

OFFICE MUNICIPAL DE TOURISME DE SAINT-QUAY-PORTRIEUX

RAPPORT D'ACTIVITÉS 2008



OFFICE DE TOURISME***
Saint-Quay-Portrieux

An aerial photograph of a coastal town built on a cliffside overlooking a large harbor. The town features numerous white buildings with dark roofs. In the harbor, there is a large, long pier or breakwater structure. The water is a deep blue, and the sky is clear and light blue.

OFFICE MUNICIPAL DE TOURISME DE SAINT-QUAY-PORTRIEUX
RAPPORT D'ACTIVITÉS
2008

SOMMAIRE

Présentation de l'Office de Tourisme	Page 4
Présentation du Comité Directeur	Page 6
Communication touristique	Page 7
• Les éditions de l'Office de Tourisme*** 2008	Page 7
• Les éditions de la Communauté de Communes du Sud Goëlo	Page 7
Présentation des labels	Page 8
• Le label Stations Nouvelle Vague	Page 8
• Le label Famille Plus	Page 9
Promotion	Page 12
• Le site Internet : www.saintquayportrieux.com	Page 12
• Salons avec le réseau des Stations Nouvelle Vague	Page 13
• Salons et opérations de promotion avec le Sud Goëlo	Page 13
• Salons et opérations de promotion	Page 13
Commercialisation	Page 14
• Notre offre de séjours	Page 14
Bilan touristique 2008	Page 15
• Tendances observées en 2008	Page 15
• Billetteries	Page 15
• Quelques chiffres clés	Page 15
• Évolutions et tendances marquantes	Page 16
• Fréquentation au guichet de 2002 à 2008	Page 16
• Répartition des clientèles au guichet	Page 16
• Clientèle étrangère	Page 17
• Évolution des clientèles étrangères	Page 18
• Évolution des demandes	Page 18
• Bilan commissions/chiffre d'affaires 2007 & 2008	Page 19
• Vente de séjours	Page 19
• Recettes publicitaires	Page 21
• Taxe de séjour	Page 21
• Centre de Congrès	Page 22
• Démarche Qualité FROTSI et FDOTSI	Page 24
• Les services à améliorer selon nos visiteurs	Page 25
• Partenariat avec les vêtements Saint-James	Page 26
• Partenariat avec l'Office de Tourisme de Châtel	Page 27
• Retombées Presse 2008	Page 28
Bilan comptable	Page 29



PRÉSENTATION DE L'OFFICE DE TOURISME

L'ÉQUIPE EST COMPOSÉE DE 6 PERSONNES À L'ANNÉE :

- Arnaud BUREL - Directeur;
- Isabelle BELLOEUVRE - Comptable (2 jours par semaine);
- Gaëlle LE MEN - Responsable Accueil, également en charge de la labellisation, de la régie publicitaire, des visites guidées;
- Anne-Sophie GEORGES - Chargée de Développement des Nouvelles Technologies (site Internet, iconographie);
- Julie LEMEN - Hôtesse d'Accueil, également en charge de la commercialisation des produits touristiques (temps partiel à 80 %);
- Cécilia LE GOFF - Assistante de Direction, en charge du suivi administratif des animations, des réservations du Centre de Congrès et de la Taxe de Séjour.

UN ÉQUIVALENT DE
5 EMPLOIS
à temps plein



A cet effectif, s'ajoute le recrutement de 3 saisonnières pour juillet et août, dont une personne dédiée aux Animations, ainsi que de deux stagiaires.

LES HORAIRES D'OUVERTURE DE L'OFFICE DE TOURISME SONT LES SUIVANTS:

Toute l'année du lundi au samedi de 9h00 à 12h30 et de 14h00 à 18h30;

Sauf en hiver : de 9h00 à 12h30 et de 14h00 à 18h00;

En juillet et en août : tous les jours de 9h00 à 19h00, les dimanches et jours fériés, de 10h30 à 12h30 et de 15h30 à 18h00.



Un **Point Information** est ouvert l'été sur le port, face à la plage du Portrieux, dans les locaux de l'ancienne mairie :

En juillet et en août : tous les jours de 10h30 à 12h30 et de 15h30 à 18h30, les dimanches et jours fériés de 15h30 à 18h30.

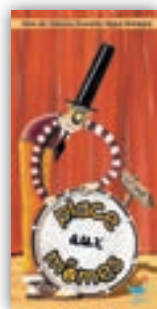
SOIT UN TOTAL DE
2 600 HEURES
D'OUVERTURE AU PUBLIC PAR AN
SOIT UN NOMBRE TOTAL DE
317 JOURS
D'OUVERTURE AU PUBLIC

LES MISSIONS DE L'OFFICE DE TOURISME

- Accueil/Billetteries (SNCF, Bréhat, pêche en mer, spectacles...)
- Information
- Promotion
- Communication touristique
- Gestion du site Internet www.saintquayportrieux.com
- Visites guidées
- Relations Presse
- Commercialisation
- Labellisation « Clévacances »
- Inscriptions Centre de Loisirs des Jeunes
- Réservations Centre de Congrès
- Organisation d'animations : brocante de juillet, brocante d'août, vide greniers

DANS LE CADRE DU BUDGET ANIMATIONS DE LA VILLE, L'OFFICE DE TOURISME GÈRE LES ÉVÈNEMENTS SUIVANTS

- Festival « Place aux Artistes »
- Festival « Place aux Mômes »
- Exposition « Les Océaniques »
- Opération « Breizh Sable Tour »
- « Objectif Nouvelle Vague »
- Opération « Une Journée dans la Nature »



Ces événements sont financés par la ville.



PRÉSENTATION DU COMITÉ DIRECTEUR

REPRÉSENTANTS DU CONSEIL MUNICIPAL

Membres titulaires

M. BLANC Dominique (Président)
M. BREZELLEC Georges (Vice-président)
Mme QUERE Isabelle
Mme LUCAS Jeanne
Mme COLAS-TERRIEN Christine
Mme LE PROVOST Anne

Membres suppléants

Mme GIRARDET Frédérique
M. MARION Erwan
M. BARBEY-CHARIOU Erwan
Mme SEIGNARD Marie-Christine
Mme THORAVAL Céline

REPRÉSENTANTS DES PROFESSIONS OU ASSOCIATIONS INTÉRESSÉES AU TOURISME

Membres titulaires

M. JAGLIN (*Hôtel Ker Moor*)
M. GALOPIN Georges (*Camping Bellevue*)
M. BOCHER Olivier (2^e Vice-président) (*Restaurant Bistrot de la Marine*)
M. MOREL Denis (*Casino*)
Mme LE MINOUX Isabelle (*Union des Commerçants « Les 4 saisons Toniques »*)

Membres suppléants

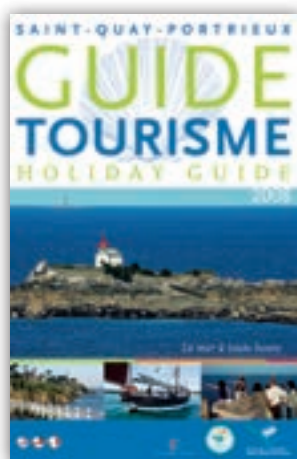
M. MEHEUT Pascale
M. MARTIN Philippe
M. BERANGER Eric
Mme PILLON Claudine
Mme GOHARD L'HEMELLET

L'Office de Tourisme est classé 3 étoiles selon les critères nationaux de la FNOTSI, c'est un EPIC (Etablissement Public à caractère Industriel et Commercial), il est administré sur les bases de la Convention Nationale des Organismes de Tourisme à but non lucratif, c'est un Organisme Local de Tourisme autorisé à commercialiser par arrêté préfectoral n°AU.022.96.0003.

