

OFFICE MUNICIPAL DE TOURISME DE SAINT-QUAY-PORTRIEUX

RAPPORT D'ACTIVITÉS

2011



OFFICE DE TOURISME ***
Saint-Quay-Portrieux



OFFICE MUNICIPAL DE TOURISME DE SAINT-QUAY-PORTRIEUX

RAPPORT D'ACTIVITÉS 2011



SOMMAIRE



4// L'OFFICE DE TOURISME

7// COMMUNICATION TOURISTIQUE

10// PRÉSENTATION DES LABELS

13// PROMOTION

15// COMMERCIALISATION

17// BILAN TOURISTIQUE 2011

26// BILAN COMPTABLE : COMPTE ADMINISTRATIF 2011

27// QUELQUES ÉCHOS DANS LA PRESSE...

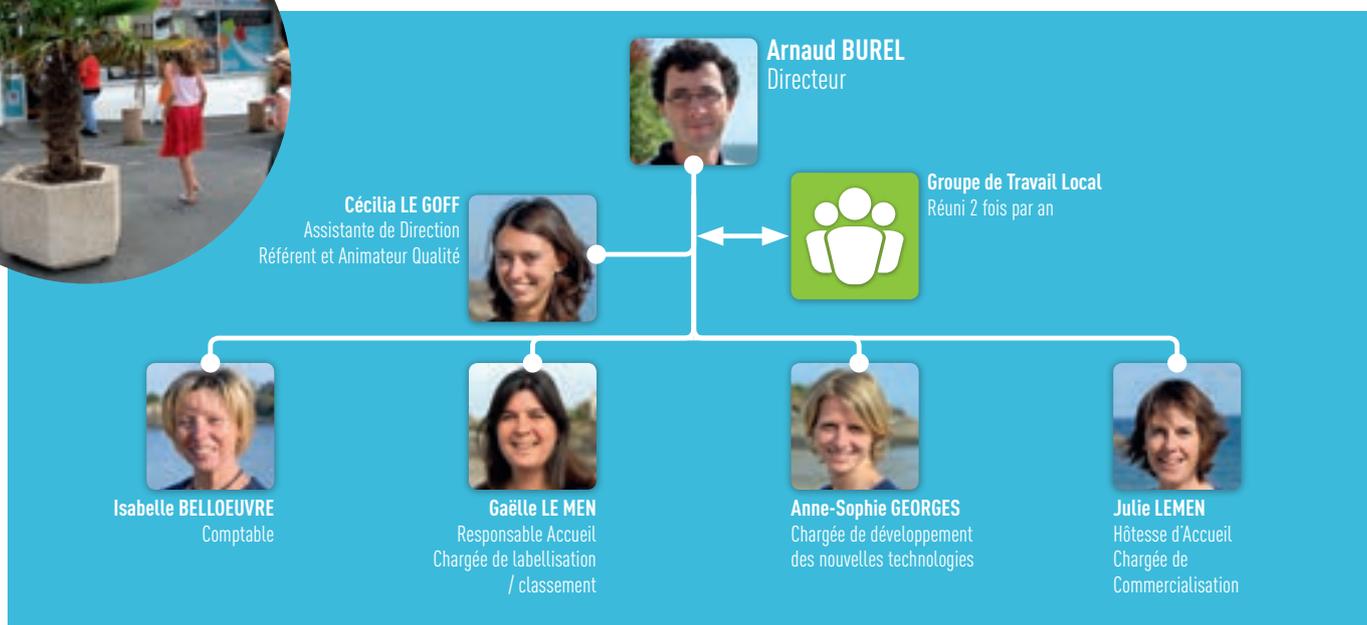
L'OFFICE DE TOURISME

STATUT : EPIC
5 ÉQUIVALENTS
TEMPS PLEIN

OUVERTURE :
2 600 HEURES/AN
317 JOURS/AN

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, WEB)
- > Commercialisation de produits touristiques (conception des produits, relations avec les prestataires et les différents canaux de vente, réservations et accueil)
- > Labellisation / Classement préfecture (visite de tous les meublés inscrits dans le Guide Hébergement, suivi des dossiers, commissions de labellisation et de classement)
- > Inscriptions Centre de Loisirs des Jeunes (collecte et contrôle des documents fournis, émission des cartes, collaboration étroite 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).



L'ÉVÈNEMENTIEL

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

**20 000
SPECTATEURS
CUMULÉS**

FESTIVAL « PLACE AUX ARTISTES »



Le festival « Place aux Artistes » est un festival éclectique de musique... pop, rock, tradition, jazz et électrique. Du 12 juillet au 24 août 2011, la Ville de Saint-Quay-Portrieux s'est mobilisée pour proposer, chaque semaine, 3 concerts gratuits et de qualité exceptionnelle, côté Port ou côté Casino, à 21h. Découvertes, têtes d'affiches, artistes en tournée nationale, coups de cœurs, musique du monde... Soirées intimistes ou délirantes rock ou électro, un festival de soirées musicales inoubliables, vue sur mer ! Il a déplacé plus de 20 000 spectateurs cumulés sur l'été.

L'ÉQUIPE DE L'OFFICE DE TOURISME EST EN CHARGE :

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

FESTIVAL « PLACE AUX MÔMES »



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 une priorité ! Des spectacles festifs, culturels et gratuits... pour le plaisir des petits et des grands !

Le « Festival Place aux Mômes » a déplacé plus de 3000 petits et grands tous les jeudis et à chaque période de petites vacances scolaires sur l'Esplanade du Casino, au Parc de la Duchesse Anne ou au Centre de Congrès. Toujours autant de succès pour cet événement destiné à la clientèle naturelle de la station : la famille.

L'ÉQUIPE DE L'OFFICE DE TOURISME EST EN CHARGE :

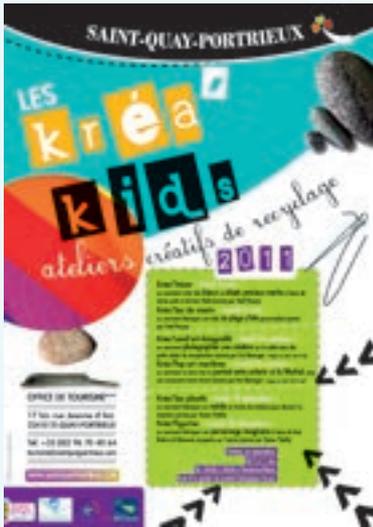
- > Du suivi administratif des contrats ;
- > De l'accueil des artistes ;
- > De la promotion du Festival ;
- > De la revue de presse.

UN ÉVÈNEMENT



L'ÉVÈNEMENTIEL (SUITE)

LES ATELIERS « KRÉA'KIDS »



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'trésar », « Kréa'sac de marin » avec le concours de Yaël PINÇON de Yaël Boutique, « Kréa'landart fotografik », « Kréa'pop art maritime » avec Eric BERANGER de Morgan'Photo, « Kréa'sac plastik de Noël » et « Kréa'figurine de Noël » avec Xavier THEFFO, artiste local.

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 la création et mise en place du concept ;
- > De la recherche de partenariat pour les activités et organisation de l'évènement ;
- > De la promotion de l'évènement ;
- > Des inscriptions ;
- > De la revue de presse.

UNE INITIATIVE DANS LE CADRE DU LABEL

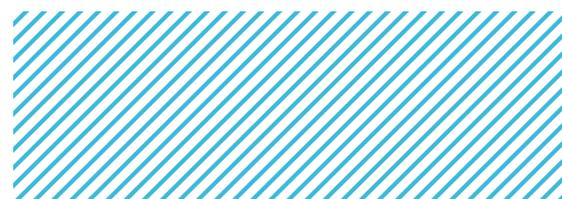


COMMUNICATION SUR LES ANIMATIONS

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.



COMMUNICATION TOURISTIQUE

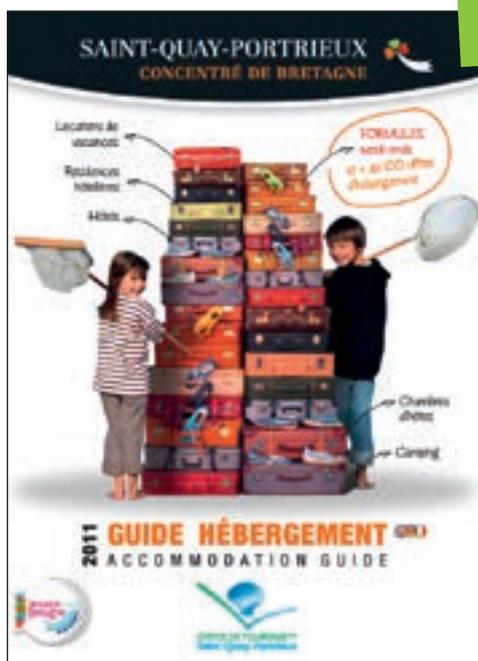


LES ÉDITIONS DE L'OFFICE DE TOURISME 2011

L'ensemble des documents est imprimé sur du papier PEFC et recyclé.



