

Saint-Quay-Portrieux MAGAZINE

OCTOBRE 2022

NUMÉRO 90

■ GRAND FORMAT

Office de tourisme : au service du territoire

■ AMÉNAGEMENT & CADRE DE VIE

La station d'épuration inaugurée

■ RENCONTRE

Manuella Baudet, maraîchère et commerçante

L'Office de tourisme de Saint-Quay-Portrieux est habillé par la marque morbihannaise Mousqueton - mousqueton.eu/



www.saintquayportrieux.fr



[saintquayportrieuxville](https://www.facebook.com/saintquayportrieuxville)





OFFICE DE TOURISME

Au service du territoire

Cécilia Le Goff travaille depuis près de vingt ans à l'Office de tourisme. Elle en a pris la direction en août 2015. Au sortir d'une saison intense, posons-nous un instant avec elle pour mieux comprendre le fonctionnement de la structure et son rôle central dans le développement de la ville.

IL ARRIVE QU'ON ENTEDE ENCORE PARLER DE "SYNDICAT D'INITIATIVE". VOUS ÊTES AUSSI PARFOIS ASSIMILÉS À UN SERVICE EXTERNALISÉ DE LA MAIRIE. ALORS POUR COMMENCER, POUVEZ-VOUS DÉFINIR CLAIREMENT LE STATUT DE L'OFFICE DE TOURISME ?

Il est vrai que différents statuts coexistent en France et qu'il peut y avoir matière à confusion. À Saint-Quay-Portrieux, l'Office de tourisme est un "EPIC", soit un Établissement public à caractère industriel et commercial. Derrière ce terme un peu austère, tout est dit : nous assumons à la fois une mission de service public tout en ayant une vocation économique. Nous informons gratuitement tous nos visiteurs et en parallèle nous vendons aussi des produits et des prestations de nos partenaires. C'est cette double facette qui fait notre particularité.

VOUS PARLEZ DE SERVICE PUBLIC ?

Oui, même si les salariées de l'Office relèvent du droit privé, l'équipe assume au quotidien une mission d'information tant auprès des touristes que des habitants. Et les demandes sont très variées. C'est d'ailleurs ce qui m'a surpris quand

j'ai débuté ici. Nous pouvons aussi bien conseiller des activités de loisirs, que renseigner sur les animations ou partager le contact d'un artisan local. Nous sommes promoteurs du territoire mais aussi de l'ensemble de ses acteurs. Nous sommes également ouverts toute l'année, 7j / 7 en été et 6j / 7 le reste du temps. Cela contribue à faire de l'Office une véritable porte d'entrée de la commune. Statistiquement parlant, 30 000 personnes rentrent dans nos locaux chaque année.

ON OUBLIE AUSSI SOUVENT VOTRE IMPLICATION AUPRÈS DU TISSU ÉCONOMIQUE LOCAL.

Nous ne sommes pas là uniquement pour distribuer de la documentation ! Nous renseignons notamment des porteurs de projet qui veulent sonder le marché local. Nous avons aussi mis en place une communication dédiée aux professionnels à travers des "Newsletters" spécifiques. Et la rubrique "Espace Pro" du site internet est régulièrement alimentée en informations utiles. Lors de la crise sanitaire, c'est aussi dans cet esprit que nous avons imaginé la carte "Saint-Quay-Portrieux en cadeau", un outil pensé pour soutenir nos commerçants tout en rappelant aux Quino-

céens la chance de pouvoir compter sur une telle diversité d'offres. Plus largement, je pense qu'un Office de tourisme doit aussi contribuer à l'animation d'un réseau économique local. Nous avons tous des intérêts communs. Nous encourageons d'ailleurs les professionnels à devenir nos partenaires. Ils pourront bénéficier d'avantages intéressants.



Pour les professionnels, le "guide du partenariat" est téléchargeable sur le site de l'Office de tourisme ("Espace Pro").

QUELLE RELATION VOUS UNIT À LA VILLE ?

Nous entretenons un lien très étroit. Je dirais que nous sommes à la fois la vitrine et "bras armé" du tourisme pour la ville. Une convention d'objectifs pluriannuelle fixe le cadre de notre collaboration. Au quotidien, les équipes communiquent et se coordonnent, particulièrement au niveau de la communication et des animations. Les services techniques ont aussi piloté la rénovation de nos locaux il y a deux ans. Une super réalisation ! Le nouvel aménagement avait notamment pris en compte les normes d'accessibilité. C'est un des facteurs qui nous a permis d'obtenir cet été la marque "Tourisme et Handicap".

En terme de gouvernance, l'Office est chapeauté par un comité de direction composé d'élus du conseil municipal et de représentants des socioprofessionnels. Il est présidé par Sophie Lathuillière, adjointe au Maire et également vice-présidente de notre fédération régionale (OTB). Pour le volet budgétaire, la ville octroie à l'Office une subvention de 140 000 €, soit environ 45 % de nos recettes annuelles.



