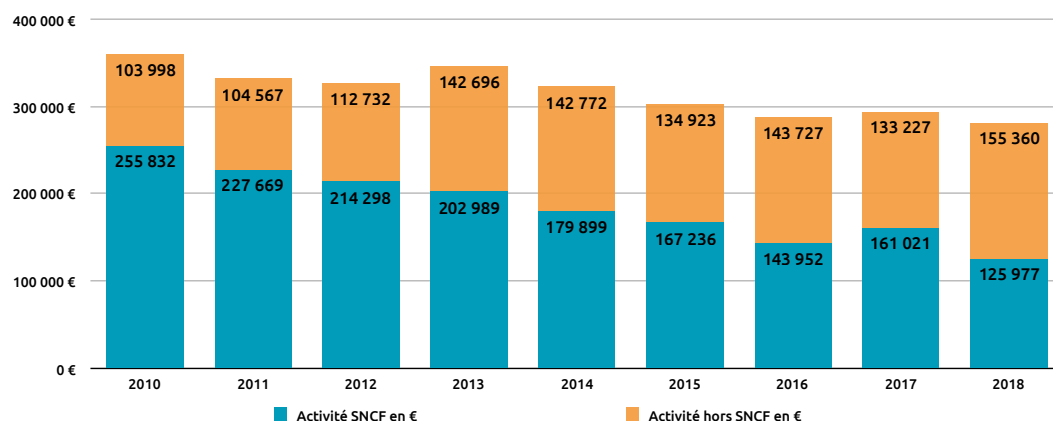
Tous les produits (sauf ceux de Haute-Bretagne Vacances et de FunBreizh) sont vendus par l'Office de tourisme au guichet et sont proposés dans le Guide Hébergements et sur www.saintquayportrieux.com, rubrique « nos idées séjours ».

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 baisse de 2,6 % par rapport à 2017, représentant plus de 289 K€ TTC de ventes réalisées.



Contrairement à 2017, le volume d'affaires de la billetterie SNCF est en baisse de près de 22 % qui s'explique par les grèves à répétition au premier semestre 2018. En revanche, la vente des autres prestations a augmenté de 16,6 % par rapport à 2017.

RÉPARTITION DU VOLUME D'AFFAIRES TOURISTIQUE RÉALISÉ PAR LE SERVICE ACCUEIL ET INFORMATION DES PUBLICS DE 2013 À 2018

2018 aura été une excellente année pour la vente des activités de loisirs.

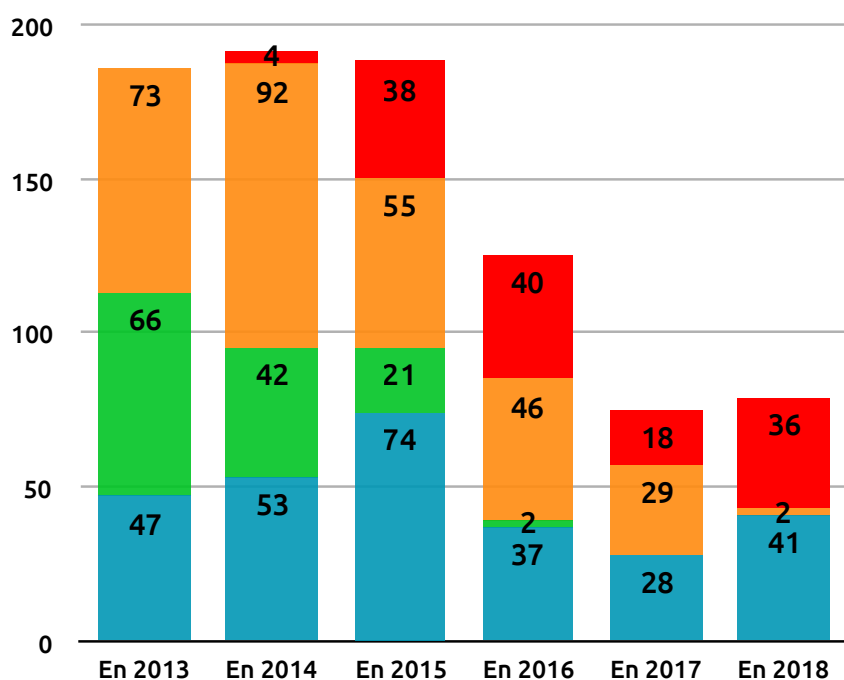
	EN 2013	EN 2014	EN 2015	EN 2016	EN 2017	EN 2018	EVOL 2018/2017
Visites guidées de l'OT	1 558 €	1 304 €	1 575 €	1 962 €	1 719 €	2 769 €	61,1 %
Pêche en mer	28 126 €	23 730 €	30 701 €	24 569 €	24 650 €	27 589 €	11,9 %
Vedettes de Bréhat	60 046 €	49 154 €	34 783 €	49 875 €	44 041 €	60 826 €	38,1 %
Condor Ferries	773 €	431 €	1 826 €	319 €	397 €	344 €	-13,3 %
Billets SNCF	202 989 €	179 899 €	167 236 €	143 952 €	161 021 €	125 977 €	-21,8 %
Ti'bus		2 685 €	6 015 €	8 310 €	8 790 €	4 710 €	-46,4 %
TUB					126 €	2 715 €	2054,8 %
Visites du Caruhel	1 870 €	1 810 €	1 500 €	2 100 €	1 800 €	2 280 €	26,7 %
Vente de séjours	19 125 €	19 527 €	18 381 €	12 456 €	8 273 €	7 096 €	-14,2 %
Kréa'quarelle	2 350 €	1 825 €	1 850 €	2 075 €	1 575 €	1 975 €	25,4 %
Anna KROPIOWSKA				60 €	195 €	427 €	119 %
Z'éconature	771 €	1 101 €	634 €	476 €	944 €	1 484 €	57,2 %
Rando Bien-être					168 €		-100 %
Rando Photos						330 €	N/A
Vieux grément - balades et sorties	2 073 €	6 798 €	6 608 €	7 219 €	7 493 €	8 762 €	16,9 %
Maestro Croisières				845 €	4 660 €	4 683 €	0,5 %
Passeur du Trieux				370 €	238 €	655 €	175,8 %
Voiles et Traditions				98 €	176 €	587 €	233,5 %
Phart					162 €	606 €	274,1 %
Loisirs du CLJ	21 779 €	26 512 €	31 050 €	32 993 €	27 820 €	27 675 €	-0,5 %
Autres prestations tourisme et loisirs vendues	1 583 €	2 970 €	3 931 €	3 324 €	3 110 €	8 004 €	157,4 %
Total	343 042 €	317 745 €	306 090 €	291 003 €	297 358 €	289 494 €	-2,6 %