**GUIDE TOURISME
38 000 EX**



**GUIDE HÉBERGEMENT
8 000 EX**

**PLAN DE VILLE
15 000 EX**



L'ACHAT D'ESPACES PUBLICITAIRES

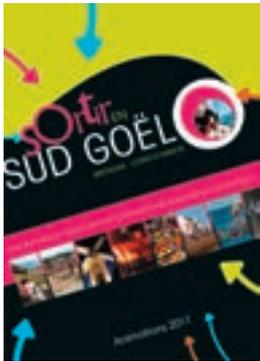


Dans le cadre d'une stratégie nationale pour affirmer l'image de Saint-Quay-Portrieux, un encart publicitaire est acheté dans le Guide du Routard Bretagne depuis 2010.



Au niveau local, la marque « So Saint-Quay-Portrieux » a été annoncée dans le magazine « Bretons » Hors Série n° 8 – Été 2011, 2^e page de couverture.

L'ÉDITION DE LA COMMUNAUTÉ DE COMMUNES DU SUD GOËLO



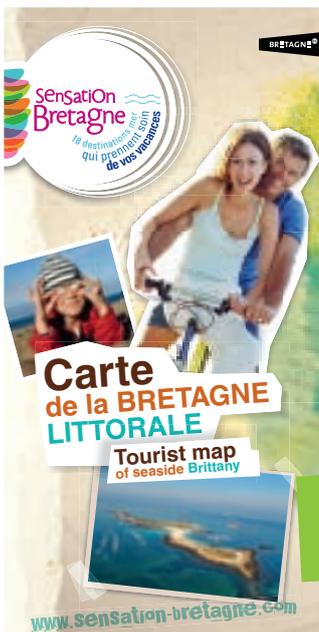
Tous les ans depuis 2002, la Communauté de Communes du Sud Goëlo finance et édite un guide animations réalisé en étroite collaboration avec les 3 offices de tourisme de Binic, d'Étables-sur-Mer et de Saint-Quay-Portrieux.

ÉDITION
40 000 EX

LES ÉDITIONS SENSATION BRETAGNE



ÉDITION
20 000 EX



NOUVEAUTÉ :
une carte de la
Bretagne des stations
Sensation Bretagne
a été élaborée

ÉDITION
10 000 EX



ÉDITION
20 000 EX

NOUVEAUTÉ
2011

LE CLUB AMBASSADEUR

TOURISME SAINT-QUAY-PORTRIEUX

Ce club rassemble aux côtés de l'équipe de l'Office de Tourisme des membres désireux de participer à la promotion de notre station balnéaire.

L'AMBASSADEUR S'ENGAGE À :

- > Transmettre une image positive de la ville auprès des professionnels et particuliers, dans sa vie quotidienne et ses voyages ;
- > Se tenir informé des richesses du territoire ;
- > Diffuser les supports de communication et de promotion mis à sa disposition (Guide Tourisme, Guide Hébergement, Plan de Ville, affiches, autocollants...);
- > Participer aux rencontres annuelles conviviales du « Club Ambassadeur Tourisme » ;
- > Parrainer d'autres Quinocéens pour qu'ils puissent rejoindre « le Club Ambassadeur Tourisme ».

LES RESSOURCES DE L'AMBASSADEUR SONT :

- > Un Kit de Bienvenue en tant que membre du « Club Ambassadeur Tourisme » ;
- > Une lettre d'information ;
- > La documentation de l'Office de Tourisme ;
- > Ainsi que différentes surprises (pour 2011 : agenda 2012, lunettes 3D Collector).



Vous aimez St-Quay-Portrieux ?

Devenez son Ambassadeur

→ LE MEILLEUR AMBASSADEUR DE SAINT-QUAY-PORTRIEUX, C'EST VOUS !

Saint-Quay-Portrieux, Côté Coeur

Vous êtes Quinocéen de résidence ou de cœur, partagez votre passion pour votre station balnéaire, rejoignez le « Club Ambassadeur Tourisme » et contribuez au rayonnement et au développement touristique de Saint-Quay-Portrieux. Vous aurez, avec toute l'équipe de l'Office de Tourisme, participé à la promotion de notre belle cité balnéaire, que ses vacanciers aiment à visiter depuis le 1^{er} siècle. **Soyez les premiers Ambassadeurs Tourisme du 21^e siècle !**

Les multiples richesses et atouts de Saint-Quay-Portrieux ne seront jamais assez connus. Notre ambition est de faire découvrir et redécouvrir aux Quinocéens et visiteurs, ses atouts, ses charmes... L'Office de Tourisme de Saint-Quay-Portrieux a choisi, dans le cadre de la Démarche Nationale « Qualité Tourisme », de s'appuyer sur toutes les bonnes idées. Qui, mieux que ceux qui y vivent, connaissent au mieux Saint-Quay-Portrieux, peuvent faire partager leur passion, leurs bons plans, leurs sensations ou leur expérience ?

Saint-Quay-Portrieux, Côté Tourisme

CLUB AMBASSADEUR
TOURISME SAINT-QUAY-PORTRIEUX

« Il vous partage votre passion pour Saint-Quay-Portrieux, rejoignez vite notre "Club Ambassadeur Tourisme" ! Fiche d'inscription à remplir soigneusement et à renvoyer (courrier ou mail) ou à déposer à l'Office de Tourisme.

Je souhaite devenir Ambassadeur Tourisme de Saint-Quay-Portrieux.

Nom _____ Prénom _____

Adresse _____

Cp _____ Ville _____

Téléphone _____



PRÉSENTATION DES LABELS



LE LABEL SENSATION BRETAGNE

LES SALONS ET ACTIONS DE PROMOTION 2011

DÉSIGNATION	DATES	FRÉQUENTATION
The France Show LONDRES	du 14 au 16 janvier 2011	18 000
GENÈVE	du 21 au 23 janvier 2011	23 000
CMT STUTTGART	du 15 au 23 janvier 2011	200 000
SALON DES VACANCES BRUXELLES	du 3 au 7 février 2011	114 000
SALON DU RANDONNEUR LYON	du 18 au 20 mars 2011	12 000
PARIS	Habillage de la Maison de la Bretagne	



1^{ER} MARS, INAUGURATION DE LA VITRINE DE LA MAISON DE LA BRETAGNE



LES ACTIONS DE COMMUNICATION 2011 :

Objectifs 2011 : améliorer la notoriété de la marque en Bretagne et au niveau national afin de participer au développement de la renommée des destinations membres du réseau et favoriser leur fréquentation touristique.

> LES RELATIONS PRESSE

L'agence FLUXUS Communication a travaillé pour accompagner le réseau sur l'année 2011 :

- > Rédaction et réalisation du dossier de presse Sensation Bretagne.
- > Rédaction et réalisation de 2 newsletters thématiques : la nature et la famille.
- > Suivi et relance : contact permanent avec les journalistes pour les informer et répondre à leurs sollicitations en rapport avec les destinations Sensation Bretagne.
- > Réalisation d'un workshop Presse le 1^{er} mars 2011 à la Maison de la Bretagne (présence des 17 directeurs/directrices d'offices de tourisme pour informer les journalistes sur leurs destinations).
47 journalistes présents pour les supports suivants : Femme actuelle, Prima, Santé Magazine, Cosmopolitan, Fémina, Géo hors-série, TGV Magazine, Rustica, Télé2semaines, TéléStar Bretagne, Ouest-France Dimanche, Le Figaro, Métro, Le Parisien, Le Journal du Dimanche... etc.

Le 1^{er} mars avait aussi lieu l'inauguration de la vitrine de la Maison de la Bretagne entièrement habillée par le visuel Sensation Bretagne et la bouteille de crème solaire. Durant 4 semaines, le réseau était à l'honneur à PARIS, quartier Montparnasse, grâce à cet habillage de la Maison de la Bretagne en présence des maires des communes.

> LES SITES MOBILES

2011 marque aussi la création d'un portail web Sensation Bretagne spécifique pour les téléphones mobiles et surtout la création de 17 sites : un par station. Ces sites mobiles sont accessibles depuis tout type de mobiles via le Qr-code ou via les moteurs de recherche des téléphones mobiles.

