

OFFICE DE TOURISME

CÔTE DE GRANIT ROSE

CULTIVER L'ESSENTIEL



RAPPORT D'ACTIVITÉ 2020

PRÉAMBULE



La convention entre Lannion-Trégor Communauté et l'Office de Tourisme Communautaire fixe les objectifs de développement touristique pour la Destination " Bretagne Côte de Granit Rose " et assigne l'engagement de fournir chaque année à Lannion-Trégor Communauté, un rapport d'activité qui comprendra, entre autres, les indicateurs permettant d'évaluer l'atteinte des objectifs.

Le présent rapport déclinera sous l'angle des cinq thématiques fixées dans la convention d'objectifs, les indicateurs d'activité pouvant contribuer à l'évaluation de la réalisation des objectifs :

- OTC et gouvernance
- Accueil & information
- Promotion & Communication
- Partenariats & Commercialisation
- Qualité
- Moyens

GOVERNANCE

Afin de débattre des orientations stratégiques, l'Office a réuni en 2020 :

- 3 Bureaux ;
- 5 Comités de Direction.

L'Office a également renouvelé les membres de son Comité de Direction pour la mandature 2020-2026 :

- lors du Conseil Communautaire de Lannion-Trégor Communauté du 30 juillet 2020 pour le collège 1 ;
- lors du Bureau Exécutif de Lannion-Trégor Communauté du 6 octobre 2020 pour le collège 2 ;
- lors du Comité de Direction de l'Office du 15 octobre 2020 pour l'élection de sa Présidente et de ses Vice-Présidents.

COMPOSITION DU COMITÉ DE DIRECTION

| Collège 1 | | Collège 2 | |
|------------------------------|----------------------|----------------------|---------------------|
| Titulaires | Suppléants | Titulaires | Suppléants |
| ARHANT Guirec | ABRAHAM Gilberte | ALLES Michelle | BECHARD Pascal |
| AURIAC Cécile | COCADIN Romuald | AMOURETTE Isabelle | BEHR-SCHAEIDT Jutta |
| BOIRON Bénédicte | EGAULT Gervais | CHARPENTIER Benjamin | BRESSET Thierry |
| BOURIOT François | EVEN Michel | DELATTRE Simon | CORNIC Julien |
| BRAS-DENIS Annie | GALLAIS Marie-Yvonne | DUMESNIL Thierry | FOURDAN Ronan |
| CAMUS Sylvain | GARZUEL Alain | ELIET Jeanne | GUERIN Isabelle |
| COLIN Guillaume | HENRY Serge | GARNIER Chantal | LE BRIGANT Yvon |
| DENIS Catherine | HOUZET Olivier | GUGLIELMETTI Yvann | LE NY Antoine |
| GOURHANT Brigitte | HUE Carine | LE CORRE Erwan | LUCE François |
| HUONNIC Pierre | LATIMIER Hervé | LE DAMANY Michel | MIOSSEC Gildas |
| JEFFROY Christian | LE CORRE Jean-Yves | LE GUILLOUZER Devrig | MONFORT Jean-Yves |
| KERGOAT Yann | LE JEUNE Joël | L'HOTELLIER Bertrand | MUHLMANN Olaf |
| KERRAIN Tréfina | LE ROY Nadia | NIVET Hervé | RASTEL Emeline |
| LE COQ-BERESCHEL Anne-Yvonne | MATHECADE Camille | PEILLET Sébastien | SIMON Christelle |
| LE GALL Jean-François | PIRIOU Karine | POISSON Christophe | TRACANA Anita |
| LEON Erven | PONCHON François | ROUSSIER Anne | |
| MAHE Loïc | PONTAILLER Catherine | TROADEC Janine | |
| MARTIN Xavier | PRUD'HOMM Denise | | |
| PHILIPPE Joël | QUENIAT Jean-Claude | | |
| PIEDALLU Anne-Françoise | ROGARD Didier | | |
| ROMBAUT Philippe | STEUNOU Philippe | | |
| TERRIEN Pierre | THEBAULT Christophe | | |

PRÉSENTATION DE L'OFFICE



Un territoire riche de
56 communes qui
couvrent 905 km²

Statut juridique
sous forme d'EPIC

6 BIT permanents et
8 BIT saisonniers

Classement Catégorie 1
Label Qualité Tourisme
Le 13/03/2020

157 270 visiteurs
En 2020

Stratégie

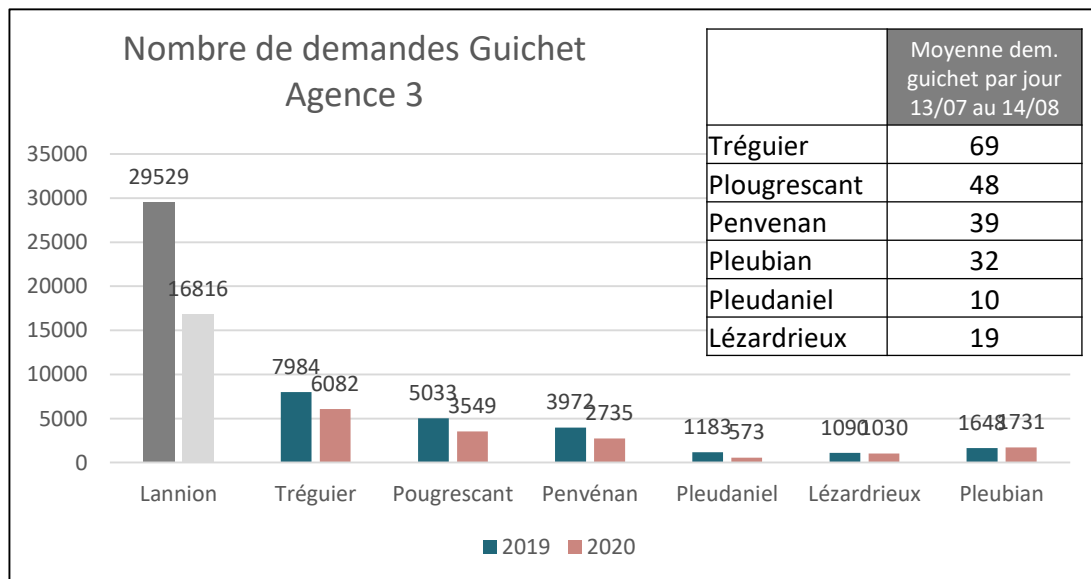
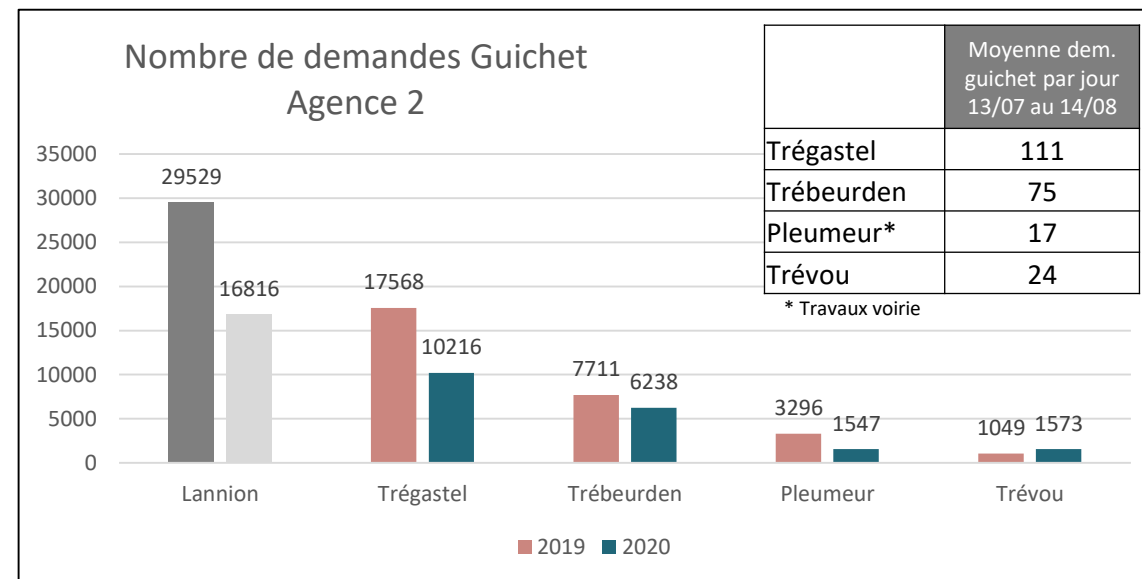
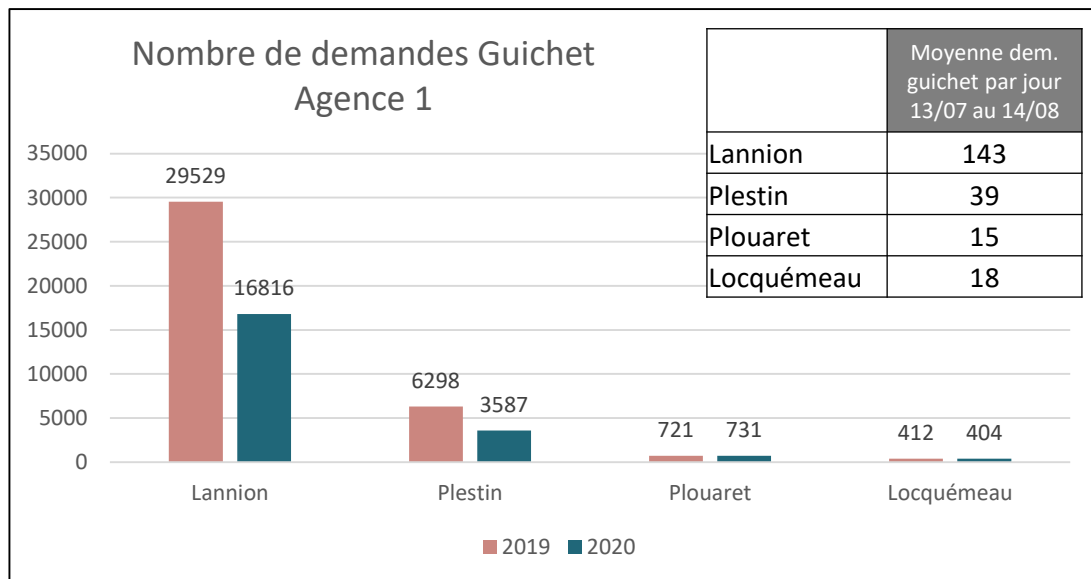
Dans le cadre de ses missions, l'Office Communautaire vise à promouvoir la Destination en développant des produits commercialisables innovants, de qualité, en s'appuyant sur la mise en réseau des acteurs, et sur l'atout numérique de la destination, au service du développement économique.