LA VENTE DE SÉJOURS CONSTRUITS PAR L'OFFICE DE TOURISME

Le nombre de séjours consommés est en légère hausse mais en baisse en termes de chiffre d'affaires (79 séjours vendus en 2018 contre 75 en 2017). Des séjours ont été offerts en dotation sur des événements tels que la fête de la Coquille à Montmartre et le Salon Nautique à Paris, à la radio en partenariat avec le Comité régional du tourisme de Bretagne pour faire la promotion de la destination Saint-Quay-Portrieux.

	EN 2013	EN 2014	EN 2015	EN 2016	EN 2017	EN 2018
Saint-Quay Gourmand	56	36	54	8	8	12
Golf'Armor Passion	0	9	2	0	2	
Week-end Family	4	5	4	0	0	
Amour d'Armor	53	37	29	24	16	17
Cap sur les îles				7	0	2
Kayak Attitude		0	0	0	0	
Vu du ciel				0	0	
Saint-Quay Randonnée					2	2
Des bulles dans les îles						4
Prendre le large						4
Grandes marées						0
En toute liberté						0
Bol d'Air marin (HBV)	73	92	55	46	29	2
Du Kayak à Saint-Quay-Portrieux (FB)		0	0	0	2	
De Saint-Quay à l'île de Bréhat (FB)		0	10	14	10	10
Weekend en Station balnéaire (FB)		4	28	26	6	26
Total	186	191	188	125	75	79

SÉJOURS VENDUS SUIVANT L'ORIGINE COMMERCIALE



■ Par Office de tourisme SQP ■ Par CAD 22 (CDT)
■ Par Haute Bretagne Vacances ■ Par Fun Breizh



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 (48,1 % des ventes de séjours en 2018 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 (+ 23,8 % par rapport à 2017).

En nombre de personnes	EN 2013	EN 2014	EN 2015	EN 2016	EN 2017	EN 2018
Exp. Bret. Défi crêpe	24	5	0	11	33	11
Kréa'quarelle	94	73	74	83	63	79
Z'éco Nature - Mme MEFFRE	81	77	8			
Z'éco Nature - Mme MAERTEN	37	108	92	13	53	81
Z'éco Nature - Mme GRALL				60	71	98
Rando Bien-être - Mme DONIO					7	
Rando Photo - M. GARNIER						11
Visite guidée - St Quay Port d'Armor	530	266	333	308	246	263
Visite guidée - Traces des peintres	126	75	91	41	98	109
Visite guidée - groupes		302	252	457	427	584
Total	892	906	850	973	998	1236

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).

Depuis 2017, l'Office de tourisme de la Baie de Saint-Brieuc intègre les visites guidées des Offices de tourisme de Saint-Quay-Portrieux et de Binic - Étables-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.



**NOUVEAUTÉ
2018**

En partenariat avec le photographe Christophe GARNIER, l'Office de tourisme propose la programmation de randonnées photos, d'une durée de 3 heures. Les participants viennent avec leur matériel (du smartphone au Reflex) et découvrent de manière simple les bases de la photographie.





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 : 15 000 exemplaires

Parution : avril 2018

100 annonceurs

Diffusion : sur le site de la fête de la Coquille Saint-Jacques à Saint-Quay-Portrieux, sur certaines opérations déployées par Sensation Bretagne et Saint-Brieuc Armor Agglomération, 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 : 3 000 exemplaires

Parution : décembre 2017

106 annonceurs

Diffusion : sur le site de la fête de la Coquille Saint-Jacques à Saint-Quay-Portrieux, sur certaines opérations déployées par Sensation Bretagne et Saint-Brieuc Armor Agglomération, par voie postale sur demande, en téléchargement, remis sur place en situation de séjour.



Plan de ville

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 2018

2 annonceurs

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



La brochure 2019 est parue en édition papier le 28 décembre 2018



NOUVEAU EN 2018 :

En 2018, ont été réalisées deux versions allégées du Guide Tourisme : une version en anglais et une version en allemand. Ces éditions sont disponibles en téléchargement sur le site Internet. Elles sont une réponse à nos clientèles étrangères et aux critères du classement en Catégorie 1.