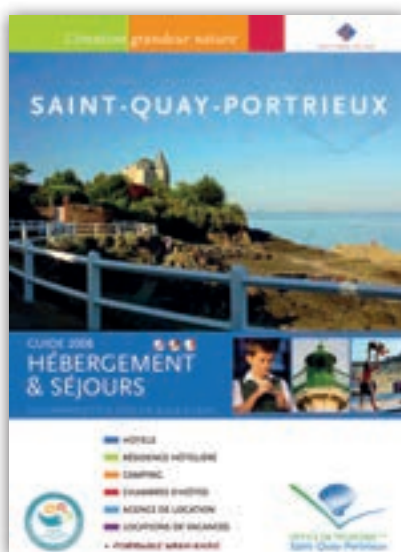


LA COMMUNICATION TOURISTIQUE

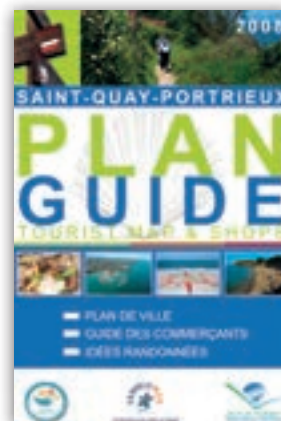
LES ÉDITIONS DE L'OFFICE DE TOURISME*** 2008



Guide Tourisme
40 000 ex.
105 partenaires



Guide Hébergement
12 000 ex.
136 partenaires



Plan de Ville
8 000 ex.

LES ÉDITIONS DE LA COMMUNAUTÉ DE COMMUNES DU SUD GOËLO

Tous les ans, la Communauté de Communes du Sud Goëlo finance et édite un guide animations réalisé en étroite collaboration avec les 3 offices de tourisme du canton.

En 2008, la Communauté de Communes a édité une carte des sentiers du canton intitulée « balades et randonnées en Sud Goëlo ».

Cette carte est en vente dans les Offices de Tourisme concernés au tarif de 1 €, qui est reversé à la Communauté de Communes par le biais d'une convention.



40 000 ex.



50 000 ex.

PRÉSENTATION DES LABELS

LE LABEL STATIONS NOUVELLE VAGUE

- 1 réseau structurant de 19 stations littorales bretonnes avec une charte commune
- Adhésion annuelle financée par la ville
- Actions financées par l'Office de Tourisme
- Label de référence reconnu par le Conseil Régional
- Edition de documents de promotion
- Force de communication et de promotion
- Organisation du Festival « Place aux Mêmes » depuis 1997
- Organisation du « Breizh Sable Tour » depuis 2007
- Organisation de journées techniques thématiques : camping-cars, les modes de circulation douce sur le littoral, Tourisme et Handicap
- Fonctionnement du réseau en commissions (stratégie, communication, observation, animations, salon/stand...)



Brochure 2008 - 30 000 ex.

2 doubles pages pour chaque station avec l'offre en hôtellerie et camping et contact pour les locations de vacances.

Document traduit en anglais, allemand, néerlandais, italien et espagnol



Brochure randonnée - 10 000 ex.

1 double page avec une suggestion de circuit de randonnée pédestre

UN SITE INTERNET : WWW.STATIONS-BRETAGNE.COM

125 000 VISITEURS EN 2008



Destination pour petits et grands
Destination pour petits et grands

W E B



LE LABEL FAMILLE PLUS

FAMILLE PLUS est un label national, né de la collaboration entre 3 associations de communes touristiques :

- l'Association Nationale des Maires des Stations Classées et des Communes Touristiques,
- l'Association Nationale des Maires des Stations de Montagne - Ski France,
- la Fédération des Stations Vertes et des villages de Neige.

Pourquoi le label Famille Plus ?

- Etat des lieux de l'offre Famille Plus intéressant
- Démarche de progression et de qualité
- Identification « Famille » pour nos clientèles touristiques
- Démarche associant les acteurs de la vie économique locale et la collectivité
- Prise de conscience de notre cible
- Mise en place évolutive avec investissements à court, moyen et long termes

Les prestataires engagés dans la démarche :

Association Sport Nautique de Saint-Quay-Portrieux
Hôtel Ker Moor***
Camping Bellevue***
Location de vacances de Madame CONAN, 3 épis Gîtes de France
Chambre d'hôtes de Madame LE COMTE, 3 Clévacances
Restaurant du Casino

Reconnu par le Ministère délégué au Tourisme, ce Label est destiné à valoriser les communes adhérentes ayant engagé une démarche globale en faveur de l'accueil des familles.

Les critères concernent :

- l'accueil et l'information,
- les animations de la commune,
- les activités,
- la découverte de l'environnement et des patrimoines,
- l'hébergement, la restauration et les commerces / services,
- les équipements et la sécurité.





Conclusions de l'audit Famille Plus par le cabinet DMC Consultants le 30 septembre 2008

(audit financé par la Ville de Saint-Quay-Portrieux)

L'Office de Tourisme de Saint-Quay-Portrieux a été précurseur dans la dynamique de labellisation des stations Famille Plus Mer en Bretagne.

Les caractéristiques de la station légitiment pleinement ce positionnement en faveur des clientèles familles. Pour un séjour estival ou pour un week-end/court séjour aux vacances scolaires de printemps ou d'automne.

L'Office de Tourisme de Saint-Quay-Portrieux est remarqué pour le soin porté à la communication et à la documentation touristique. La documentation est de grande qualité : identité visuelle, charte graphique, papier, choix des photos, couleurs, signes (sourires de l'accueil..). Le futur client peut se projeter dans l'ambiance de la station.

Le personnage de « St-Jack » fait signe au public enfants : il est davantage à valoriser comme leur fidèle compagnon de vacances à Saint-Quay-Portrieux.

Saint-Quay-Portrieux se distingue surtout par le caractère exemplaire de son animation touristique avec plusieurs animations et des manifestations remarquables pour des clientèles familles et des enfants.

La valeur de Saint-Quay-Portrieux station Mer Famille Plus tient avant tout à l'originalité et à la personnalité de l'animation touristique.

Les animations et événements organisés par l'Office de Tourisme en période estivale mais aussi au printemps et automne peuvent être déclencheurs de séjours et de week-ends/courts séjours, notamment pour les clientèles régionales.

Cette stratégie événementielle avec la construction progressive d'un calendrier de manifestations sur l'année, dont plusieurs d'accès gratuit, correspond pleinement aux attentes et aux pratiques des clientèles touristiques.

La saison de la pêche à la coquille Saint-Jacques avec l'existence d'une fête locale de la Coquille pourrait également y contribuer. Ce produit de bouche est synonyme de fête, de repas convivial et de gastronomie, tous signes moteurs d'une attractivité touristique. L'attrait des clientèles pour les produits locaux et les spécialités régionales, très identitaires, va en augmentant. Au-delà du rassemblement de la population locale en fin de saison de pêche, une programmation touristique sur le thème de la coquille reste à inventer.

La labellisation Famille Plus est encore récente (2006). L'Office de Tourisme s'est rapidement mobilisé et s'est attaché dans un premier temps à respecter strictement les grilles de critères du label en ce qui concerne les prestataires associés (hébergement, restauration, activités). Cela étant les prestataires labellisés de Saint-Quay-Portrieux sont aujourd'hui en nombre réduit (6 en tout), ce qui pourrait déprécier au regard des clientèles visées, par comparaison, la compétitivité de la station.