RÉPARTITION DES BUREAUX D'INFORMATION TROURISTIQUE PAR AGENCE AU SEIN DE L'OFFICE DE TOURISME

| AGENCE 1 | AGENCE 2 | AGENCE 3 |
|----------------------|---------------------|----------------|
| LANNION | TREGASTEL | TREGUIER |
| PLESTIN-LES-GREVES | TREBEURDEN | PLOUGRESCANT * |
| PLOUARET * | PLEUMEUR-BODOU | PENVENAN * |
| TREDREZ-LOCQUEMEAU * | TREVOU-TREGUIGNEC * | PLEUBIAN * |
| | | LEZARDRIEUX * |
| | | PLEUDANIEL * |

* Bureaux saisonniers

FRÉQUENTATION TOURISTIQUE : Nombre de demandes Guichet par agence



| AGENCE 1 | | | | |
|----------|--------------------|------------|-------------|-----------|
| Lannion | Plestin-les-Grèves | Plouaret * | Locquémeau* | Total AG1 |
| -43 % | -43 % | +1,4 % | -2 % | -41,73 % |

| AGENCE 2 | | | | |
|-----------|------------|----------------|--------|-----------|
| Trégastel | Trébeurden | Pleumeur-Bodou | Trévou | Total AG2 |
| -41,85 | -19,10 | -53,06 | 49,95 | -34,51 |

| AGENCE 3 | | | | | | |
|----------|-------------|----------|------------|-------------|----------|-----------|
| Tréguier | Pougrescant | Penvénan | Pleudaniel | Lézardrieux | Pleubian | Total AG3 |
| -23,82 | -29,49 | -31,14 | -51,56 | -5,50 | 5,04 | -24,92 |

* Bureaux saisonniers

BILAN 2020

L'année 2020 restera marquée par la fermeture des Bureaux d'Information Touristique du 16 mars au 2 juin en raison de la pandémie de Covid 19. Cependant, après quelques semaines de timide reprise en juin, la fréquentation augmente régulièrement jusqu'au 10 juillet qui marque le début de la haute-saison grâce à un week-end du 14 juillet exceptionnel.

Malgré une activité touristique soutenue, la fréquentation dans les Bureaux d'Information Touristique est globalement en baisse. A cela, plusieurs raisons : la demande de restreindre l'accès des BIT à une personne par famille, une forte réticence à fréquenter des lieux clos du fait des protocoles sanitaires, une diminution de l'amplitude d'ouverture des bureaux.

Les demandes au guichet connaissent une baisse de 35% (-25% de juin à août) ; les demandes par téléphone baissent de 9% malgré une belle progression de 21% de juin à août. Tous modes de contact confondus, l'activité concernant la demande d'information touristique de l'OT a baissé de 32%.

Les atouts de la Destination :

- La nature, des sites emblématiques et la diversité des activités de plein air : randonnée, plages et nautisme, équitation, accrobranche...
- Des visites culturelles et des partages d'expérience et de savoir-faire, la gastronomie
- La richesse des propositions d'animations malgré l'annulation des grands événements
- Des hébergements avec des espaces extérieurs
- Le climat : bel ensoleillement cet été sans les pics de chaleur des autres régions de France
- Un secteur relativement épargné par la 1^{ère} vague de l'épidémie
- Un fort taux de résidences secondaires

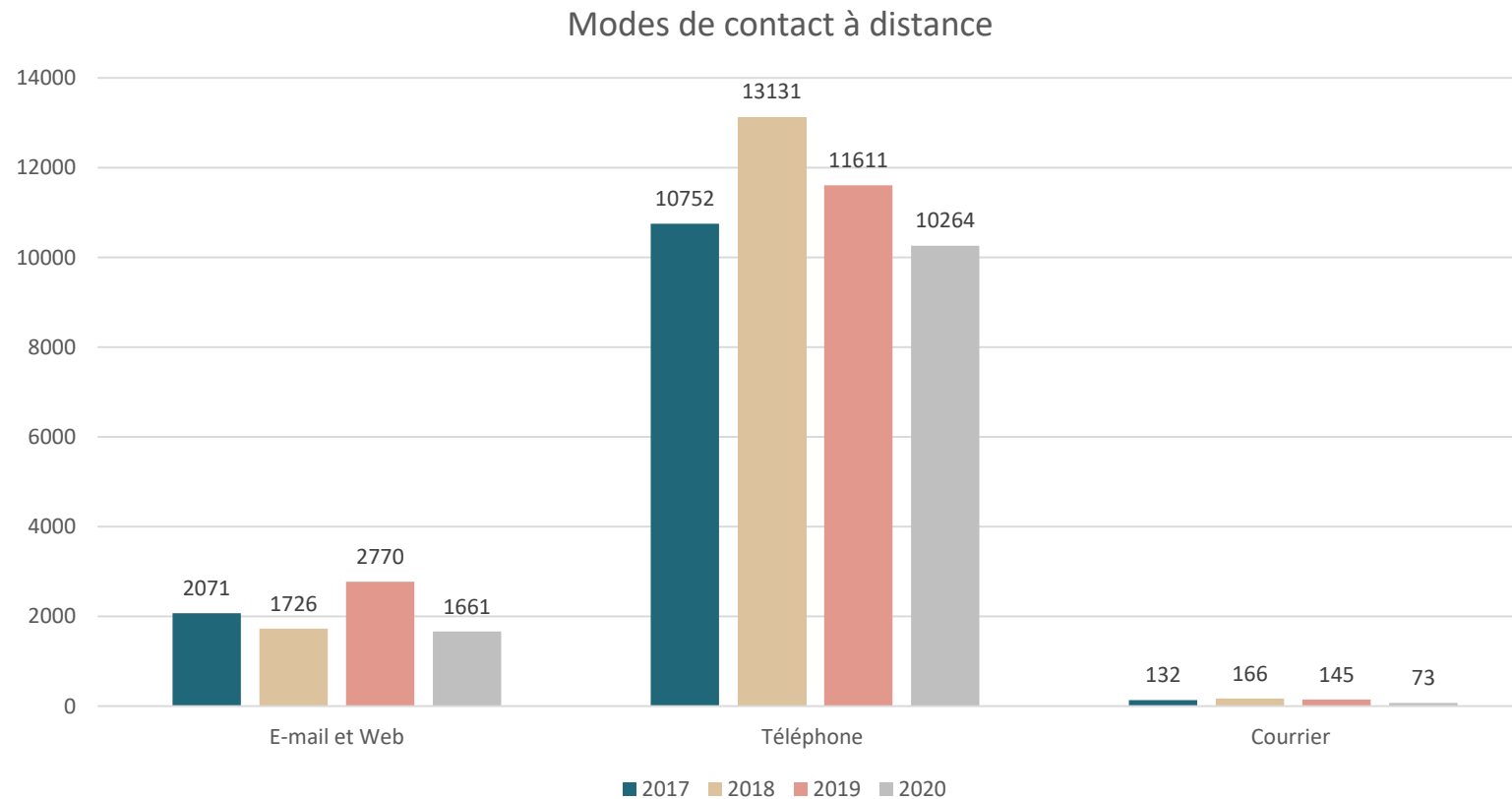
Les profils de clientèle :

- Française : la forte réduction des vols vers l'étranger a incité les Français à redécouvrir leur pays et la Bretagne est particulièrement plébiscitée (2^{ème} région de France après Nouvelle-Aquitaine). Elle ne compense toutefois pas complètement l'absence de la clientèle étrangère (6,7% de la clientèle de l'OT contre 12% en 2019).
- De proximité voire locale, consommatrice de loisirs et de restauration « les Français sont partis moins loin, plus longtemps et en famille » note le directeur de Protourisme. Ce constat est particulièrement appuyé sur certaines communes compte tenu du fort taux de résidences secondaires sur le littoral.
- Citadine : le bassin parisien (+3%), la région de lyonnaise notamment
- Nouvelle : beaucoup de 1^{ères} visites sur notre territoire ; ceci implique des demandes plus globales des clients, en recherche de programme complet de vacances, avec un fort capital sympathie. Les clients ont souvent effectué un deuxième passage en BIT pour des achats de billetterie, visites guidées ou produits boutique (cf bilan des ventes). Nous avons aussi constaté une variation dans les flux de visiteurs avec moins de pression les jours de marché par exemple
- Plus de camping-caristes (mode d'hébergement en autonomie)
- Plus de clientèle en itinérance, y compris des familles (à vélo)

Des difficultés rencontrées et points à améliorer :

- Le manque d'hébergement à la nuitée sur certaines zones
- Le manque de moyens de transport en commun sur l'agence 3
- L'explosion de la demande de location des Vélos à Assistance Électrique et le manque de pistes cyclables
- La faiblesse du réseau de téléphonie mobile à certains endroits

FRÉQUENTATION TOURISTIQUE : Nombre de demandes d'information touristique => Modes de contact à distance