LES SUPPORTS NUMÉRIQUES DE L'OFFICE DE TOURISME

LE SITE INTERNET WWW.SAINTQUAYPORTRIEUX.COM

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.

	EN 2018	ÉVOLUTION N-1	ÉVOLUTION N-2
Nombre de sessions	104 478	+71%	+138%
Nombre d'utilisateurs	67 845	+67%	+151%
Taux de rebond	60,21%	+31%	+39%
m-tourisme	54,90%	+30%	+111%
Taux de nouvelles sessions	64,45%	4%	16%

NB : pour plus de ressources, voir pages 5 et 6

LA PRÉSENCE SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX

43 millions de Français utilisent Internet chaque jour, et passent en moyenne 1h22 sur les réseaux sociaux. Les réseaux sont devenus plus qu'un lieu récréatif, c'est maintenant un moyen d'information, de shopping et d'évaluation.

En 2018, l'Office de tourisme a décidé de concentrer sa stratégie « social media » sur les réseaux sociaux suivants :

 **7 622 fans** (au 31/12/2018)

 **1 489 abonnés** (au 31/12/2018)

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.

- > Profil type de la communauté Facebook de l'Office de tourisme : un homme ou une femme entre 45 et 54 ans, vivant à Paris ou à Saint-Brieuc.
- > Profil type de la communauté Instagram : une femme entre 25 et 34 ans, vivant à Paris ou à Rennes, qui se connecte tous les jours sur le réseau social.

	EN 2016	EN 2017	EN 2018	ÉVOLUTION N-1	ÉVOLUTION N-2
Nombre de fans Facebook	5903	6958	7622	+9,5%	+29,1%
Nombre d'abonnés Instagram	426	977	1489	+52,4%	+249%

La communauté Facebook arrive à maturité, tandis que la communauté Instagram connaît une forte croissance. L'Office de tourisme a décidé de renforcer sa présence sur Instagram.

- > L'année 2018 marque un tournant dans l'usage des réseaux sociaux, tant du côté des utilisateurs que des réseaux eux-mêmes. En effet, plusieurs scandales ont entaché l'image de ces réseaux, principalement liés à l'exploitation de données personnelles des utilisateurs par les géants du web pour des fins commerciales ou politiques. Les utilisateurs sont de plus en plus méfiants et ont compris que les réseaux sociaux ont perdu de leur spontanéité, ce qui était pourtant leur force.
- > Afin de palier à cette crise, certains réseaux (comme Facebook) ont revu leur algorithme afin de donner plus d'importance aux actualités des proches, et moins des pages. Désormais, si les pages veulent exister, elles doivent miser sur du contenu sponsorisé.
- > Pour l'Office de tourisme, cela se traduit par une baisse de la portée organique des publications. En revanche, si moins de personnes ont vu ces publications, celles qui les ont vues, ont apprécié leur contenu comme le montre la belle progression du taux d'interaction.
- > Malgré ces changements de fond, il est important pour l'Office de tourisme de continuer à s'impliquer sur les réseaux sociaux, en adaptant toutefois ses contenus aux nouvelles habitudes des utilisateurs.

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 magazine « Destination Bretagne »

Objectif : présenter les 23 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. Il présente des suggestions d'itinéraires par secteur géographique autour des saisons, des moments de la journée, des points cardinaux...

Tirage : 40 000 exemplaires

Parution : janvier 2018

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. En 2018, Saint-Quay-Portrieux était à l'honneur en couverture du magazine.



Grâce à ces éditions « Sensation Bretagne », ce sont 23 Destinations Mer qui agissent ensemble pour la promotion et la communication touristique du littoral breton.



Le guide Balades Randonnées « Sensation Bretagne »

Objectif : proposer des itinéraires randonnées sur les 23 stations du réseau « Sensation Bretagne ».

Tirage : 20 000 exemplaires

Parution : janvier 2018

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.



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

Objectif : disposer d'images de qualité (photographe Alexandre LAMOUREUX et vidéaste Paul et Malo) de chaque station utilisables par le réseau et par chacune des stations dans les outils de communication. Le reportage photos a été réalisé en juillet 2018 : l'Office de tourisme souhaitait renouveler les vues classiques de la station, mettre en avant les nouveaux aménagements au Portrieux, continuer le recours à la figuration, tout en ménageant des scènes sans personnages pour la presse.

Le tournage vidéo a eu lieu sur une journée en mai 2018. Le concept était de se baser sur les coups de cœur de nos communautés, sollicitées au préalable sur les réseaux sociaux. 3 vidéos de format court ont été réalisées sous forme de témoignages d'habitants (Pointe du Sémaphore, bar les Cochons Flingueurs et Plage de la Comtesse).



Le blog expérientiel du réseau « Sensation Bretagne » 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 support sont de :

- || communiquer sur l'expérience et la sensation ;
- || créer des contenus affinitaires de qualité grâce à un travail collectif des 23 stations du réseau en Bretagne, dont fait partie « Saint-Quay-Portrieux ».



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.

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 et Luxembourg)

Le réseau « Sensation Bretagne » a été présent sur 4 salons en 2018 :

LIEU	DATE	VISITEURS
Vakanz - Luxembourg	Du 12 au 14 janvier	29 000 visiteurs
Tourissima - Lille	Du 26 au 28 janvier	19 600 visiteurs
Salon International de l'Agriculture - Paris	Du 24 au 25 février*	600 000 visiteurs
Mahanna - Lyon	Du 2 au 4 mars	26 100 visiteurs

*Le réseau était présent 2 jours sur 10 jours de salon : invité gracieusement par le CRT Bretagne.