> LE PARTENARIAT EUROPE 1

Du 21 mars au 1^{er} avril 2011, Sensation Bretagne a été partenaire sur EUROPE 1 d'un jeu, dans l'émission de Laurent RUQUIER « on va s'gêner ! », qui a lieu tous les jours de 16h à 18h.

Sensation Bretagne fournit :

- 15 WE de 2 nuits pour deux personnes, comprenant :
 - > L'hébergement en demi-pension (hôtel 3 et 4 étoiles).
 - > Un programme d'activités selon la thématique du week-end.

> LA THÉMATIQUE DES SAISONNIERS :

« SAISONNIERS : MODE D'EMPLOI, INFORMATION - LOGEMENT - MOBILITÉ ; LES CLÉS DE LEUR FIDÉLISATION ? »

Cette rencontre a eu lieu le 23 mars 2011 sur une demi-journée. Elle était destinée aux élus et techniciens des collectivités, des offices de tourisme, aux professionnels du secteur touristique.

Articulée autour des thématiques du logement, de l'emploi, de l'information et des groupements d'employeurs, elle visait à mettre en avant les enjeux liés à l'accueil des saisonniers et à leur fidélisation sur nos territoires littoraux.

L'organisation de ce type de journée est l'occasion de favoriser l'échange d'expériences, d'idées et de bonnes pratiques sur des problématiques qui nous sont communes.

> L'OBSERVATION

L'association a intégré le dispositif MORGOAT en 2008.

De cette manière, les offices de tourisme du réseau reçoivent les données concernant la fréquentation en hôtellerie et en hôtellerie de plein air, à l'échelle de certaines stations (quand le nombre d'établissements et le taux de réponse sont suffisants), à l'échelle du réseau, du département, et de la région.



1^{ER} MARS, WORKSHOP PRESSE



Destination pour petits et grands

UN AUDIT
DE CONTRÔLE
EST PRÉVU EN 2012

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.



LE LABEL TERROIR & PATRIMOINE

CE LABEL A ÉTÉ MIS EN PLACE PAR LE CLUB INTERNATIONAL DES VILLES DU TERROIR, ASSOCIATION EXCLUSIVEMENT OUVERTE AUX OFFICES DE TOURISME FRANÇAIS ET ÉTRANGERS.

L'objet de cette association est de favoriser les relations entre les membres et de promouvoir les villes adhérentes au travers d'opérations régionales, nationales et internationales par la mise en place de services et d'outils spécifiques.

L'Office de Tourisme de Saint-Quay-Portrieux a souhaité intégrer ce label afin de toujours mieux promouvoir son produit emblématique qu'est la Coquille Saint-Jacques.

PROMOTION

**32 JOURS
DE PROMOTION
SUR LE TERRAIN**

**256 h
DE PRÉSENCE
SUR LES ACTIONS
DE PROMOTION**

(hors déplacement,
montage et démontage)

ZOOM SUR LE NOUVEAU SITE INTERNET WWW.SAINTEQUAYPORTRIEUX.COM

Le nouveau site Internet de l'Office de Tourisme a été mis en ligne le 16 décembre 2011. Ce site a représenté plus d'un an de travail en collaboration avec la société MBA Multimédia.

Le nouveau site intègre la technologie Web 2.0, il se veut plus attractif, plus interactif, catalyseur de promotion de la station, plus séducteur et cohérent avec la charte graphique papier.

Il est directement syndiqué à notre base de données Tourinsoft pour faciliter la saisie d'informations (hébergement, animations...). Le site Web intègre également les réseaux sociaux (Facebook, Twitter...) et laisse une grande place à l'image et à la photo. La page d'accueil comporte des rubriques « Coups de cœur », « Bons plans » avec une offre commerciale omniprésente sur nos séjours.



**PLUS DE
85 200 VISITES
SUR LE SITE INTERNET**

**PRÈS DE
5 000 TÉLÉCHARGEMENTS
DE DOCUMENTATIONS**

À l'occasion de sa mise en ligne, un jeu concours a été lancé pour gagner des lunettes 3D collector afin de profiter pleinement de la rubrique de photos 3D.

LANCEMENT DU NOUVEAU SITE INTERNET LE 20/12/2011





SALONS ET ACTIONS DE PROMOTION

PLAN D' ACTIONS DE PROMOTION 2011

MOIS	VILLE	DATES	ORGANISATEUR	PRÉSENCE PHYSIQUE		
JANVIER						
	Londres - The France Show 2011	14 - 16/1/2011	Sensation Bretagne	X	Pour le réseau SB	Arnaud BUREL
	Stuttgart	15 - 23/1/2011	Sensation Bretagne		Représenté par le réseau SB	
	Genève	21 - 23/1/2011	Sensation Bretagne		Représenté par le réseau SB	
	Lille - Salon Tourissima	21 - 23/1/2011	CC Sud Goëlo	X	O.T. Saint-Quay-Portrieux + O.T. Étables-sur-Mer	Stagiaire
	Paris Montmartre	22 - 23/1/2011	Côtes d'Armor Tourisme	X		Gaëlle LE MEN
FÉVRIER						
	Bruxelles - Salon des Vacances	3 - 7/2/2011	Sensation Bretagne	X		Arnaud BUREL
	Lyon - Salon Mahana	4 - 6/2/2011	CC Sud Goëlo	X	O.T. Binic + O.T. Saint-Quay-Portrieux	Gaëlle LE MEN
MARS						
	Lyon - Salon du Randonneur	18 - 20/3/2011	Sensation Bretagne	X		Arnaud BUREL
	Paris - Opérations de promotion		Sensation Bretagne			
	Espagne/Italie		Médiatours CRT			



COMMERCIALISATION

NOTRE OFFRE DE SÉJOURS VALORISÉE

UN MOULIN À VENT SYMBOLISE LA GAMME DE PRODUITS, IL ANNONCE LA MARQUE « SO SAINT-QUAY-PORTRIEUX ». À CHAQUE COULEUR D'AILES DU MOULIN CORRESPOND UN PRODUIT.

La gamme « So Saint-Quay-Portrieux » propose 7 formules weekends, couvrant notamment les notions de bien-être, d'insolite qui font la tendance actuelle :

- > So Gourmand
- > So Duo
- > So Bon Plan
- > So Green
- > So Bien-être
- > So Tribu
- > So Insolite



CRÉATION
DE LA MARQUE

So ST-QUAY
PORTRIEUX

Mise en vente, à l'Office de Tourisme, d'une série de badges aux couleurs de la marque « So Saint-Quay-Portrieux »



POUR LE LANCEMENT :
Marque annoncée en dernière
de couverture du Guide Hébergement 2011

Marque annoncée dans le magazine « Bretons » Hors Série n°8 - Été 2011, 2^e page de couverture. (cf. page 7 - Communication touristique)

week-ends
So ST-QUAY
PORTRIEUX



NOUVEAUTÉS 2011

« SO BIEN-ÊTRE » ET « SO BON PLAN »

**LANCEMENT DE 2 FORMULES INTÉGRANT
2 NOUVEAUX PRESTATAIRES QUINOCÉENS :**
> MONSIEUR MOIZAN DU POISSON ROUGE
> MADAME LE TEURNIER DE SOIZIC INSTITUT

PROMOTION COMMUNICATION SENSATION BRETAGNE

Jeu-concours sur Europe 1, Émission de Laurent Ruquier, présence antenne pendant 15 jours - Week-end « Concentré de Bretagne à Saint-Quay-Portrieux » à gagner

Ce week-end d'une valeur de 500 € valable pour 2 personnes comprend :

- > 2 nuits en B&B à l'hôtel*** Ker Moor, chambre vue sur mer dans cet hôtel*** de Charme et de Caractère, Relais du silence
- > 1 dîner « Tout en coquilles Saint-Jacques » au restaurant du Casino, vue sur la baie du Casino
- > 1 dîner de « Brochettes entre Terre et Mer » au restaurant L'Atypic sur le Port d'Armor

Retombée : Pas de gagnant mais 2 ventes « So Duo ».



