

Rapport d'activités 2010





Sommaire

L'OFFICE DE TOURISME	4
Focus sur les animations	5
PRÉSENTATION DU COMITÉ DIRECTEUR	7
COMMUNICATION TOURISTIQUE	8
Les éditions Office de Tourisme*** 2010	8
L'édition de la Communauté de Communes du Sud Goëlo	8
Les éditions Sensation Bretagne	8
Nouveauté 2010 : La technologie « Flashcode »	9
PRÉSENTATION DES LABELS	10
Le label Sensation Bretagne	10
Le label Famille Plus	12
PROMOTION	13
Le site Internet : www.saintquayportrieux.com	13
Salons avec le réseau Sensation Bretagne	13
Salons et opérations de promotion avec le Sud Goëlo	13
Autre opération de promotion	13
ZOOM SUR LA COMMERCIALISATION	14
Notre offre de séjours	14
Nouveautés 2010 : « Expériences Bretonnes »	15
Autres nouveautés 2010 : Coffret « Dakota » et Week-end Tour	16
BILAN TOURISTIQUE 2010	17
Tendances observées en 2010 (en comparaison avec 2009)	17
Quelques chiffres significatifs	17
Quelques chiffres clés de résultats d'activités diverses (juillet et août)	18
Fréquentation au guichet de 2002 à 2010 (Office de Tourisme et Point I)	18
Répartition des clientèles au guichet	19
Bilan commissions / chiffre d'affaires 2009 & 2010	20
Vente de séjours	20
Recettes publicitaires	22
Taxe de séjour	22
PARTENARIATS	23
MARQUE QUALITÉ TOURISME	24
BILAN COMPTABLE : COMPTE ADMINISTRATIF 2010	26
QUELQUES ÉCHOS DE L'OFFICE DE TOURISME DANS LA PRESSE	27

L'Office de Tourisme

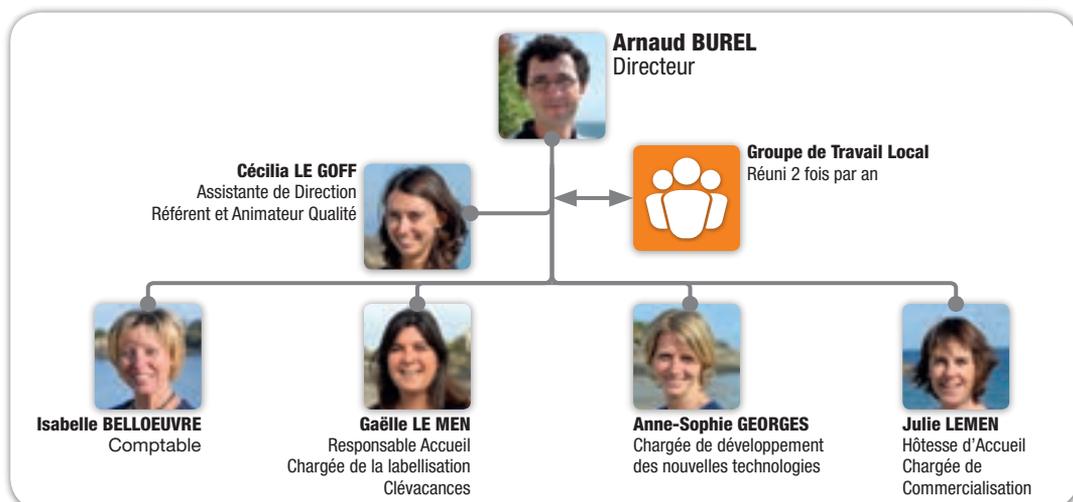
L'équipe est composée de 6 personnes à l'année, soit un équivalent de 5 emplois à temps plein. L'Office de Tourisme est ouvert au public 2 600 heures par an, soit un nombre total de 316 jours d'ouverture au public en 2010.

En 2010

- Révision des statuts
- Renouvellement de la Convention d'Objectifs

LES MISSIONS DE L'OFFICE DE TOURISME

- Accueil du public au guichet, au téléphone, par fax et par email;
- Billetteries (vente de billets SNCF, traversées vers Bréhat depuis Saint-Quay-Portrieux ou la Pointe de l'Arcouest, sorties pêche et balade en mer à bord d'un chalutier, relations avec l'agence de voyages Sélectour pour toutes billetteries maritimes et aériennes, nationales et internationales...);
- Information du public sur les activités, équipements de loisirs, animations...;
- Promotion de Saint-Quay-Portrieux sur les salons touristiques, sur des actions de promotion spécifiques;
- Communication touristique (conception, recherche d'annonceurs et réalisation des brochures annuelles: Guide Tourisme, Guide Hébergement et Plan de Ville);
- Gestion du site Internet www.saintquayportrieux.com (mise à jour régulière des animations et informations touristiques);
- Visites guidées (« Saint-Quay Port d'Armor », « Sur les traces des peintres... au Portrieux » et balade accompagnée);
- Relations Presse (presse écrite, presse radio, presse TV);
- Commercialisation de produits touristiques (conception des produits, relations avec les prestataires et les différents canaux de vente, réservations et accueil);
- Labellisation « Clévacances » (visite de tous les meublés inscrits dans le Guide Hébergement, suivi des dossiers, commissions de labellisation);
- Inscriptions Centre de Loisirs des Jeunes (collecte et contrôle des documents fournis, émission des cartes, relations étroites avec l'équipe du Centre de Loisirs des Jeunes);
- Réservation Centre de Congrès (promotion du Centre de Congrès, suivi des disponibilités, rédaction des contrats et relations étroites avec les Services de la Mairie);
- Organisation d'animations: brocante de juillet, brocante d'août, vide-greniers (diffusion et promotion des manifestations, inscriptions, gestion administrative, marquage, accueil des exposants).



Focus sur les animations

Dans le cadre du budget Animations de la Ville,
l'Office de Tourisme gère les évènements suivants :



Nouveau visuel

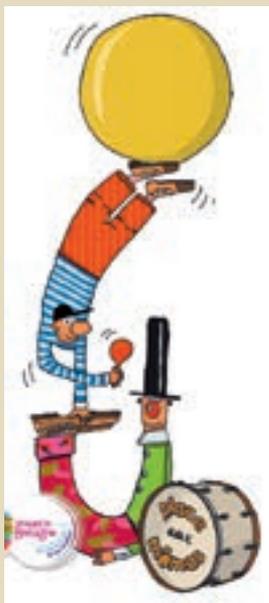
FESTIVAL « PLACE AUX ARTISTES »

Le festival « Place Aux Artistes » est un festival éclectique de musique... Du 9 juillet au 25 août 2010, la Ville de Saint-Quay-Portrieux s'est mobilisée pour proposer 3 concerts gratuits et de qualité exceptionnelle par semaine, côté Port ou côté Casino, à 21h. Résolument tourné vers les découvertes, têtes d'affiches, artistes en tournée nationale, coups de cœurs, musique du monde... Tantôt soirées intimistes tantôt délires rock ou électro, un festival de soirées musicales inoubliables vue sur mer !

L'équipe de l'Office de Tourisme est en charge de :

- La programmation du Festival ;
- La négociation des contrats ;
- Le suivi administratif des contrats ;
- La réservation de l'hébergement, de la restauration des artistes ;
- L'accueil des artistes ;
- La promotion du Festival ;
- La revue de presse.

**20 000
spectateurs
cumulés**



FESTIVAL « PLACE AUX MÔMES » UN ÉVÈNEMENT SENSATION BRETAGNE

Toute l'année, Saint-Quay-Portrieux fait « Place aux Mômes » : une invitation culturelle, un moment de rire, de plaisir, de rêve, d'expression... Du conte à la marionnette en passant par le chant ou la musique, changer les habitudes et surprendre est notre priorité ! Des spectacles festifs, culturels et gratuits... pour le plaisir des petits et des grands !

