

Office de Tourisme Communautaire

Lannion-Trégor Communauté

Rapport d'activité 2014



Sommaire

1. Rappel de la stratégie
2. L'observatoire chiffré
3. Axe 1 – Service à la clientèle
4. Axe 2 – Développement et entretien du lien partenaire
5. Axe 3 – Professionnalisation
6. Axe 4 – Politique promotionnelle
7. Axe 5 – Construction de la Destination Côte de Granit Rose

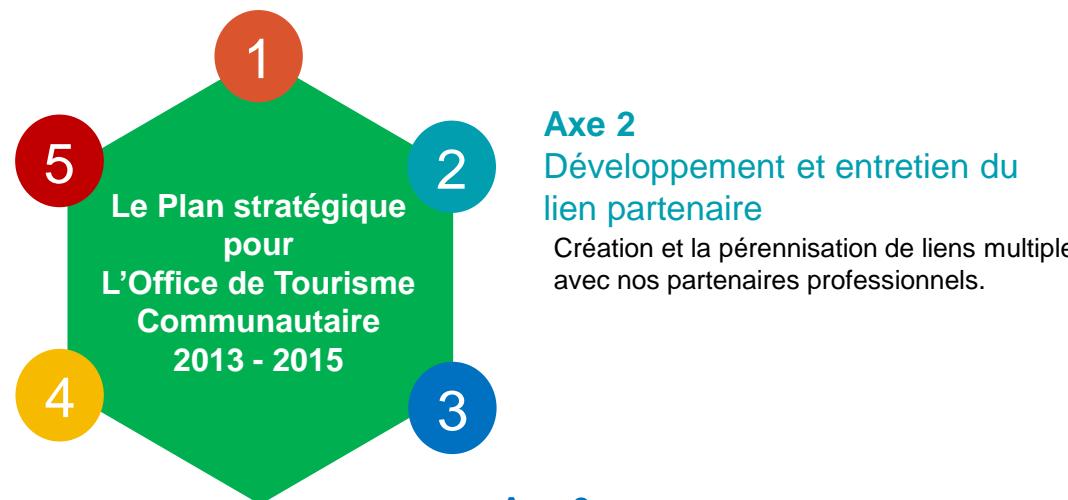
La stratégie de l'OTC

Axe 5

Construction de la destination

Côte de Granit Rose

L'engagement permanent de l'équipe dans la construction de la Destination Côte de Granit Rose, aux côtés des institutions locales, départementales et régionales.



L'observatoire chiffré

Nombre de demandes 2014

Par bureaux d'information touristique sur la destination (Source: tourinsoft)

Courrier : 178
-25%

Email : 1009
-9%

Guichet : 58130
+6%

Nombre de demandes dans les
Offices de Tourisme

68162
+ 1%

Téléphone : 8297
- 23%

Web : 548
- 8%

Nombre de visiteurs

par bureaux d'information touristique sur la destination (source:
tourinsoft)

Pôle Côte de
Granit Rose*

113770
+ 9%

Pôle Baie de
Lannion

79541
+9%

Pôle Lieue
de Grève

19449
+17%

Pôle Vallée
du Léguer

676
-19%

Nombre total de visiteurs dans
les bureaux d'information
touristique de la destination

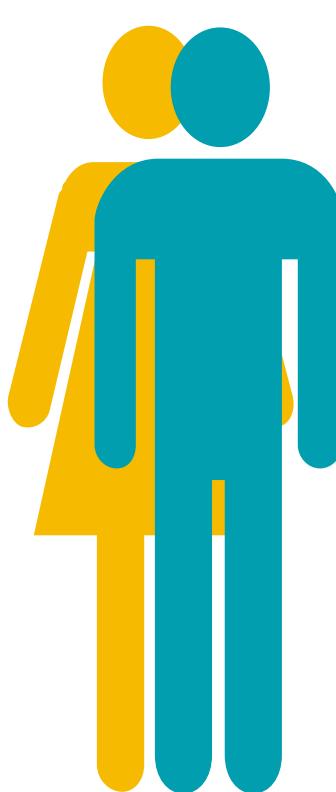
213716
+9%

* Trégastel 59147 + 12%, Trébeurden 37171 +5%, Pleumeur-Bodou 12303 +11%, Polene 5149 +0%

Fréquentation

des bureaux d'information touristique et point I (source: tourinsoft)

Nombre de visiteurs Français par région, Top 5



Bretagne
11653 -13%

Ile de France
5337 +27%

Pays de la
Loire
3286 +37%

Nord Pas
de Calais
1728 +34%

Rhone Alpes
1586 +22%

Nombre de visiteurs Etrangers Top 5

Allemagne
2395 +17%

Royaume Uni
1575 +7%

Belgique
1318 +42%

Pays Bas
746 +43%

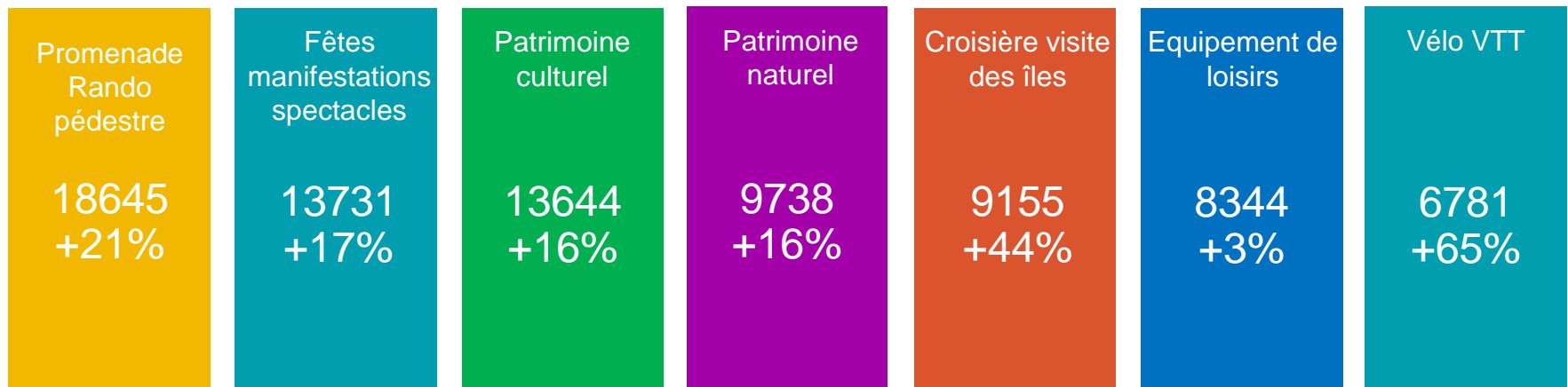
Suisse
266 +9%

Total Visiteurs Français

88%

Thèmes des principales demandes

dans les bureaux d'information touristique sur la destination (source: tourinsoft)



www.bretagne-cotedegranitrose.com
détails des sessions (source: google analytics)