L'Office de tourisme est labellisé pour les 4 familles de handicap : auditif, mental, moteur et visuel.



Un espace "Boutique" avec des produits locaux a été créé à l'occasion du réaménagement de l'Office en 2020.

ET VOS AUTRES SOURCES DE FINANCEMENT ?

Nous percevons l'intégralité de la taxe de séjour versée par les hébergeurs quino-céens. Ce qui représente environ 30 % de notre budget. Pour être à l'équilibre, nous avons aussi recours à un niveau d'auto-financement important, de l'ordre de 25 % également. L'an dernier, le volume d'affaires global réalisé par notre petite entreprise dépassait ainsi les 250 K€, ce qui génère 75 K€ de recettes. Elles proviennent des ventes de notre boutique, des recettes publicitaires pour l'édition, des commissions sur la vente de prestations...

SUITE À LA PROMULGATION DE LA LOI NOTRE EN 2015, LA VILLE AVAIT FAIT LE CHOIX DE CONSERVER LA COMPÉTENCE "TOURISME". AVEC LE RECU, QUEL BILAN EN TIREZ-VOUS ?

L'un des objectifs de cette loi était de faire remonter la compétence "tourisme" à l'échelle de l'intercommunalité, soit à Saint-Brieuc Armor Agglomération pour ce qui nous concerne. Mais les stations

classées, comme c'est le cas de Saint-Quay-Portrieux, pouvaient conserver la main sur ce secteur stratégique. Les élus quino-céens ont choisi cette option. Aujourd'hui, je pense que ce choix était judicieux et que nous avons trouvé le bon équilibre. Cette indépendance locale dans nos orientations n'empêche en rien de collaborer efficacement avec nos collègues de l'Office intercommunal de la Baie de Saint-Brieuc. Notre travail commun sur le nouveau site internet qui doit être mis en ligne cet hiver en est un exemple concret.

De la même façon, nous travaillons main dans la main avec nos collègues de Côtes-d'Armor Destination, de la Destination Baie de Saint-Brieuc - Paimpol - Les Caps, de Leff Armor Communauté, de Lamballe Terre & Mer, de Guingamp-Baie de Paimpol... Les visiteurs n'ont que faire des limites administratives. Là-aussi nous agissons en réseau. Une action collective coordonnée se traduit toujours au final par le développement de chacun.



VOUS POUVEZ AUSSI COMPTER SUR LE RÉSEAU SENSATION BRETAGNE ?

C'est vraiment l'un de nos partenaires privilégiés. Sophie Lathuillière nous y représente d'ailleurs en tant que membre du Conseil d'administration. Le réseau réunit aujourd'hui 28 stations littorales bretonnes dont Cancale, Dinard, Perros-Guirec, Roscoff, Crozon-Morgat, Carnac...

La mise en commun de nos moyens nous a permis de passer un cap en matière de visibilité en France et à l'étranger. Sous la bannière *Sensation Bretagne*, nous sommes par exemple présents sur les grands salons professionnels. Pour notre communication, nous pouvons aussi compter sur des reportages photos et vidéos de haute qualité. Et nous bénéficions aussi de l'appui d'*aiRPur*, une agence de relations presse, qui nous ouvre les colonnes de médias à forte audience comme *Maison et Jardin* ou *Europe 1*. Tout cela contribue indéniablement à notre rayonnement.



Saint-Quay-Portrieux est membre de Sensation Bretagne depuis 1996.

PLUS LARGEMENT, QUELLE EST VOTRE VISION DU MÉTIER ?

En 19 ans ici, je n'ai pas eu le temps de m'ennuyer ! C'est un métier en perpétuelle évolution. Pour preuve, chaque membre de l'équipe suit au minimum une formation par an. La révolution des pratiques en lien avec le numérique, la concurrence accrue entre les destinations, l'arrivée de nouveaux acteurs dans l'hébergement comme *Abritel* dans les années 90 ou *Airbnb* plus récemment...



Conseils personnalisés pour un public varié : l'Office de tourisme fait dans le "sur-mesure".

Au fil du temps, on est passé d'un tourisme "de cueillette", où l'on se contentait de l'attractivité naturelle des paysages, à un tourisme de conquête avec une stratégie, des objectifs et des produits ciblés. Il faut désormais séduire, fidéliser et sans cesse s'affirmer pour exister dans une offre touristique pléthorique.

QUELLES SONT ALORS VOS PRIORITÉS ?

Une saison touristique ne se limite plus à la période estivale. C'est désormais une évidence. Les vacances de Pâques, les week-ends prolongés du mois de mai ou le début de l'automne sont devenus cruciaux dans un bilan annuel. Un Office de tourisme doit donc répondre présent sur ces "ailes de saison".