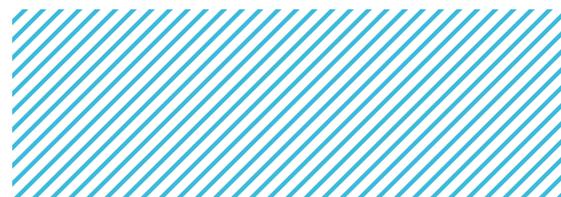
OCTOBRE 2011 : LANCEMENT DU COFFRET BREIZH'CAPADES

Ce coffret séjour est issu d'un partenariat des Comités Départementaux du Tourisme de Bretagne (CDT), du Comité Régional du Tourisme (CRT) et de l'agence réceptive Haute Bretagne Vacances de Rennes. Ce coffret à 269 € pour 2 personnes, contient 60 séjours. Celui de Saint-Quay-Portrieux s'appelle « Cap sur les îles à Saint-Quay-Portrieux » et se situe page 28 du livret. Le coffret Breizh'capades a été présenté en avant-première par l'agence Haute Bretagne Vacances lors du salon Top Résa du 20 au 23 septembre 2011. Il est commercialisé depuis octobre 2011 par les CDT et les agences du Réseau Haute Bretagne Vacances. Notre interlocuteur est Côtes d'Armor Tourisme.

Ce coffret intègre un nouveau prestataire quinocéen : M. et Mme GOUJON du restaurant Quay 911.



BILAN TOURISTIQUE 2011



« EN MÉTÉOROLOGIE
COMME EN TOURISME,
IL N'Y A PLUS
DE SAISON ! »

BON DÉMARRAGE DE SAISON OFFRANT DE BELLES PERSPECTIVES DÈS AVRIL

Demandes d'informations sur l'hébergement en hausse dès le mois de janvier (hausse des demandes hébergements à l'accueil de janvier à juin, forte hausse des téléchargements du guide hébergement sur notre site web de janvier à mars), une clientèle familiale nouvelle qui cherche des animations gratuites.

Redémarrage de la commercialisation de séjours avec la nouvelle marque « So Saint-Quay-Portrieux ».

La météo exceptionnelle d'avril et le contexte international pénalisant les destinations étrangères auront dopé le tourisme de proximité et la fréquentation littorale.

DES MOIS DE MAI & JUIN CONTRASTÉS, IDENTIQUES À 2010

Malgré des demandes hébergements en hausse, les français n'ont pas réservé fermement leurs hébergements, ils sont en quête de l'offre la plus intéressante dans un contexte économique difficile (inflation, pétrole, chômage...).

TENDANCES OBSERVÉES EN 2011 (EN COMPARAISON AVEC 2010)

JUILLET & AOÛT, UNE MÉTÉO TRÈS CAPRICIEUSE PAS DIGNE D'UN ÉTÉ

L'enthousiasme et l'optimisme du début d'année et du mois d'avril sont freinés par une météo historiquement maussade (le mois de juillet figure parmi les plus humides des 50 dernières années sur le territoire national).

À noter une très mauvaise couverture médiatique très (trop) longue sur la Bretagne sur la problématique des algues vertes qui monopolisent l'actualité bretonne au niveau national : France Inter, Europe 1, RTL, TF1, France 2, France 3, M6... La Baie de Saint-Brieuc est stigmatisée et toutes les Côtes d'Armor pâtissent de cette très mauvaise publicité.

Le cœur de saison a eu tendance à se déplacer à la fin juillet jusqu'à la 3^e semaine d'août. Les grands gagnants de cette période sont le tourisme urbain et la culture, les vacanciers ayant davantage privilégié le patrimoine culturel, architectural.

À NOTER DES ÉVOLUTIONS ET TENDANCES MARQUANTES :

- > Recherche systématique de promotions et de bons plans
- > Diminution des dépenses lors du séjour
- > Négociation des prix sur l'hébergement
- > Évolution très forte des modèles de consommation touristiques et de loisirs
- > Fréquentation liée aux animations familiales et événements
- > Augmentation des réservations de dernière minute
- > Forte hausse des téléchargements de documentations sur le web
- > Le poids d'Internet et des réseaux sociaux dans le choix et la préparation des voyages.

QUELQUES CHIFFRES SIGNIFICATIFS

- > Près de 50 000 visiteurs à l'Office de Tourisme (dont 50 % sur les mois de juillet et août) ↘
- > Plus de 1 800 billets Bréhat au départ de Saint-Quay-Portrieux et l'Arcouest ↘
- > Près de 6 000 billets SNCF ↘
- > 720 personnes en visites guidées ↗
- > Près de 650 passagers embarqués en pêche en mer →
- > 142 séjours « package » commercialisés ↗
- > Plus de 85 000 visiteurs sur le site web www.saintquayportrieux.com ↗
- > Plus de 5 100 téléchargements de documentations sur le site web ↗
- > Près de 250 partenaires privés ont soutenu financièrement l'Office de Tourisme

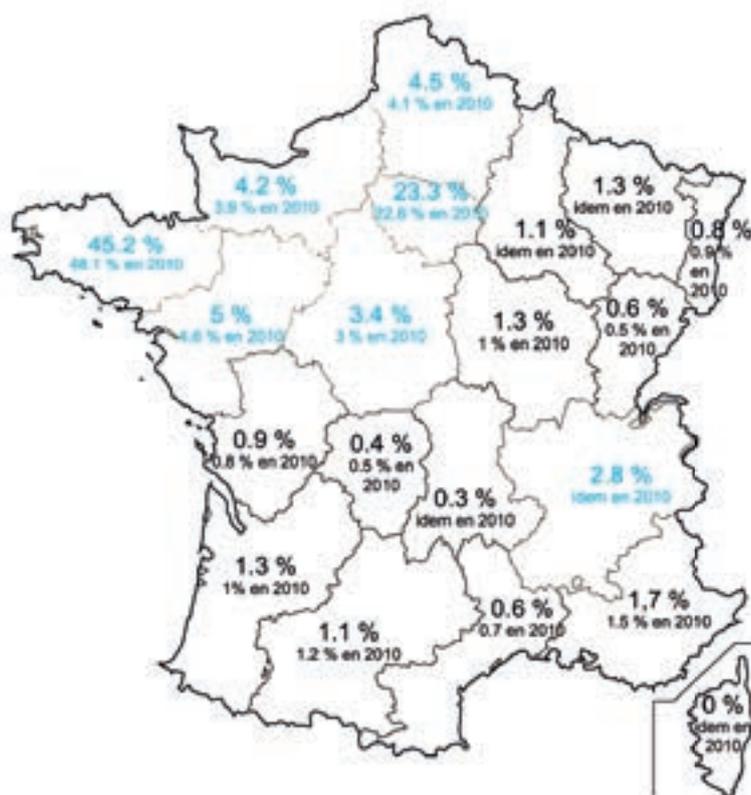
QUELQUES CHIFFRES CLÉS DE RÉSULTATS D'ACTIVITÉS DIVERSES (JUILLET ET AOÛT)

- > Les visites de la chapelle ND de Kertugal ont accueilli près de 600 visiteurs ↗
- > L'École de Voile a commercialisé 872 stages de voile (optimist, dériveur, catamaran, planche à voile, kayak) ↗
- > Le Centre de Loisirs des Jeunes a accueilli près de 400 jeunes ↗
- > La Chapelle Ste Anne du Portrieux a reçu plus de 700 visiteurs ↗
- > Les visites guidées du Moulin St Michel ont accueilli plus de 1300 visiteurs ↗
- > L'initiation à la Danse Bretonne a déplacé près de 800 personnes
- > L'initiation au Tir à l'arc a initié près de 80 personnes ↗