SAINT-QUAY-PORTRIEUX SE DISTINGUE SURTOUT PAR LE CARACTÈRE EXEMPLAIRE DE SON ANIMATION TOURISTIQUE AVEC PLUSIEURS ANIMATIONS ET DES MANIFESTATIONS REMARQUABLES POUR DES CLIENTÈLES FAMILLES ET DES ENFANTS



Parmi les prestataires labellisés Famille Plus ayant fait l'objet de l'audit d'évaluation, se distinguent par la qualité de leur offre: le meublé de tourisme de Mme Conan, le restaurant du Casino, l'Office de Tourisme lui-même, très impliqué dans la qualification et la certification de la station.

L'engagement des prestataires dans la démarche Famille Plus n'est pas égal. L'accompagnement par le référent aura pour objectif de les faire progresser: modalités d'affichage du logo, communication de leur offre, personnalisation de cette offre destinée aux enfants.

Il sera stratégiquement important d'augmenter le nombre des prestataires labellisés Famille Plus de Saint-Quay-Portrieux, dans toutes les catégories: hébergement, restauration, activités. D'autant que les potentialités existent: l'audit sur site a déjà permis d'en repérer plusieurs (activités, restauration).

Pour les hébergements il est recommandé de rechercher notamment d'autres prestataires en locations de vacances, nombreuses dans la station.

Cette extension du label à d'autres prestataires devra cibler des prestations concrètement et réellement adaptées aux enfants.

L'élargissement des prestataires labellisés étant réalisé, la communication du label et des prestataires sera d'autant plus efficace.

L'obtention du label Famille Plus n'est pas une fin en soi. Elle est marque de reconnaissance d'un dynamisme et d'une attention portée à la satisfaction de la clientèle familles. Les atouts originaux de Saint-Quay-Portrieux sont importants et l'élan est donné. Il s'agit dorénavant d'agréger de nouveaux partenaires potentiellement intéressés par cette démarche dans la mesure où celle-ci rejoint leur propre stratégie d'entreprise. L'articulation entre l'Office de Tourisme, moteur et référent du label et des prestataires motivés sur ce marché sera facteur d'une pleine réussite.

PROMOTION

40 JOURS

DE PROMOTION SUR LE TERRAIN

312 HEURES

DE PRÉSENCE SUR LES ACTIONS DE PROMOTION
(HORS DÉPLACEMENT, MONTAGE ET DÉMONTAGE)

LE SITE INTERNET : WWW.SAINQUAYPORTRIEUX.COM

Améliorations en 2008 :

- Refonte de la page accueil
- Création de la rubrique Famille Plus
- Bandeau déroulant Animations
- Intégration des vidéos au site Internet
- Nouvelle rubrique « E-news »



PRÈS DE
**55 000 VISITEURS
UNIQUES**
SUR LE SITE WEB

SALONS AVEC LE RÉSEAU DES STATIONS NOUVELLE VAGUE

Utrecht	8 au 13 janvier 2008	135 233 visiteurs
Stuttgart	12 au 20 janvier 2008	226 000 visiteurs
Luxembourg (<i>présence physique</i>)	25 au 27 janvier 2008	24 000 visiteurs
Dublin	25 au 27 janvier 2008	24 300 visiteurs
Bruxelles (<i>présence physique</i>)	7 au 11 février 2008	101 771 visiteurs
Birmingham	16 au 24 février 2008	95 638 visiteurs
Marseille	29 février au 2 mars 2008	16 820 visiteurs
Lille	29 février au 2 mars 2008	40 000 visiteurs
Lyon (<i>présence physique</i>)	7 au 9 mars 2008	26 900 visiteurs
Paris - Monde à Paris	13 au 16 mars 2008	9 026 professionnels - 93 786 particuliers
Barcelone	17 au 20 avril 2008	204 000 visiteurs
Colmar (<i>présence physique</i>)	7 au 9 novembre 2008	29 269 visiteurs



SALONS ET OPÉRATIONS DE PROMOTION AVEC LE SUD GOËLO

- Bordeaux - Salon du Tourisme du 1^{er} au 3 février 2008
- Toulouse - Salon du Tourisme du 8 au 10 février 2008
- Tours - Salon Idées Week-end du 1^{er} au 2 mars 2008
- Paris - Salon du Golf du 15 au 17 mars 2008 (stand CDT 22)
- Paris - Salon de la Randonnée du 28 au 30 mars 2008 (stand CDT 22)
- Lille - Opération Centre Ville du 23 au 26 avril 2008 (stand CDT 22)



SALONS ET OPÉRATIONS DE PROMOTION

- Du 25 au 27 janvier 2008 :
Opération Montmartre (marché Coquille Saint-Jacques) avec le CDT
- Du 2 au 5 mars 2008 :
Opération de promotion à Châtel
- Décembre 2008 :
Salon Nautique (avec le CDT)



BILAN TOURISTIQUE 2008

TENDANCES OBSERVÉES EN 2008 (EN COMPARAISON AVEC 2007)

- clientèles françaises (+ 13 %),
- clientèles étrangères
- fréquentation de l'Office de Tourisme*** & Point I
- séjours clés en main commercialisés par l'Office de Tourisme***, Formules Bretagne (agence parisienne du Comité Régional du Tourisme)
- classements & labellisations effectués par l'Office de Tourisme***
- réservations au Centre de Loisirs des Jeunes (CLJ) (+ 6 %, 17 993 € de vignettes vendues)
- du nombre de pages lues sur le site Internet www.saintquayportrieux.com (près de 55 000 visiteurs)
- spectateurs aux Festivals Place aux Artistes et Place aux Mômes (+ de 30 000 spectateurs cumulés)

BILLETTERIES

- Billetterie Bréhat (+ 26 %)
- Brocante juillet & Brocante août (37 exposants en 2008, 47 en 2007, 69 en 2006)
- Vide-greniers (+ 9 % de chiffre d'affaires)
- Commission Pêche en Mer
- Visites guidées (Port d'Armor, Sur les Traces des Peintres)
- Stages Aquarelle (- 20 %)
- Commission SNCF (+ 22 %)

QUELQUES CHIFFRES CLÉS

- Près de 70 000 visiteurs à l'Office de Tourisme (dont 50 % sur les mois de juillet et août)
- Plus de 2 000 passagers pour Bréhat (au départ de Saint-Quay-Portrieux et de l'Arcouest)
- Plus de 7 800 billets SNCF vendus par l'équipe de l'Office de Tourisme
- Près de 626 personnes en visites guidées
- Près de 600 passagers embarqués en pêche en mer
- Près de 800 passagers embarqués en hélicoptère
- 183 séjours « package » commercialisés
- Près de 55 000 visiteurs sur le site web www.saintquayportrieux.com
- Près de 2 500 téléchargements de documentations sur le site web
- Près de 250 partenaires ont soutenu financièrement l'Office de Tourisme

LE MOT DE ANNE COUTIÈRE, DIRECTRICE DE L'OBSERVATOIRE RÉGIONAL DU TOURISME BRETON

« Selon nos estimations économétriques, la saison touristique 2008 en Bretagne devrait enregistrer une baisse de -3 % de nuitées (+ ou -2 points) par rapport à 2007. On note une baisse en bord de saison comme en cœur de saison, soit une saison de 2008 qui sera proche en volume et en profil de celle de 2005. Le problème est que l'on cumule deux saisons consécutives très moyennes. Les courbes des évolutions météorologiques montrent d'ailleurs depuis 2006 des évolutions peu favorables à la fréquentation touristique ».