L'équipe de l'Office de Tourisme est en charge de :

- Le suivi administratif des contrats ;
- L'accueil des artistes ;
- La promotion du Festival ;
- La revue de presse.

Arnaud Burel, directeur, fait partie de la commission Animations du réseau Sensation Bretagne.

Un évènement



Focus sur (suite) les animations



LES ATELIERS « KRÉA'KIDS »

Les Kréa'Kids ont reçu le soutien du Conseil Régional et une subvention de 2500 € à été versée à la Ville de Saint-Quay-Portrieux.

À l'occasion des petites vacances scolaires, l'Office de Tourisme, avec le concours de la commission « Animations » de la Ville, a pérennisé les ateliers créatifs de recyclage, mieux connus sous le nom de « Kréa'kids ».

Chaque session a proposé un thème différent : « Kréa'papier », « Kréa'landArt », « Kréa'bâches », « Kréa'marionnettes », « Kréa'mobile de Noël » et « Kréa'nature de Noël ».

Les ateliers durent 2 heures, sont ouverts aux enfants de 7 à 11 ans, pour des groupes de 10 enfants maxi, sur inscription auprès de l'Office de Tourisme. Toutes les sessions ont affiché complet.

Les enfants sont encadrés par des plasticiens ou associations en lien avec les thèmes.

Les ateliers sont gratuits et incluent un goûter à base de produits biologiques pour chaque enfant participant.

L'équipe de l'Office de Tourisme est en charge de :

- Création et mise en place du concept ;
- Recherche de partenariat pour les activités et organisation de l'évènement ;
- La promotion de l'évènement ;
- Inscriptions ;
- La revue de presse.

COMMUNICATION SUR LES ANIMATIONS DE LA VILLE

Afin de valoriser la communication sur les animations, une affiche mensuelle (l'été) et bimestrielle (le reste de l'année) a été mise en place. La diffusion est assurée par les Services de la Ville.



**Une initiative
dans le cadre du
label Famille Plus**



Présentation du Comité Directeur

Membres titulaires

Membres suppléants

Représentants du Conseil Municipal

Monsieur BLANC Dominique
Président

Madame POIGNONNEC Martine
Adjointe au Tourisme

Madame QUERE Isabelle

Madame LUCAS Jeanne

Madame CLERE Annick

Madame GIRARDET Frédérique

Madame THORAVAL Céline

Madame VEDRINE Pascaline

Monsieur LE CHEVOIR Patrick

Monsieur NEANT Yves

Madame BRE Sylviane

Représentants de professions ou d'associations intéressées au tourisme

Monsieur LANDEL Jean-Luc
Hôtelier
*Nommé remplaçant de M. JAGLIN
lors du Comité Directeur du 22/9/2010*

Monsieur GALOPIN Pierre-Marie
Camping

Monsieur BOCHER Olivier
Restaurateur - 2^e Vice-président

Monsieur MOREL Denis
Casino

Mademoiselle LE MINOUX Isabelle
Fleuriste

Madame GOHARD Edith
Fleuriste

Monsieur MARTIN Philippe
Electricien

Monsieur BERANGER Éric
Photographe

Madame PILLON Claudine
Cadeaux-Souvenirs

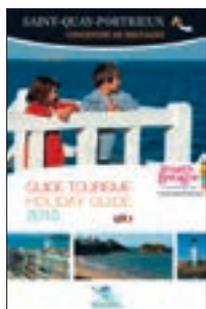
Madame MEHEUT Pascale
Restauratrice



Communication touristique

LES ÉDITIONS OFFICE DE TOURISME*** 2010

L'ensemble des documents sont imprimés sur du papier PEFC et recyclé.



Guide Tourisme
40 000 ex.



Guide Hébergement
10 000 ex.



Plan de Ville
15 000 ex.

L'ÉDITION 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 secteur depuis 2002.

Ce guide est édité
à 40 000 exemplaires

LES ÉDITIONS SENSATION BRETAGNE

Leur charte graphique a été revue et la brochure a été scindée en 2 cahiers :

- **Le guide général** existe en version intégrale en français, anglais et allemand
- **Le guide hébergements** a une légende multilingue.



Le carnet de voyage est édité à 25 000 exemplaires en français, 1 500 en anglais et 3 500 en allemand. 1 double page pour présenter chaque station.



Ce guide de l'hébergement est édité à 25 000 exemplaires. 1 page pour présenter l'offre en hôtellerie et camping et contact pour les locations de vacances.



Le Guide Balades et randonnées, a été réédité et harmonisé avec la nouvelle charte graphique. Ce guide est édité à 20 000 exemplaires. 1 double page avec une suggestion de circuit de randonnée pédestre sur chaque station.

La technologie « Flashcode »

NOUVEAUTÉ
2010

au service de l'information touristique en temps réel

La Ville et l'Office de Tourisme de Saint-Quay-Portrieux ont mis en place une nouvelle forme d'accès à l'information touristique: le Flashcode.

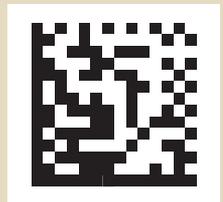


La population succombe de plus en plus à la séduction et à la convivialité des « smartphones » (Iphone, Blackberry et autres mobiles utilisant la technologie Android de Google).

À l'heure où près de 10 millions de téléphones mobiles et où 70 % des « smartphones » sont compatibles avec le Flashcode, **il semblait logique d'associer tourisme et innovation technologique pour faciliter les vacances.**

Le public a désormais accès aux thèmes touristiques principaux du site Internet www.saintquayportrieux.com adapté au format de son téléphone, une aide précieuse en temps réel pour celui qui ne dispose pas de son ordinateur ou des brochures touristiques papier diffusées par l'Office de Tourisme :

- Les hébergements
- La restauration
- Les loisirs
- Les contacts
- Un moteur de recherche
- Les animations



70 % des « smartphones »
sont compatibles avec le Flashcode

ON EN PARLE



Présentation des labels

LE LABEL SENSATION BRETAGNE



Avec 19 stations littorales bretonnes déployées du Nord au Sud, le réseau représente toute la richesse du tourisme littoral breton : Cancale, Dinard, Saint-Cast Le Guildo, Erquy, Binic, Saint-Quay-Portrieux, Perros-Guirec, Trébeurden, Carantec, Roscoff, Plouescat, Plougonvelin, Fouesnant Les Glénan, La Forêt Fouesnant-Port la Forêt, Névez-Port Manec'h, Carnac, Quiberon la Presqu'île, Arzon-Port Croouest-Port Navalo, Pénestin.

La Bretagne est la 1^{re} région française de séjours à la mer pour les français.

Les salons et actions de promotions 2010 : voir page 13

Les actions de communication 2010 :

En 2010, 2 objectifs de communication : la notoriété en Bretagne et la progression de la fréquentation des sites Web.

CAMPAGNE PUBLICITAIRE AUTOUR DE LA MÉTÉO SUR FRANCE 3 OUEST

Le réseau Sensation Bretagne a réalisé une campagne publicitaire (sponsor prévu initialement) sur les plages horaires dédiées, avant et après la météo régionale sur France 3 Ouest à 19H21, heure de grande écoute, pendant 4 semaines, tout le mois de juin. Cela représente 40 messages : 1 avant et 1 après la météo tous les jours du lundi au vendredi.