**Nombre total
de sessions**
94241
+49%

**Utilisateurs
uniques**
69073
+ 49%

Pages vues
522947
+ 49,5%

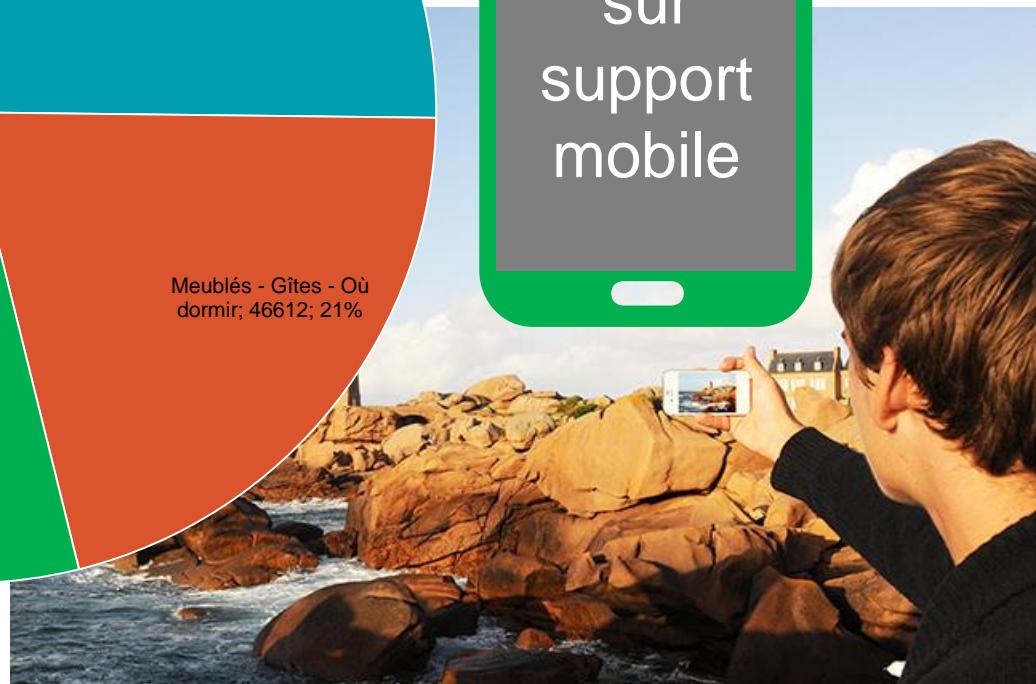
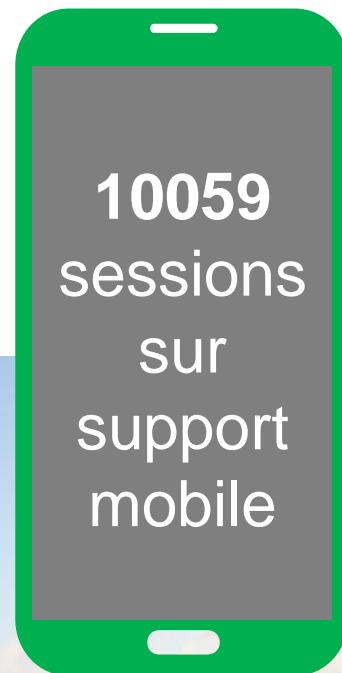
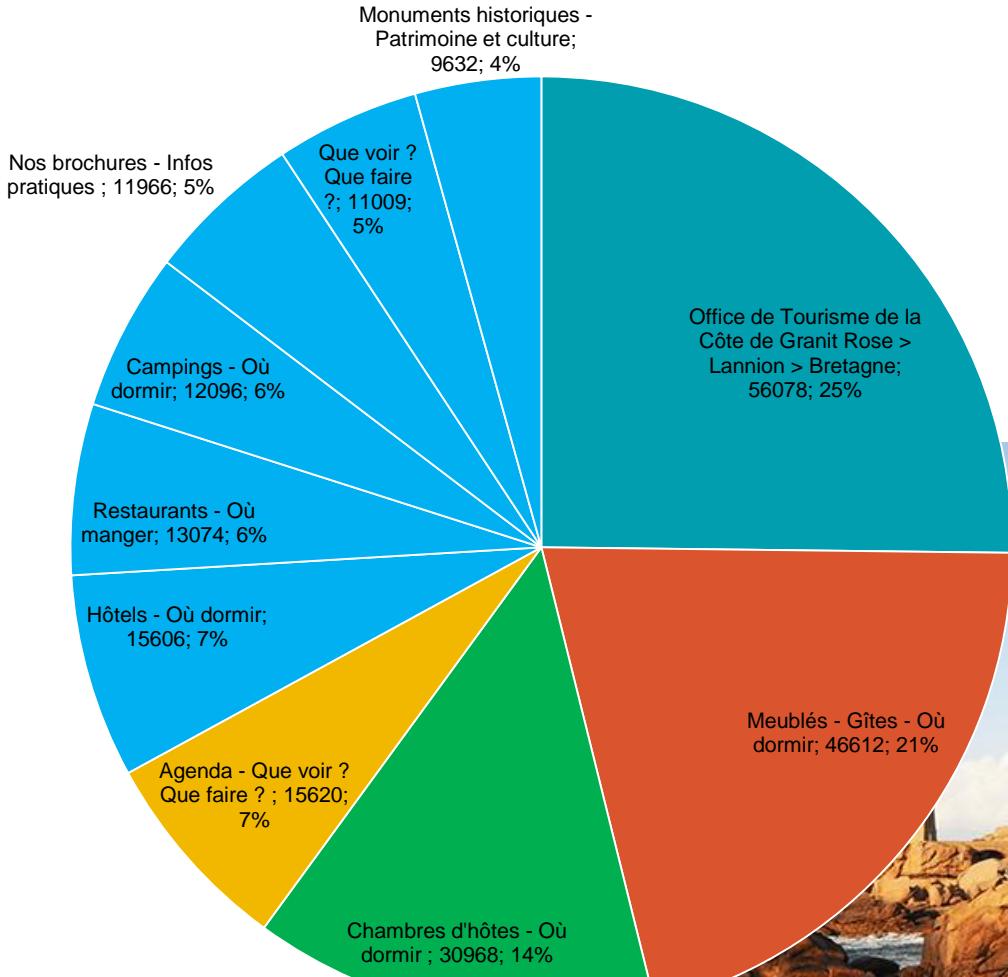
**Durée
moyenne des
sessions**
00:04:19
=

Origine des connexions

Pays	France	Belgium	Germany	Switzerland	United Kingdom	Netherlands	Italy	Spain	United States	Brazil
Session	85 351	2 553	1 329	758	739	386	376	293	283	258
% Sessions	90,57 %	2,71 %	1,41 %	0,80 %	0,78 %	0,41 %	0,40 %	0,31 %	0,30 %	0,27 %

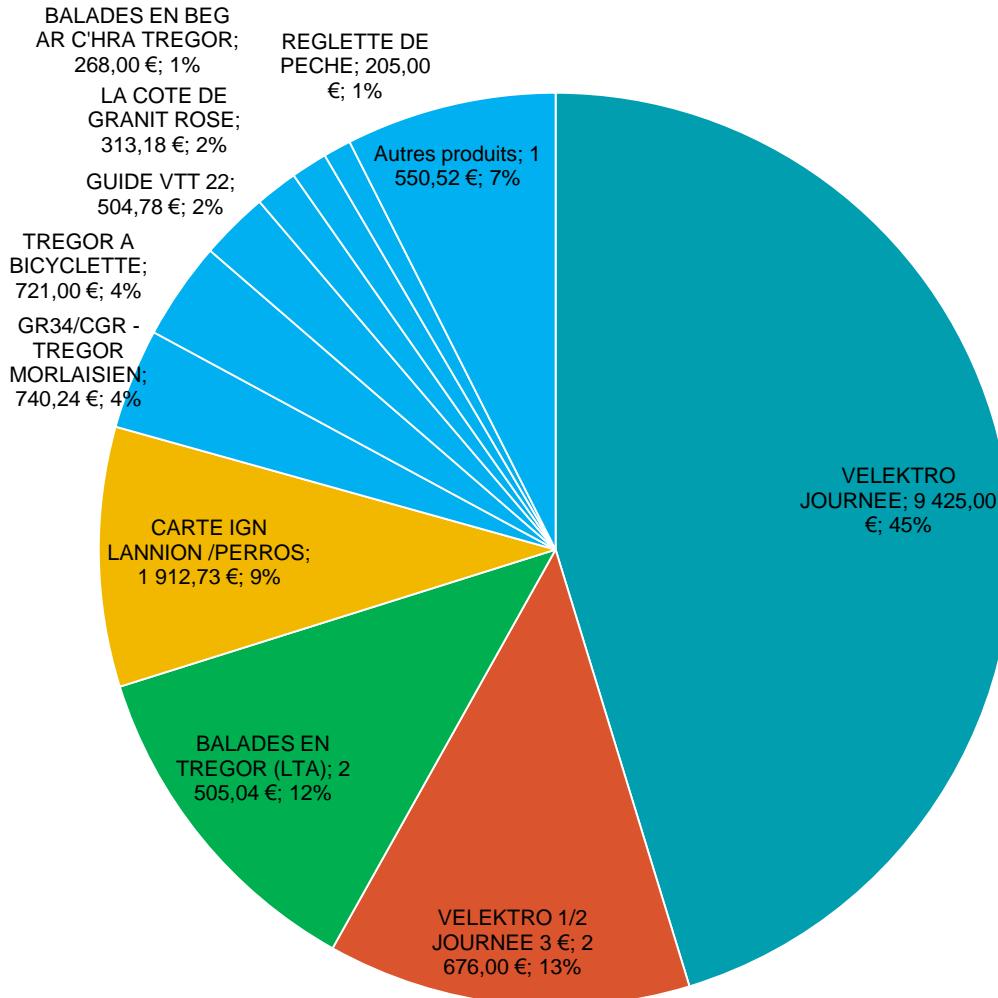
www.bretagne-cotedegranitrose.com

Pages les plus vues (source: google analytics)



Ventes boutique

(source: JDC logiciel de caisse)