Les 30 premiers départements d'origine des demandes

RÉPARTITION DES CLIENTÈLES AU GUICHET

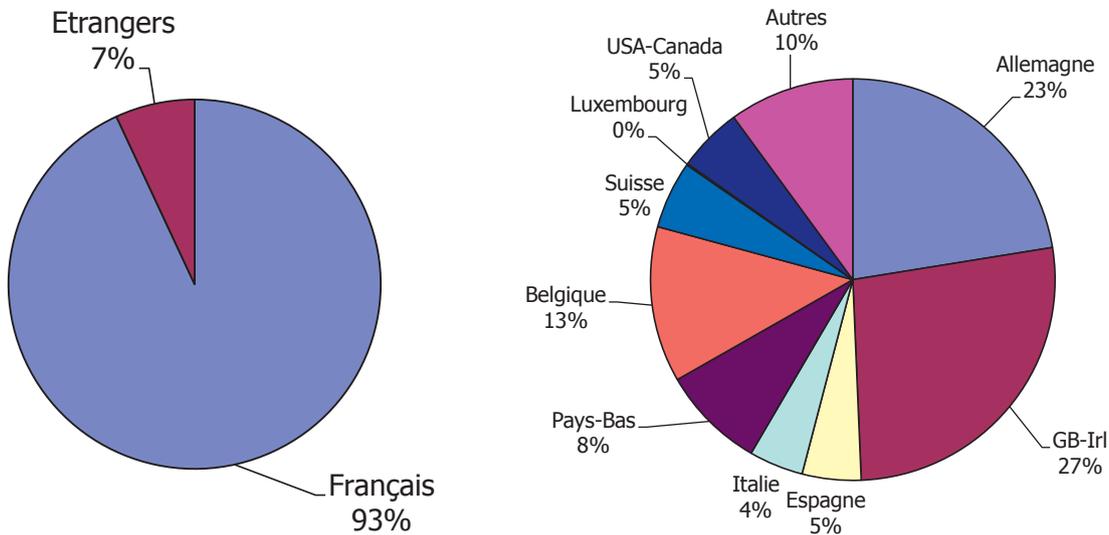
RÉPARTITION DE LA CLIENTÈLE FRANÇAISE



1	Côtes d'Armor	39,87 %
2	Paris	8,30 %
3	Hauts de Seine	3,71 %
4	Ille et Vilaine	3,23 %
5	Yvelines	3,03 %
6	Nord	2,05 %
7	Val de Marne	2,02 %
8	Essonne	1,97 %
9	Loire Atlantique	1,71 %
10	Seine et Marne	1,58 %
11	Val d'Oise	1,51 %
12	Seine Maritime	1,50 %
13	Seine St Denis	1,15 %
14	Finistère	1,13 %
15	Sarthe	1,10 %
16	Calvados	1,04 %
17	Morbihan	1,03 %
18	Loiret	0,98 %
19	Maine et Loire	0,90 %
20	Pas de Calais	0,88 %
21	Rhône	0,82 %
22	Eure	0,80 %
23	Indre et Loire	0,79 %
24	Gironde	0,77 %
25	Eure et Loir	0,74 %
26	Mayenne	0,72 %
27	Oise	0,69 %
28	Marne	0,64 %
29	Hte Garonne	0,62 %
30	Bouches du Rhône	0,61 %

LA CLIENTÈLE ÉTRANGÈRE

- > La proportion clientèle française/clientèle étrangère est toujours d'environ 90/10.
- > Parmi les clientèles étrangères, le palmarès demeure le suivant : Anglais, Allemands et Benelux.



ZOOM SUR SUR L'ÉCO-COMPTEUR

Le Pôle Observatoire du CRT Bretagne et la FROTSI Bretagne sont partenaires de la mise en place de dispositifs de comptage de visiteurs dans un échantillon de destinations touristiques représentatives des différents types d'espaces en Bretagne.

L'Office de Tourisme de Saint-Quay-Portrieux a été choisi pour bénéficier de cette installation dont le financement est assuré à 70% par le Conseil Régional via la FROTSI.

La maîtrise d'œuvre a été assurée par la société lannionaise Eco-compteur. Le comptage se fait depuis le 12 janvier 2011. Nous exploitons les chiffres de manière à obtenir un comptage journalier des visiteurs. Le comptage fait ressortir des tendances en termes de fréquentation, ce qui en fait un bon outil de management.

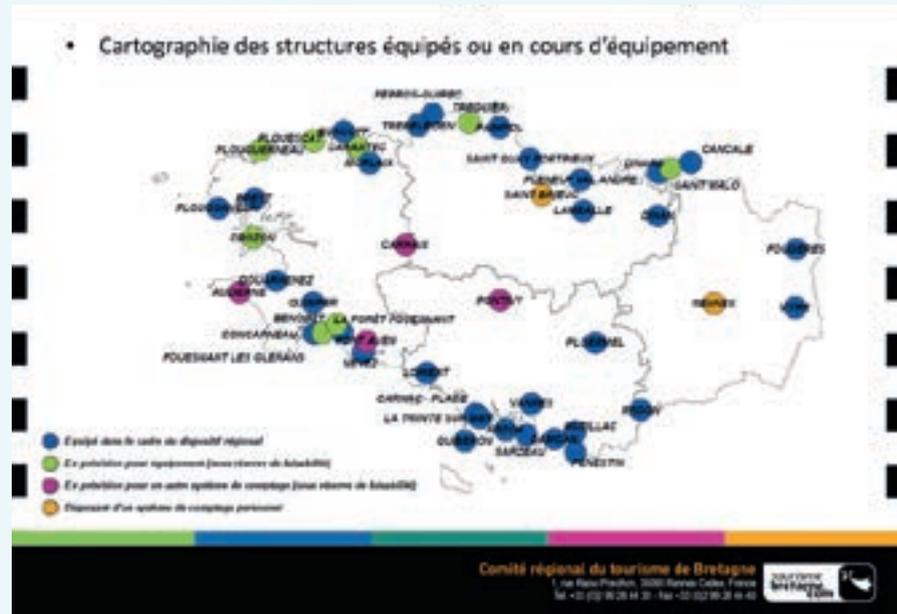


TABLEAU DE BORD COMMISSIONS/CHIFFRE D'AFFAIRES 2010 & 2011

En € hors taxe	2010	2011	2011/2010 en %	Volume en 2011	Commentaires
Visites Guidées (CA)	1 312,43 €	1 348,82 €	3 %	720 personnes	
Brocante juillet (CA)	2 680,00 €	1 300,00 €	-51 %	12 exposants	
Brocante août (CA)	2 820,00 €	2 140,00 €	-24 %	18 exposants	
Vide-greniers d'août (CA)	2 562,50 €	2 306,50 €	-10 %	152 exposants	
Pêche en mer (CA)	23 130,00 €	22 060,00 €	-5 %	642 passagers	
Bréhat (CA)	46 584,00 €	39 579,50 €	-15 %	1848 passagers	
SNCF (Com)	18 931,55 €	16 847,50 €	-11 %	5910 billets	
Séjours (CA)	8 070,80 €	14 088,90 €	75 %	142 séjours	
Kréa'quarelle (Com)	260,50 €	315,00 €	21 %	124 élèves	
Z'éco-Nature (Com)	17,60 €	40,90 €	132 %	97 personnes	
Cirque Amar (Com)	0,00 €	102,00 €			
Billetterie Squiban (Com)	89,00 €	159,00 €	79 %		
Journée hélico (Com)	0,00 €	435,00 €		175 passagers	
Centre de Congrès (CA)	5 644,00 €	10 495,60 €	86 %	Réouverture	Non commissionné
CLJ (CA)	18 102,00 €	19 461,85 €	8 %	398 vignettes	Non commissionné
Kayak (CA)	1 681,70 €	2 096,00 €	25 %	65 contrats	Non commissionné
	131 886,08 €	132 776,57 €	1%		

CE BILAN COMPARATIF 2010/2011 FAIT RESSORTIR :

- > Une forte augmentation :
 - > des ventes de séjours (+75 %),
 - > de la commission Kréa'quarelle (+21 %).
- > Une baisse modérée :
 - > de la commission Bréhat (-15 %),
 - > de la commission SNCF (-11 %).

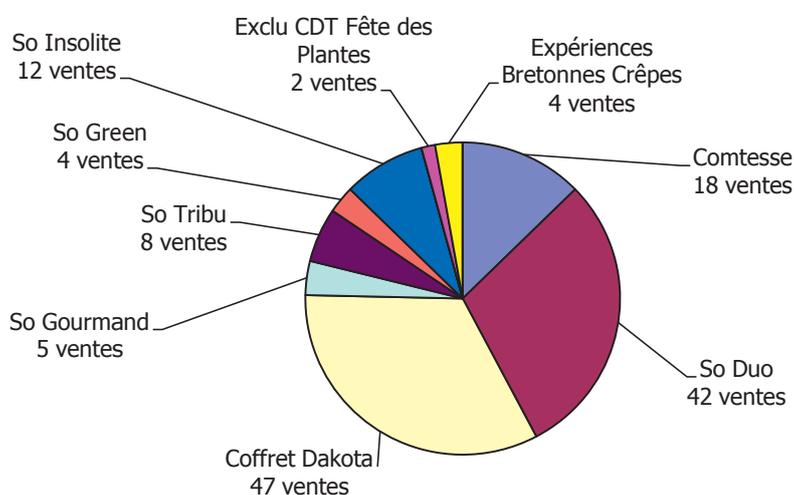
VENTE DE SÉJOURS

LES TROIS SÉJOURS LES PLUS VENDUS SONT :

- > « Coffret Dakota » au prix de 259,90 € pour 2 personnes, cette formule a bénéficié d'une bonne visibilité,
- > « So Duo » (124 € par personne),
- > « Comtesse » (75 € par personne).

Ces deux derniers séjours sont ceux dont le prix est le plus attractif.