COMMUNICATION INTERNE AU RÉSEAU



Adressé à tous les élus des communes membres de Sensation Bretagne

LA STRATÉGIE SUR LE WEB 2.0

- 1 ■ Création et animation d'une communauté autour du Littoral Breton sur FACEBOOK
 - ✓ 1539 inscrits.
 - ✓ Moyenne de 30 posts ou commentaires/semaine



- 2 ■ Mise en place d'un concours de blogs, le but étant d'utiliser les blogueurs influents comme ambassadeurs :
 - 69 bloggeurs ont participé au concours dont la moitié dans la catégorie Culture et Loisirs.
 - 1 592 votants et plus de la moitié des votes centrés sur la catégorie Tourisme.
 - Entre le 16 avril (date d'ouverture du concours) et le 1^{er} juin 2010 : 7 815 visites sur le site www.concours-sensation-bretagne.com, dont 2 842 en accès direct, 439 par Facebook, 259 depuis www.sensation-bretagne.com, 104 depuis www.concours-sensation-bretagne.com sur www.sensation-bretagne.com



Cécile LALANZA, créatrice du Blog

L'ANIMATION

Le festival Place aux Mômes : les 4 éditions de 2010

- La saison hivernale a lieu du 22 au 26 février 2010 à Pénestin, Roscoff, Plouescat, Saint-Cast le Guildo et Saint-Quay-Portrieux : Compagnie Toikidi avec un spectacle de conte musical « La girafe qui voulait savoir pourquoi ? ».
 - ✓ 890 spectateurs au total soit une moyenne de 223 spectateurs par date
- Puis au Printemps, 7 stations ont programmé « Lupus in Fabula » de la Compagnie Al et les Astrolobi du 19 au 28 avril 2010.
 - ✓ 1482 spectateurs au total soit une moyenne de 212 spectateurs par date
- Le Festival Place aux Mômes d'été du 11 juillet au 27 août 2010 :
 - ✓ **17 lieux de diffusion**
 - ✓ Sept compagnies
 - ✓ Un reportage télé sur Ty télé
 - ✓ Très bon retour presse
 - ✓ Fréquentation toujours en hausse
 - ✓ Création d'un blog : <http://placeauxmomes.over-blog.com/>
- À l'automne, 7 stations (Pénestin, Roscoff, Arzon, Erquy, Saint-Quay-Portrieux, Saint-Cast le Guildo, Trébeurden) ont programmé la Compagnie Marionetas en Libertad avec le spectacle Chapo Loco.

JOURNÉE D'INFORMATION SUR LE WEB 2.0 EN 2010 :

- Le public a apprécié le contenu et le formateur Frédéric SOUSSIN.
- Le sujet a généré beaucoup d'échanges.
- 70 personnes étaient présentes.
- La journée était réservée aux stations du réseau.

Présentation (suite) des labels

LE LABEL FAMILLE PLUS



La Ville de Saint-Quay-Portrieux a été la première station balnéaire bretonne, avec Quiberon, à se voir décerner le label National « Famille Plus Mer » en Bretagne en 2006.

La Ville et l'Office de Tourisme*** ont depuis poursuivi le développement de l'offre touristique vers cette cible essentielle pour l'économie touristique locale.

Un audit en 2008 a révélé l'exemplarité de la politique d'animations de la commune et de l'Office de Tourisme.

Une des priorités annoncées repose sur la volonté communale affirmée de stimuler et accompagner le développement touristique de novembre à mars, période faisant défaut en matière de fréquentation touristique générale et de proximité.

La Ville a donc, depuis quelques années, investi sur des événements positionnés sur ces périodes de l'année :

- Le Festival Place aux Mômes (soutenu par la Région Bretagne via le réseau structurant de Sensation Bretagne auquel la Ville adhère activement depuis 1996) toute l'année lors des vacances scolaires, soit 11 spectacles jeune public,
- L'Exposition « Les Océaniques » depuis 2006, une exposition en juin, pendant 3 semaines au Centre de Congrès, dont le thème maritime change chaque année (Corail & Méduses, Le Goût de la Mer, Paquebots & bateaux jouets, Mer & BD, Energies & climat en 2011).

La Ville et l'Office de Tourisme*** ont souhaité poursuivre cette politique volontariste de développement et lancer une opération tournée vers la cible famille sous l'angle créatif et durable : « Les Kréa'kids, ateliers créatifs de recyclage ».

Ce concept d'animation repose sur 4 axes de réflexion :

- poursuivre et affirmer la politique de développement local de l'offre touristique hors saison dans le cadre du Label National Famille Plus ;
- proposer des activités gratuites de qualité au jeune public à chaque période de petites vacances scolaires ;
- stimuler gratuitement, de manière ludique, le jeune public sur les notions environnementales et durables ;
- engager la Ville dans une démarche citoyenne.



Festival Place aux Mômes : rendez-vous de centaines de familles

Promotion



31 jours de promotion sur le terrain



242 heures de présence sur les actions de promotion (hors déplacement, montage et démontage)

LE SITE INTERNET : WWW.SAINTQUAYPORTRIEUX.COM

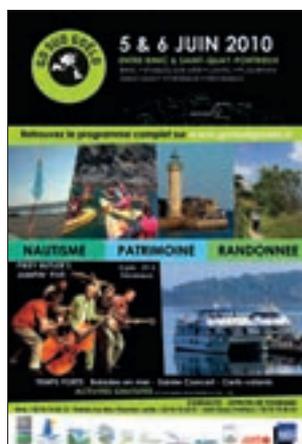
- Près de 80 000 visites sur le site Internet par 60 000 visiteurs différents ;
- 1 million de pages Internet vues :
 - √ 90 % en direct sur le site,
 - √ 7 % depuis un moteur de recherche
 - √ 3 % depuis les sites Internet de partenaires ;
- Près de 4 000 téléchargements de documentations sur le site Web.

SALONS AVEC LE RÉSEAU SENSATION BRETAGNE

Londres (présence physique)	8 au 10 janvier 2010	14 200 visiteurs
Stuttgart	15 au 23 janvier 2010	206 500 visiteurs
Cholet	30 au 31 janvier 2010	12 000 visiteurs
Bruxelles (présence physique)	5 au 8 février 2010	112 200 visiteurs
Roanne	12 au 14 mars 2010	10 000 visiteurs
Lyon	19 au 21 mars 2010	13 185 visiteurs
Paris – Destinations Nature	26 au 28 mars 2010	52 000 visiteurs
Berck	10 au 18 avril 2010	600 000 visiteurs
Tournai	13 au 16 mai 2010	Non quantifiable

SALONS ET OPÉRATIONS DE PROMOTION AVEC LE SUD GOËLO

Nantes – Salon du Tourisme (présence physique)	22 au 24 janvier 2010
Lille - Salon du Tourisme	5 au 7 février 2010
Rennes – Salon du Tourisme (présence physique)	5 au 7 février 2010
Lyon Mahana – Salon du Tourisme (présence physique)	5 au 7 mars 2010
Paris – Destination Nature	26 au 28 mars 2010
Go Sud Goëlo « Portes Ouvertes » (présence physique)	5 et 6 juin 2010



La manifestation « Go Sud Goëlo » a été renouvelée : deux journées « portes ouvertes » de promotion du Sud Goëlo avec de nombreuses animations.

AUTRE OPÉRATION DE PROMOTION

**Du 15 au 17 février 2010 :
Opération de promotion à Châtel**

- Pot d'accueil
- Dégustation de produits du terroir
- Concours
- Interview Radio RTL2

Zoom sur la commercialisation

NOTRE OFFRE DE SÉJOURS

En novembre, suite à l'instruction de l'autorisation à commercialiser par Atout France, l'Office de Tourisme a reçu sa nouvelle immatriculation : IM022100022.

Registre des Opérateurs de Voyages et de Séjours

Certificat d'immatriculation (article r. 211-21 Du code du tourisme) : IM022100022
 La garantie financière est apportée par: APS, 15 avenue carnot, 75017 paris, France.
 L'assurance de responsabilité civile professionnelle est souscrite auprès de: SMACL ASSURANCES, 141 avenue, Salvador allende, 79031 Niort CEDEX 9, France.

Thèmes :

- nature
- randonnée
- gastronomie
- famille
- golf



« EXPÉRIENCES BRETONNES »

2 formules sélectionnées et commercialisées par le Comité Régional du Tourisme et valorisées sur le site Internet www.tourismebretagne.com



THÈME CRÊPE : UN TOUR... DE CRÊPE À SAINT-QUAY-PORTRIEUX.

Faire un tour à Saint-Quay-Portrieux comme une intronisation à l'univers de la crêpe...