Chiffre d'affaire total
20821,90€

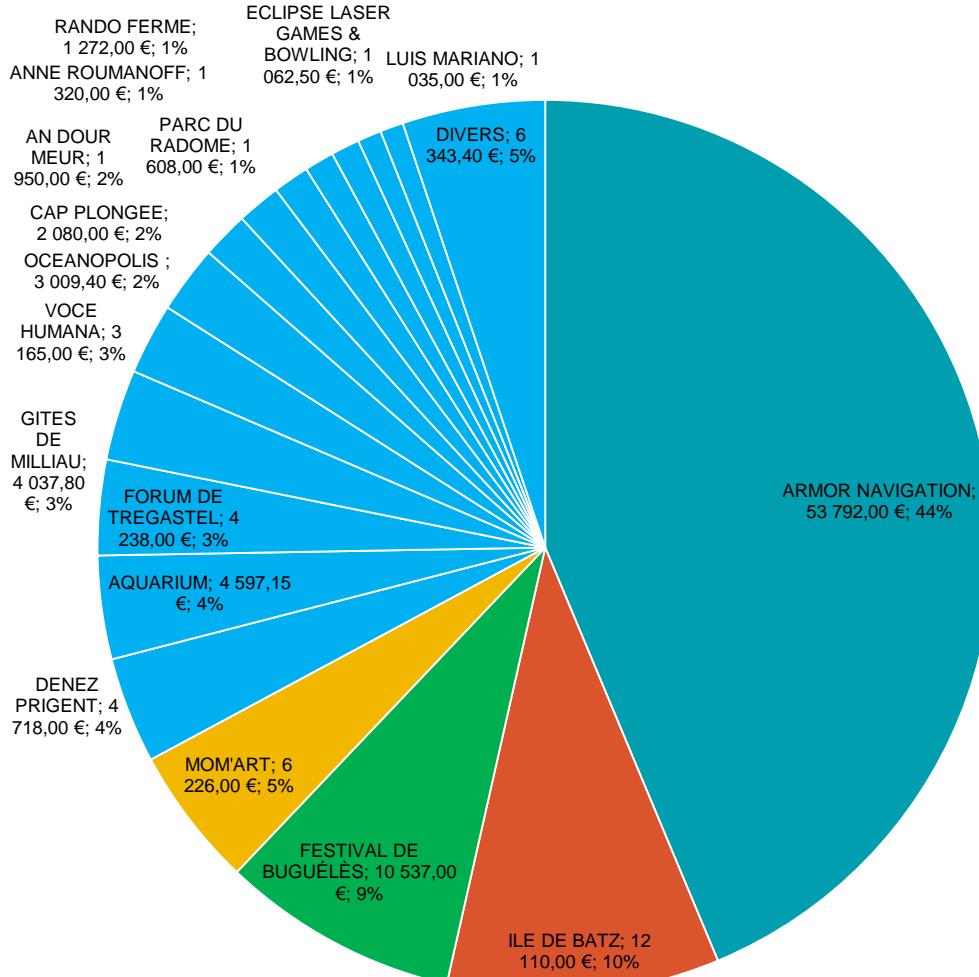
Nombre de ventes
5530

Evolution
+32%

Vélek'tro
58%
des ventes

Ventes Billetterie

(source: JDC logiciel de caisse)



Chiffre d'affaire total
123101,25€

Evolution
+ 43%

Commission Office
7240,12€

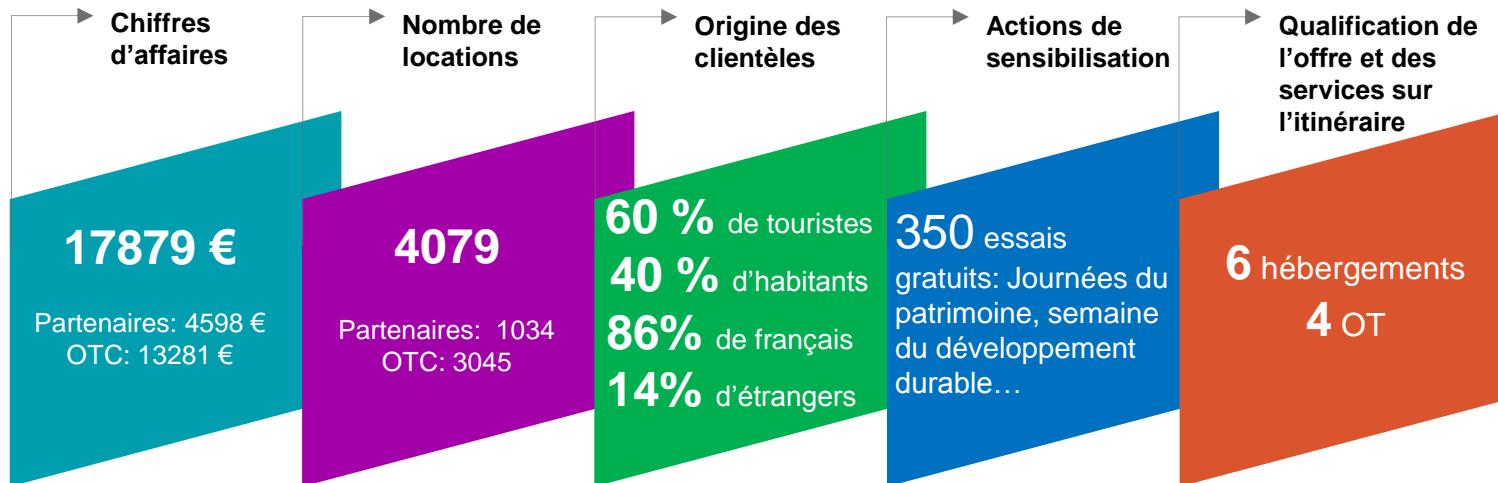
Armor Navigation
44%
des ventes

Axe 1 - service a la clientèle

- Dispositif Vélek'tro
- Wifi territorial
- Pots d'accueil
- Opération What's your tour de France?



Dispositif Vélek'tro



Wifi territorial



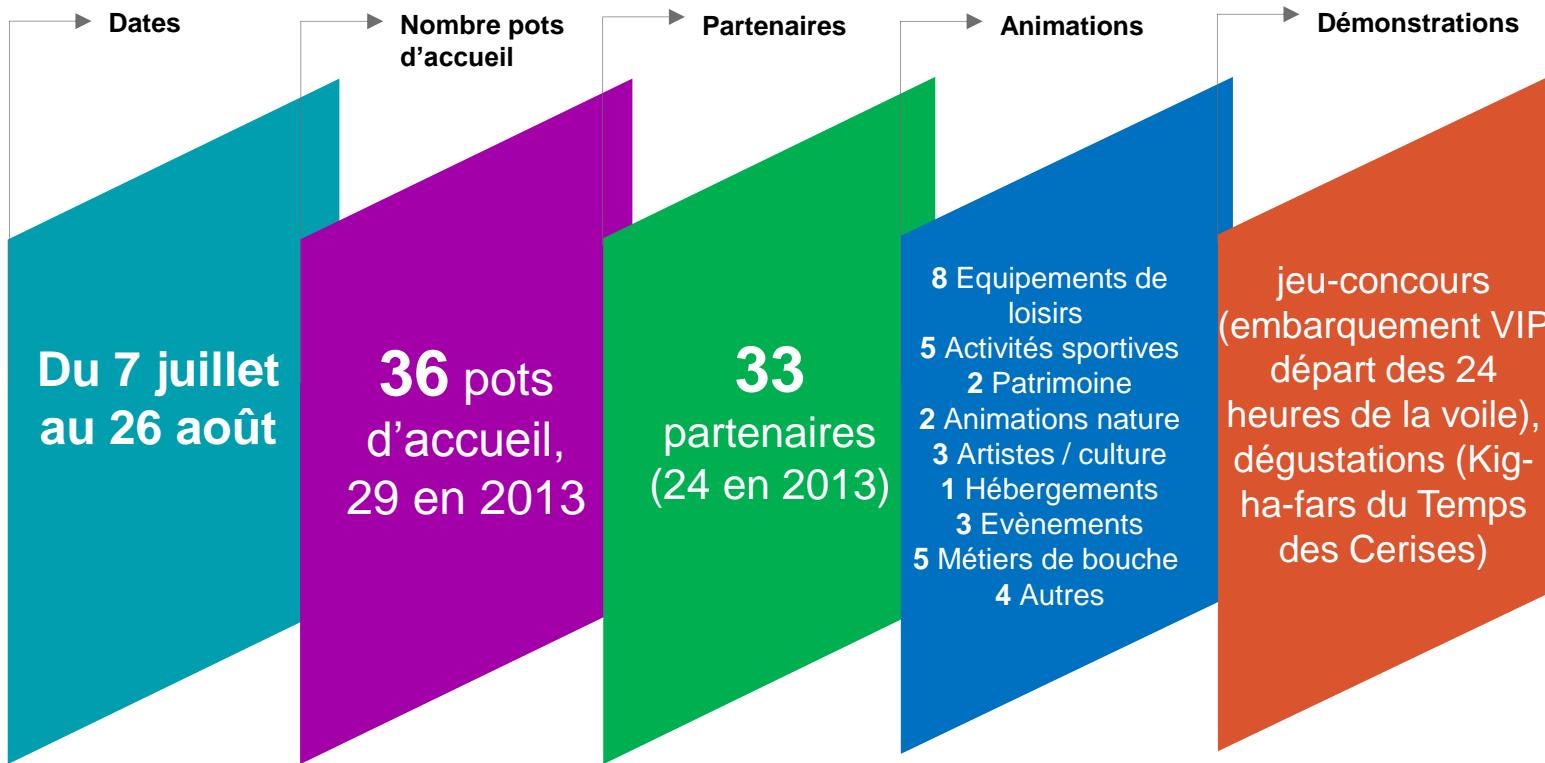
Les offices de
Tourisme sont
équipés de
hotspots wifi