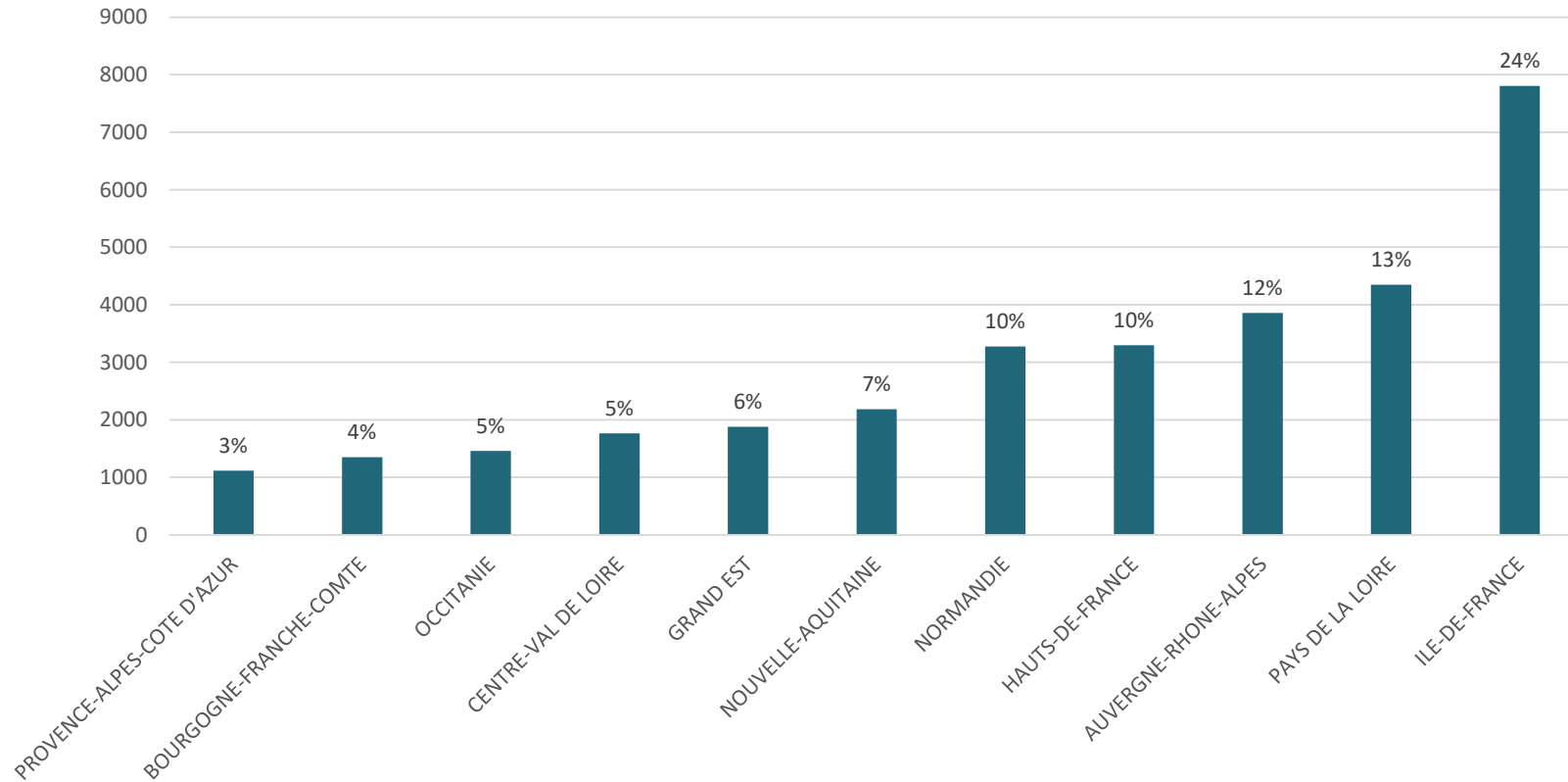


Modes de Réponse :

- 1 510 courriers expédiés
- 1 239 mails envoyés
- 66 300 guichet + tél

PROVENANCE DES DEMANDES D'INFORMATION PAR RÉGION HORS BRETAGNE

Provenance par région hors Bretagne

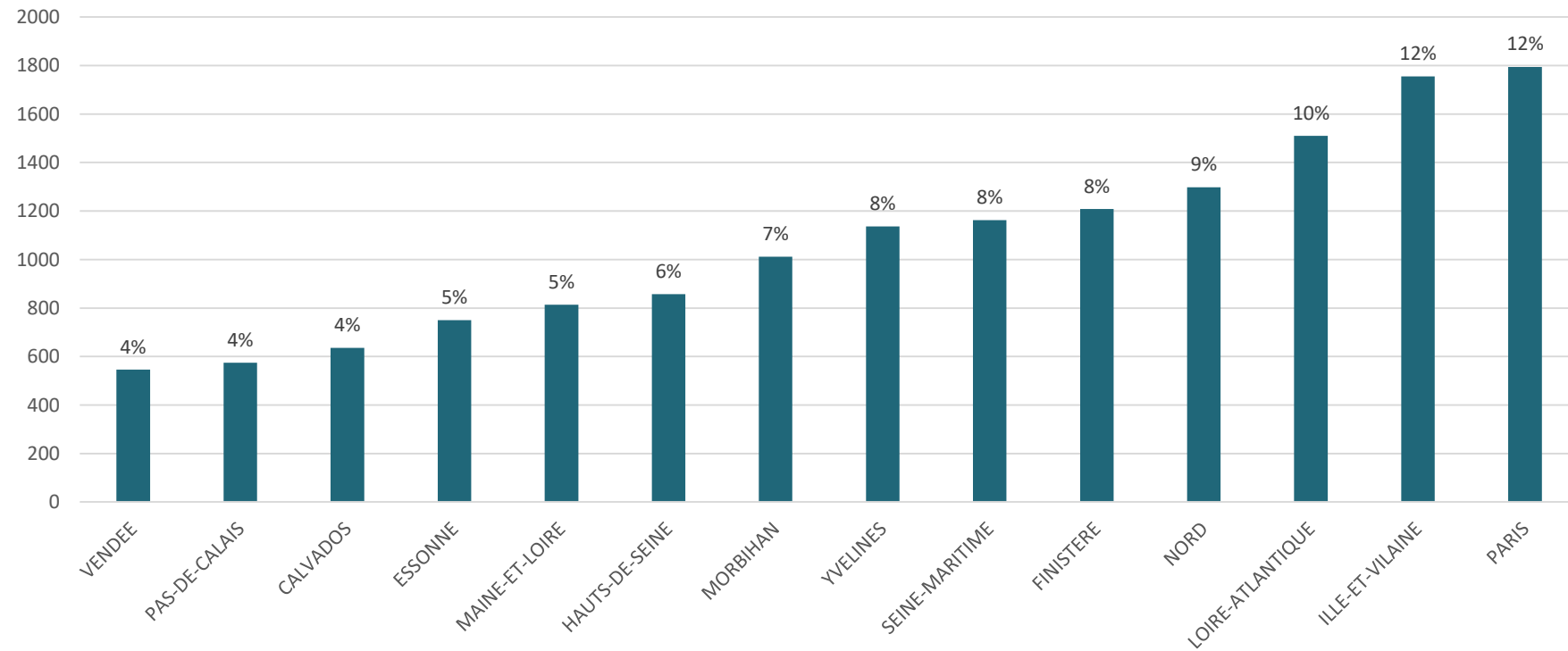


Zoom sur la Bretagne :
30% des demandes
Côtes d'Armor : 8 811 soit 69%
Ille-et-Vilaine : 1 755 soit 14%
Finistère : 1 208 soit 9%
Morbihan : 1 012 soit 8%