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.

- || **Healthy :** WE Yoga, Cuisine aux Algues, Restaurants, Végan, marché bio, herboriste...
- || **Vintage :** hébergements, produits, lieux, un restaurant, produit Made in Bretagne, marinières, sac de plage, bottes... conserverie...
- || **L'Appel du Large :** entre les vacances de Printemps et WE de mai des parisiens = 6 semaines de longs WE ou de courts séjours... Envie de respirer, de marcher, de faire du sport, de découvrir de bonnes adresses...
- || **Tourisme vert en itinérance :** nature, jardins, activités vertes... des activités qui permettent au corps et à l'esprit d'être en accord avec la nature !

NOUVEAU EN 2018 :
 Organisation de 18 voyages de presse individuels « vivre l'expérience Bretagne avec Sensation Bretagne en 2018 » : Faire découvrir à 1 journaliste plusieurs stations d'un même territoire. L'objectif est atteint : chaque station a reçu au moins 1 fois 1 journaliste en 2018.

ENJEUX :

- || Continuer à proposer des communiqués de presse thématiques attractifs pour les journalistes et générateurs de reportage/article.
- || Garantir au moins la venue d'un journaliste dans toutes les stations en plus de la diffusion habituelle des CP et de la réponse aux demandes des journalistes.

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 : 55 parutions identifiées sur le réseau des 23 stations « Sensation Bretagne » en 2018 et 6 citations pour Saint-Quay-Portrieux dans le FIGARO MAGAZINE, sur Europe 1 notamment. Ces 55 parutions représentent une audience de 187 210 295 personnes et une équivalence publicitaire d'un montant de 1 728 235 €.

LES RETOMBÉES SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX AVEC LE CRT

Un jeu concours a été organisé sur INSTAGRAM en partenariat avec le CRT Bretagne sur le thème du GR 34. L'Office de tourisme de Saint-Quay-Portrieux était partenaire en offrant un séjour. Le résultat de l'opération sur le compte Instagram du CRT :

 **3 900 mentions « J'aime » et 170 commentaires**

Et sur le compte Instagram de Sensation Bretagne :
 **146 mentions « J'aime » et 64 commentaires** (+216 followers sur la page Sensation Bretagne).



HEALTHY



VINTAGE

LES RETOMBÉES PRESSE

Saint-Quay-Portrieux a été mis à l'honneur dans différents médias, dont la liste non exhaustive figure ci-dessous :

DATE	MÉDIA	TYPE DE MÉDIA	SUJET	ORIGINE/SOURCE
Mars 2018	Voormijnkleintje.nl	Blog personnel	Visiter la côte bretonne avec un bébé	Sensation Bretagne
Mars 2018	CNEWS	Presse écrite	séjours packagés insolite en Bretagne	Spontanée
Avril 2018	Jenovefa	Blog personnel	Fête de la Coquille Saint-Jacques	Spontanée
Avril 2018	Réponse à tout	Presse écrite	Salon du Vintage	Sensation Bretagne
Multi-diffusion 13 au 24 avril 2018	Hit West	Radio	Fête de la Coquille Saint-Jacques	Comité départemental des Pêches
Multi-diffusion 13 au 24 avril 2018	Radio Bonheur	Radio	Fête de la Coquille Saint-Jacques	Comité départemental des Pêches
23 avril 2018	JT de 13h de TF1	TV	Fête de la Coquille Saint-Jacques	Spontanée
24 avril 2018	Ouest France Page Bretagne	Presse écrite	Fête de la Coquille Saint-Jacques	Spontanée
26 avril 2018	Seizh	Internet - Presse en ligne	Fête de la Coquille Saint-Jacques	Spontanée
4 juillet 2018	Canal +	TV	Fête de la Coquille Saint-Jacques	Spontanée
Juillet 2018	VMF : Magazine du Patrimoine, de l'architecture et des jardins	Presse écrite	Reportage sur la Baie de Saint-Brieuc, présentation de la station, zoom sur la villa Ker Moor (présence en couverture)	Spontanée
Multi-diffusion tout au long du mois de juillet	COB FM	Radio	Présentation de la station et de ses animations	OTSQP
25/07/2018	Figaro Magazine	Presse écrite	Cap sur la Bretagne (zoom sur la Crêperie du Port)	Sensation Bretagne
22/08/2018	France Bleu Armorique	Radio	Présentation de la station et de ses animations + intervention d'un prestataire (Yves Satin pour le PNSG)	OTB
Août 2018	RCF	Radio	Présentation de la station et zoom sur le port d'Armor	Spontanée
24/08/2018	Figaro Magazine	Presse écrite	Baie de Saint-Brieuc - La Solitaire du Figaro (présence en couverture)	Spontanée
28/10/2018	Europe 1	Radio	Reportage sur le Baie de Saint-Brieuc	Sensation Bretagne
06/11/2018	France 3	TV	Pêche à la Coquille Saint-Jacques	Spontanée

Le bilan de la fête de la Coquille Saint-Jacques fait état de plus de 30 articles et reportages sur des supports variés (presse, radio et TV).