Accès libre
24/24

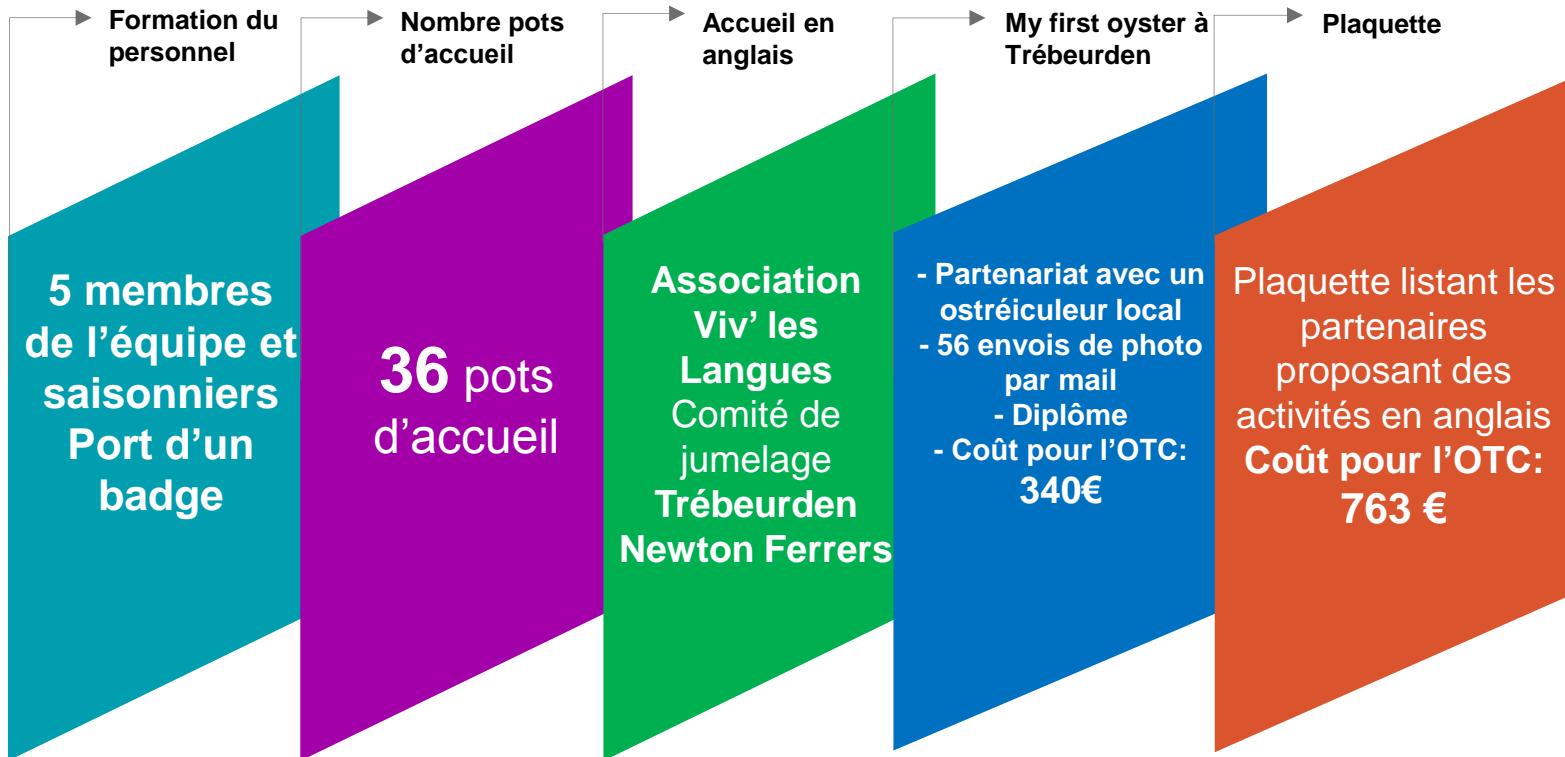
Un mot de passe
unique pour se
connecter dans
n'importe quel
Office de la
destination

7413
connexions
+ 348%

Les pots d'accueil de l'été



What's Your Tour de France ?



Axe 2 - Développement et entretien du lien partenaires

- Partenariat
- Lancement de saison
- Route des loisirs
- Visites guidées / groupes



374 partenaires

Les hébergeurs

60% du total partenaires

226 partenaires

178 meublés de tourisme (135 meublés et 43 chambres d'hôtes)

48 Hébergeurs « Pros » : 18 campings, 18 hôtels, 5 résidences hôtelières, 3 villages vacances, 2 centres d'hébergements, 2 auberges de jeunesse

Guide Hébergement

Saveurs

20% du total partenaires

73 partenaires

44 restaurateurs

29 « métiers de bouche »: boulangerie, boucherie, traiteur, produits de la mer; distillerie, brasserie, cidrerie, cave, bars et cafés, marché à la ferme, cours de cuisine

Guide des saveurs

Loisirs et découverte

20% du total partenaires

75 partenaires

33 Loisirs/Détente

26 Commerces

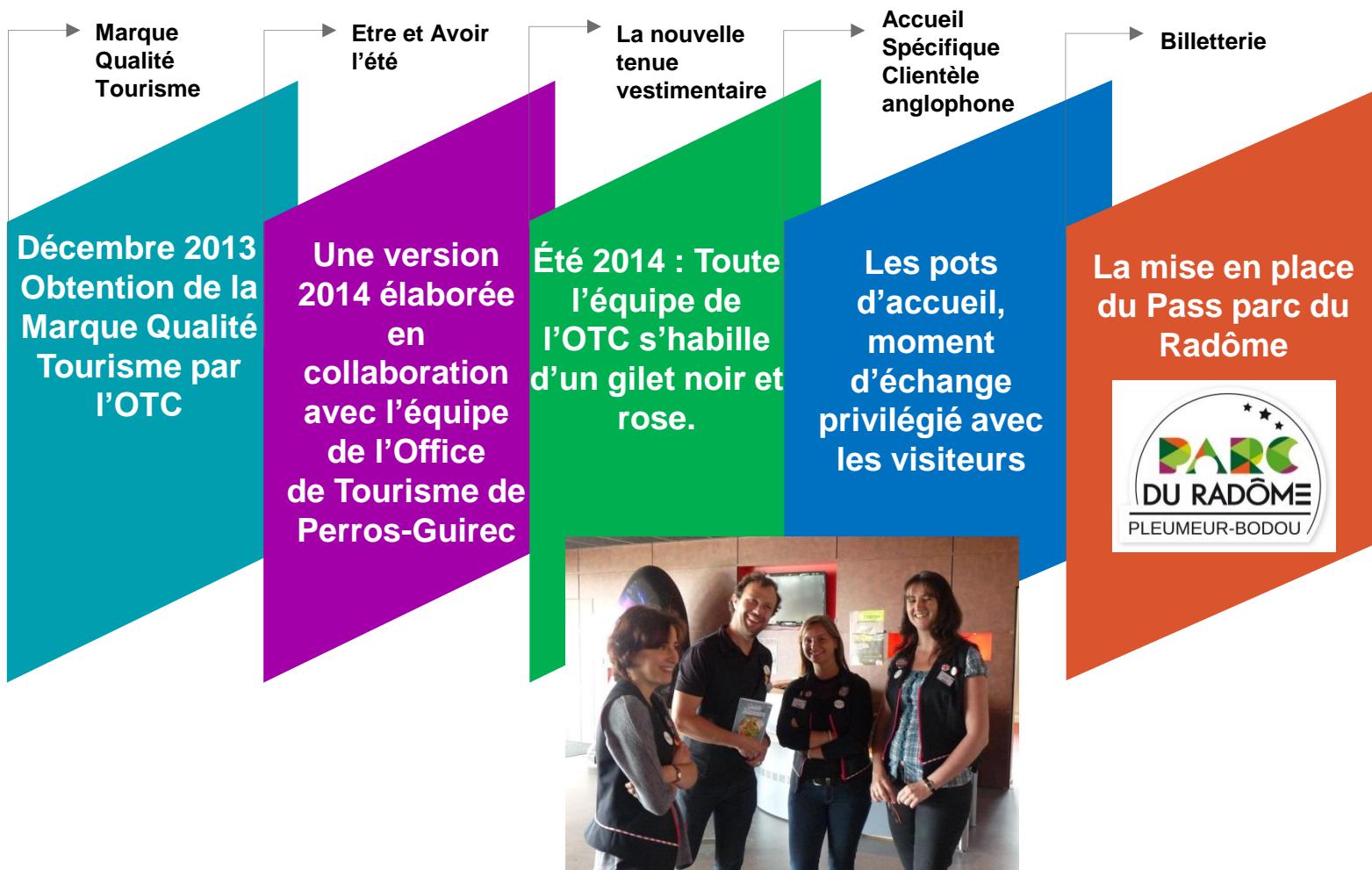
16 Equipements culturels, galeries, artistes