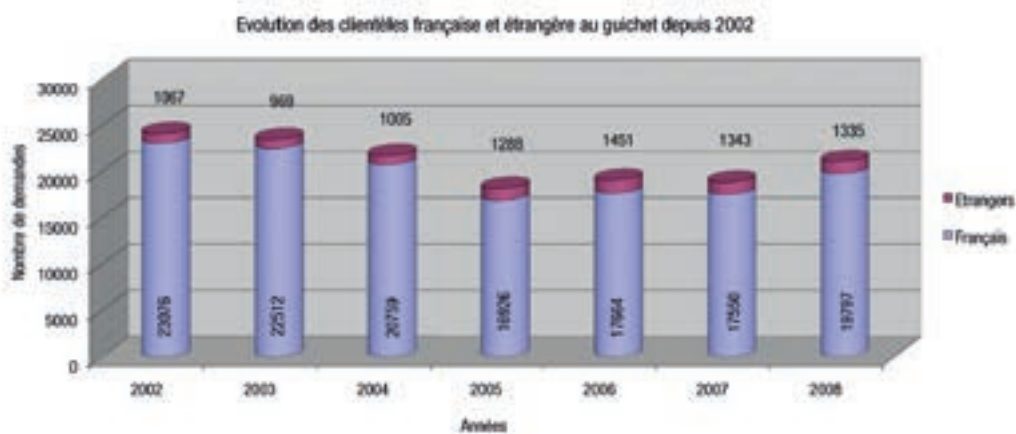


ÉVOLUTIONS ET TENDANCES MARQUANTES

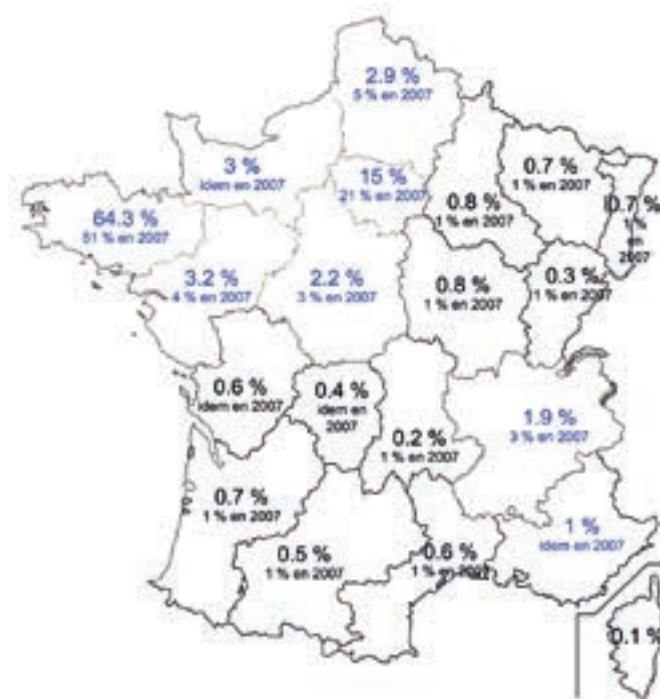
- un changement de la composition de la clientèle au profit des clientèles de proximité;
- une clientèle de plus en plus excursionniste, itinérante et zappeuse;
- une économie touristique locale cruciale liée aux résidents secondaires;
- un arbitrage budgétaire des familles sur les dépenses de restauration et de loisirs;
- l'augmentation des réservations de dernière minute;
- une baisse de la durée des séjours;
- une baisse de la Taxe de Séjour.

FRÉQUENTATION AU GUICHET DE 2002 À 2008 (OFFICE DE TOURISME ET POINT I)

L'Office de Tourisme a noté une augmentation de la fréquentation au guichet, notamment de la clientèle française de 13 % en comparaison avec 2007 et une stagnation de la fréquentation de la clientèle étrangère.



RÉPARTITION DES CLIENTÈLES AU GUICHET



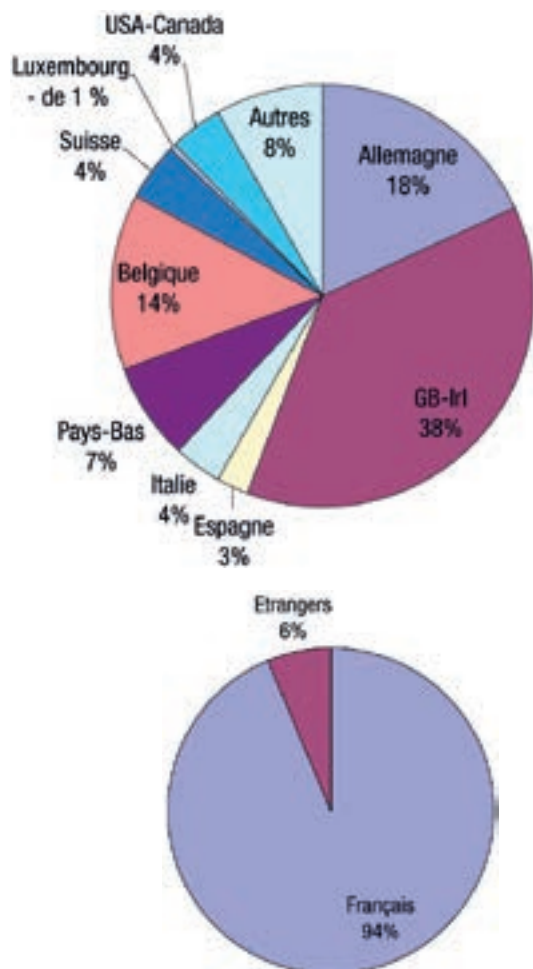
Répartition de la clientèle française:

- 2008 a connu une augmentation importante de la clientèle de proximité. En effet, 64 % des visiteurs étaient costarmoricaains contre 51 % en 2007.
- La clientèle de Saint-Quay-Portrieux provient essentiellement du nord ouest de la France et dans une moindre mesure de la région Rhône-Alpes.
- Les demandes : Les 30 premiers départements d'origine

La forte augmentation de la clientèle de proximité a eu une incidence sur le classement des 30 premiers départements d'origine.

1	COTES D'ARMOR	61,30 %	16	MAINE & LOIRE	0,67 %
2	PARIS	4,40 %	17	FINISTERE	0,63 %
3	HAUTS DE SEINE	2,67 %	18	RHONE	0,58 %
4	YVELINES	2,17 %	19	EURE & LOIRE	0,58 %
5	ILLE & VILAINE	1,97 %	20	OISE	0,55 %
6	VAL DE MARNE	1,37 %	21	PAS DE CALAIS	0,51 %
7	NORD	1,31 %	22	INDRE & LOIRE	0,51 %
8	ESSONNE	1,26 %	23	LOIRET	0,49 %
9	SEINE MARITIME	1,18 %	24	EURE	0,46 %
10	VAL D'OISE	1,14 %	25	GIRONDE	0,46 %
11	LOIRE ATLANTIQUE	1,09 %	26	MANCHE	0,45 %
12	SEINE-ET-MARNE	1,02 %	27	MORBIHAN	0,44 %
13	SEINE ST DENIS	0,95 %	28	BAS-RHIN	0,44 %
14	SARTHE	0,77 %	29	ISERE	0,44 %
15	CALVADOS	0,73 %	30	MARNE	0,43 %