LES AUTRES ACTIONS DE PROMOTION

Les 16, 17 et 18 février 2018, l'Office de tourisme a été présent sur le Salon International du Tourisme de Rennes en partenariat avec l'Office de tourisme de la Baie de Saint-Brieuc et Côtes d'Armor Développement : 438 exposants et près de 39 000 visiteurs.



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 27 et 28 janvier 2018) et à Villard de Lans (les 24 et 25 mars 2018).

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, Madame 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 27 contacts pour des visites d'hébergements. En 2018, 27 hébergements ont été classés ou reclassés sur Saint-Quay-Portrieux et 2 hébergements ont été labellisés Clévacances (dont 1 revisite).

À la date du 31/12/2018, l'offre des meublés de tourisme de la station est de 85 locations classées ou labellisées et 126 locations ni classées ni labellisées. En comparaison, en 2017, l'offre sur Saint-Quay-Portrieux était de 84 meublés classés ou labellisés et 120 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.



FOCUS SUR LA RÉFORME DE LA TAXE DE SÉJOUR

La réforme de la taxe de séjour en application au 1^{er} janvier 2019, prévoit une taxation proportionnelle pour les hébergements non classés. En outre, cette réforme ne prévoit plus d'équivalence entre les labels et le classement en étoiles. Tous ces changements ont incité au classement un nombre non négligeable de propriétaires de meublés en cette fin d'année 2018 et cela se poursuivra en 2019.

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 2018, cela a concerné l'implantation d'un glacier/chocolatier/macarons sur le vieux port.

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 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

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 de partager certains outils. Le contenu de cet espace est régulièrement mis à jour. Il contient 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 et les logos 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
 - || Le questionnaire 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



**BON
À SAVOIR**

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 :



Salon du Vintage
24 & 25 mai 2018



Concours national de jumping de Saint-Quay-Portrieux
Du 12 au 15 juillet 2018



Open Market - Trophée Guy Hoquet
Du 1^{er} au 11 août 2018



La fête de la Coquille Saint-Jacques

Les 21 et 22 avril 2018, Saint-Quay-Portrieux a accueilli la fête de la Coquille Saint-Jacques.

Pour la première

fois, l'Office de tourisme était présent à l'entrée de la fête et a pu accueillir les quelques 70 000 visiteurs.



Le Portrieux, jadis et naguère

L'Office de tourisme a été partenaire de l'exposition « Le Portrieux, jadis et naguère », traitant de l'histoire et de la

représentation du Portrieux à travers la peinture. Organisée par deux associations quincennaises : les Amis de Saint-Quay-Portrieux et le Comité de Quartier du Portrieux avec le soutien de la Ville, cette exposition s'est accompagnée de la réalisation d'un dépliant-guide, dont l'Office de tourisme peut se servir dans le cadre de ses propres visites guidées.



Food Truck Festival
Du 24 au 26 août 2018



Solitaire Urgo Le Figaro
Du 29 août au 2 septembre 2018



Samain
Les 31 octobre et 1^{er} novembre 2018

LES ANIMATIONS ORGANISÉES PAR L'OFFICE DE TOURISME

L'Office de tourisme de Saint-Quay-Portrieux a organisé des événements sur le thème de la brocante et vide-greniers. Pour la première fois, l'Office de tourisme a également proposé deux dates de marché artisanal et gourmand en soirée (de 17h à 22h) :

- || Brocante professionnelle, du 20 au 22 juillet (20 exposants),
- || Marché artisanal et gourmand, le 27 juillet (9 exposants),
- || Vide-greniers « grand public » du vieux port, le 5 août (736 mètres linéaires et 142 exposants dont 4 professionnels),
- || Marché artisanal et gourmand, le 10 août (11 exposants),
- || Brocante professionnelle, du 17 au 19/08 (19 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 564 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



2018... TOURNÉE VERS L'AVENIR

Aux termes d'un dossier initié en 2017, l'Office de tourisme a obtenu le **renouvellement de son classement en Catégorie 1** le 8 avril 2018. Ce classement est valable 5 ans et est indispensable au classement de Saint-Quay-Portrieux en tant que Station Classée de Tourisme.

Début 2018, l'Office de tourisme a organisé deux réunions de consultations préalables à la rédaction de la nouvelle convention d'objectifs qui le lie à la Ville : une première avec les élus le 6/3/2018 et une seconde avec les socio-professionnels le 19/3/2018. **La nouvelle convention d'objectifs pluriannuelle (2018-2021) a été signée le 4 juillet 2018.**