La crêpe, plat breton par excellence, sera le fil directeur de votre journée. De A à Z, de la mouture à son accompagnement classique le cidre, la crêpe suscite en vous du défi, de la rencontre, de l'émotion...

Pour commencer à faire Votre crêpe, passage obligatoire au moulin Saint Michel sur les hauteurs de Saint-Quay-Portrieux. Pour obtenir une pâte à crêpe, il faut de la farine... quel moment unique de monter seul au sommet du moulin. Le Meunier vous expliquera l'histoire du lieu, l'impressionnant mécanisme, les meules, la mouture...

Le temps d'un repas en crêperie, essayez vous à la bilig : la fameuse plaque chauffante. La Crêpière vous fera entrer dans sa cuisine et vous tournerez vous-même Votre crêpe : une vraie expérience bretonne ! C'est un défi que vous vous lancez : attention à bien doser la pâte à crêpe, réussir à l'étaler en une seule fois puis maîtriser la rondeur, le diamètre, la cuisson (sur les deux faces, deuxième défi : retourner la crêpe !) et l'épaisseur ! Concentration et rapidité d'exécution seront les bienvenues pour gagner ce challenge et apaiser les sueurs froides. Score à battre de la plus grande crêpe : 98 cm !

Pour vous remettre de vos émotions, une bolée de cidre dans les vergers du Ponto, les parfums

des variétés de pommes vous transporteront. Dans son cellier, Jacques, propriétaire récoltant, vous dévoilera sa passion. Accoudé à un tonneau et dans l'atmosphère de la fermentation, vous comprendrez la futaille, la fabrication d'un authentique cidre de la Côte du Goëlo.

Apprendre un savoir-faire ancestral, goûter au terroir : une véritable expérience basée sur l'émotion de la relation humaine. Un tour de crêpe... à Saint-Quay-Portrieux appartient à ces rencontres fortuites qui nous marquent à vie.

Infos pratiques :

- Visite du moulin Saint Michel, rencontre avec un meunier (30 à 45 minutes)
- Repas en crêperie avec fabrication d'une crêpe
- Visite - Dégustation de cidre au verger de Ponto, M. Barreau (1h30)



THÈME SNSM : SAUVETAGE EN MER À SAINT-QUAY-PORTRIEUX.

À Saint-Quay-Portrieux, vivez un moment privilégié au contact des Sauveteurs en Mer pour une heure de découverte de la SNSM : Société Nationale de la Sécurité en Mer.

Sa mission ? La sauvegarde des vies humaines en danger en mer et sur les côtes.

Lors de la visite de la station SNSM, abordez l'organisation des secours, les différents types d'appel, le matériel de détection, familiarisez-vous avec les outils de sauvetage : le radeau de survie et tous les dispositifs de sécurité, découvrez l'étroite collaboration avec le CROSS (Centre Régional Opérationnel de Surveillance et de Sauvetage).

Visitez aussi la vedette SNSM et la flotte de sauvetage : découvrez les conditions d'appareillage en cas d'alerte, la veille VHF, le canal de détresse, les cartes marines en ligne, la station météo...

Infos pratiques :

- Visite de la station SNSM et de la vedette SNSM (environ 1 heure)
- Toute l'année à 16h00 sous réserve de la disponibilité opérationnelle de la vedette SNSM
- Maximum 10 personnes



NOUVEAUTÉ
2010**COFFRETS « DAKOTA »
ET WEEK-END TOUR**

en partenariat avec Côtes d'Armor Tourisme (CDT)

**COFFRET DAKOTA :
« CAP SUR SAINT-QUAY-PORTRIEUX »****Besoin de vous ressourcer?****Envie de bouger?****Week-end Découverte...**

Bienvenue à Saint-Quay-Portrieux. Station charme de la Côte du Goëlo, penchez-vous sur notre balcon maritime : découvrez le Sentier des Douaniers, les Îles Saint-Quay, l'Île de la Comtesse, les plages de sable or et noir. Cap sur Saint-Quay-Portrieux, route à la quiétude et à la tranquillité! Abordez les venelles du vieux port, le port en eau profonde, les vieilles pierres de Kertugal, le casino... Pour vous détendre, nos crêperies vous accueillent dans des ambiances bretonnes et colorées avec des cartes de grande qualité! Partir... à la mer : à Saint-Quay-Portrieux, c'est un bol d'air iodé assuré!

Partir... sur la mer : à l'île de Bréhat. Perle rose des Côtes d'Armor, l'île de Bréhat dite l'île aux fleurs, vous attend pendant votre séjour sur ses chemins étroits et parfumés.

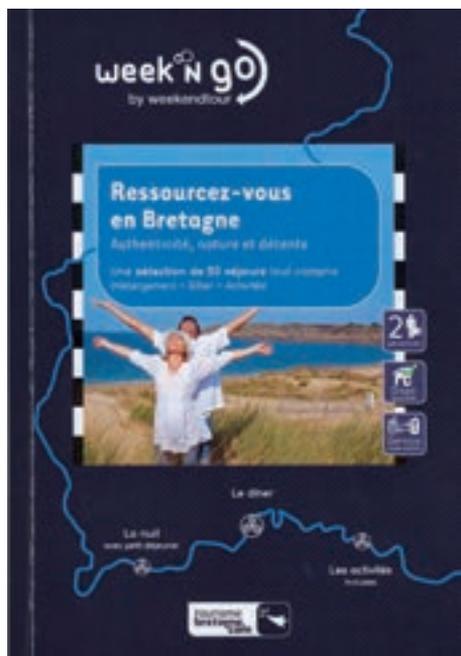
WEEK-END TOUR « PAUSE BRETONNE »**Le temps d'un week-end, visitez****Saint-Quay-Portrieux pour une pause bretonne.**

Au Tempo Breizh, vous goûterez le kig ha farz, plat typique de nos Mamm Gozh (nos grands-mères). Composé de viande, légumes cuits à l'eau et de ce petit sac de toile renfermant la farine de blé noir... cette pause bretonne vous fera découvrir les secrets et les saveurs de ce plat si breton et tellement bon! Pause Bretonne... pour admirer nos paysages maritimes sur le Sentier des Douaniers, pause Bretonne à la terrasse d'un café du Portrieux, pause Bretonne au coucher de soleil sur la plage du casino...

**WEEK-END TOUR « COQUILLE SAINT-JACQUES
À SAINT-QUAY-PORTRIEUX »****Bienvenue à Saint-Quay-Portrieux, capitale de la
coquille Saint-Jacques !**

Goût, arôme, parfum, délice... tant de noms évocateurs pour la reine blanche de notre baie. À l'occasion d'un dîner au restaurant, vous savourez de la Coquille Saint-Jacques.

Votre hébergement en hôtel*** labellisé hôtels de Charme et de Caractère, Relais du Silence vous apportera calme et volupté ainsi qu'une très belle vue sur l'île de la Comtesse de Saint-Quay-Portrieux



Bilan touristique 2010

« Une arrivée plus importante de la clientèle étrangère a compensé une légère érosion de la fréquentation française cette saison 2010 en Bretagne ... »

**L'analyse
de Anne
Coutière**

Directrice du Pôle Observatoire
du Comité Régional du Tourisme

TENDANCES OBSERVÉES EN 2010 (EN COMPARAISON AVEC 2009)

« 2010, réplique de 2009, une année en demi-teinte dans une conjoncture économique de crise »

La saison touristique a plutôt bien démarré grâce à une conjonction de facteurs favorables (météo en avril...) dans un contexte économique dégradé :

- Un mois de mai plutôt satisfaisant sur les weekends malgré l'absence de ponts en 2010 ;
- Une fréquentation du mois de juin mitigée et un début juillet plutôt en hausse, et une deuxième quinzaine de juillet qui n'a pas été à la hauteur de 2009. Un cœur de saison qui stagne et a tendance à se déplacer de la 3^e semaine de juillet à la 3^e semaine d'août ;
- Une fréquentation qui s'étire toute l'année d'avril à octobre avec une très haute saison estivale qui se réduit ;
- Un fort conditionnement lié à la météorologie qui dicte la fréquentation touristique.