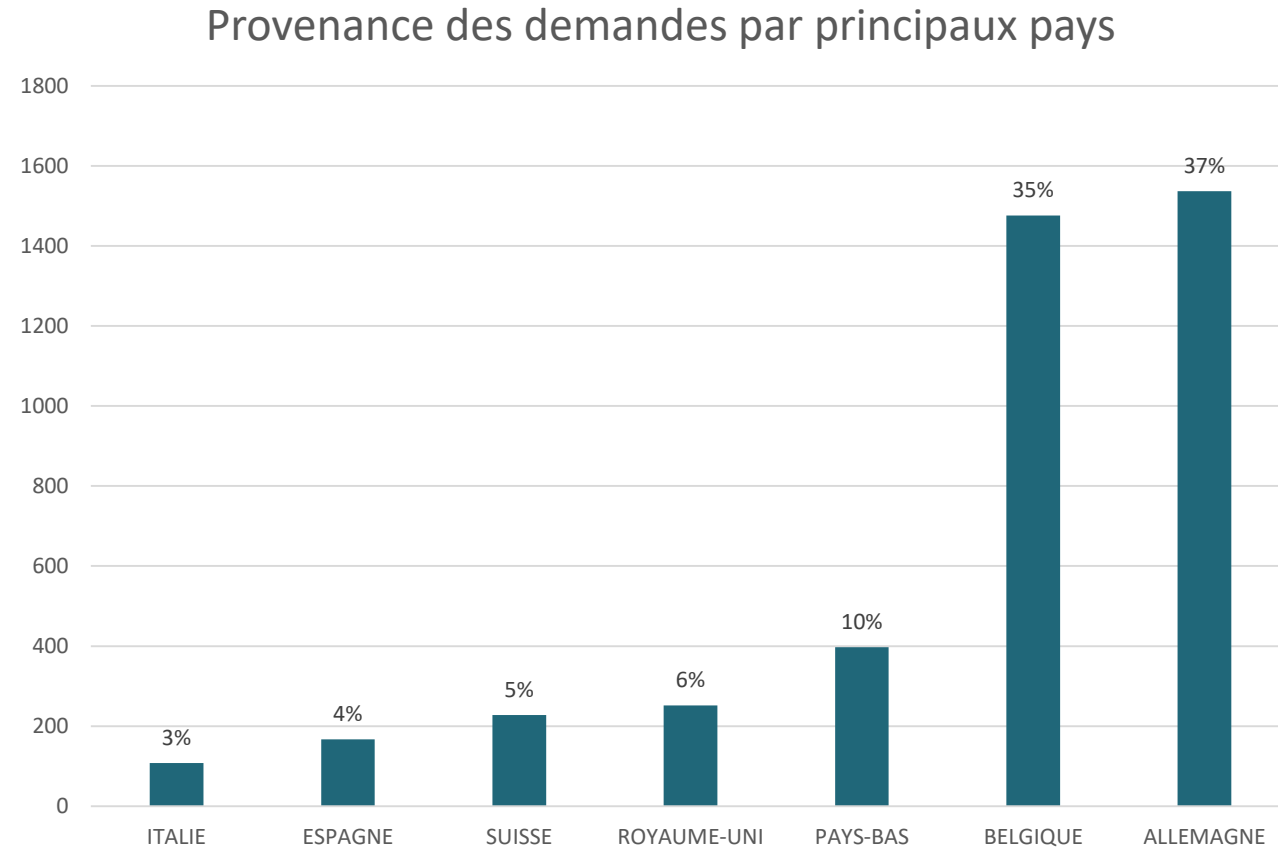
1. ACCUEIL & INFORMATION

PROVENANCE DES DEMANDES D'INFORMATION PAR PRINCIPAUX DÉPARTEMENTS

Provenance par principaux départements
hors Côtes d'Armor



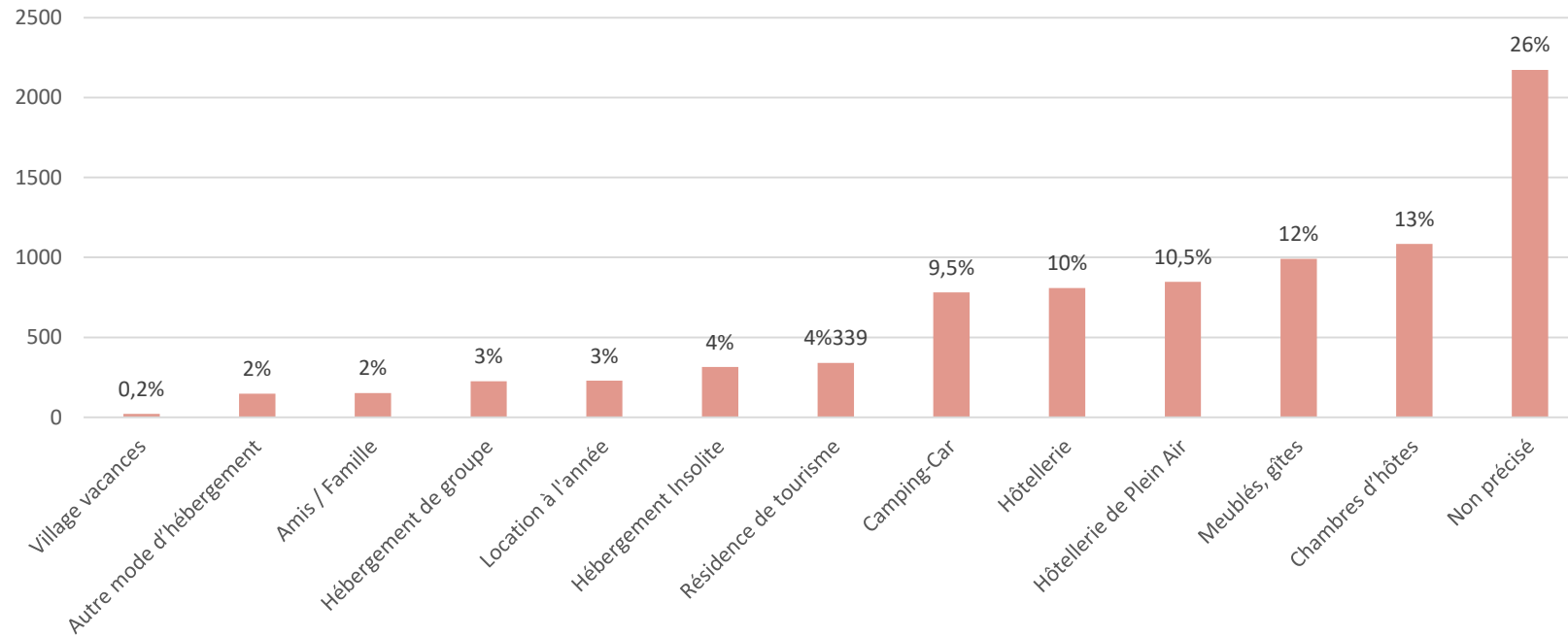
PROVENANCE DES DEMANDES D'INFORMATION PAR PAYS



La clientèle étrangère représente 6% des visiteurs
(10,70% en 2019, 13,30% en 2018)

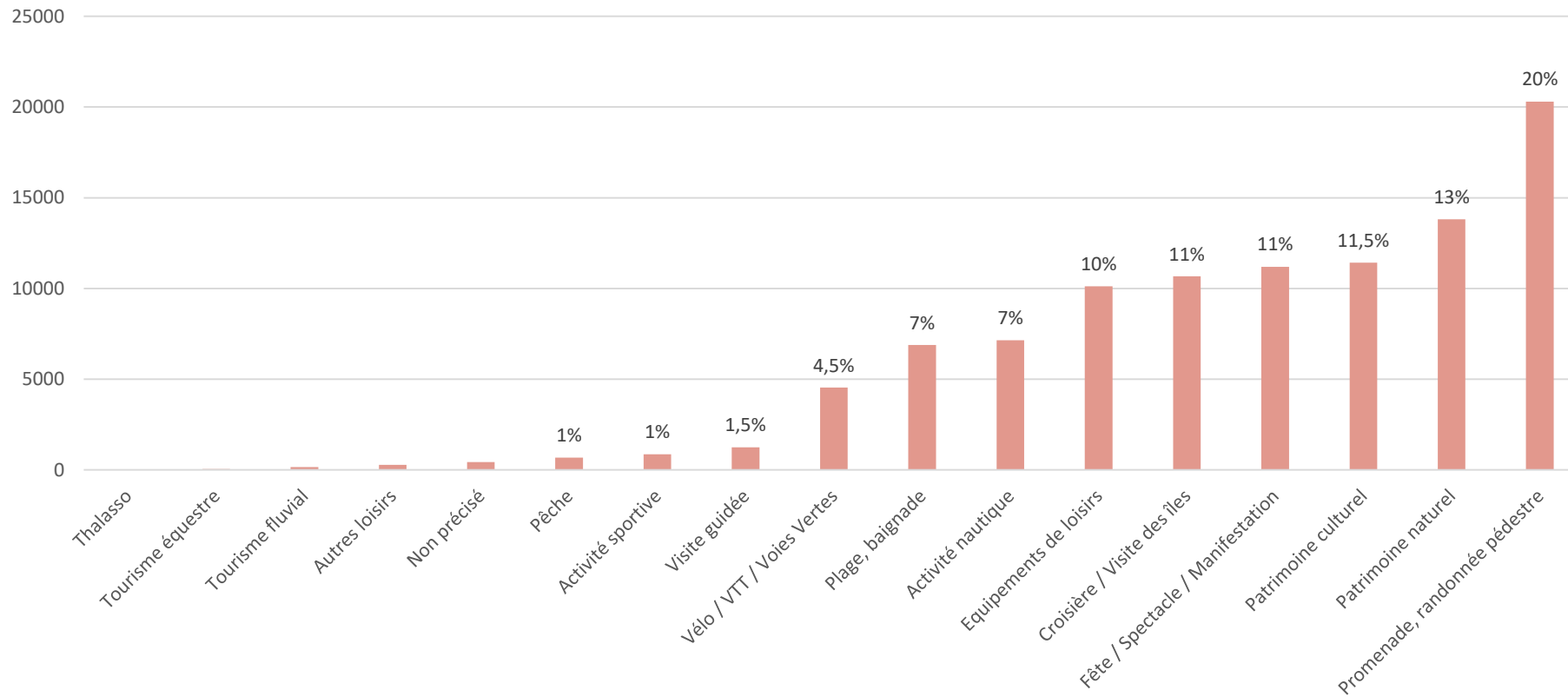
LES THÉMATIQUES DES DEMANDES D'INFORMATION

Demandes "Hébergement"



LES THÉMATIQUES DES DEMANDES D'INFORMATION

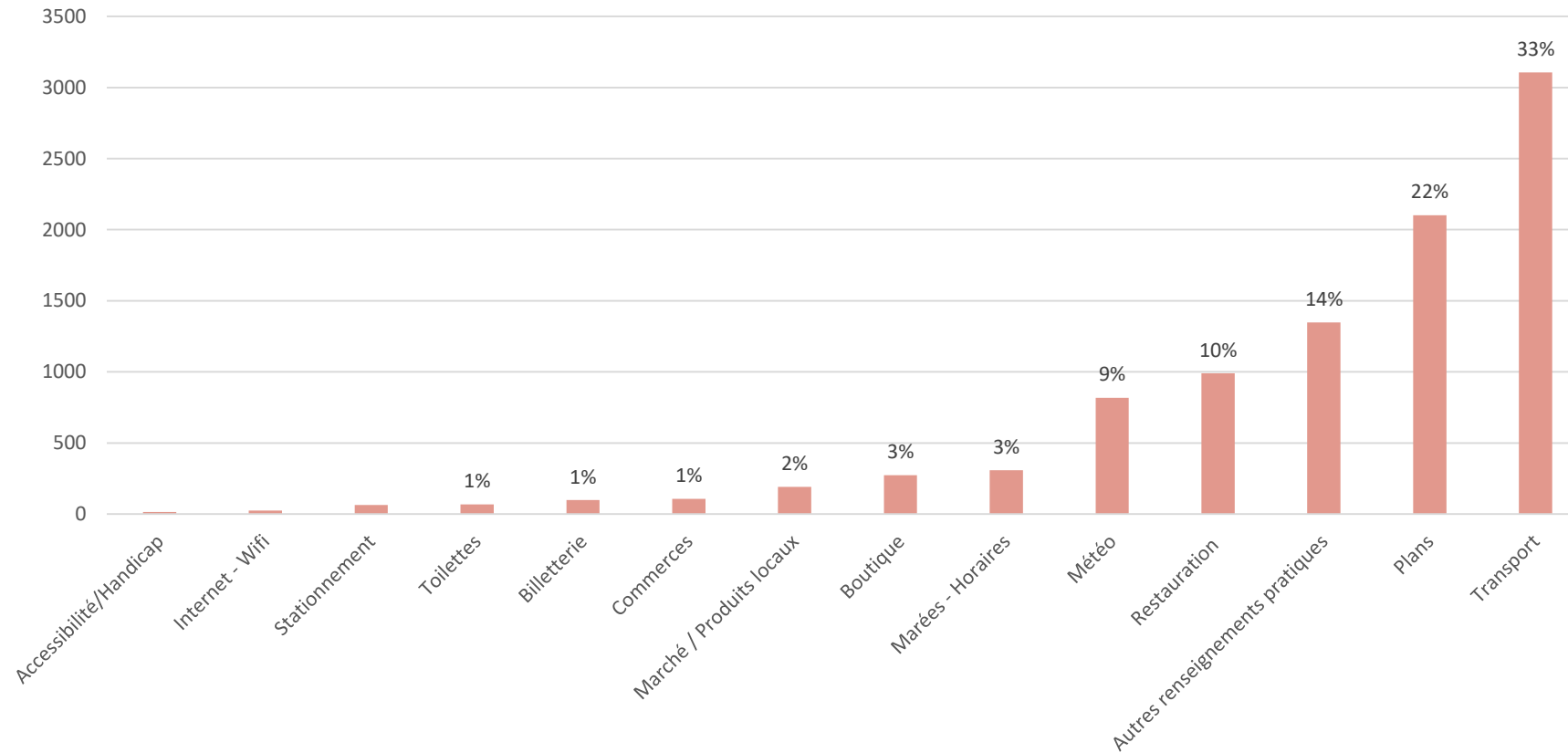
Demandes "Loisirs"



Les grands espaces naturels et les activités de plein air largement plébiscitées.