Guide Loisirs et Découverte

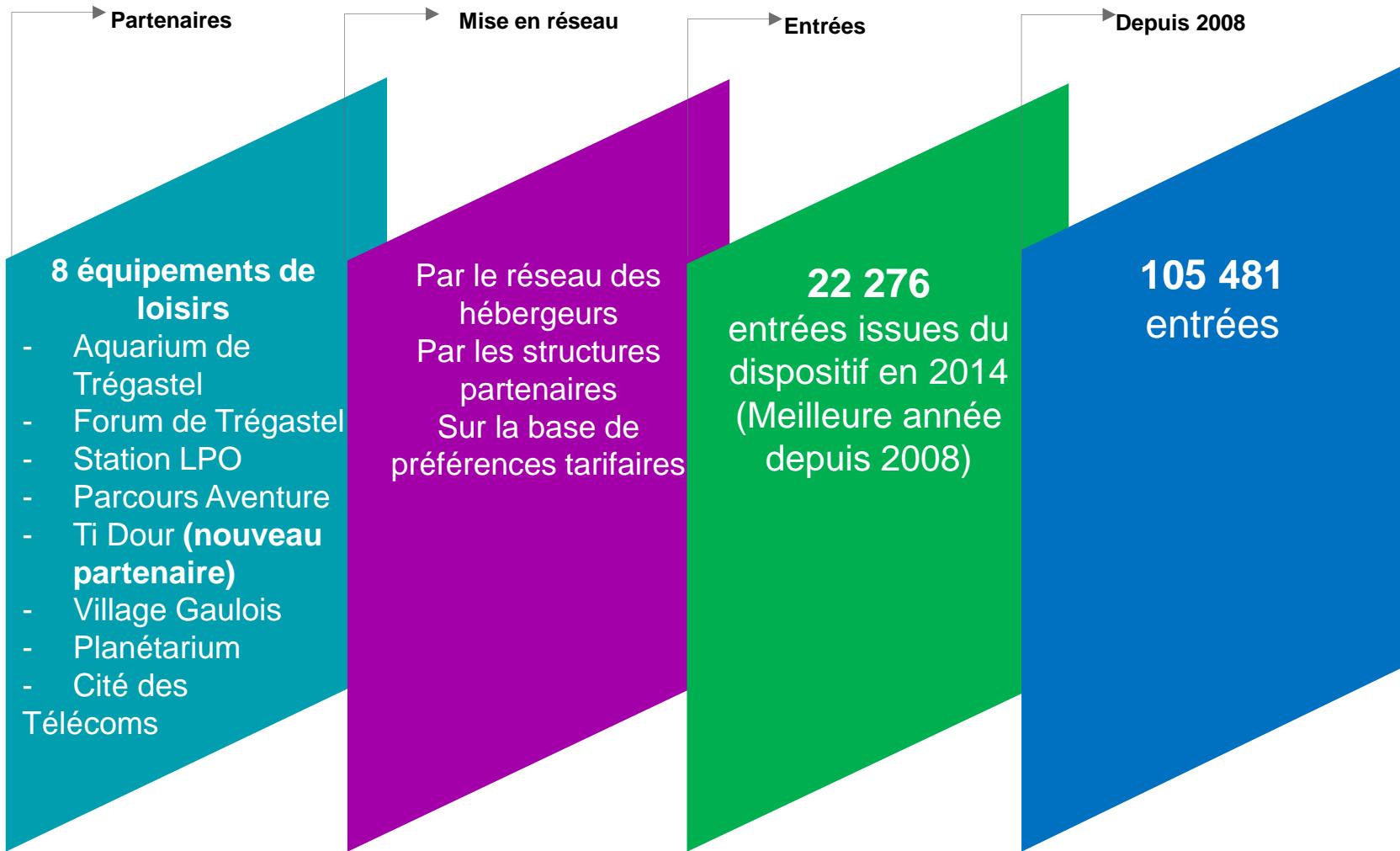
Chiffre d'affaire Régie

Pôle/Site	Baie de Lannion	Lieu de Grève	Pôle Nord Est	Trégastel	Trébeurden	Pleumeur-Bodou	Pôle Plouaret	TOTAL
Budgété	35,000.00 €	17,000.00 €	9,000.00 €	15,000.00 €	13,000.00 €	6,000.00 €	0.00 €	95,000.00 €
Réalisé	27,000.00 €	15,500.00 €	6,400.00 €	13,500.00 €	9,100.00 €	9,500.00 €	600.00 €	81,600.00 €