Evolutions et tendances marquantes :

- Recherche systématique de promotions et de bons plans ;
- Clientèle de plus en plus excursionniste, itinérante et zappeuse ;
- Economie touristique locale cruciale liée aux résidents secondaires ;
- Baisse de la clientèle de proximité ;
- Fréquentation liée aux animations familiales et événements ;
- Arbitrage budgétaire des familles sur les dépenses de restauration et de loisirs ;
- Augmentation des réservations de dernière minute ;
- Forte hausse des téléchargements de documentations sur le Web ;
- Baisse de la durée de séjours ;
- Forte saisonnalité de la fréquentation.

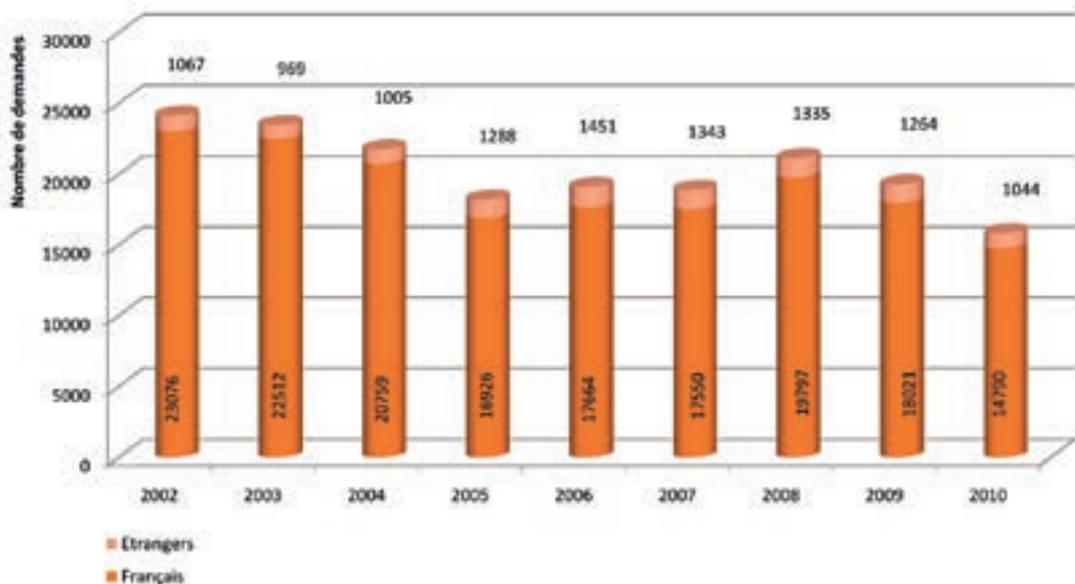
QUELQUES CHIFFRES SIGNIFICATIFS

- Près de 70 000 visiteurs à l'Office de Tourisme (dont 50 % sur les mois de juillet et août) ;
- Plus de 2 100 billets Bréhat au départ de Saint-Quay-Portrieux et l'Arcouest ;
- Près de 7 000 billets SNCF ;
- 600 personnes en visites guidées ;
- Près de 700 passagers embarqués en pêche en mer ;
- 85 séjours « package » commercialisés ;
- Près de 80 000 visiteurs sur le site Web www.saintquayportrieux.com ;
- Près de 4 000 téléchargements de documentations sur le site Web ;
- Près de 250 partenaires privés ont soutenu financièrement l'Office de Tourisme.

QUELQUES CHIFFRES CLÉS DE RÉSULTATS D'ACTIVITÉS DIVERSES (JUILLET ET AOÛT)

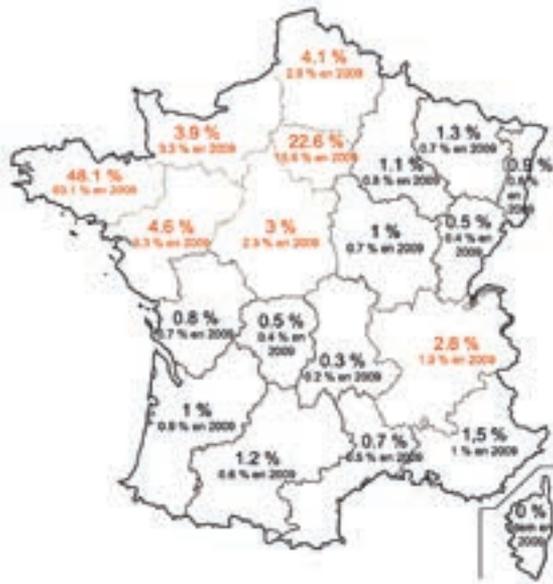
- Les visites de la **chapelle ND de Kertugal** ont accueilli près de 700 visiteurs
- **Sport Nautique** a commercialisé 835 stages de voile (optimist, dériveur, catamaran, planche à voile, kayak)
- Le **Centre de Loisirs des Jeunes** a accueilli près de 400 jeunes ▼
- Le **Centre Aéré** a accueilli près de 100 enfants ▼
- La **Chapelle Ste Anne du Portrieux** a reçu plus de 400 visiteurs
- Les visites guidées du **Moulin St Michel** ont accueilli plus de 1500 visiteurs
- L'initiation à la **Danse Bretonne** a déplacé plus de 800 personnes
- L'initiation au **Tir à l'arc** a initié près de 50 personnes ▼
- Les **soirées « moules frites »** du Vieux Port ont attiré beaucoup de public dans les venelles du Portrieux, plus de 1 200 repas ont été servis (Hôtel Bar Le Commerce)
- Le « **Festival Place aux Mômes** » a déplacé plus de 3 000 petits et grands tous les jeudis sur l'Esplanade du Casino ou le Parc de la Duchesse Anne. Toujours autant de succès pour cet événement destiné à la clientèle naturelle de la station : la famille. Le Festival Place aux Mômes est un événement organisé collectivement (17 stations) par le Label « Sensation Bretagne » (19 stations balnéaires bretonnes).
- Le « **Festival Place aux Artistes Côté Port Côté Casino** », 15 dates de concerts d'été, a déplacé plus de 20 000 spectateurs cumulés tous les lundis, mercredis et vendredis du 9 juillet au 25 août.
- Bonne fréquentation des brocantes (50 exposants) et du vide-greniers (168 exposants) du vieux port.

FRÉQUENTATION AU GUICHET DE 2002 À 2010 (OFFICE DE TOURISME ET POINT I)



RÉPARTITION DES CLIENTÈLES AU GUICHET

RÉPARTITION DE LA CLIENTÈLE FRANÇAISE



Les 30 premiers départements d'origine des demandes :