LES THÉMATIQUES DES DEMANDES D'INFORMATION

Demandes "Infos pratiques"



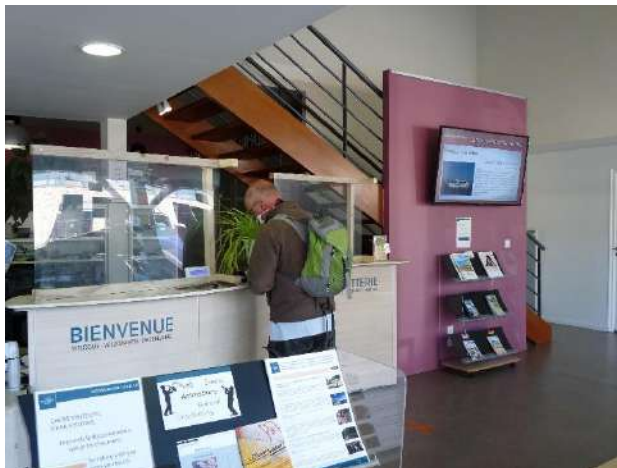
ACCUEIL ET MESURES SANITAIRES ANTI-COVID

Avant l'ouverture au public :

- Guide de reprise d'activité comportant 6 fiches : consignes générales, utilisation des véhicules de service, entretien des locaux, accueil du public, travail de bureau sans accueil, intervention chez un partenaire
- Installations dans les BIT : plexis (33 ex) / affichage aux entrées / sens de circulation et marquage au sol / enlèvement de mobilier (fauteuils et tables basses) / consommables : masques, produits de désinfection, gel hydro-alcoolique...
- Horaires d'ouverture des BIT aménagés pour le temps de désinfection, postes de travail définis, fiches d'Instruction
- Nomination d'une référente

Toute la saison :

- Réapprovisionnement des consommables
- Ajustement des consignes



CRÉATION D'ESPACES BOUTIQUE

Stratégie Boutique en quelques mots :

- Proposer un ensemble de produits souvenirs avec plusieurs gammes liées aux thématiques fortes et emblématiques de la destination pour satisfaire les attentes de nos clientèles (Rando / Souvenirs / Produits du terroir...)
- Valoriser les produits d'excellence du Trégor, les circuits courts, artisans locaux, produits biosourcés ou raisonnés dans l'esprit « achetez français »
- Favoriser les partenariats avec les commerçants et offrir de la visibilité et un espace de vente à nos artisans locaux
- Animer le tissu local
- Créer une marque avec une identité visuelle
- Générer des recettes et participer à l'autofinancement de l'OT



ACTIONS D'AMÉLIORATION DES VENTES

Volet Technique :

- Nouveau logiciel de caisse en fullweb pour un même niveau de services dans tous les BIT : billetterie dématérialisée pour un nombre plus important de produits (visites accompagnées)
- Equipements des BIT saisonniers en TPE

Volet Formation :

- Formation des conseillers en séjour : module vente sur 1 journée

Volet Incentive :

- Organisation d'un challenge de vente inter-agences avec récompense pour l'agence gagnante.

NB : 85 visites ont été animées par les guides de l'OT soit 666 personnes à Kernansquillec, Lannion, Tréguier et à la Brasserie Philomenn

Volet Communication :

- Amélioration de l'affichage dans les BIT présentant les offres de billetterie, de visites guidées, de location de vélos...
- Création d'un livret « Ici c'est l'évasion » par le service Commercialisation recensant les 40 offres à réserver à l'OT
- Envoi d'une newsletter hebdomadaire avec programme des visites



DÉMÉNAGEMENT DE 2 BIT SAISONNIERS pour être au cœur des flux de visiteurs

NOUVEAU à Lézardrieux :

de la place du Centre vers le Port de Plaisance

- Dans le nouveau Bureau du Port



NOUVEAU à Trévou-Tréguignec :

du Bourg vers la plage de Trestel

- Au nouveau Pôle Nautique



Services de l'OT

- Accueil – Information
 - Billetterie dématérialisée
- Augmentation du nombre de Vélektro en location (Lézardrieux)
- Elargissement de la période d'ouverture au public
 - WIFI Territorial (Trévou)

PRÉAMBULE

Un certain nombre d'actions initialement prévues en 2020 n'ont pu avoir lieu du fait du Covid. Ainsi les salons, les campagnes d'affichages ont été revus à la baisse au profit d'investissement plus important en relations presse, animation des réseaux sociaux et correspondance auprès de nos professionnels.

STRATÉGIE DE MARQUE

Objectif : Poursuivre la déclinaison et l'harmonisation de la signalétique sur l'ensemble des bureaux d'information touristique. Une seule appellation : **Bretagne Côte de Granit Rose**.



Le BIT de Plestin-les-Grèves



Le BIT de Lézardrieux



Le BIT de Tréguier

PUBLICATIONS

3 guides, format uniformisé en A4 pour les 3 éditions (nb : adaptation de la nouvelle charte pour 2020) :

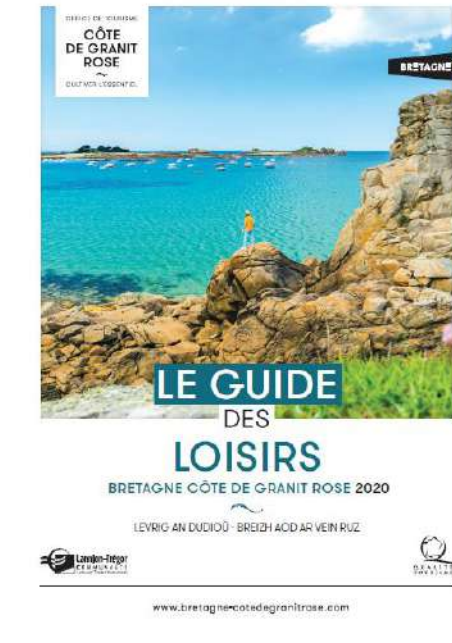
- HÉBERGEMENTS – 12 000 exemplaires / 76 pages
- SAVEURS – 23 000 exemplaires / 68 pages – En collaboration avec l'Office de Tourisme de Perros-Guirec – Tirage revu à la baisse du fait du contexte sanitaire (ouverture des restaurants en juin 2020)
- LOISIRS – 35 000 exemplaires / 92 pages



www.bretagne-cotedegrantrose.com



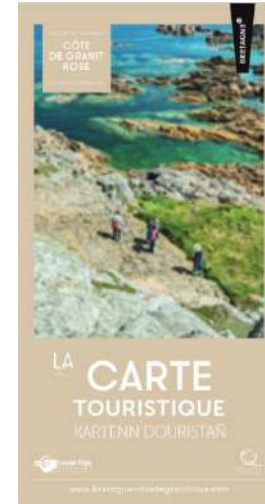
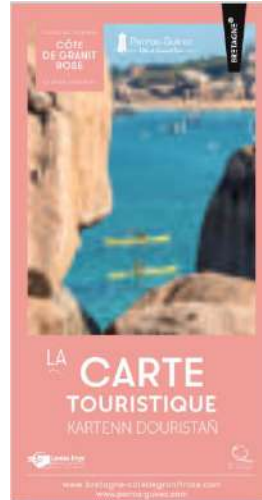
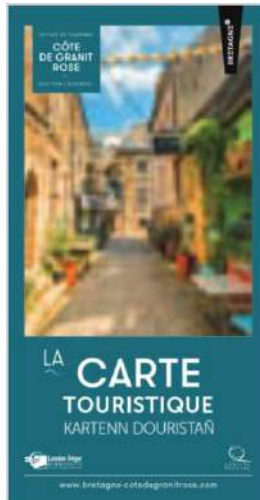
www.bretagne-cotedegrantrose.com
www.perros-guirec.com



www.bretagne-cotedegrantrose.com

PUBLICATIONS

- 3 cartes touristiques avec la mise en avant des points d'intérêts et de quelques balades : 70 000 exemplaires (20 000ex / 30 000ex / 20 000ex)