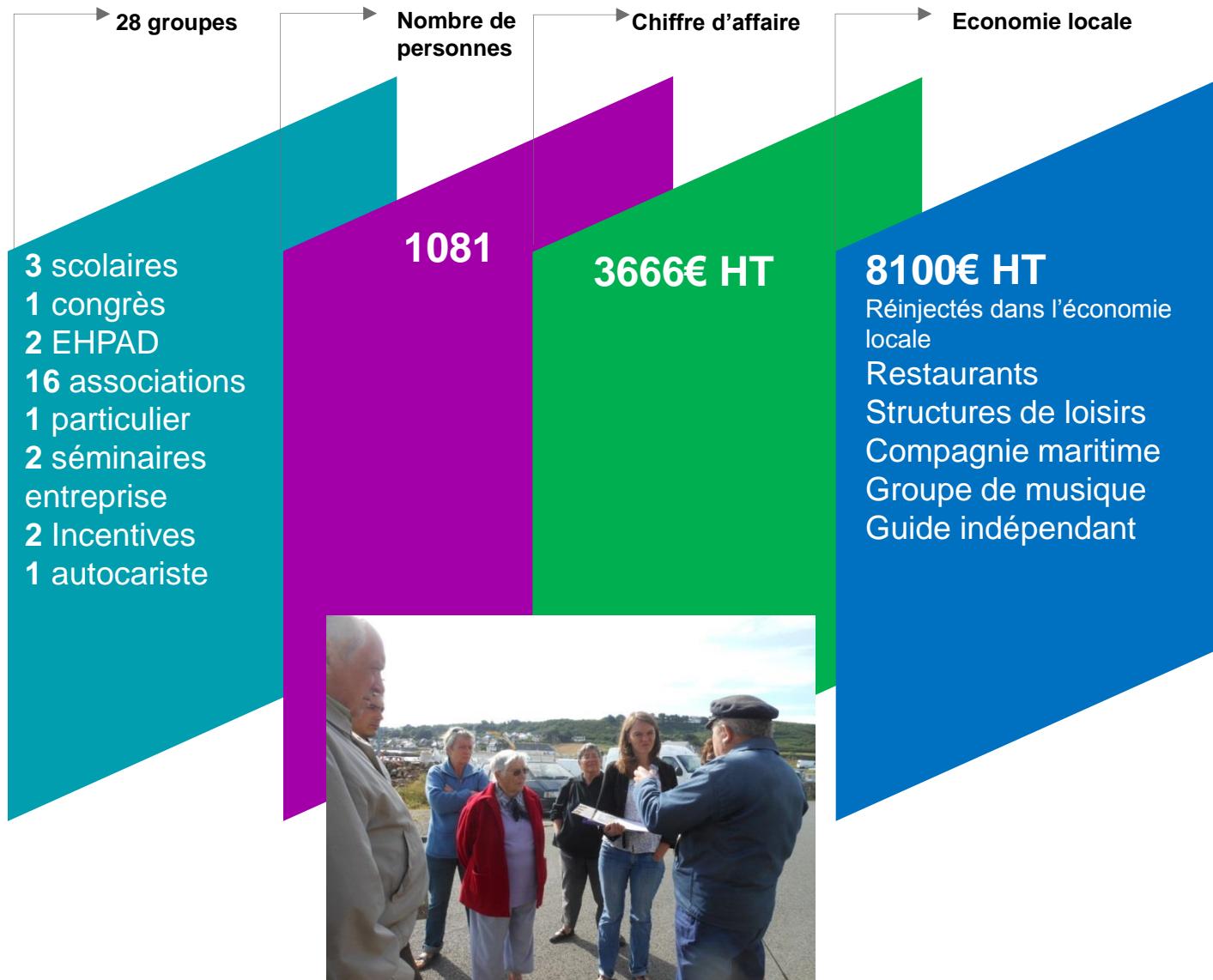
Lancement de saison Nouveautés 2014



Route des loisirs



Visites guidées / groupes

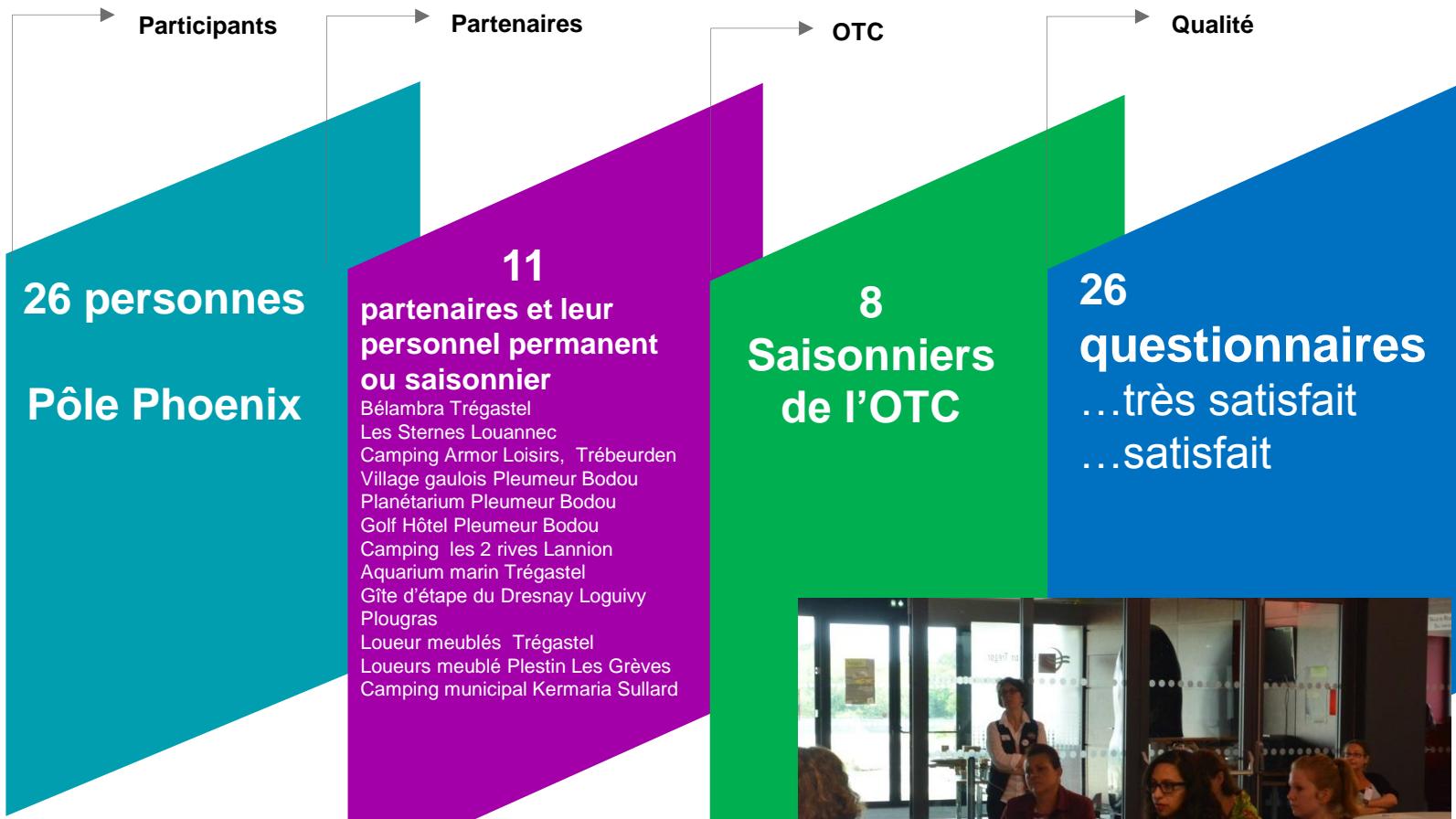


Axe 3 - Professionnalisation

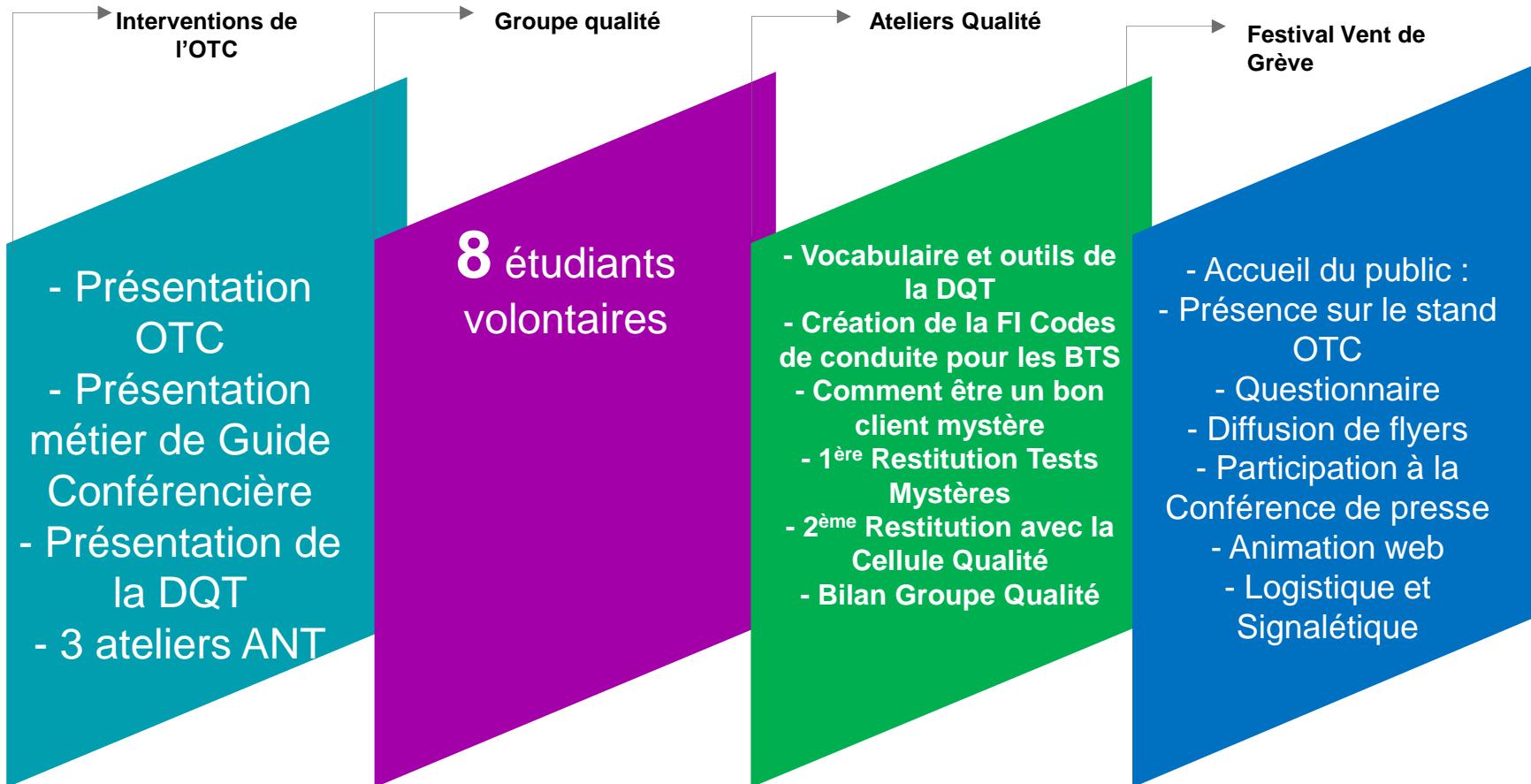
- Eductour / formation des saisonniers
- Convention LTC / Bossuet
- Animation numérique de territoire
- Classement catégorie 1