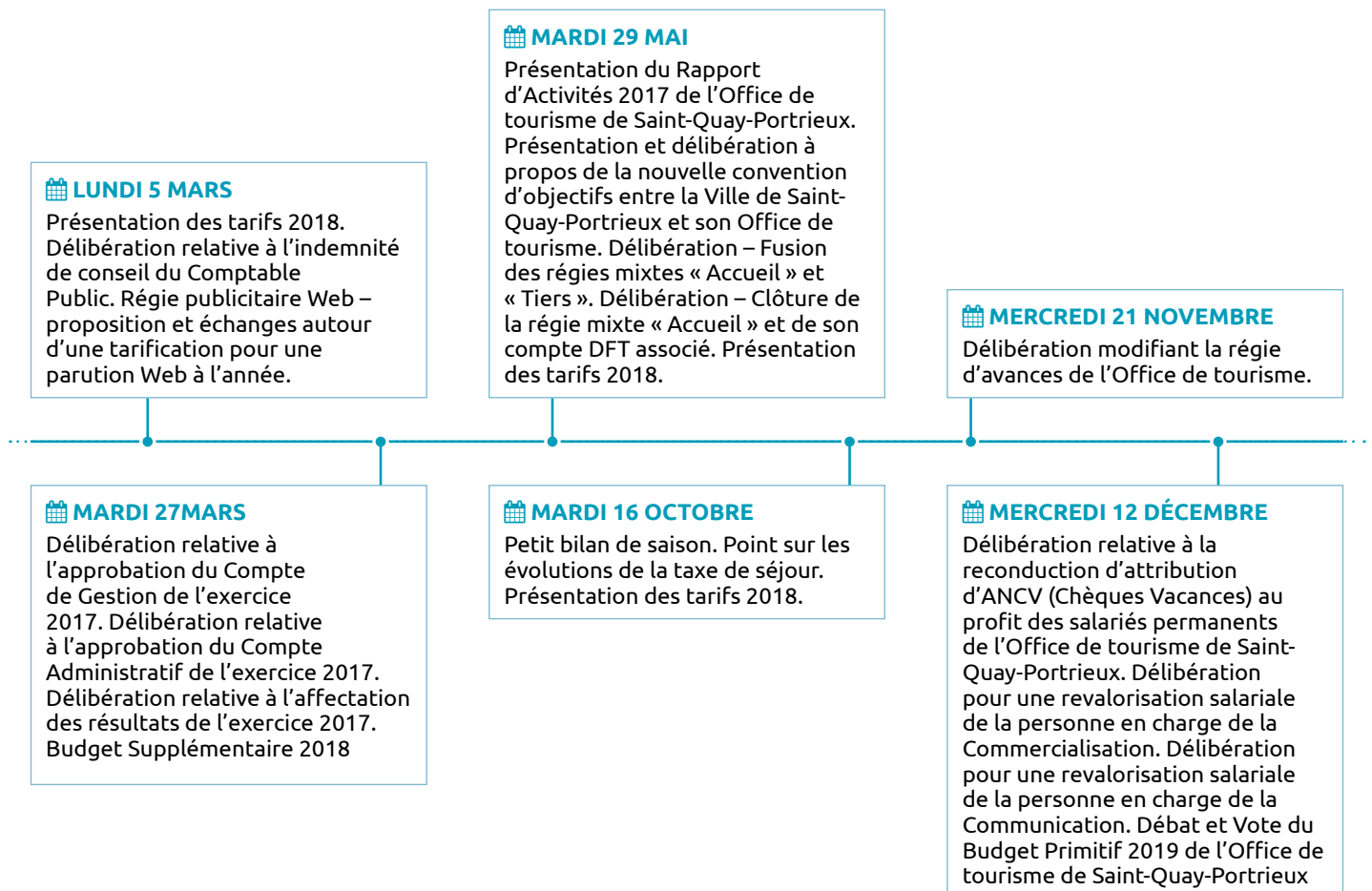
Pour se conformer aux exigences de la loi « Informatique et Libertés » et du **Règlement Général sur la Protection des Données Personnelles** (RGPD), l'Office de tourisme a commencé à prendre des dispositions (constitution d'un registre du traitement des données, insertion de la notion de RGPD dans les conventions de partenariat, sur le site Internet, ...) et poursuivra sa démarche de façon continue.

L'Office de tourisme a poursuivi sa participation au **projet régional eBreizh Connexion**, notamment sur la partie « commercialisation ». eBreizh Connexion est un projet de mutualisation digitale pour le tourisme breton. L'ambition du projet est de poser les fondements d'une nouvelle vision numérique pour le tourisme breton et de définir les contours d'un dispositif digital mutualisé, pertinent pour le visiteur durant toutes les phases de son parcours (avant, pendant et après son séjour).

Fin novembre, l'Office de tourisme a dû faire face à la liquidation judiciaire de son prestataire web « Cibles & Stratégies ». Une société lamballaise « Inodia » a repris l'activité Web de Cibles & Stratégies et l'Office de tourisme lui a confié la maintenance de son site Internet.

LES COMITÉS DE DIRECTION DE L'OFFICE DE TOURISME

En 2018, sous l'égide de la Présidente de l'EPIC, six Comités de direction se sont tenus :



LES GRANDS LIGNES DU BUDGET 2018 DE L'OFFICE DE TOURISME

LE COMPTE ADMINISTRATIF

DÉPENSES		RECETTES	
SECTION FONCTIONNEMENT			
Charges de personnel	213 732,75 €	Subventions	170 000,00 €
Charges à caractère général	82 684,92 €	Recettes sur actes de ventes	87 801,49 €
Autres charges de gestion courante	- €	Taxe de séjour	48 998,50 €
Charges financières	- €	Produits divers de gestion	9 027,00 €
Charges exceptionnelles	40 350,39 €	Produits exceptionnels	- €
Dotations aux amortissements	5 027,78 €	Atténuation de charges	5 952,78 €
Résultat antérieur (déficit)	- €	Résultat antérieur	79 320,59 €
Total	341 795,84 €	Total	401 100,36 €
		Résultat de l'exercice (Excédent)	59 304,52 €
SECTION INVESTISSEMENT			
Immobilisations incorporelles	- €	Subventions	- €
Immobilisations corporelles	4 128,30 €	Prêts	- €
Dépenses d'ordre	- €	Dotations aux amortissements	5 027,78 €
Autres charges	- €	Autres recettes	- €
Résultat antérieur	- €	Résultat antérieur (excédent)	18 954,19 €
Total	4 128,30 €	Total	23 981,97 €
		Résultat de l'exercice (Excédent)	19 853,67 €

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 Ville de Saint-Quay-Portrieux).