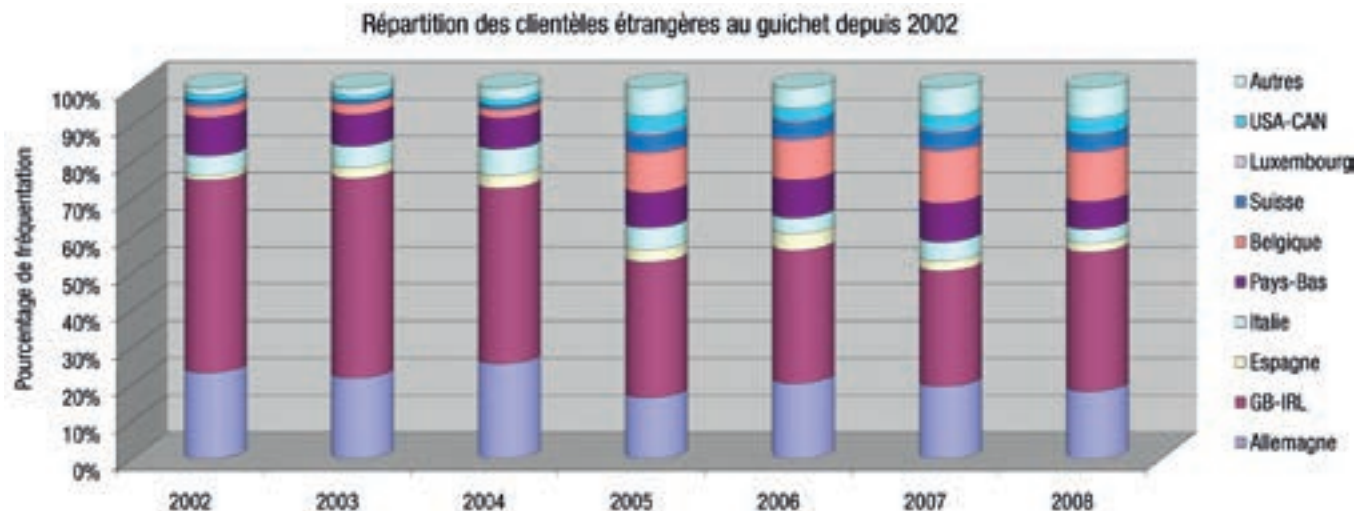
CLIENTÈLE ÉTRANGÈRE



- La proportion clientèle française/clientèle étrangère est toujours d'environ 90/10. En 2008, un léger retrait de la clientèle étrangère s'est fait ressentir au profit d'une clientèle française et de proximité en hausse.
- Parmi les clientèles étrangères, le palmarès demeure le suivant : anglais, allemands et Benelux.



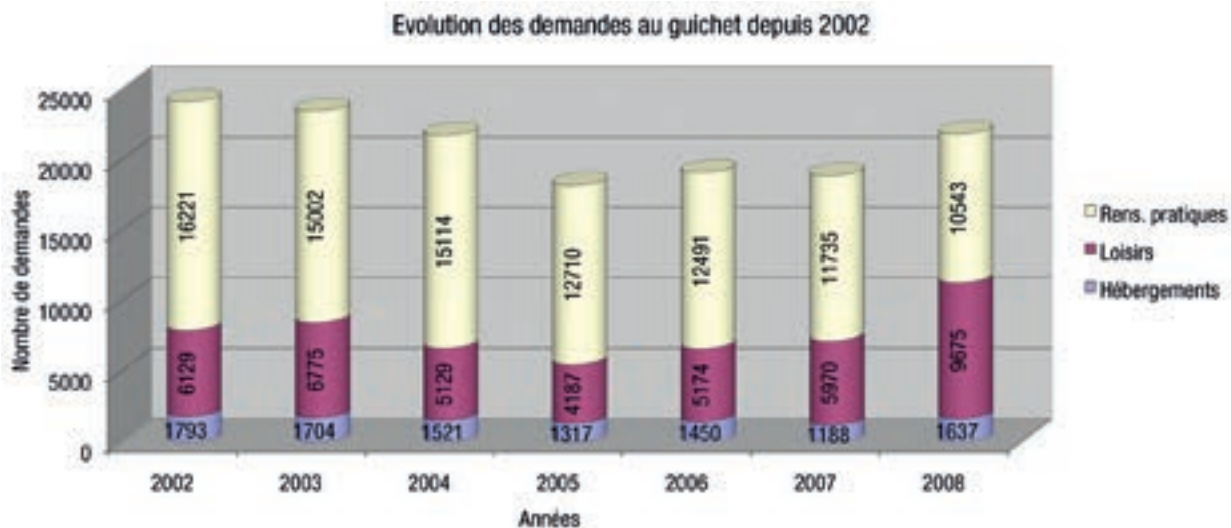
ÉVOLUTION DES CLIENTÈLES ÉTRANGÈRES



La provenance des clientèles étrangères a peu évolué depuis 2005, année où la clientèle belge s'est imposée.

Cette évolution peut s'expliquer par notre présence sur le salon de Bruxelles tous les ans mais aussi par le fait que, depuis 2005, l'équipe de l'Office de Tourisme demande systématiquement aux visiteurs leur provenance. Un client belge, avant 2005, pouvait être comptabilisé comme un client français.

ÉVOLUTION DES DEMANDES



2008 a connu une augmentation des demandes d'hébergements (+ 38% par rapport à 2007) et une explosion des demandes de loisirs au guichet (+ 62%) et ceci au détriment des demandes de renseignements pratiques (- 10%).

BILAN COMMISSIONS/CHIFFRE D'AFFAIRES 2007 & 2008

<i>En € hors taxe</i>	2007	2008	2008/ 2007 en %	Volume en 2008	Commentaires
Visites Guidées (CA)	1 925,23 €	853,92 €	- 56 %	626 personnes	163 personnes en individuels 463 en groupes
Brocante juillet (CA)	2 500,00 €	1 780,00 €	- 29 %	16 exposants	
Brocante août (CA)	3 160,00 €	2 220,00 €	- 30 %	21 exposants	
Vide-greniers (CA)	2 067,00 €	2 247,00 €	+ 9 %	143 exposants	
Pêche en mer (Com)	1 996,97 €	1 943,00 €	- 3 %	572 passagers	
Stages aquarelle (CA)	2 702,00 €	2 166,00 €	- 20 %	23 élèves	
Bréhat (Com)	4 220,88 €	5 302,44 €	+ 26 %	2052 passagers	Nouveauté 2008 : traversées dès avril
SNCF (Com)	17 225,40 €	21 057,99 €	+ 22 %	7876 billets	
Pinder (Com)	125,00 €	121,00 €	- 3 %	121 billets	
Séjours (CA)	22 510,10 €	14 435,92 €	- 36 %	183 séjours	
Centre de Congrès (CA)	43 033,00 €	25 547,50 €	- 41 %	119 jours	Non commissionné 127 jours d'utilisation en 2007
CLJ (CA)	16 932,40 €	17 993,37 €	+ 6 %	371 vignettes	Non commissionné
Locomobile (CA)	3 390,00 €	1 468,00 €	- 57 %	612 billets	Non commissionné
Kayak (CA)		1 300,00 €		87 contrats	Nouveauté 2008 Non commissionné
Hélico (Com)		2 668,06 €		759 passagers	Nouveauté 2008

Ce bilan comparatif 2007/2008 fait ressortir de grandes disparités :

• **Une forte augmentation :**

- de la commission sur les ventes de billets pour Bréhat (+ 26%),
- de la commission sur les ventes de billets SNCF (+ 22%),

• **Une forte baisse :**

- du chiffre d'affaires des visites guidées (- 56 %),
- des ventes de billets pour la locomobile (- 57 %),
- du chiffre d'affaires du Centre de Congrès (- 41 %),
- du chiffre d'affaires des séjours commercialisés par l'Office de Tourisme (- 36 %),
- du chiffre d'affaires des brocantes (- 30 %),
- du chiffre d'affaires des stages Aquarelle (- 20 %).

VENTE DE SÉJOURS





Les deux séjours les plus vendus « Amour d'Armor » (124 € par personne en pension complète) et « Indomptable Comtesse » (75 € par personne avec une visite accompagnée de la station) sont également ceux dont le prix est le plus attractif d'un point de vue rapport qualité/prix.