Répartition des ventes de séjours en 2011





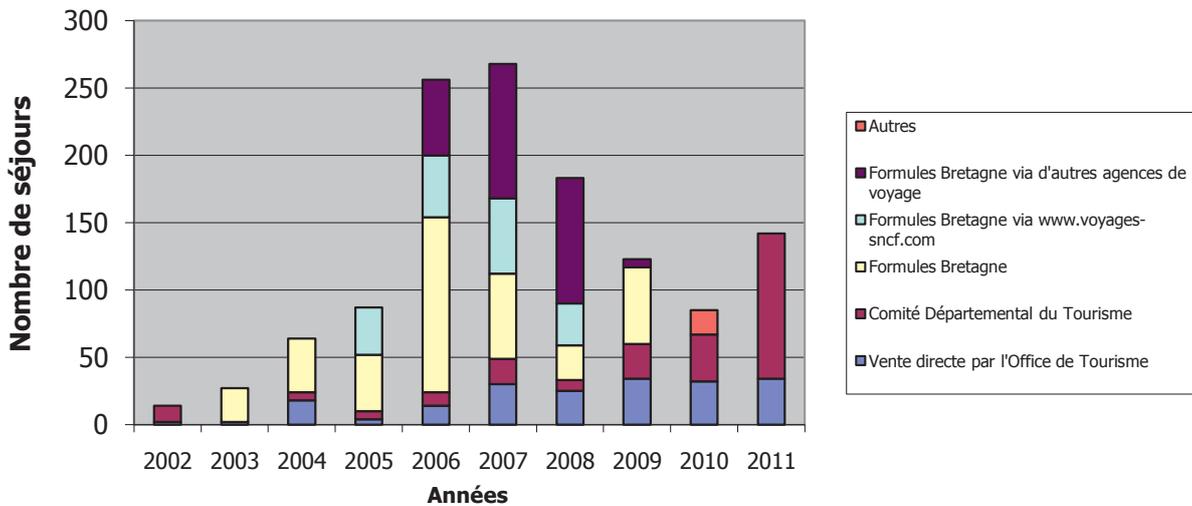
NOS PRESTATAIRES SUR SAINT-QUAY-PORTRIEUX

Chambres d'hôtes	M. et Mme Le Comte (3 clés) Mme Dodé (3 clés)
Hôtels	Le Ker Moor*** Le Gerbot d'Avoine**
Restaurants/bars	Coté Resto Restaurant du Casino Le Bistrot de la Marine Quay 911 Le Poisson Rouge
Crêperie	Fleur de Blé Noir
Traiteurs	M. Coudron M. Oizel
Institut de beauté	Soizic Institut
Et aussi	Tricots Saint James Vedettes de Bréhat Golf des Ajoncs d'Or Zooparc de Trégomeur

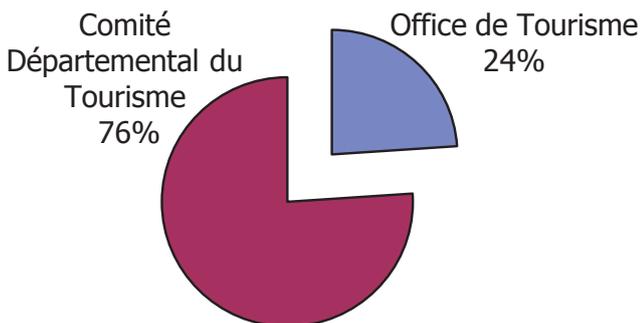
NOS PRESTATAIRES À PROXIMITÉ DE SAINT-QUAY-PORTRIEUX

Chambres d'hôtes	Mme Jouany (Tréveneuc) Mme Chapelet (Plourhan)
------------------	---

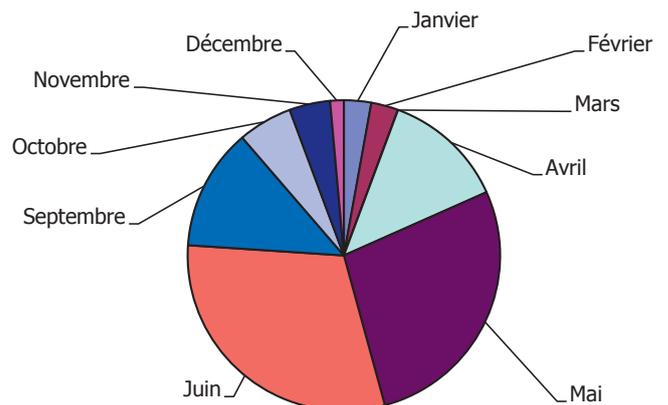
ÉVOLUTION DES VENTES DE SÉJOURS ET SES CANAUX DE DISTRIBUTION DEPUIS 2002



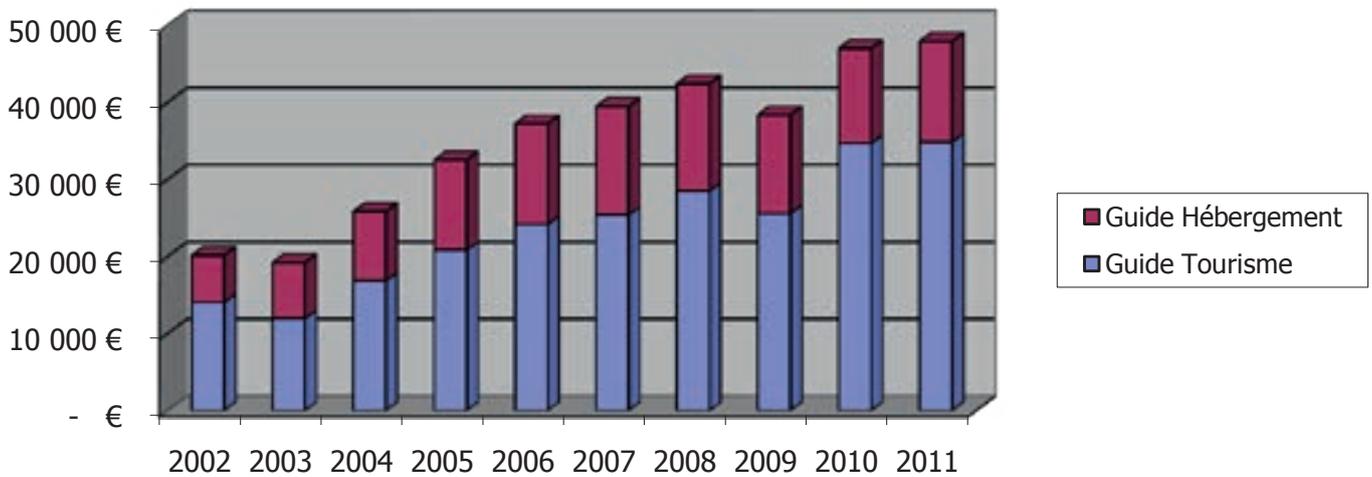
CANAUX DE VENTE DES SÉJOURS EN 2011



RÉPARTITION DES MOIS DE FRÉQUENTATION DES SÉJOURS (HORS JUILLET ET AOÛT)



RECETTES PUBLICITAIRES DE 2002 À 2011



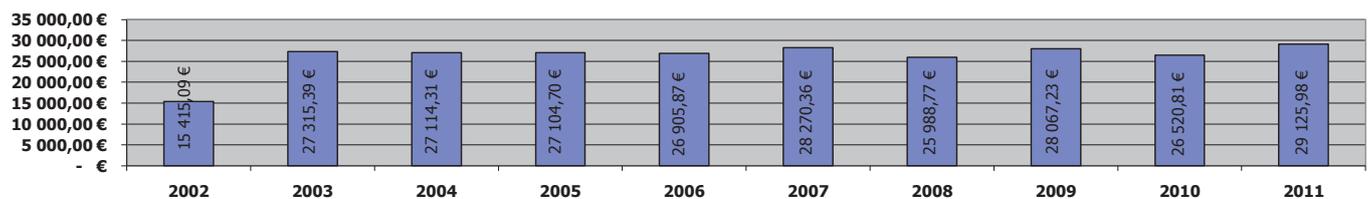
Les éditions de l'Office de Tourisme sont autofinancées par les recettes publicitaires.