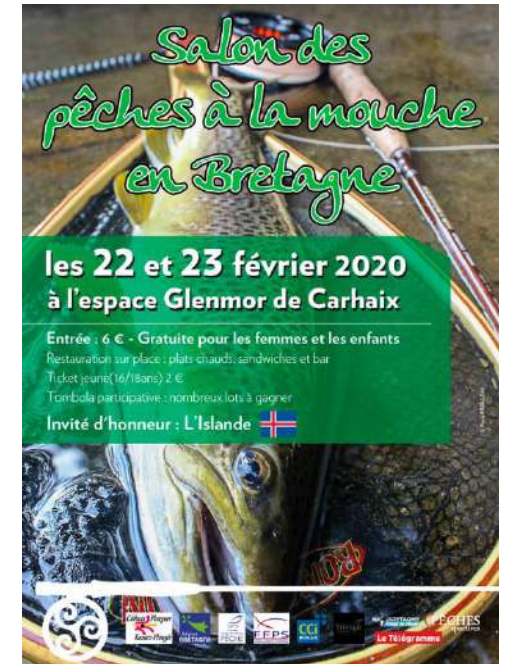


- Le calendrier des animations estivales n'a pas pu être édité du fait du contexte sanitaire
- L'édition numérique à la semaine a été interrompue à partir du mois de mars 2020

SALONS

Sur les 7 salons initialement prévus seul 4 salons on pu être maintenus :

- Rennes du 28 au 30 janvier 2020 – CAD / PG - Bon bilan et bonne fréquentation
- Bruxelles du 6 au 9 février 2020 avec Sensation Bretagne / PG – Bon bilan et bonne fréquentation
- Brest du 8 au 9 février 2020 – CAD / PG – Bilan très mitigé
- Carhaix du 22 au 23 février 2020 à Carhaix – Bon bilan



La première édition du Job dating saisonniers en BtoB s'est tenue à Perros-Guirec, espace Rouzic le 20 février 2020.
Le Forum du tourisme initialement prévu en mai a du être annulé

AFFICHAGE

- Campagne d'**affichage** avec le CRTB, en partenariat avec Perros-Guirec à : Paris en station de métro, Lyon et Lille en affichage urbain.
- Les campagnes initialement prévues à Madrid et Franckfort ont été annulées



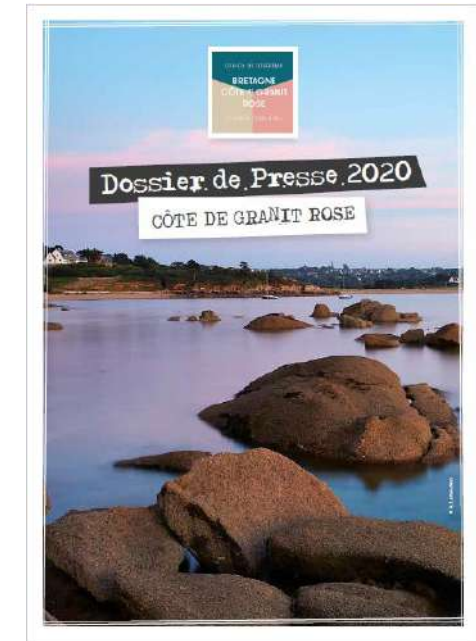
Campagne métro - Paris



Au moment de la reprise, relai des campagnes du CRT sur nos supports notamment les RS

RELATIONS PRESSE

- Collaboration avec un bureau de presse Hémisphère Sud en cours d'année
- Réalisation d'un dossier de presse et de 3 communiqués de presse
- 6 accueils presse entre les mois de juin et de septembre + 1 accueil blogueur
- 19 parutions dans les magazines : Le Point, Biba, Grazia, ELLE, ...
- 7 dossiers dans les magazines : Balade en France, Côté Ouest, Voyager ici et ailleurs, Bretagne Magazine ... soit 74 pages de rédactionnels
- 8 reportages TV sur Tébéo, France 3, C8 et BFM



En plus des prises de parole en locale via des communiqués et points presse réguliers : inauguration de BIT, bilan de saison, évènements ...

2. COMMUNICATION & PROMOTION

DIGITAL

Mise en ligne du nouveau site : bretagne-cotedegrانيتrose.com, le 26 mai 2020



+ une version anglaise,
allemande et bretonne

+ de nouvelles fonctionnalités :
Boutique en ligne
Réservation en ligne
Météo
Horaire de marée

152 500 utilisateurs (-16% vs
2019)

649 992 vs 747 367 pages vues
(-13% vs 2019)

Durée moyenne de session
2min58 vs 2 mn 27



Des chiffres en demi-teintes qui
s'expliquent :

- Mise en ligne au 2^{ème} semestre
- Contexte sanitaire
- Référencement et SEO à optimiser

DIGITAL

Wi-fi territorial

11 898
Connexions (- 39% - 2
mois de confinement)

Reconnexions
automatiques
38,82%

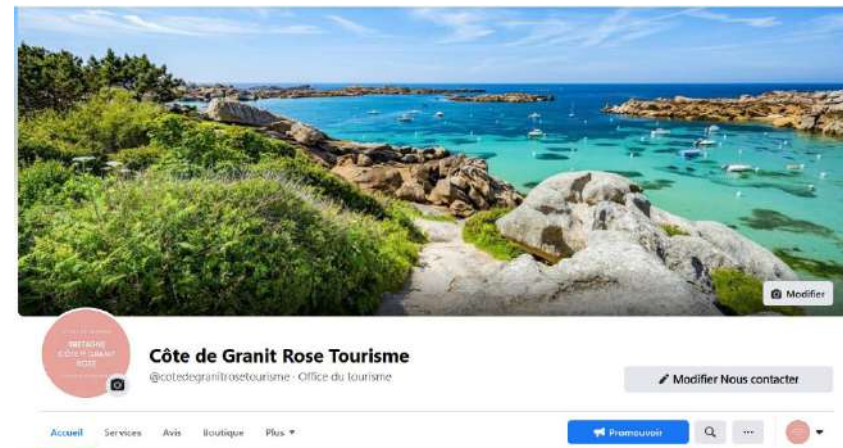
Nationalité
84% français, 4%
allemand, 4% anglais

13 hotspots : Points Info
de Trévou, Cavan
OT de Pleudaniel,
Penvénan,
Plougrescant,
Pleumeur-Bodou,
Trébeurden, Trégastel,
Lannion et Plouaret

Réseaux sociaux



- Côte de Granit Rose Tourisme / 133 publications
- 8 932 fans (+34% vs 2019)
- Profil des fans de la page de la destination : 67% femmes – 79% français – 35/45 ans à 51%
- Post ayant le mieux fonctionné avec une portée de 69 493 et un taux d'engagement de 43,81% : replay de l'émission sur France 3 de Tréguier du 03/11



DIGITAL



- 1 compte / 159 publications (dont 6 vidéos, 50 stories)
- Meilleure portée : 2 796 / Meilleure interaction : 650
- 5 280 abonnés (+82 % vs 2019)
- Profil des fans de la page :
65% femmes – 84% français – 25-44 ans à 50 %

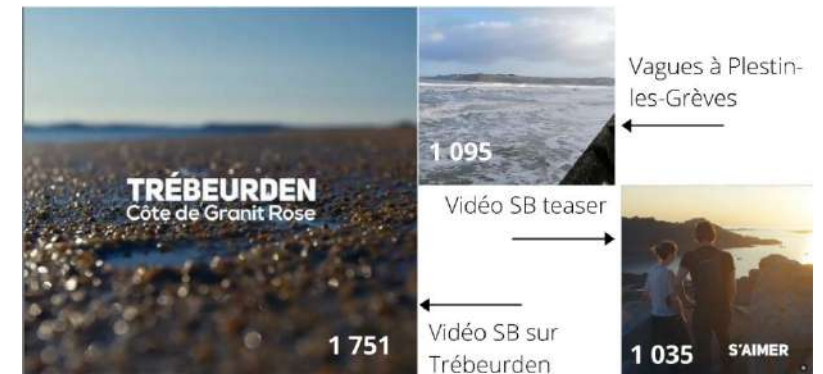
TOP 5 DES MEILLEURES INTÉRACTIONS



TOP 5 DES MEILLEURES COUVERTURES



TOP 3 DES VIDEOS EN NOMBRE DE VUES



DIGITAL



- 1 786 abonnés
(+20% vs 2019)



- 95 news
- Taux d'engagement moyen : 8,15%
- 2430 abonnés
(+1313% vs 2019)



Des Réseaux sociaux vers le site Internet

FACEBOOK

5 425 sessions

INSTAGRAM

100 sessions

INSTAGRAM STORIES

7 sessions

LINKEDIN

100 sessions

TWEETER

66 sessions

LES RELATIONS AVEC LES PARTENAIRES

MISE EN RESEAU, VALORISATION ET COMMERCIALISATION DES PARTENAIRES

1. Animation du **réseau des partenaires**
2. Accompagnement des socio-professionnels dans les démarches de **labellisation ou de classement**
3. Mise en réseau **de la filière nautisme** et des **Équipements de loisirs**
4. Valorisation des **patrimoines**
5. Valorisation de la filière **Parcs et Jardins**
6. Structuration de l'**Offre Randonnée**
7. Structuration de l'**Offre Pêche**
8. **Relations partenaires** pour le montage de produits groupes ou individuels
9. Portage ou soutien **d'événementiel**
10. Vente de **prestations loisirs** ou de produits **BOUTIK** pour le compte de nos partenaires

LES RELATIONS AVEC LES PARTENAIRES

PARTENARIAT ET DOCUMENTATION

- Rencontre de 70 partenaires tout au long de l'année par les équipes
- Forum du tourisme organisé par le service, prévu le 1er avril 2020 : annulé
- 👉 Nouveauté en réaction : Mise en place d'un service de livraison des éditions OT chez nos partenaires, début juin 2020
 - 62 hébergeurs pros livrés en Guide des Loisirs, Saveurs et cartes touristiques
 - Mairies des 57 communes de LTC livrées en Guide des Hébergements, Loisirs, Saveurs et cartes touristiques
 - Pour les autres partenaires : éditions OT livrées en BITs sur bon de commande
- Le Guide du Partenaire 2020 : 1 400 exemplaires + 2 000 fiches-filière
 - Les chiffres 2020 : 593 partenaires (585 en 2019)

HEBERGEMENT 272

SAVEURS 144

LOISIRS 177

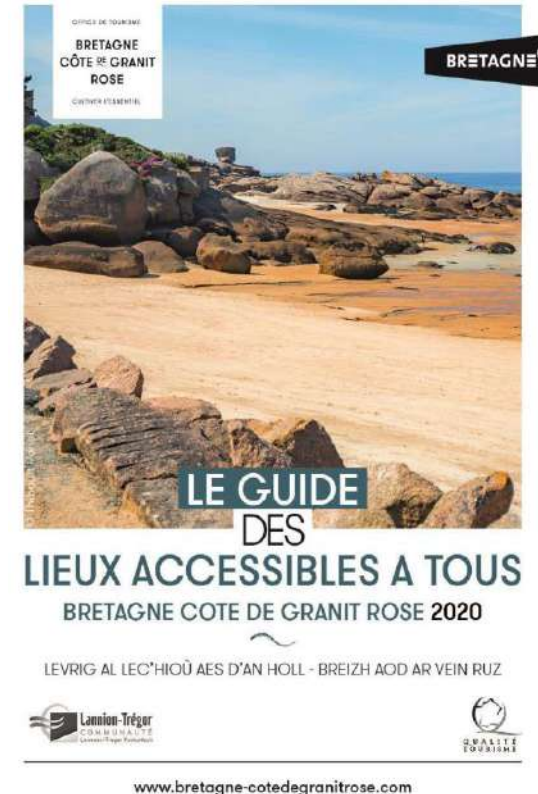
👉 Gratuité des partenariats en 2020 (100 k€)

LES RELATIONS AVEC LES PARTENAIRES

LABELLISATION, CLASSEMENT ET DEMANDES DE SUBVENTION

Dans une recherche d'amélioration permanente de l'offre touristique, l'Office de tourisme accompagne les professionnels de la Destination dans leur démarche de qualification et de labellisation.