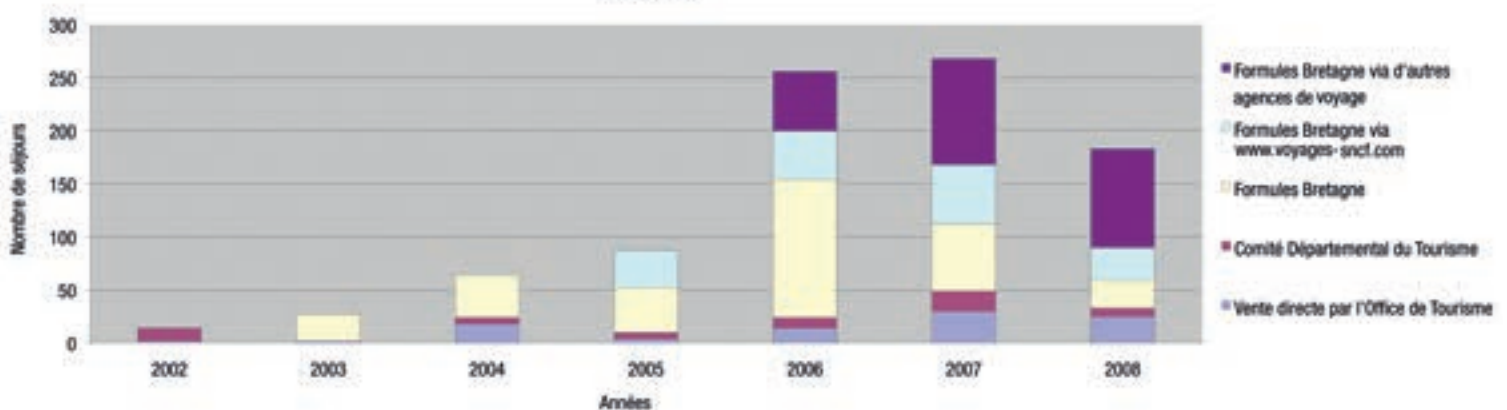
Nos prestataires sur Saint-Quay-Portrieux

Chambres d'Hôtes	M. et Mme Le Comte Mme Le Flohic
Hôtels	Le Ker Moor***
Restaurants	Coté Resto Restaurant du Casino Le Sherwood Le Bistrot de la Marine
Crêperies	L'Escabelle Fleur de Blé noir
Traiteurs	M. Coudron
Et aussi	Tricots Saint James Vedettes de Bréhat Golf des Ajoncs d'Or Zooparc de Trégomeur

Nos prestataires à proximité de Saint-Quay-Portrieux

Chambres d'Hôtes :	M. et Mme Calvet (Etables-sur-Mer) Mme Masera (Plourhan) Mme Jouany (Tréveneuc) Mme Chapelet (Plourhan)
---------------------------	--

Evolution des ventes de séjours et ses canaux de distribution depuis 2002



- 2008 enregistre une baisse des ventes de séjours après deux années exceptionnelles.
- Formules Bretagne reste l'interlocuteur privilégié puisqu'il a drainé 82 % des ventes en 2008.

Canaux de vente des séjours en 2008



RECETTES PUBLICITAIRES



Les recettes publicitaires liées au Guide Tourisme n'ont cessé de croître depuis 2002, elles représentent 28 472.75 € en 2008, soit plus de 8 % des produits d'exploitation.



De la même manière, les recettes publicitaires liées au Guide Hébergement étaient en constante augmentation. Elles ont, toutefois, enregistré un léger recul en 2008 mais permettent un autofinancement du Guide Hébergement.

TAXE DE SÉJOUR

La taxe de séjour, perçue d'avril à fin octobre, a enregistré une baisse de 8 % en 2008 en comparaison avec 2007. Ceci confirme la théorie de l'accroissement de la clientèle itinérante, de proximité et excursionniste.

Ces recettes représentent plus de 7,5 % des recettes d'exploitation.

Le recouvrement de cette taxe s'avère complexe malgré tout le soin apporté par le régisseur, Madame LE GOFF. Il conviendra de mener une réflexion sur ce sujet pour doper et amorcer une meilleure collecte.



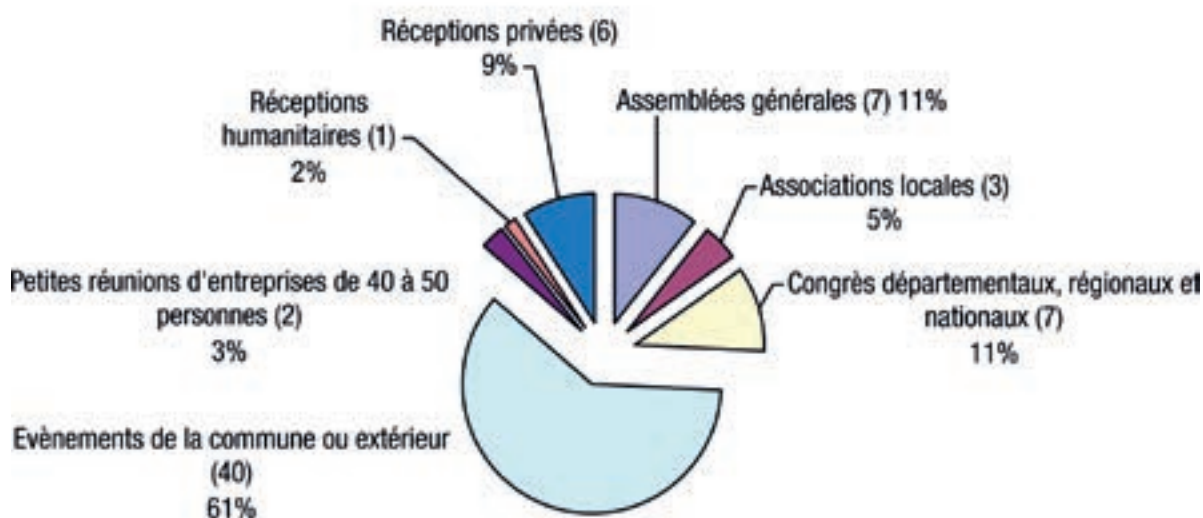
CENTRE DE CONGRÈS

Le Centre de Congrès a été loué 119 jours en 2008 (127 jours en 2007) : 80 jours gratuits, 39 jours payants.

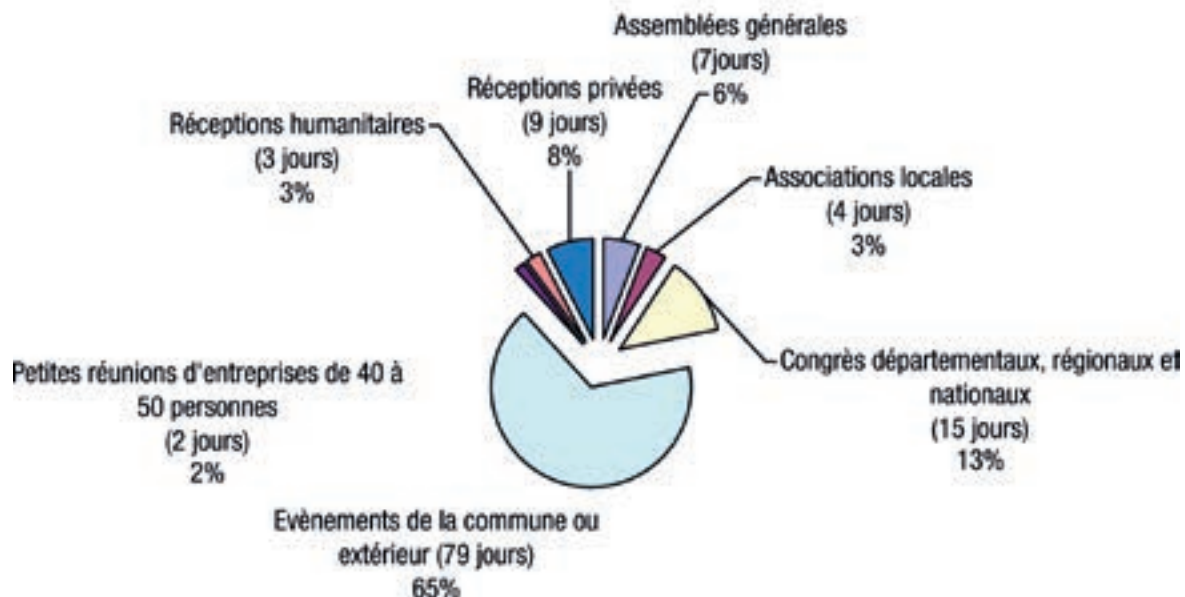
Le chiffre d'affaires 2008 est de 25 548 € (43 033 € en 2007).