TAXE DE SÉJOUR

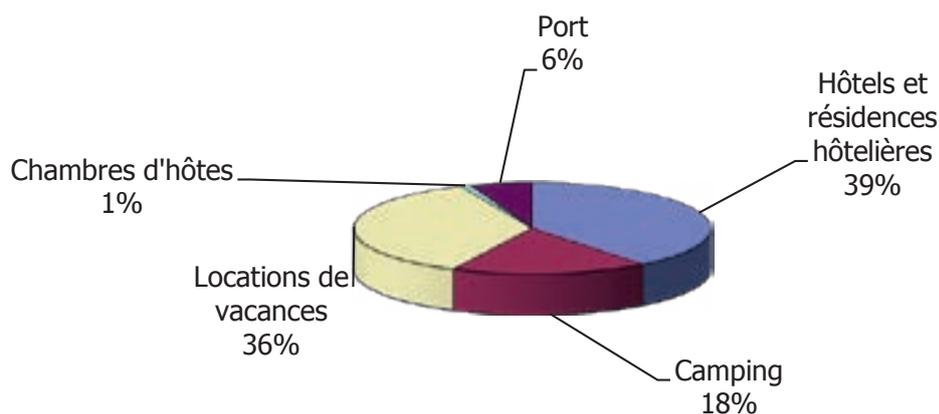
La taxe de séjour, perçue depuis 2009 du 1^{er} janvier au 31 décembre, a enregistré une hausse de 10% en comparaison avec 2010.

Ces recettes représentent plus de 8,3% des recettes d'exploitation.

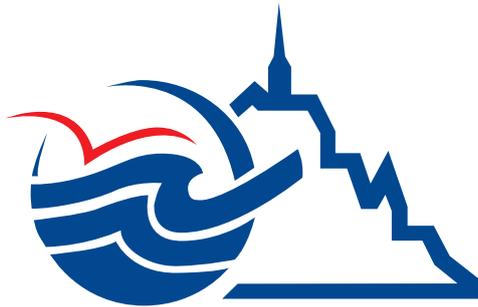
ÉVOLUTION DE LA TAXE DE SÉJOUR DE 2002 À 2011



RÉPARTITION DES RECETTES DE LA TAXE DE SÉJOUR EN 2011



PARTENARIAT AVEC LA SOCIÉTÉ SAINT JAMES



SAINT JAMES®
Né de la mer

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

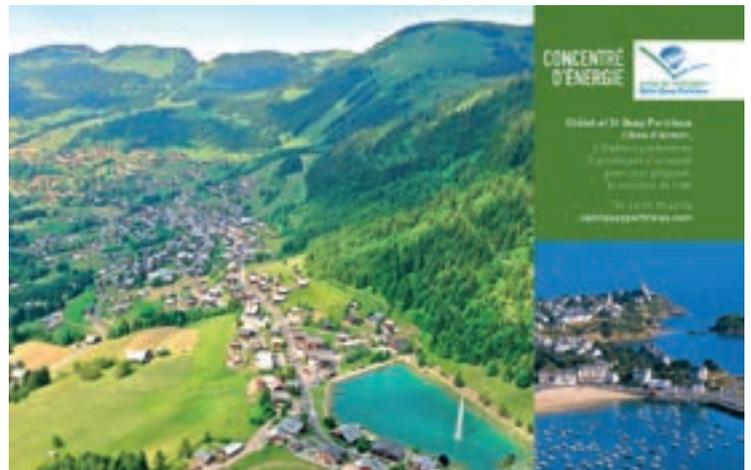
- > recherche de partenariats privés ;
- > stimuler et développer les passerelles entre l'offre touristique de la station et les sociétés à forte image de marque directement liées au secteur des loisirs et du tourisme.

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).

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.



Présence de Saint-Quay-Portrieux dans la brochure hiver de Châtel.

L'Office de Tourisme de Châtel en quelques chiffres :
104 000 exemplaires de brochures par an
1 400 000 visiteurs sur le site Internet
200 000 visiteurs au guichet

À l'occasion de la montée du Linga le 2 avril 2011, l'Office de Tourisme de Saint-Quay-Portrieux a offert un séjour de charme pour 2 personnes à Saint-Quay-Portrieux (6 nuits en demi-pension en hôtel 2* au Gerbot d'Avoine).

NOTRE ENGAGEMENT



MARQUE QUALITÉ TOURISME

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

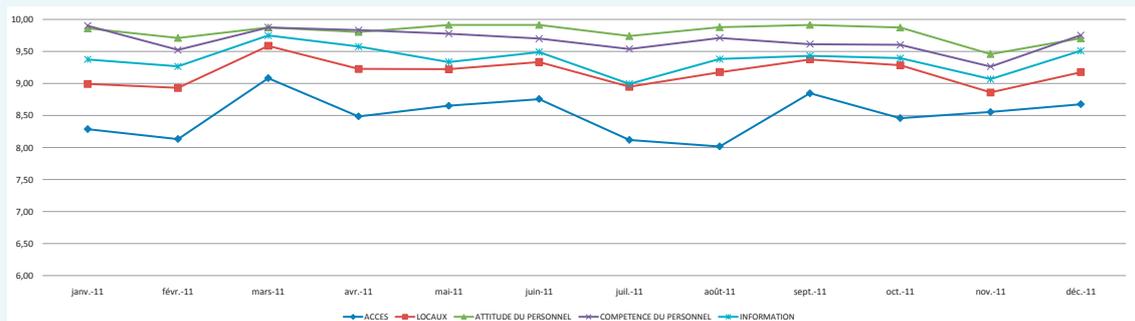
LA MARQUE QUALITÉ TOURISME, C'EST AUSSI :

- > 12 mois d'enquête satisfaction auprès de la clientèle de l'Office de Tourisme concernant la qualité (accueil, information, conseil et lieu d'accueil)
- > 591 questionnaires remplis (questionnaires traduits en anglais, allemand, hollandais, italien et espagnol), dont les résultats suivent :

Accès	8,53
Locaux	9,14
Attitude du personnel	9,79
Compétence du personnel	9,67
Information	9,37

(note moyenne /10)

BAROMÈTRE IMAGE 2011



LE QUESTIONNAIRE DE SATISFACTION PERSONNALISÉ

Nous avons souhaité revoir et affiner nos questions relatives à la commune afin d'estimer la perception des visiteurs sur l'accueil global de la station. Ci-dessous la partie modifiée du questionnaire :

À l'occasion du dernier GTL (Groupe de Travail Local) qui s'est tenu le 14 novembre 2011, les résultats de cette partie de l'enquête ont été présentés aux membres (élus et commerçants). Ces derniers ont souhaité que soit mis en place ce même type de questionnaire pour les commerçants volontaires. Le traitement des questionnaires serait assuré par l'Office de Tourisme. Cette initiative doit voir le jour au printemps 2012...

NOTRE COMMUNE				
Êtes-vous satisfait de l'accueil global à Saint-Quay-Portrieux (commerces, services, Office de Tourisme...)?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Comment jugez-vous le fleurissement de la Ville?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Quelles animations avez-vous appréciées?	<input type="checkbox"/> Place aux Artistes	<input type="checkbox"/> Place aux Mômes	<input type="checkbox"/> Ateliers Kréa/kids	<input type="checkbox"/> Kréa/quarrelle
	<input type="checkbox"/> Ateliers Z'eco-nature	<input type="checkbox"/> Les Collaniques	<input type="checkbox"/> Visites guidées	<input type="checkbox"/> Autres.....
Votre hébergement a-t-il répondu à vos attentes?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Connaissez-vous les formules week-endi "So Saint-Quay-Portrieux"?	<input type="checkbox"/> oui		<input type="checkbox"/> non	
Quelle est la durée de votre séjour?	___ heures	___ jour(s)	___ semaine(s)	
Comment avez-vous choisi la destination Saint-Quay-Portrieux?	<input type="checkbox"/> Evénements/animations	<input type="checkbox"/> Internet/brochures	<input type="checkbox"/> Familial/ami	<input type="checkbox"/> Bouche à oreille
	<input type="checkbox"/> Presse/médias	<input type="checkbox"/> Labels	<input type="checkbox"/> Salon du tourisme	<input type="checkbox"/> Hébergements
	<input type="checkbox"/> Autres			

LA JOURNÉE QUALITÉ SAISONNIERS

Pour poursuivre son action de sensibilisation et de valorisation de la qualité sur la destination Saint-Quay-Portrieux, l'Office de Tourisme en partenariat avec l'Union des Commerçants a souhaité partager son expérience de « Marque Qualité Tourisme » avec l'ensemble des professionnels et saisonniers de la Ville.



LA FORMATION DU PERSONNEL DE L'OFFICE DE TOURISME

Un des critères de la Marque Qualité Tourisme est le respect des quotas de formation des membres du personnel par des organismes agréés.

Chaque début d'année, un prévisionnel des formations est réalisé en fonction des besoins de l'équipe et du Plan Régional de Formation de la Fédération Régionale des Offices de Tourisme.