- Accompagnement de porteurs de projets : **11**
- Accueil vélo : **5**
- Etape Rando Bretagne : **7**
- Tourisme et Handicap : **1**
- **Le guide des lieux accessibles à tous**, répertoriant les établissements marqués Tourisme & Handicap ou déclarés accessibles (loi du 11 février 2005)
- 1 agent formé à l'évaluation « **Tourisme et Handicap** »



MISE EN RÉSEAU DES PARTENAIRES

NAUTISME, PLAISANCE ET ÉQUIPEMENTS DE LOISIRS

- Dans le cadre de la Destination Touristique Côte de Granit Rose – Baie de Morlaix, l'Office de tourisme Côte de Granit Rose est référent pour :
 - ✓ le **Schéma Directeur du Nautisme et de la plaisance** : 54 prestataires, animation du comité technique et liaison avec les consultants
 - ✓ **Les Projets Nautiques Intégrés** en lien avec le Région : 2 projets en cours - 2 640 000 euros
- **Filière Nautisme du territoire CGR :**
 - ✓ Montage, promotion et vente des produits « **Capitaine d'1 jour** » (CA TTC 3242 €)
 - ✓ Promotion du territoire à travers le « **Guide du port** » pour les plaisanciers en escale
- **Filière Equipements de loisirs :**
 - ✓ Interface du plan de communication de la marque ombrelle Parc du Radôme
 - ✓ Montage promotion et commercialisation du Pass « Parc du Radôme »
CA 13 255 € TTC + 1 260 € TTC à Perros-Guirec
 - ✓ Edition, promotion et suivi de la « **Route des loisirs** » 100 000 ex (+ de 20 000 entrées/an)



RELATIONS PARTENAIRES PATRIMOINE

Création de visites guidées

- Lannion cible individuels
- « Incontournables Côte de Granit Rose » cible autocaristes
- Barrage de Kernansquillec
- Rallye découverte Tréguier cible tout public
- Formation des « guides Office »

Conception Programme de Visites Guidées

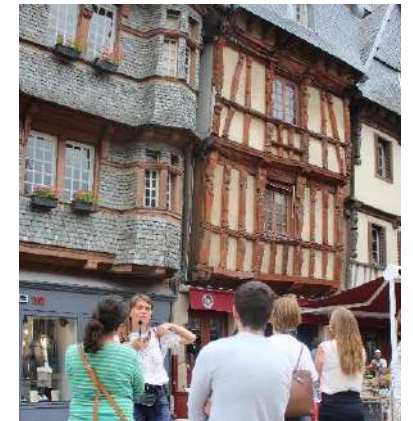
- Relations partenaires
- Plan de communication
- Formation des équipes de vente
- Coordination des guides
- CA partenaires + OT = 5 633 €

Actions de réseau

- Groupes de travail Pays d'Art et d'Histoire
- Feuilles de Routes Régionales « Patrimoine »

Production de contenus

- Guide Loisirs (rubrique patrimoine)
- Site web
- Plaquette « Patrimoines de Bretagne » (PCC, PRB, et VH et VAH)



1^{ère} Brochure « Ici c'est l'évasion »

- Billetterie loisirs/spectacles, de nos partenaires
- Visites Guidées OT et partenaires
- Producteurs locaux, artistes et artisans d'art

RELATIONS PARTENAIRES JARDINS

ÉDITION PAPIER :

- Brochure « les parcs & jardins iodés » : 4 000 ex + affiches pour le compte des partenaires jardins
- Création d'une offre de produits à destination des groupes (1 journée, 1 week-end, 2 séjours et 1 rando)
- Encart télégramme valorisant le produit : « Ici les jardins on en connaît un rayon » auprès des individuels
- Traduction de fiches produits en anglais et en allemand (B to B)
- Une valorisation de la filière sur nos guides vacances (anglais, allemand)

ÉVÉNEMENTIEL

- Organisation de Jardins secrets + partenariat avec le Jardin de Kerbérennes

SUPPORTS NUMÉRIQUES :

- Mise en avant de produits jardins individuels et groupes sur le site internet (4 produits)
- 1 page thématique sur les 3 versions du site web : en français, en anglais et en allemand

PRÉPARATION DES CONTENUS ACCUEIL PRESSE :

- Voyager Ici et Ailleurs → parution en sept 2020
- 4 journalistes au Jardin du Kestellic en septembre 2020



3. PARTENARIATS & COMMERCIALISATION

STRUCTURATION DE L'OFFRE RANDONNÉE

Valorisation de l'offre de randonnée

- Mise à jour et ré-édition des 3 cartes de randonnées
- Création d'un guide des boucles vélo balisées
- Création de contenus web
 - ✓ Balades et boucles locales
 - ✓ Séjours / itinérance
- Mise à jour des cartes de destination

Structuration des services

- Démarchage hébergeurs aux abords des grands itinéraires :
 - ✓ GR34
 - ✓ Mon Tro Breizh
 - ✓ La Vélomaritime
- Conception de séjours randonnée tout compris



Promotion

- Brochure « On en a sous le pied » à destination des groupes de randonneurs et des itinérants indiv;
- Rédaction de contenu pour publications magazines
- Préparation de contenus pour les accueils presse



Actions de réseau

- Mon Tro Breizh
- Feuille de route régionale « itinérance douce »
 - ✓ Vélomaritime / boucles locales
 - ✓ Séjours expérientiels GR34
- CDRP 22 (GR34, futur GRP, PR labellisés)



Projet Destination Trail

- État des lieux
- Lancement du projet
- Sollicitation des acteurs locaux

ACTIONS PÊCHE EN RIVIÈRE

Valorisation de l'offre de Pêche et de son support, la rivière

Le Léguer, Site Rivière Sauvage // Expérimentation No-Kill Saumon
Parcours mouche de Kernansquillec // Parcours mouche de Traoumorvan et du Losser



Qualification de l'offre et mise en produit

- Qualification des parcours pêche : parcours passion, parcours famille, parcours découverte
- Référencement des hébergements pêche
- Création du Kit du Pêcheur
- Conception de séjours pêche

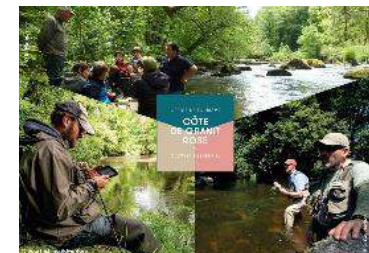
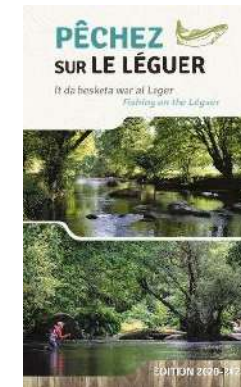
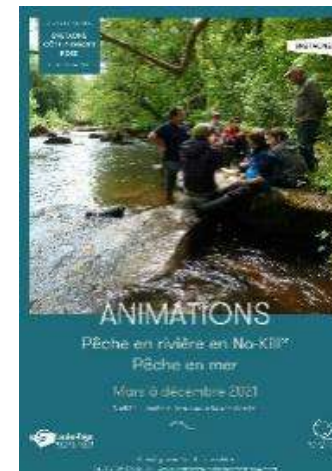


Actions de réseau

- Schéma Départemental de Développement du Loisir Pêche
- Mise en réseau des acteurs de la filière pour le Schéma de développement halieutique de la destination

Communication - Promotion

- Conception du flyer « Animations pêche »,
- Carte Pêcher sur le Léguer
- Production de contenus pour les supports print
- Valorisation expérientielle pour le site web
- Presse : Communiqués et dossiers de presse + accueil de journalistes (8'6)
- Salon de la pêche à la mouche Carhaix
- Formation des équipes de vente



LE SERVICE GROUPES

Brochure Groupes 2020

- 12 visites guidées
- 16 Excursions à la journée et 1/2 journée + 3 scolaires
- 10 Séjours (1 référencement)
- + 6 nouveautés (Tro Breizh, Jardins... 100 % pleine nature)
- + 1 séjour handicap (référéncé)

☞ Conventions avec nos partenaires

Diffusion institutionnelle

- Avec CAD 22 – brochure visites + brochure séjours groupes + site web
- Avec le CRT – Préparation de RV en France (Atout France) = 8 fiches produits ciblées traduites en anglais et allemand – 11 demandes de RV B to B annulées

Quelques Chiffres

- C.A TTC devisé avant confinement : 22 K€
- C.A TTC maintenu après confinement : 7 K€
- C.A TTC 2020 réalisé : 17 K€
- Au 31/12/20 C.A TTC devisé pour 2021 : 42 K€



Action commerciale

- Ciblage et fichier de démarchage
- Opérations de démarchage
- Fourniture de devis
- Repositionnement au vu de la crise sanitaire
- Elargissement de la gamme (pleine nature)
- Offres séjours cible individuels & petits groupes

L'ÉVÉNEMENTIEL

L'Office de Tourisme organisateur et support de grands

L'Office de Tourisme porte le budget et l'organisation de 4 événements destinés à prolonger l'animation en bords de saison et constituer un pôle d'attraction en automne :

- Le Festival d'Art de l'Estran : annulé
- Festival Vent de Grève : annulé
- Jardins secrets : 2 339 entrées - CA 8 988 € TTC
- Festival Môm'Art : 6 spectacles jeune public complets en jauges réduites - 688 spectateurs - CA 3 666 € TTC

L'Office de Tourisme accompagne aussi des événements emblématiques du territoire au plan communication, programmation ou support touristique :

- Le Légier en fête du 04/07 au 6/09 : partenariat communication et programmation
 - ✓ 32 dates
 - ✓ + de 2500 visiteurs dédiés
 - ✓ plus de 90 000 visiteurs touchés via biscuiterie Menou, Quai des Possibles ou Château de Tonquedec
- Festi Rando annulé



LES CHIFFRES

LA LOCATION DE VELOS

L'offre de location de Vélos à assistance électrique remporte un grand succès auprès des visiteurs et des partenaires professionnels.