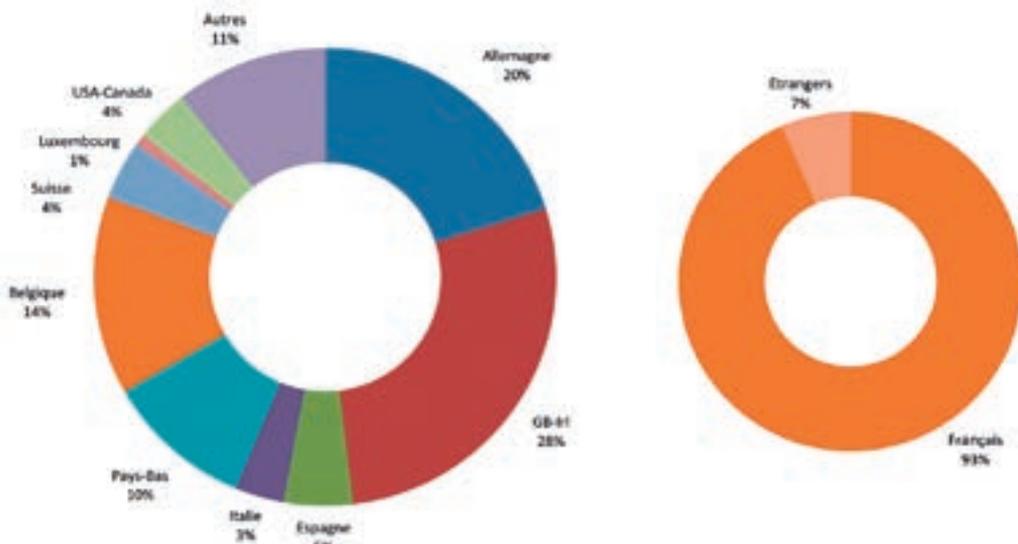
1	Côtes d'Armor	43,21 %
2	Paris	7,83 %
3	Hauts de Seine	3,75 %
4	Yvelines	3,09 %
5	Ille et Vilaine	2,96 %
6	Val de Marne	2,06 %
7	Nord	2,00 %
8	Essonne	1,99 %
9	Seine et Marne	1,55 %
10	Loire Atlantique	1,51 %
11	Seine Maritime	1,51 %
12	Val d'Oise	1,25 %
13	Sarthe	1,14 %
14	Seine St Denis	1,10 %
15	Morbihan	1,05 %
16	Rhône	0,91 %
17	Maine et Loire	0,87 %
18	Finistère	0,85 %
19	Calvados	0,84 %
20	Eure et Loir	0,84 %
21	Eure	0,79 %
22	Mayenne	0,71 %
23	Indre et Loire	0,69 %
24	Pas de Calais	0,68 %
25	Loiret	0,64 %
26	Bas-Rhin	0,62 %
27	Isère	0,62 %
28	Oise	0,61 %
29	Gironde	0,61 %
30	Marne	0,55 %

- Contrairement aux deux années passées, 2010 a connu une diminution de la clientèle de proximité passant de 63 % à 48 %, dont plus de 43 % de visiteurs costarmoricains.
- La clientèle de Saint-Quay-Portrieux provient essentiellement du nord ouest de la France et dans une moindre mesure de la région Rhône-Alpes.
- La clientèle parisienne a regagné des places dans ce palmarès au détriment de la clientèle bretonne

CLIENTÈLE ÉTRANGÈRE

- La proportion clientèle française / clientèle étrangère est toujours d'environ 90/10.
- En 2010, un léger retrait de la clientèle française s'est fait ressentir au profit d'une clientèle étrangère.

Parmi les clientèles étrangères, le palmarès demeure le suivant : anglais, allemands et benelux.



BILAN COMMISSIONS / CHIFFRE D'AFFAIRES 2009 & 2010

BILAN COMMISSIONS/CHIFFRE D'AFFAIRES 2009 & 2010 (en € hors taxe)

	2009	2010	2010/ 2009 en %	Volume en 2010	Commentaires
Visites Guidées (CA)	1 301,77 €	1 312,43 €	1 %	599 personnes	
Brocante juillet (CA)	2 020,00 €	2 680,00 €	33 %	25 exposants	
Brocante août (CA)	2 740,00 €	2 820,00 €	3 %	25 exposants	
Vide-Greniers d'août (CA)	2 750,00 €	2 562,50 €	-7 %	168 exposants	
Pêche en mer (Com)	2 238,16 €	2 162,06 €	-3 %	653 passagers	
Stage aquarelle (Com)	196,00 €	260,50 €	33 %	99 élèves	
Bréhat (Com)	5 029,93 €	5 621,04 €	12 %	2127 passagers	
SNCF (Com)	19 386,57 €	19 162,13 €	-1 %	6976 billets	
Séjours (CA)	13 669,65 €	8 070,80 €	-41 %	85 séjours	
Centre de Congrès (CA)	20 895,80 €	5 644,00 €	-73 %		Non commissionné
CLJ (CA)	19 114,00 €	18 114,50 €	-5 %	337 vignettes	Non commissionné
Kayak (CA)	1 615,40 €	1 681,70 €	4 %	73 contrats	Non commissionné
	89 655,51 €	68 779,23 €	-23%		

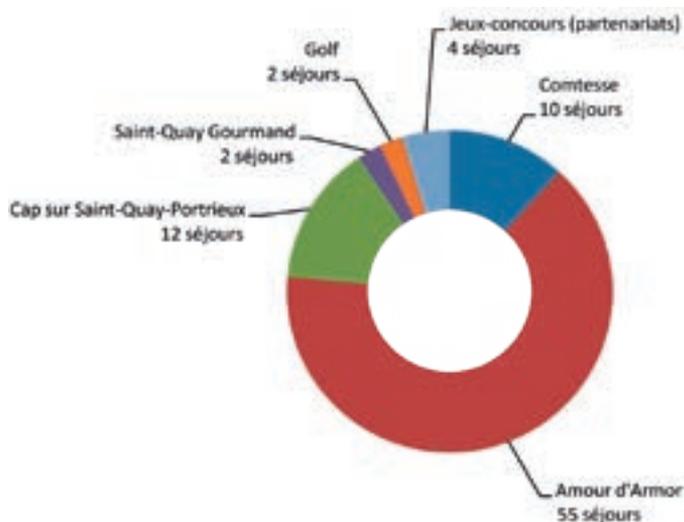
CE BILAN COMPARATIF 2009/2010 FAIT RESSORTIR :

- Une forte augmentation :
 - √ du chiffre d'affaires de la brocante de juillet (+ 33%),
 - √ de la commission stages aquarelle (+ 33%),
 - √ de la commission Bréhat (+ 12%).
- Une forte baisse :
 - √ du chiffre d'affaires des séjours (- 41 %),
 - √ du chiffre d'affaires du Centre de Congrès du fait de l'incendie qui l'a endommagé en mai 2010.

VENTE DE SÉJOURS

Les trois séjours les plus vendus « Amour d'Armor » (124 € par personne), « Cap sur Saint-Quay » (85 € par personne) et « Comtesse » (75 € par personne) sont également ceux dont le prix est le plus attractif.

RÉPARTITION DES VENTES DE SÉJOURS EN 2010



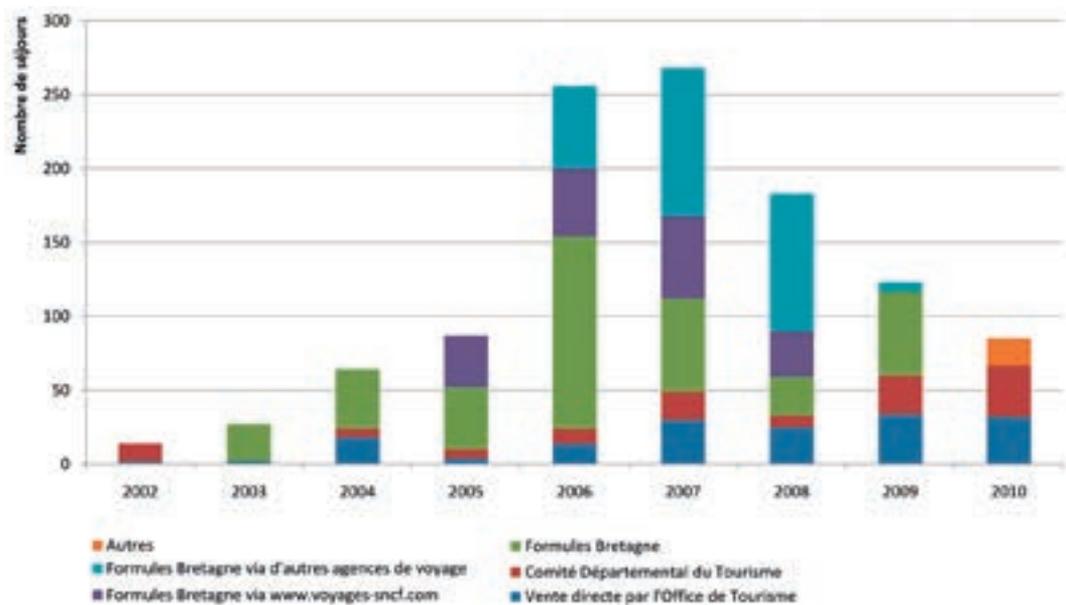
NOS PRESTATAIRES SUR SAINT-QUAY-PORTRIEUX