NOM DU SALARIÉ	TITRE DE LA FORMATION - ORGANISME	ORGANISME	LIEU	DATE	NOMBRE D'HEURES/JOURS
Isabelle BELLOEUVRE	Anglais	CCI 22	Saint-Brieuc	Oct. 2010 - Fév. 2011	30 heures
	Règles du droit social appliquées aux OTSI	Agora	Pontivy	20-21 octobre 2011	2 jours
Gaëlle LE MEN	Améliorer le recrutement et l'intégration de ses nouveaux collaborateurs	FROTSI	Pontivy	14/03/2011	1 jour
	Mettre en place une démarche collective de formation des saisonniers	FROTSI	Pontivy	15/03/2011	1 jour
Anne-Sophie GEORGES	Emailings	FROTSI	Pontivy	14/04/2011	1 jour
Julie LEMEN	Animer ses réseaux de prestataires	FROTSI	Pontivy	3 et 4 octobre 2011	2 jours
Cécilia LE GOFF	Mise en place et optimisation de la taxe de séjour	FROTSI	Pontivy	14/10/2011	1 jour
	Photoshop	FROTSI	Saint-Brieuc	3,4 et 14 novembre 2011	3 jours
	Sauveteur Secouriste du Travail		Saint-Brieuc	15 et 16 décembre 2011	2 jours

BILAN COMPTABLE

COMPTE ADMINISTRATIF 2011



SECTION DE FONCTIONNEMENT

ARTICLES/ DÉPENSES	LIBELLÉ IMPUTATIONS	BUDGET PRIMITIF 2011	COMPTE ADMINISTRATIF 2011
011	Charges à caractère général	125 578,80 €	117 244,07 €
012	Charges de personnel et frais assimilés	243 207,00 €	243 187,73 €
65	Autres charges de gestion courante	- €	- €
66	Charges financières	50,00 €	- €
67	Charges exceptionnelles	- €	- €
68	Dotations aux amort. et prov.	4 406,26 €	4 406,26 €
022	Dépenses imprévues	- €	- €
023	Affectation à la section investissement	- €	- €
	TOTAL DÉPENSES DE FONCTIONNEMENT	373 242,06 €	364 838,06 €
70	Produits	51 600,00 €	50 025,88 €
74	Subventions d'exploitation	253 700,00 €	255 648,52 €
75	Autres produits de gestion courante	35 500,00 €	34 872,48 €
013	Atténuations de charges	2 000,00 €	8 451,80 €
77	Produits exceptionnels	- €	- €
002	Excédent reporté	30 442,06 €	30 442,06 €
	TOTAL RECETTES DE FONCTIONNEMENT	373 242,06 €	379 440,74 €

SECTION D'INVESTISSEMENT

020	Dépenses imprévues d'investissement	300,00 €	- €
16	Emprunts et dettes assimilées	- €	- €
20	Immobilisations incorporelles	15 000,00 €	14 300,00 €
21	Immobilisations corporelles	9 000,00 €	4 017,00 €
	TOTAL DÉPENSES D'INVESTISSEMENT	24 300,00 €	18 317,00 €
001	Excédent antérieur reporté	19 893,74 €	19 893,74 €
040	Opérations d'ordre entre sections	4 406,26 €	4 406,26 €
	TOTAL RECETTES D'INVESTISSEMENT	24 300,00 €	24 300,00 €

LE COMPTE ADMINISTRATIF SE PRÉSENTE COMME SUIT

> Dépenses de Fonctionnement _____ 364 838,06 €

> Recettes de Fonctionnement _____ 379 440,74 €

La Section de Fonctionnement présente un excédent de 14 602,68 € compte tenu du résultat reporté.

> Dépenses d'Investissement _____ 18 317,00 €

> Recettes d'Investissement _____ 24 300,00 €

La Section Investissement présente un excédent de 5 983,00 €.

AFFECTATION DU RÉSULTAT D'EXPLOITATION DE 2011

Le Compte Administratif fait apparaître :

> Un excédent d'exploitation de la Section de Fonctionnement _____ 14 602,68 €

> Un excédent de la Section d'Investissement _____ 5 983,00 €

SECTION DE FONCTIONNEMENT

Affectation au compte 002 :

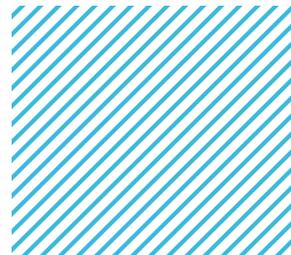
> Excédent antérieur de Fonctionnement à reporter _____ 14 602,68 €

SECTION D'INVESTISSEMENT

Affectation au compte 001 :

> Excédent antérieur d'Investissement à reporter _____ 5 983,00 €

QUELQUES ÉCHOS DANS LA PRESSE...



Saint-Quay-Portrieux

CF 25/05/11

France 3 en direct de l'esplanade du casino

Une fois par mois, la rédaction de France 3 Bretagne délocalise ses équipes et son antenne pour une journée spéciale dans une ville de la région Bretagne. Jeudi 26 mai, les éditions locales et régionales du 12/13 et du 19/20 se font en direct de l'esplanade du casino à Saint-Quay-Portrieux. On pourra assister, dès 12 h, au 12/13 Bretagne, l'édition régionale Bretagne présentée par Adèle Castel avec comme invité Jacques Barreau, passionné d'histoire maritime.

A 15 h 40, Arnaud Buret, directeur de l'office de tourisme de Saint-Quay-Portrieux sera invité pour le 19/20 Bretagne de l'édition locale Haute Bretagne présentée par Stéphanie Labrousse.

L'édition régionale 19/20 Bretagne sera présentée par Stéphanie Labrousse à 19 h, avec comme invités Yann Arthus-Bertrand, photographe, reporter, et René Le Carr, Québécois poète et amoureux de la mer.



Article Ouest-France du 25/5/2011 sur le tournage des JT de France 3 en direct de l'Esplanade du Casino

Article Ouest-France du 23/6/2011 sur l'organisation de la réunion « Qualité Saisoniers »

Saint-Quay-Portrieux

L'office de tourisme muscle l'image de la station



Arnaud Buret, le directeur de l'office de tourisme, a dévoilé le plan d'action 2012.

Communication renforcée
Arnaud Buret se félicite de la future ouverture de l'office de tourisme à Saint-Quay-Portrieux. Le nouveau site sera mis en ligne en début d'été, avec une présence sur les réseaux sociaux tels Facebook, Twitter, et YouTube. L'office de tourisme sera également présent sur les sites de la région et de la commune.

Politique environnementale forte
Face aux enjeux environnementaux de la station, l'office de tourisme a mis en place une politique environnementale forte. L'office de tourisme a mis en place une politique environnementale forte.

Article Ouest-France du 10-11/12/2011 sur le bilan de l'année de l'Office de Tourisme et son plan d'actions 2012

Saint-Quay-Portrieux

CF 25/06/2011

Ce jeudi, réunion d'information sur la saison



L'office de tourisme en partenariat avec l'association Qualité Saisoniers Saint-Quay-Portrieux a organisé ce jeudi 23 juin à 19 h au centre des congrès, une réunion d'information et de présentation de la saison.

L'office de tourisme a organisé ce jeudi 23 juin à 19 h au centre des congrès, une réunion d'information et de présentation de la saison.

Article Ouest-France du 23/6/2011 sur l'organisation de la réunion « Qualité Saisoniers »

BRETAGNE Saint-Quay-Portrieux comme si vous y étiez



Saint-Quay-Portrieux (Côtes-d'Armor), un petit village de montagne bretonne. Grâce à internet, les visiteurs peuvent découvrir le village de montagne bretonne à distance via un site internet.

Arnaud Buret, directeur de l'office de tourisme de Saint-Quay-Portrieux, a dévoilé le plan d'action 2012.

Article sur le lancement du site Internet et de sa rubrique 3D dans le Parisien/Aujourd'hui en France du 23/12/2011

Article sur le lancement du site Internet et de sa rubrique 3D dans la page Bretagne du Télégramme du 21/12/2011

St-Quay-Portrieux. Images web en 3D à l'office de tourisme



Après un an de rénovation, le nouveau site internet de l'office de tourisme de Saint-Quay-Portrieux a été présenté, hier. Il est désormais possible d'y consulter des images en 3D.

Arnaud Buret, directeur de l'office de tourisme de Saint-Quay-Portrieux, a dévoilé le plan d'action 2012.

Article sur le lancement du site Internet et de sa rubrique 3D dans la page Bretagne du Télégramme du 21/12/2011