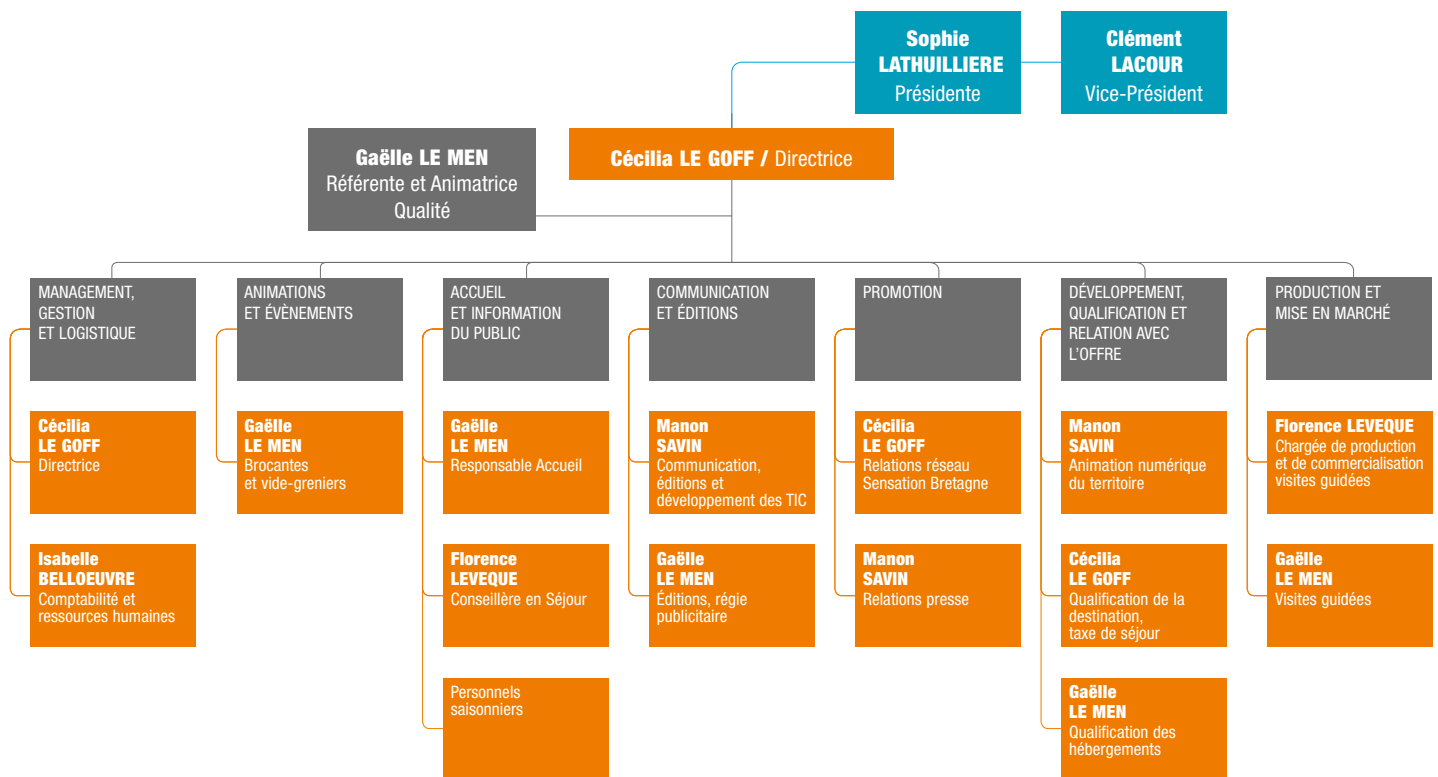
En 2018, le volume d'affaires global réalisé par l'Office de tourisme atteint presque les 335 K€.

Cette activité marchande génère un autofinancement relativement important (recettes à hauteur de 87,8 K€, soit 27,29 % de ses recettes totales).

Les volumes d'affaires réalisés par l'OTSQP :

	EN 2013	EN 2014	EN 2015	EN 2016	EN 2017	EN 2018
Vente au titre de la billetterie SNCF (net)	202 989,05 €	179 898,83 €	167 236,03 €	143 951,67 €	161 020,77 €	125 976,78 €
Vente autres prestations tourisme (TTC)	118 274,45 €	111 334,20 €	107 803,96 €	114 058,10 €	108 516,91 €	135 841,40 €
Vente au titre du CLJ (net)	21 778,80 €	26 512,00 €	31 050,00 €	32 992,82 €	27 819,89 €	27 675,35 €
Vente au titre de l'animation (net)	9 147,50 €	6 810,50 €	10 897,00 €	10 720,00 €	7 603,00 €	9 027,00 €
Vente au titre des services non touristiques (TTC)	860,97 €	834,32 €	775,81 €	1 054,35 €	1 217,00 €	1 210,45 €
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 €	34 849,40 €
Total des ventes	411 879,03 €	386 060,81 €	365 793,47 €	351 460,61 €	357 875,16 €	334 580,38 €

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 4,96 ETP au 31/12/2018).