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

NOS PRESTATAIRES À PROXIMITÉ DE SAINT-QUAY-PORTRIEUX

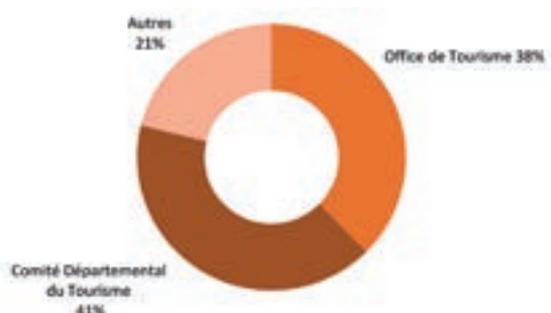
Chambres d'Hôtes	M. et Mme Calvet (Etables-sur-Mer)
	Mme Masera (Plourhan)
	Mme Jouany (Tréveneuc)
	Mme Chapelet (Plourhan)

ÉVOLUTION DES VENTES DE SÉJOUR ET SES CANAUX DE DISTRIBUTION DEPUIS 2002



CANAUX DE VENTE DES SÉJOURS EN 2010

- En 2010, la baisse des ventes de séjours amorcée en 2008 se poursuit, après des années exceptionnelles .

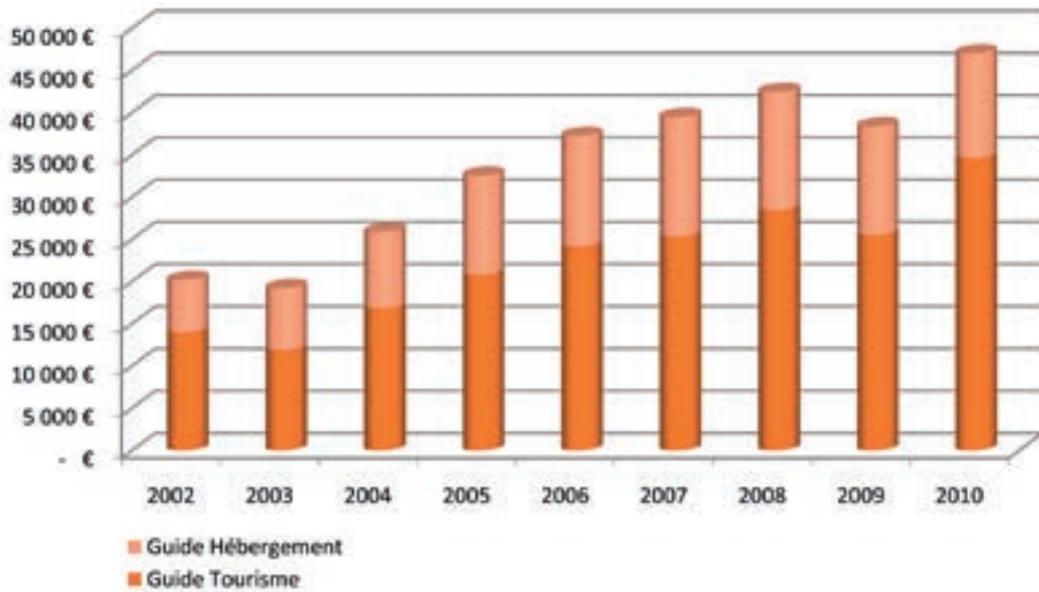


RECETTES PUBLICITAIRES

Les recettes publicitaires liées au Guide Tourisme ont connu une hausse en 2010, elles représentent 34 679 €, soit près de 11 % des recettes de fonctionnement.

La totalité des éditions de l'Office de Tourisme sont autofinancés par les recettes publicitaires.

RECETTES PUBLICITAIRES DE 2002 À 2010

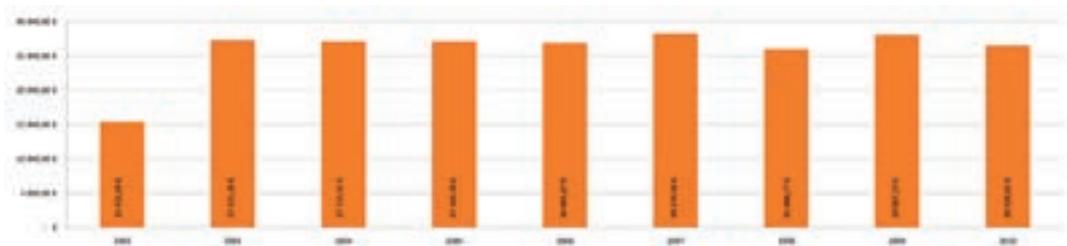


TAXE DE SÉJOUR

La taxe de séjour, perçue depuis 2009 du 1^{er} janvier au 31 décembre, a enregistré une baisse de 6 % en 2010 en comparaison avec 2009, liée à la fragilité financière de 2 hôtels de la station mis en redressement judiciaire au cours de l'année.

Ces recettes représentent plus de 7,8 % des recettes d'exploitation.

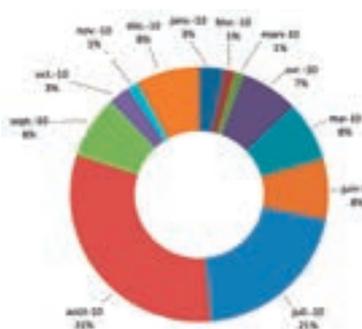
ÉVOLUTION DE LA TAXE DE SÉJOUR DE 2002 À 2010



RÉPARTITION MENSUELLE DE LA TAXE DE SÉJOUR

La part de la Taxe de Séjour en juillet et août représente 52 % du montant total annuel.

Ce graphique met en évidence que la fréquentation touristique démarre dès avril pour se terminer en octobre.



Partenariats



VÊTEMENTS SAINT-JAMES

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



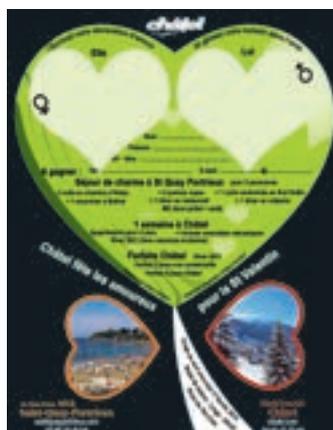
L'OFFICE DE TOURISME DE CHÂTEL



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 2010, L'Office de Tourisme de Saint-Quay-Portrieux a fait sa promotion à Châtel du 14 au 18 février.
- Présence de Saint-Quay-Portrieux dans la brochure hiver de Châtel.

- À l'occasion de la Saint-Valentin et de sa présence à Châtel, l'Office de Tourisme de Saint-Quay-Portrieux a offert un séjour Amour d'Armor pour 2 personnes à Saint-Quay-Portrieux.



L'Office de Tourisme de Châtel en quelques chiffres :

- 260 000 exemplaires de brochures par an
- 1 million de visiteurs sur le site Internet
- 200 000 visiteurs au guichet

NOTRE
ENGAGEMENT



QUALITÉ
TOURISME

Marque Qualité Tourisme

En novembre 2010, l'Office de Tourisme de Saint-Quay-Portrieux a obtenu la Marque Qualité Tourisme.

Saint-Quay-Portrieux devient ainsi la première station balnéaire bretonne à recevoir cette distinction nationale décernée par le Ministère du Tourisme, à l'issue d'une démarche qualité rigoureuse dont l'objectif est la qualité du service pour la satisfaction du client.

L'Office de tourisme de Saint-Quay-Portrieux soutenu par les Fédérations départementale et régionale a dû ainsi répondre à 30 engagements et 171 indicateurs liés aussi bien à la qualité de l'accueil, la promotion touristique, les relations avec leurs partenaires ou bien encore la compétence des équipes...