Le consommateur est aussi à la recherche de courts séjours tout inclus, souvent à la dernière minute. Nous élaborons donc des offres packagées thématiques comme "Un week-end en station balnéaire" ou "De Saint-Quay à Bréhat". On constate aussi une forte poussée du tourisme itinérant, particulièrement en randonnée ou à bicyclette le long de la Vélomaritime pour ce qui nous concerne. Pour garantir une qualité d'accueil à cette clientèle spécifique, nous avons d'ailleurs obtenu la marque *Accueil Vélo* en 2018.

Il faut toujours penser développement.

Sinon, on disparaît des radars. Mais un développement harmonieux et respectueux de l'identité de Saint-Quay-Portrieux : c'est notre ligne directrice.

POUR RÉPONDRE À CES ENJEUX D'AVENIR, DE QUELS ATOUTS DISPOSE SAINT-QUAY-PORTRIEUX ?

Il suffit de regarder par la fenêtre de l'Office ! On peut voir des commerces, le Casino, le Centre de Congrès et tous les jours des enfants qui vont et viennent... Saint-Quay-Portrieux est une commune de 3 000 habitants qui vit toute l'année et qui n'attend pas uniquement l'été pour sortir de sa léthargie. Le tissu associatif est aussi très actif dans le patrimoine, le sport, la culture bretonne ou les pratiques artistiques. Cela enrichit les propositions faites aux visiteurs. Et puis les rendez-vous comme *Films en Bretagne* avec ses 300 professionnels qui logent et consomment sur place, le festival de BD, les *Ballades avec Brassens* ou encore notre chère *Samain* : le calendrier quinquennal est rythmé et séduisant ! Tout cela alimente une dynamique globale de station. L'Office de tourisme est là pour l'accompagner et la relayer. ▲

Office de tourisme, 17B rue Jeanne d'Arc
saintquayportrieux.com
Et aussi sur les réseaux sociaux :
"Bienvenue Saint-Quay-Portrieux"

BILAN DE SAISON

Un été 2022 radieux

Cécilia Le Goff qualifie la saison écoulée de "très belle sur tous les plans". "Au printemps, la Fête de la Coquille et les ponts du mois de mai laissent déjà augurer d'une bonne fréquentation. La clientèle étrangère, notamment les Britanniques, est de retour. Le météo estivale a aussi contribué à de bons résultats. Le camping *Bellevue* a par exemple fait un très bel été, comparable à 2019. Autre indicateur intéressant, les stages du Pôle Nautique affichent un taux de remplissage de 85 %".

Les professionnels de la station ont par ailleurs été sollicités via un questionnaire de satisfaction portant sur les mois de juin / juillet / août. 95% se disent "satisfaits" voire "très satisfaits" de la fréquentation de leur établissement.

DÉMARCHES DE PROGRÈS

Essentiels labels

L'Office de tourisme dispose de la marque **Qualité Tourisme** depuis 2010. Une marque soumise à un audit global réalisé par un cabinet spécialisé tous les cinq ans. Son usage est aussi conditionné à une visite "mystère" intermédiaire qui vient d'être effectuée le 30 mai dernier. Résultat : 94,5 % de critères remplis. Cette marque est aussi un élément indispensable à la classification de l'Office en **catégorie 1**, soit le plus haut niveau national, correspondant à l'ancien "4 étoiles". "Au-delà de la reconnaissance de notre travail, ces certifications sont nécessaires pour que la ville soit une **station classée de tourisme**, comme c'est le cas depuis plus d'un siècle. Ce statut permet notamment aux bars et restaurants de fermer plus tard sans dérogation, aux commerces d'ouvrir le dimanche, à la ville d'embaucher des saisonniers..."

IMAGE ET NOTORIÉTÉ

Savoir se réinventer

L'Office de tourisme affirme sa présence sur l'ensemble des réseaux sociaux (Facebook, Instagram, TikTok, LinkedIn) sous l'identité "Bienvenue Saint-Quay-Portrieux". Rien que la page Facebook affiche près de 9 500 abonnés. Quant au site internet, son audience ne cesse de croître pour atteindre environ 200 000 connexions en 2021.

Par ailleurs, chaque année, les éditions sont mises à jour (guide Tourisme, guide hébergements et le plan de ville avec la liste exhaustive des commerçants). "Notre guide 2022 vient d'être cité en exemple par la Région Bretagne pour sa qualité graphique, son caractère innovant et son esthétique d'ensemble."

HÉBERGEMENTS

Travail sur le classement des hébergements

"Nous sensibilisons continuellement les hébergeurs, particuliers et professionnels, à l'intérêt du classement de leur bien. C'est encore plus vrai depuis la réforme de la taxe de séjour de 2019". Le classement d'une location est valable cinq ans et représente un coût forfaitaire avoisinant les 200 €. "L'abattement fiscal passe à 70 %, c'est un gage de qualité pour les clients et le taux de remplissage est meilleur. L'investissement est donc vite rentabilisé".

À cela s'ajoute une promotion plus efficace puisque les tarifs de parution dans le "Guide hébergements" et sur le site internet de l'Office de tourisme favorisent les locations classées. "Cela contribue aussi à bonifier l'image de la station".