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 2018 :

- || Virginie HAMON
- || Marion MANCEAU

DES JEUNES ACCUEILLIS EN STAGE CHAQUE ANNÉE

En 2018, l'Office de tourisme a accueilli 8 personnes en stage (par ordre de présence à l'Office de tourisme) :

- || Oksana LE PIOLET (BTS Tourisme – Lycée Renan à Saint-Brieuc)
- || Manon GERIN (BTS Tourisme – Lycée Renan à Saint-Brieuc)
- || Gabriel GALLI (Stage de 3ème – Collège Notre-Dame à Chartres)
- || Tristan OLIVO (Licence Langues Etrangères Appliquées – Université de Rennes 2)
- || Valérie SUIGNARD (BTS Tourisme - CNED)
- || Aurore LE THOMAS (BTS Assistant de Manager – Lycée Notre Dame à Guingamp)
- || Illona ALLO (Stage de 3ème – Collège Camille Claudel à Saint-Quay-Portrieux)
- || Yannaël SCHUBERT (Stage de 3ème – Collège Jules Léquier à Plérin)

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 2018, 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 :

- || 199 heures de formation externe,
- || 11 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 heures.

NOTRE
ENGAGEMENT



LA MARQUE « QUALITÉ TOURISME »

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 et juin 2017.

Le « Groupe de travail local Qualité » s'est réuni le 12 juin 2018, il a été fait un point sur le bilan des questionnaires de satisfaction 2017 et de janvier à mai 2018, le bilan Qualité depuis le 5 décembre 2017 et un point sur les statistiques de fréquentation (guichet/site Internet).

LES PARTENAIRES DE LA STATION ET DE L'OFFICE DE TOURISME EN 2018



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 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 Ville de Saint-Quay-Portrieux.

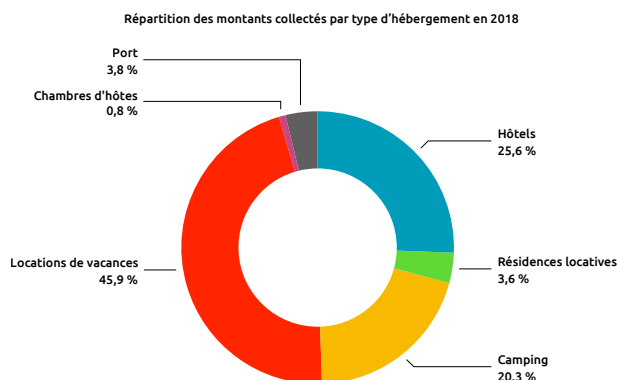
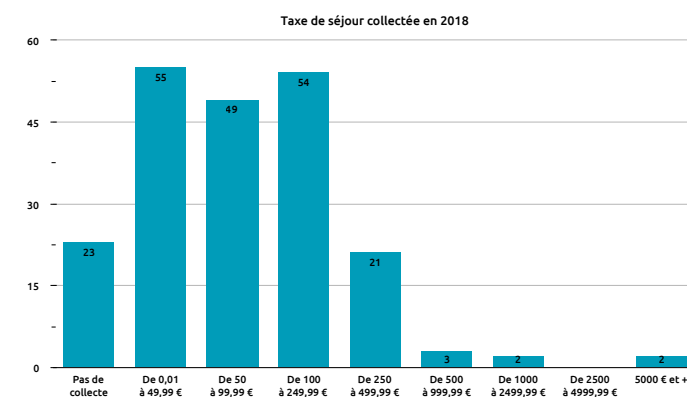
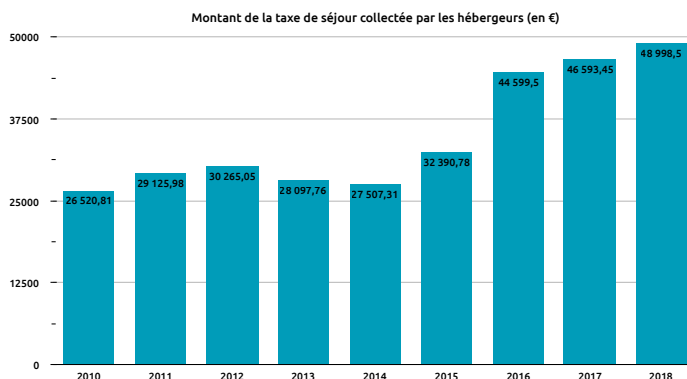
En 2018 :

- || 209 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 2018, les hébergeurs touristiques ont collecté 48 998,50 € de taxe de séjour (augmentation de 5,16 % par rapport au montant collecté en 2017).

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 :

- || 11 % déclarent ne pas avoir collecté de taxe de séjour,
- || 49,8 % déclarent avoir collecté entre 0.01 et 99,99 €,
- || 37,3 % déclarent avoir collecté entre 100 et 999,99 €,
- || 1,9 % 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.



Le second semestre 2018 aura été marqué par la préparation à la réforme de la taxe de séjour qui s'applique dès janvier 2019. En effet, cette réforme aura nécessité une vulgarisation auprès des hébergeurs, plus particulièrement pour les non classés réellement impactés par les changements.






SAINT-QUAY
PORTRIEUX

Tourisme

TOUTES LES INFOS SUR 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



BIENVENUE SAINT-QUAY-PORTRIEUX



BIENVENUE_SAINTE-QUAY-PORTRIEUX



BIENVENUE SAINT-QUAY-PORTRIEUX