À ce jour, seuls 5 offices de Tourisme en Bretagne ont reçu cette distinction : Concarneau, Rennes, Vannes, Saint-Quay-Portrieux et Baie de St-Brieuc.

La France compte 3500 Offices de Tourisme, dont 80 ont été distingués par le Ministère du Tourisme sur la marque Qualité Tourisme

UNE MARQUE DE CONFIANCE

Délivrée par le ministère délégué au Tourisme, la marque Qualité Tourisme est un gage de confiance pour nos clientèles. Elle améliore la lisibilité de l'offre touristique.

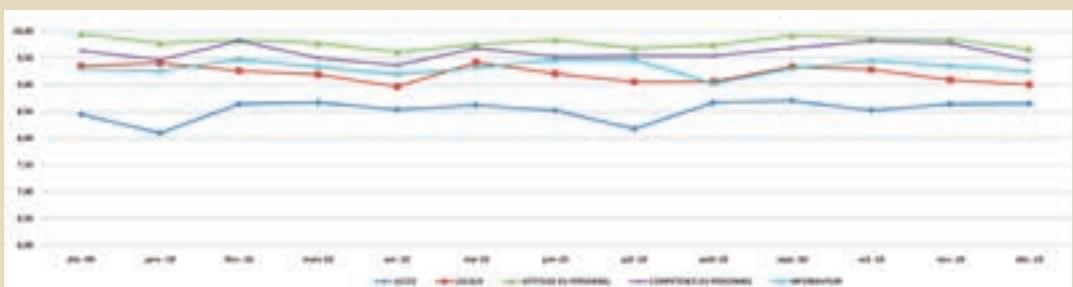
C'est un signe de reconnaissance des établissements qui proposent des prestations de qualité.

Qualité de l'accueil et des services, professionnalisme, valorisation des ressources locales figurent parmi les valeurs essentielles de la marque.

Les objectifs :

- Se différencier dans un secteur concurrentiel
- Anticiper les attentes des clients
- Fidéliser les visiteurs.

BAROMÈTRE IMAGE 2010





Toute l'équipe de l'Office de Tourisme en présence de Monsieur BLANC, Maire et Président de l'Office de Tourisme et Madame POIGNONNEC, Adjointe au Tourisme

LA MARQUE QUALITÉ TOURISME, C'EST AUSSI

- 12 mois d'enquête satisfaction auprès de la clientèle de l'Office de Tourisme concernant la qualité (accueil, information, conseil et lieu d'accueil)
- 566 questionnaires remplis (questionnaires traduits en anglais, allemand, hollandais, italien et espagnol), dont les résultats suivent.

	Note moyenne sur 10
Accès	8,45
Locaux	9,17
Attitude du personnel	9,76
Compétence du personnel	9,58
Information	9,28

1^{ère} station balnéaire bretonne
à recevoir cette distinction nationale décernée par le Ministère du Tourisme

ZOOM SUR LE GROUPE DE TRAVAIL LOCAL (GTL)

Le GTL se réunit 2 fois par an, au printemps pour apporter des améliorations à l'accueil des visiteurs, vérifier que les dysfonctionnements de la saison précédente ont été traités (équipements, services publics, prestations diverses...). A l'automne, après la saison, pour recenser les dysfonctionnements et remarques exprimés à l'accueil et mettre en place d'éventuelles actions d'améliorations.

Il est composé de :

- **Directeur de l'Office de Tourisme**
√ Arnaud BUREL
- **Référent et Animateur Qualité**
√ Cécilia LE GOFF
- **Membres du Comité Directeur**
√ Madame GOHARD Edith / Fleuriste
√ Monsieur BERANGER Éric / Photographe
- **Élus Municipaux**
√ Madame POIGNONNEC Martine
√ Madame QUERE Isabelle
√ Madame VEDRINE Pascaline
- **Socio-professionnels**
√ Madame BRESSANUTTI Sylvie
Décoration / Souvenirs / Confiserie
√ Monsieur LEPRINCE Sylvestre
Services à Domicile
√ Monsieur CHAMPEAU Christophe
Restaurateur

Bilan comptable :

Compte Administratif 2010

SECTION DE FONCTIONNEMENT

Articles/ Dépenses	Libellé Imputations	Budget Primitif 2010	Compte Administratif 2010
011	CHARGES A CARACTERE GÉNÉRAL	135 520,00 €	118 840,34 €
012	CHARGES DE PERSONNEL et FRAIS ASSIMILES	225 378,01 €	218 112,95 €
65	AUTRES CHARGES DE GESTION COURANTE	- €	- €
66	CHARGES FINANCIÈRES	6,83 €	6,83 €
67	CHARGES EXCEPTIONNELLES	- €	- €
68	DOTATIONS AUX AMORT. ET PROV.	11 613,95 €	11 613,95 €
023	AFFECTATION A LA SECTION INVESTISSEMENT	- €	- €
022	DÉPENSES IMPRÉVUES	10 501,89 €	- €
	TOTAL DÉPENSES DE FONCTIONNEMENT	383 020,68 €	348 574,07 €
70	PRODUITS	57 300,00 €	48 687,50 €
74	SUBVENTIONS D'EXPLOITATION	249 037,00 €	249 653,85 €
75	AUTRES PRODUITS DE GESTION COURANTE	35 500,00 €	34 583,31 €
013	ATTÉNUATIONS DE CHARGES	2 000,00 €	3 610,87 €
77	PRODUITS EXCEPTIONNELS	- €	3 296,92 €
002	EXCÉDENT REPORTE	39 183,68 €	39 183,68 €
	TOTAL RECETTES DE FONCTIONNEMENT	383 020,68 €	379 016,13 €

SECTION D'INVESTISSEMENT

020	DÉPENSES IMPRÉVUES D'INVESTISSEMENT	1 522,74 €	- €
16	EMPRUNTS ET DETTES ASSIMILÉES	730,06 €	730,06 €
21	IMMOBILISATIONS CORPORELLES + CRÉDITS A REPORTER	19 693,56 €	1 322,56 €
	TOTAL DÉPENSES D'INVESTISSEMENT	21 946,36 €	2 052,62 €
001	EXCÉDENT ANTÉRIEUR REPORTE	10 332,41 €	10 332,41 €
040	OPÉRATIONS D'ORDRE ENTRE SECTIONS	11 613,95 €	11 613,95 €
	TOTAL RECETTES D'INVESTISSEMENT	21 946,36 €	21 946,36 €

LE COMPTE ADMINISTRATIF SE PRÉSENTE COMME SUIT :

■ Dépenses de Fonctionnement _____ 348 574,07 €
 ■ Recettes de Fonctionnement _____ 379 016,13 €
 La Section de Fonctionnement présente un excédent de 30 442,06 € compte tenu du résultat reporté.

■ Dépenses d'Investissement _____ 2 052,62 €
 ■ Recettes d'Investissement _____ 21 946,36 €
 La Section Investissement présente un excédent de 19 893,74 €.

AFFECTATION DU RÉSULTAT D'EXPLOITATION DE 2010

Le Compte Administratif fait apparaître :
 Un excédent d'exploitation de la Section de Fonctionnement _____ 30 442,06 €
 Un excédent de la Section d'Investissement _____ 19 893,74 €

SECTION DE FONCTIONNEMENT

Affectation au compte 002 :
 Excédent antérieur de Fonctionnement à reporter _____ 30 442,06 €

SECTION D'INVESTISSEMENT

Affectation au compte 001 :
 Excédent antérieur d'Investissement à reporter _____ 19 893,74 €



- Crédit photo : Cécile La Brun / OT de Saint-Quay-Portrieux.

Office de Tourisme*** - BP 31 - 22410 Saint-Quay-Portrieux
Tél. +33 (0) 2 96 70 40 64 - Fax +33 (0) 96 70 39 99
www.saintquayportrieux.com



OFFICE DE TOURISME***
Saint-Quay-Portrieux