Plus de 60 % des manifestations utilisant le Centre de Congrès sont des événements de la commune.

Répartition de l'utilisation du Centre de Congrès en 2008 par type de manifestations



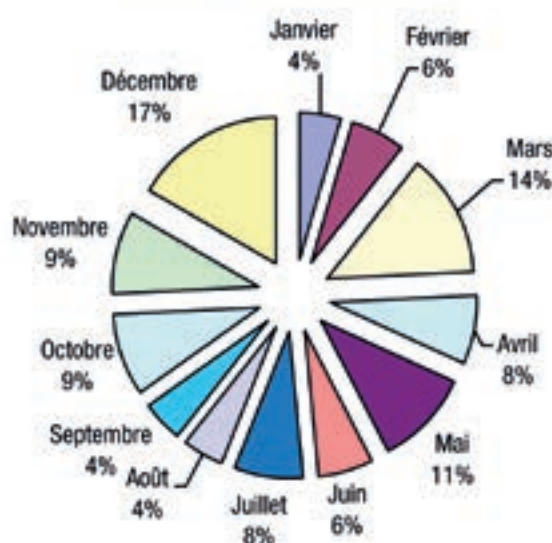
Répartition de l'utilisation du Centre de Congrès en 2008 en nombre de jours



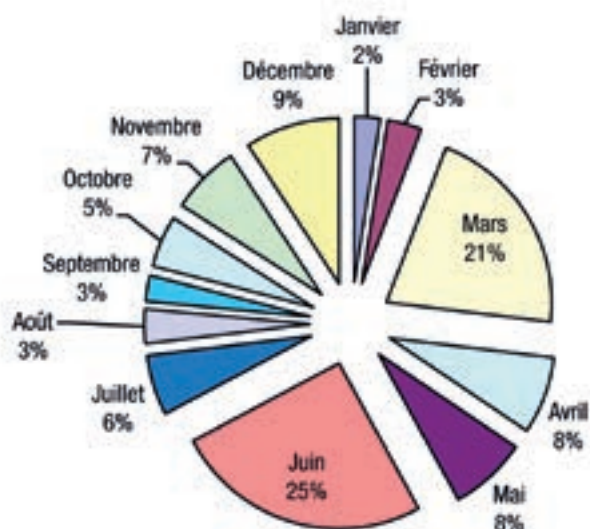
L'étude de la répartition mensuelle du nombre de manifestations présente une relative homogénéité de l'utilisation du Centre de Congrès sur l'année 2008, avec tout de même un mois de décembre prépondérant.

Par ailleurs, l'étude de la répartition en nombre de jours d'utilisation sur l'année donne des résultats totalement différents: le premier semestre représente 67 % de l'utilisation en nombre de jours.

Répartition mensuelle de l'utilisation du Centre de Congrès en 2008
en nombre de manifestations



Répartition mensuelle de l'utilisation du Centre de Congrès en 2008
en nombre de jours





DÉMARCHE QUALITÉ FROTSI ET FDOTSI

L'Office de Tourisme*** de Saint-Quay-Portrieux est engagé dans la Démarche Qualité Régionale.

Les objectifs de l'opération « Accueil 2008 » étaient les suivants :

- Continuer à valoriser l'action de l'Office de Tourisme par des résultats concrets et mesurables
 - Acquérir des outils d'organisation
 - Développer sa communication interne
 - Optimiser sa gestion de la documentation
 - Formaliser et écrire son organisation interne pour garantir un niveau de service de qualité constante
 - Acquérir une autonomie d'évaluation
- 13 semaines d'enquête satisfaction auprès de la clientèle de l'Office de Tourisme concernant la qualité (accueil, information, conseil et lieu d'accueil) - questionnaire traduit en anglais, allemand, hollandais, italien et espagnol.



346 questionnaires remplis, dont les résultats suivent :

Résultats Saint-Quay-Portrieux	Note moyenne /10
Accès	8,42
Locaux	9,08
Attitude du personnel	9,75
Compétence du personnel	9,50
Information	9,02



Initiative qualité FDOTSI

LES SERVICES À AMÉLIORER SELON NOS VISITEURS

- Stationnement
- Activités de loisirs
- Environnement, cadre
- Signalisation
- Propreté
- Services
- Rapport qualité/prix
- Qualité des hébergements

Remarques et suggestions de nos visiteurs :

- Améliorer la propreté sur le sentier des Douaniers
- Cinéma
- Nombreux pas de portes vides, manque de commerces
- Difficultés d'accès en poussette & circulation difficile à vélo
- Manque de rues piétonnes
- Manque de restaurants traditionnels
- Aire de camping-cars

Cette étude a été transmise en Mairie afin d'intégrer ces remarques, qui incombent à la collectivité, au schéma directeur.





PARTENARIAT AVEC LES VÊTEMENTS SAINT-JAMES: 6 ANS DE COLLABORATION

Ce partenariat s'inscrit dans la politique globale de l'Office de Tourisme:

- recherche de partenariats privés;
- stimuler et développer les passerelles entre l'offre touristique de la station et les sociétés à forte image de marque directement liées au secteur des loisirs et du tourisme.



Pourquoi ce type de partenariat textile ?

- promotion de la station sur site et sur tous les déplacements en France et à l'étranger;
- vêtements systématiquement brodés: site Internet de Saint-Quay-Portrieux, mention Côtes d'Armor ou Bretagne;
- valorisation et identification rapide de l'équipe d'accueil;
- dotation Saint-James (écharpe, bonnet, petit équipement) gérée par l'Office de Tourisme: jeux, séjours (kit Grandes Marées).

Pourquoi Saint-James ?

- cohérence de communication entre la marque et la station balnéaire (qualité, tradition, moderne);
- un partenariat est un échange: présence de la publicité Saint-James au sein de toutes les éditions de l'Office de Tourisme;
- 2 à 3 tenues complètes par an et par personne en fonction de la saison;
- merchandising Saint-James dans les locaux de l'Office de Tourisme.

Bilan du partenariat:

- promotion positive et visible;
- émulation de l'équipe;
- valorisation du métier d'accueil.