Eductour / formation des saisonniers



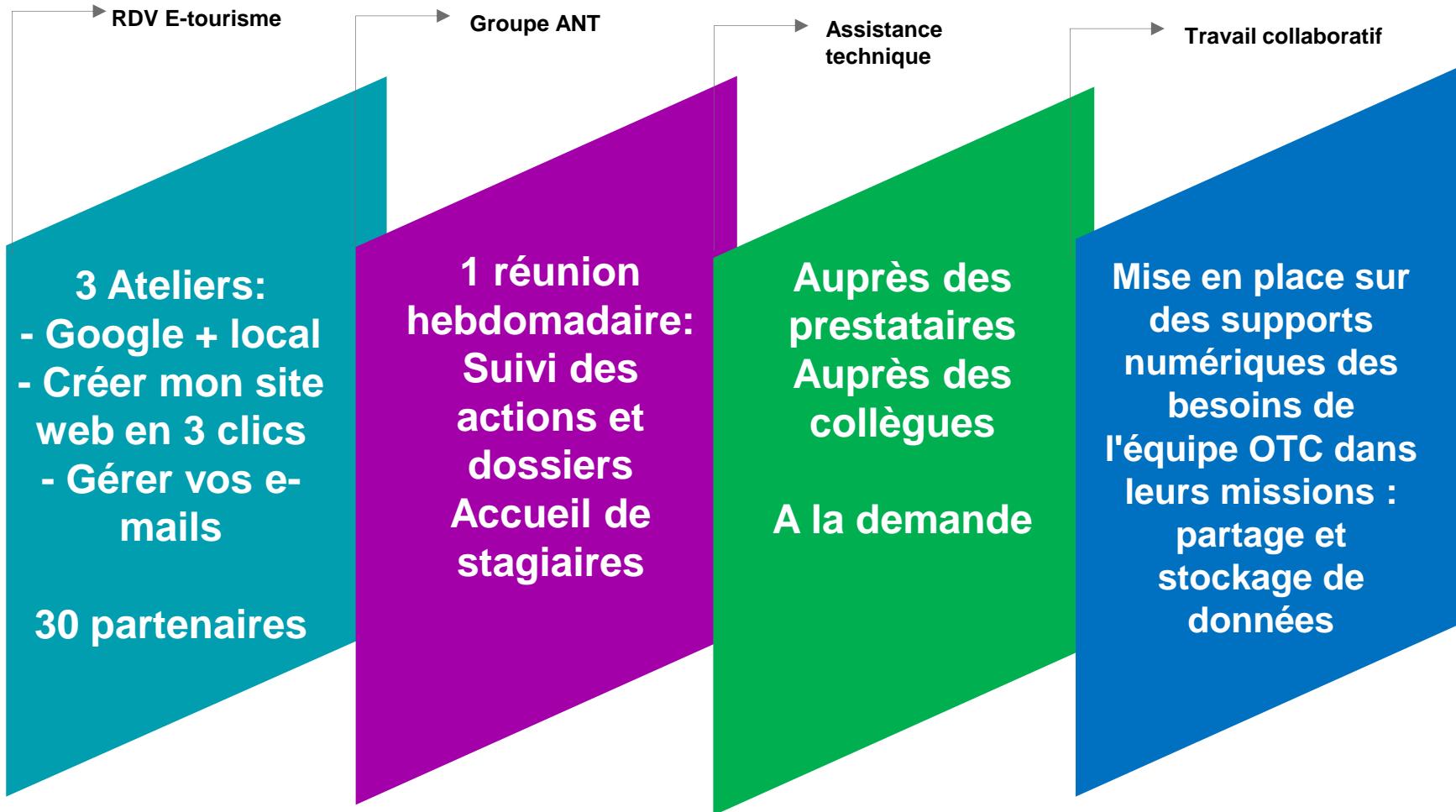
Convention LTC - Bossuet



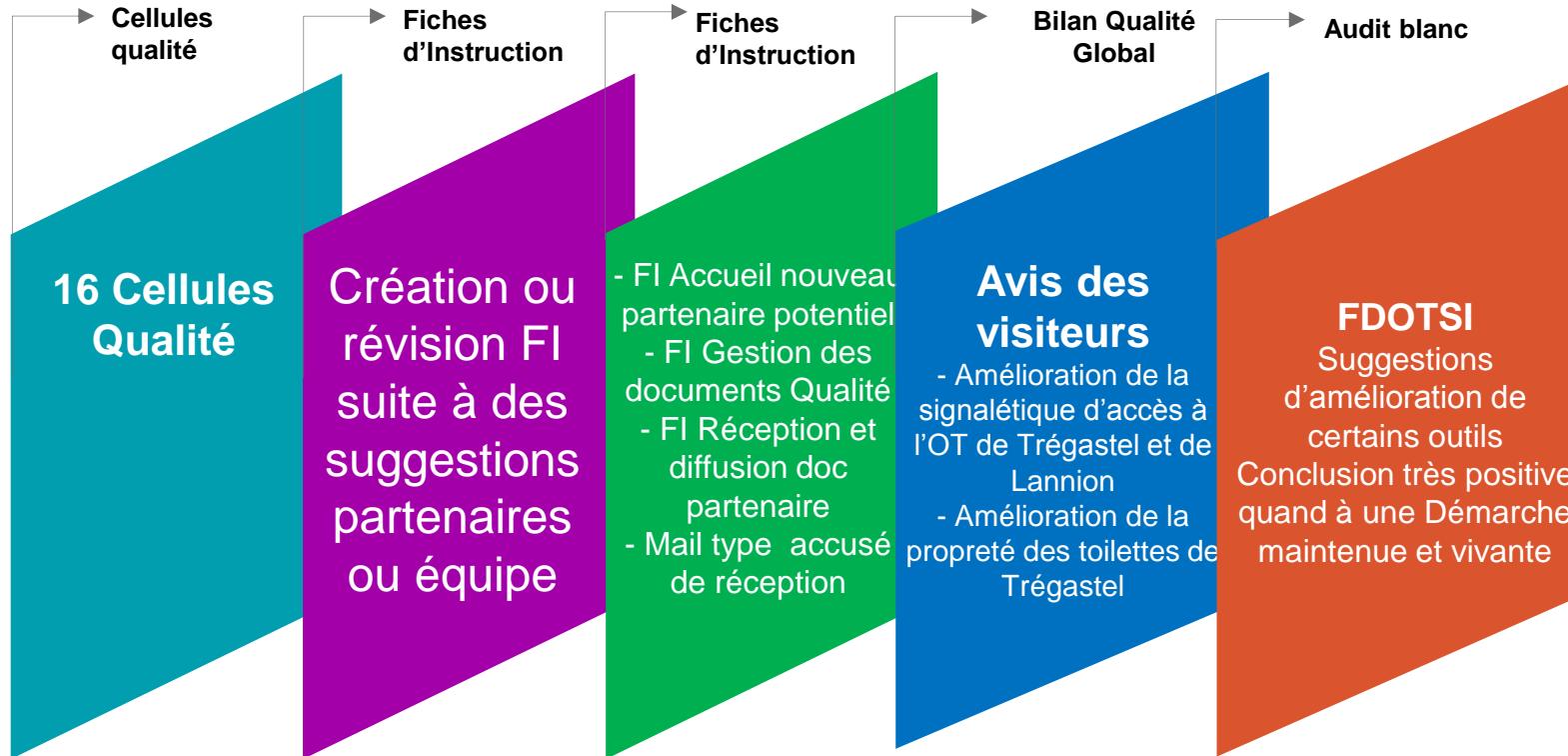
Accueil de 8 stagiaires

2 recrutés en saison estivale

Animation numérique de territoire



Classement catégorie 1



Axe 4 - Politique Promotionnelle

- Brochures
- Stratégie numérique
- Base de donnée Tourinsoft
- Sensation Bretagne
- Actions grand public, salons
- Développement durable



Brochures

	Mars	Avril	Mai	Juin							
Guide hébergement		Sortie le 24 mars 25 000 ex									
Guide destination				Sortie le 22 mai 10000 ex							
Guide des loisirs				Sortie le 14 juin 40 000 ex							
Guide des saveurs				Sortie le 30 juin 25 000 ex							
	Flyer Vélek'tro	Calendrier des animations Pâques en partenariat avec Perros-Guirec	Calendrier des animations Toussaint en partenariat avec Perros-Guirec	Carte Randos en partenariat avec Perros-Guirec	Plan de ville Trégastel	Plan de ville Pleumeur Bodou	Plan de ville Baie de Lannion	Guide Beg ar Ch'rach	Vent de Grève FLYER	Vent de Grève AFFICHE	Etre et avoir l'été
Exemplaires	5000	5000	5000	80000	23000	10000	18000	2000	1700	100 A1 300 A3	56000