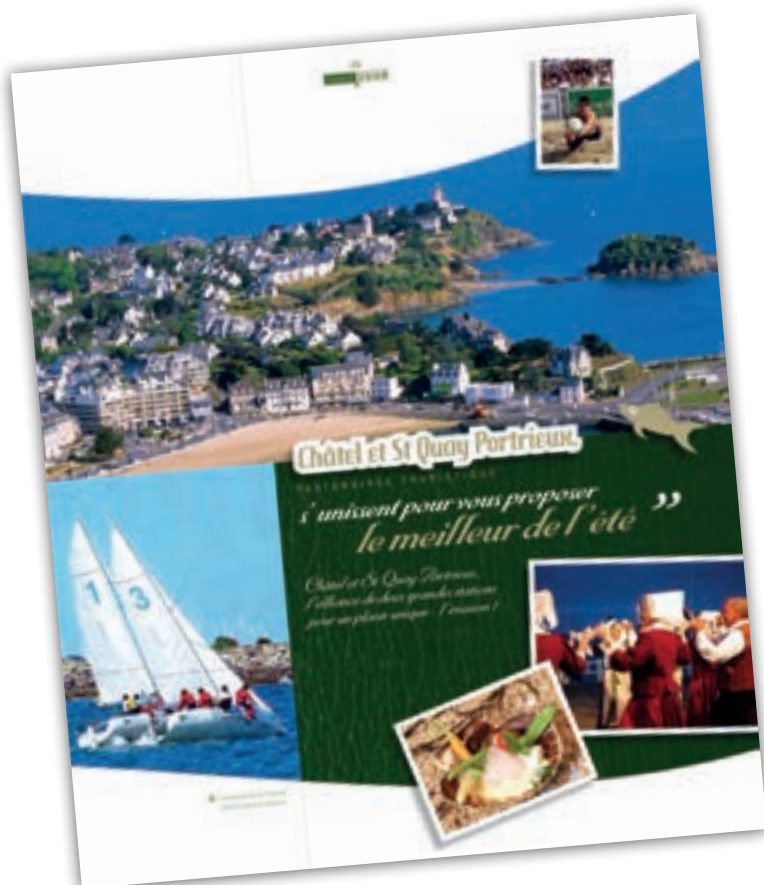
PARTENARIAT AVEC L'OFFICE DE TOURISME DE CHÂTEL

L'Office de Tourisme de Saint-Quay-Portrieux et l'Office de Tourisme de Châtel ont signé une convention de partenariat, en septembre 2004, destinée à la promotion croisée de chaque station.



- En 2008, L'Office de Tourisme de Saint-Quay-Portrieux a fait sa promotion à Châtel du 3 au 5 mars.
- La délégation de Châtel a été accueillie du 20 au 23 août 2008 à l'occasion du Trophée Jean Stalaven Côtes d'Armor et du Raid Nature Goëlix pour l'inauguration de leur brochure d'hiver.
- La délégation de Châtel a été reçue par une partie de l'équipe municipale pour exposer le partenariat, poursuivre les actions de promotion et planifier les prochaines rencontres des délégations d'élus.
- Une rencontre a été organisée avec la direction commerciale du Club de Football de Guingamp (EAG) pour envisager les coups de promotion.

L'OFFICE DE TOURISME DE CHÂTEL, C'EST
260 000 EX. DE BROCHURES PAR AN
1 MILLION DE VISITEURS SUR LE SITE INTERNET
200 000 VISITEURS AU GUICHET



RETOMBÉES PRESSE 2008

L'Office de Tourisme de Saint-Quay-Portrieux a assuré la communication des évènements majeurs de la Commune, dont il a la gestion, sur tout type de médias.

En voici un condensé :

Média presse écrite :

- « Les Océaniques »
- Festival « Place aux Artistes »
- Festival « Place aux Mômes »
- « Breizh Sable Tour »
- La Compagnie du Bain
- Baptêmes de l'air en hélicoptère

Média Radio :

- France Bleu Armorique (jeu Stations Nouvelle Vague, les Océaniques, animations),
- France Bleu Breizh Izel (animations), Radio Nostalgie (animations),
- NRJ (baptêmes de l'air en hélicoptère),
- RCF Clarté (Les Océaniques, baptêmes de l'air en hélicoptère),
- RTL (tendances tourisme mai 2008),
- Hit West (baptêmes de l'air en hélicoptère, tendances tourisme de l'été),
- Radio Bonheur (Animations),
- Chérie FM (baptêmes de l'air en hélicoptère).



BILAN COMPTABLE

COMPTE

ADMINISTRATIF 2008

SECTION DE FONCTIONNEMENT

Articles/ Dépenses	Libellé Imputations	Budget Primitif 2008	Compte Administratif 2008
011	CHARGES A CARACTERE GENERAL	126 725,00 €	115 595,59 €
012	CHARGES DE PERSONNEL et FRAIS ASSIMILES	214 500,00 €	210 399,16 €
65	AUTRES CHARGES DE GESTION COURANTE	- €	- €
66	CHARGES FINANCIERES	150,00 €	93,02 €
67	CHARGES EXCEPTIONNELLES	5 000,00 €	6 717,43 €
68	DOTATIONS AUX AMORT. ET PROV.	9 506,51 €	9 506,51 €
023	AFFECTATION A LA SECTION INVESTISSEMENT	- €	- €
022	DEPENSES IMPREVUES	1 528,01 €	- €
TOTAL DEPENSES DE FONCTIONNEMENT		357 409,52 €	342 311,71 €
70	PRODUITS	61 970,00 €	63 845,69 €
74	SUBVENTIONS D'EXPLOITATION	239 200,00 €	241 685,37 €
75	AUTRES PRODUITS DE GESTION COURANTE	36 700,00 €	34 496,01 €
013	ATTENUATION DE CHARGES	1 100,00 €	2 089,51 €
77	PRODUITS EXCEPTIONNELS	- €	43 556,86 €
	EXCEDENT REPORTE	18 439,52 €	18 439,52 €
TOTAL RECETTES DE FONCTIONNEMENT		357 409,52 €	404 112,96 €

SECTION D'INVESTISSEMENT

Articles/ Dépenses	Libellé Imputations	Budget Primitif 2008	Compte Administratif 2008
020	DEPENSES IMPREVUE D'INVESTISSEMENT	896,68 €	- €
16	EMPRUNTS ET DETTES ASSIMILEES	1 380,46 €	1 380,46 €
21	IMMOBILISATIONS CORPORELLES	9 500,00 €	1 867,35 €
TOTAL DEPENSES D'INVESTISSEMENT		11 777,14 €	3 247,81 €
001	EXCEDENT ANTERIEUR REPORTE	2 270,63 €	2 270,63 €
040	OPERATIONS D'ORDRE ENTRE SECTIONS	9 506,51 €	9 506,51 €
TOTAL RECETTES D'INVESTISSEMENT		11 777,14 €	11 777,14 €



LE BUDGET SE PRÉSENTE COMME SUIT :

- Dépenses de fonctionnement **342 311.71 €**
- Recettes de fonctionnement **404 112.96 €**
 - La Section de Fonctionnement présente un excédent de **61 801.25 €** compte tenu du résultat reporté.

- Dépenses d'Investissement **3 247.81 €**
- Recettes d'Investissement **11 777.14 €**
 - La Section Investissement présente un excédent de **8 529.33 €**.

AFFECTATION DU RÉSULTAT D'EXPLOITATION DE 2008

Le Compte Administratif fait apparaître :

- Un excédent d'exploitation de la Section de Fonctionnement **61 801.25 €**
- Un excédent de la Section d'Investissement **8 529.33 €**

SECTION DE FONCTIONNEMENT

Affectation au compte 002 :

Excédent antérieur de fonctionnement à reporter..... **61 801.25 €**

SECTION D'INVESTISSEMENT

Affectation au compte 001 :

Excédent antérieur d'Investissement à reporter..... **8 529.33 €**
(dont 7 500.00 € de Reste à réaliser)



Le Président, les Vice-Présidents, le Directeur et toute l'équipe vous remercient de votre participation aux projets de l'Office de Tourisme.



OFFICE DE TOURISME***
Saint-Quay-Portrieux

Office de Tourisme*** - BP 31 - 22410 Saint-Quay-Portrieux
Tél. 02 96 70 40 64 - Fax 02 96 70 39 99
www.saintquayportrieux.com