Coût pour l'OTC: 110 000€

Stratégie numérique



Base de données Tourinsoft

Mise à jour des données Tourinsoft

Enrichissement de la base de données prospects

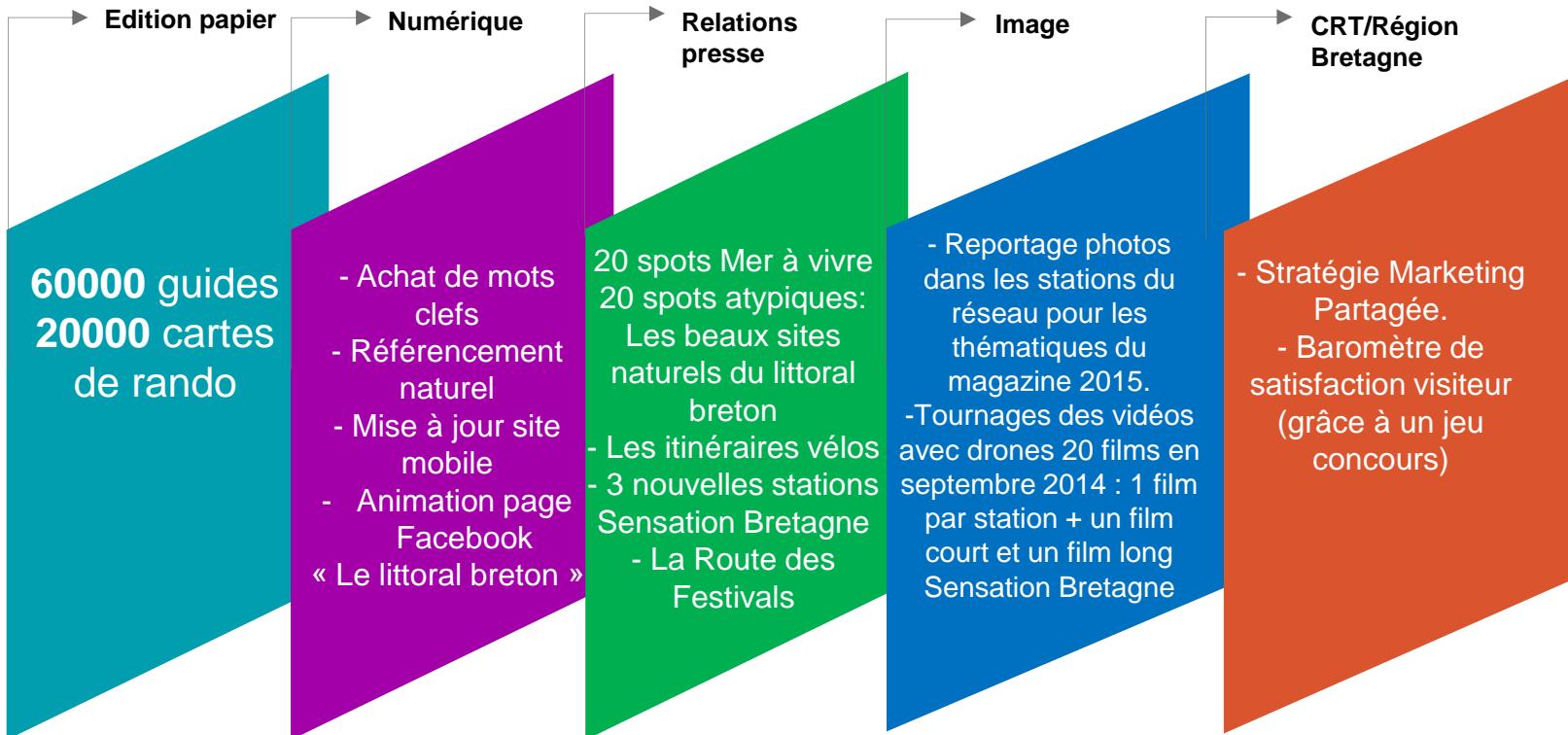
Exploitation de la base de données prospects: Emailing

- **1381** Animations enregistrées
 - Export des données vers
- www.bretagne-cotedegranitrose.com
www.cotesdarmor.com
www.data-tourisme-cotesdarmor.com
- **3859** adresses mail (+35%) de prospects
- **3 Newsletters** : Taux d'ouverture de **25%**
- Présentation du dispositif LTC des dispos au **club des techniciens sitarmor**

Gestion des disponibilités des meublés et chambres d'hôtes par 70% de nos partenaires

314 calendriers hebdomadaires des animations par emailing

Sensation Bretagne



Actions grand public, salons

Stuttgart – 12/20 janvier
Visiteurs : 211 000 visiteurs -
Diffusion Documents : 2 500 mag

Salon des vacances – Bruxelles :
31 janvier au 4 fév
Visiteurs : 105 000 visiteurs -
Diffusion Documents : 1 500 mag
1 000 cartes

Tourissima à Lille – 25/27 janv
Visiteurs : 20 000 visiteurs
Diffusion Documents : 600 mag
800 cartes

Salon des Vacances à Rennes –
25/27 janv
Visiteurs : 37 100 visiteurs
Diffusion Documents : 1 000 mag
1 000 cartes

Salon des Vacances à Nantes –
25/27 janv
Visiteurs : 36 800 visiteurs
Diffusion Documents : 950 mag
800 cartes

Le Monde à Paris : MAP - 21/24 mars
Visiteurs : 112 000 visiteurs
Diffusion Documents : 2 250 mag
1050 cartes

Le salon du randonneur à Lyon -
22/24 mars
Visiteurs : 12 671 visiteurs
Diffusion Documents : 600 mag
630 cartes

Salon Destinations Nature Paris -
5/7 avril
Visiteurs : 50 000 visiteurs
Diffusion Documents : 1 000 mag
1050 cartes

**600 000 Visiteurs
sur l'ensemble
des salons**



Développement durable

LES ÉCO'GESTES

Lors de mon séjour
Je favorise les activités
qui ont une démarche de
développement durable et
respectueuses de l'environnement

LES ÉCO'GESTES

En bord de mer
A la pêche, je respecte les
zones et les périodes de
pêches et me renseigne sur les tailles
minimales et quantités autorisées, pour ne
pas mettre en péril certaines espèces



- Mise en place d'actions à vocation développement durable (poubelles de plages, guides payants...)
- S'inscrire dans une démarche de tourisme durable et rejaillir positivement sur l'image du territoire
- Distribution de **30000** brochures « **en vacances je trie aussi** »

Axe 5 - la construction de la Destination Côte de Granit Rose

- Animations
- Convention OTC / OT Perros-Guirec
- Campagne de promotion « Ailleurs c'est tout à côté»



Animations

► Place aux Mômes

7 spectacles gratuits, diversifiés et qualitatifs drainant de 400 à 600 spectateurs au parc de Ker Nelly ou au Sémaphore

2800

Spectateurs
7 spectacles

Budget
9082€

► Festival de l'Estran

Visiteurs pro-actifs et en recherche d'itinérance
Festival qui déplace les visiteurs,
« faire-venir » amorcé.
Satisfaction exprimée par les socio-professionnels.
<http://www.festivaldelestran.com>

8 000
visiteurs

Budget
22000€

► Festival Vent de Grève

85 cerfs-volants, 2 jours de festival
2 sites sur 2 communes
10 fournisseurs locaux
10 partenaires
animations
10 exposants village
30 étudiants en BTS Tourisme
240 scolaires associés au projet pédagogique
<http://festivalventdegreve.fr>

2 000
visiteurs

Budget
5300€

► Festival Môm'Art

Festival jeune public pendant les vacances d'Automne
Sur 3 communes
Trébeurden, Trégastel, Pleumeur-Bodou

Succès renouvelé en 2014

1318
spectateurs

Budget:
14000€

Recettes:
6226€

Convention OTC / OT Perros-Guirec

Promotion:

Salon de Nantes Mars 2014



Communication:

Réalisation de documents communs
exemple:

Calendriers d'animations Vacances de Pâques 2014
Visuels de Perros-Guirec dans le guide Destination
Supplément estival « Etre et Avoir l'été »



Campagne de promotion « Ailleurs c'est tout à côté »

→ 1^{re} phase : mars-avril 2014

Cible : grand public

Opération de street-marketing en gare Montparnasse
jeux concours sur le web
insertions presse affichage

→ 2^e phase : juin-juillet 2014

Cible : jeunes

Campagne digitale autour de la thématique «insolite »

→ 3^e phase : septembre-octobre 2014

Cible : seniors

Insertions dans la presse hebdomadaire régionale, campagne et jeux concours radio, accompagnement de la présence de Côtes d'Armor
Développement dans le centre commercial de Saint-Grégoire





Merci de votre attention