Locations
Vélos Tourisme

45 170€ TTC
en 2020

//

54 538 € TTC
en 2019

Un chiffre d'affaires en baisse :

- Période de location écourtée
- Location à la semaine privilégiée à la réouverture des bureaux

SOIT – 17,5 % VS 2019



Locations
Vélos aux
partenaires

12 240 € TTC
en 2020

//

15 372 € TTC
en 2019

Location partenaires stables mais CA en baisse car facturation ajustée aux périodes de mise à disposition réduites

62 VAE chez 19 partenaires OT

LES CHIFFRES

VENTES POUR LE COMPTE DE NOS PARTENAIRES

L'Office de Tourisme est un point de vente de billetterie pour de nombreux prestataires de loisirs et d'organiseurs de spectacles ou événements. Les ventes 2020 s'élèvent à **82 995 € TTC** auxquelles s'ajoutent les ventes de titres de transport pour LTC **32 934 € TTC**.

👉 **Nouveauté : lancement de la vente en ligne**

2019 = 119 213 € TTC

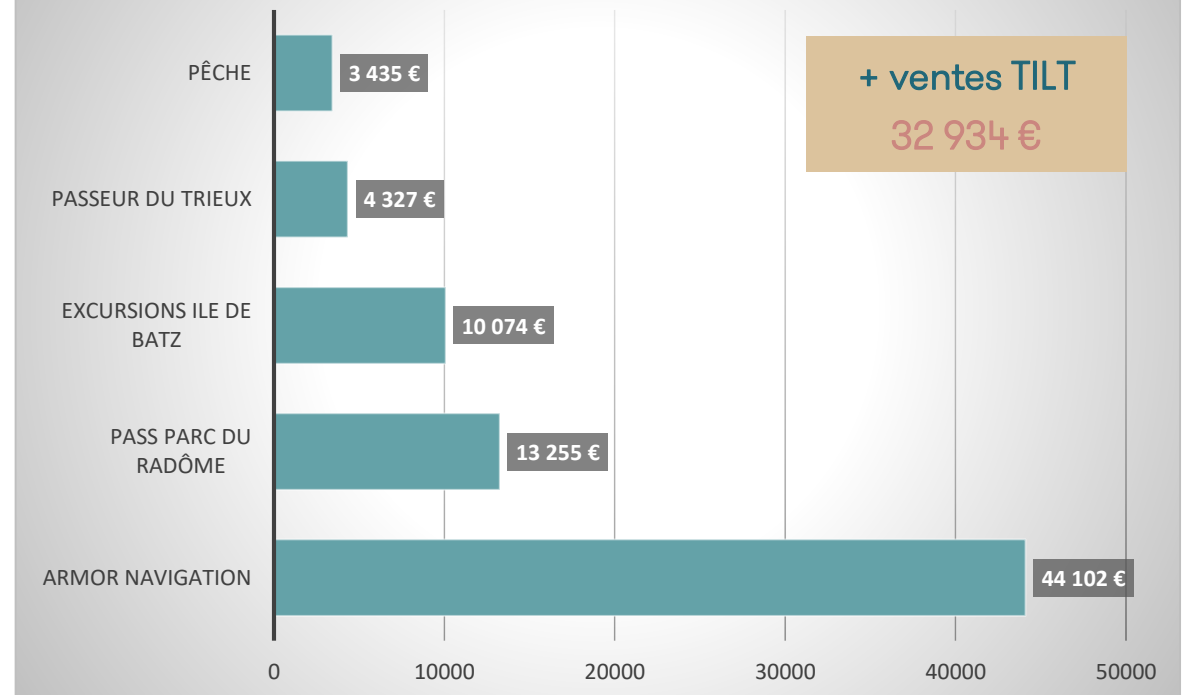
2020 = - 36 218 €

- Pas d'événementiel
- Périodes de vente réduites
- Jauges réduites



30 partenaires
Billetterie
commissionnement
8 299 € TTC

TOP 5 des ventes billetterie 2020 - CA TTC



LES CHIFFRES

LES PRODUITS DE L'OFFICE DE TOURISME

L'Office de Tourisme génère un chiffre d'affaires de **47 971 € TTC** grâce aux ventes de ses produits Boutique (+ 18 % vs 2019).

👉 **Nouveauté** : lancement d'une boutique en ligne



Nos créas
rando 13 395 €
2 472 articles



Top 5 des ventes boutique

- 1 - Kit de 3 cartes rando OT
- 2 - Carte beige rando OT
- 3 - Carte Rose rando OT
- 4 - Ici ça roule, fiches vélo OT
- 5 - carte IGN Lannion - Perros-Guirec

Nb les 3 cartes sont en progression de 30 % vs 2019



- Un Renouvellement de la Marque Qualité Tourisme (13 mars 2020)
- Renouvellement du Classement catégorie 1 (6 mai 2020)
- Création de l'Arbre à mots, engagements qualité envers les visiteurs
- Création de la carte postale, récolte des avis sur les réseaux sociaux et sites d'avis
- Travail sur les critères de réassurance sanitaire (Covid) du référentiel MQT et mise en place de procédures spécifiques
- Travail préparatoire aux visites mystères de 2021 et mise en place d'un plan d'actions
- Mise en place d'un partenariat avec la commune de Trégastel en lien avec les labels qualité (MQT pour l'OT et Qualiville pour Trégastel): mise à disposition de personnel pour effectuer des tests mystères
- Mise en place de kits pour les nouveaux résidents
- Mise en place des fiches « Je suis expert de ma commune » (en complément des fiches « Je suis expert de mon BIT » pour les communes n'ayant pas de BIT)
- Création du Guide du conseiller en séjour par agence
- Création du bilan qualité du service commercialisation

- La démarche qualité OT en 2020 en quelques chiffres :
 - ✓ 8 réunions du groupe qualité
 - ✓ 726 indicateurs qualité traités: 561 remarques (orales, écrites, félicitations), 119 Google avis, 31 remontées d'événements, 11 réclamations, 4 avis Tripadvisor

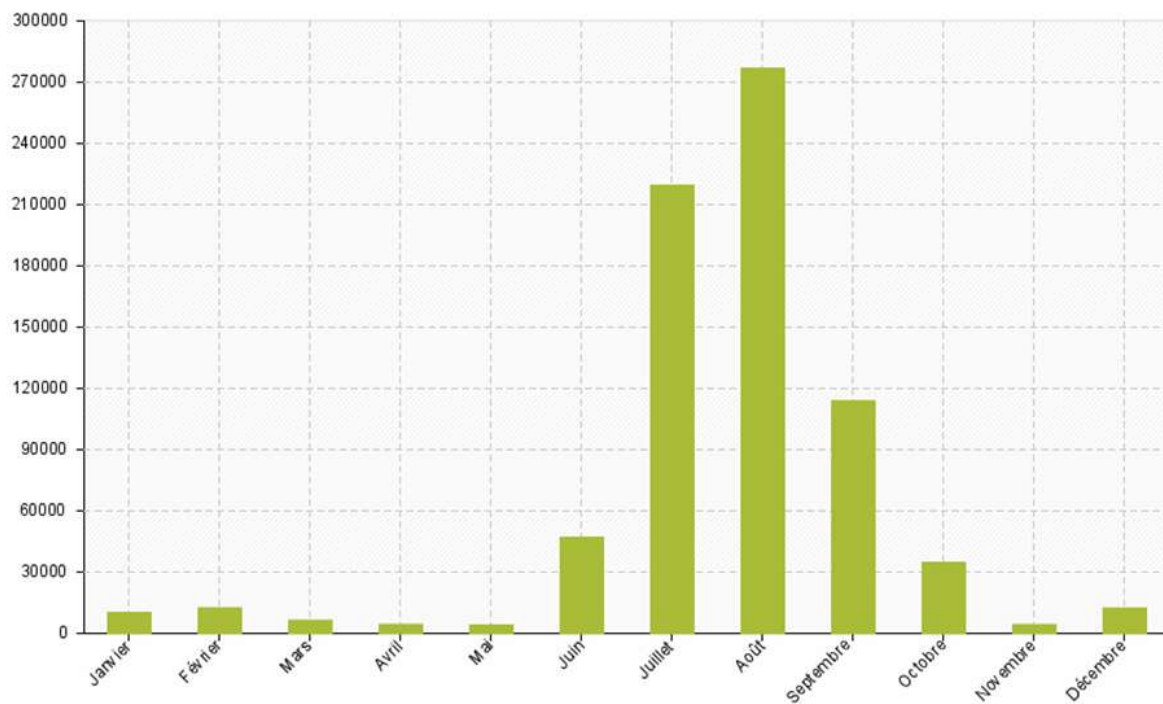


Taxe de séjour 2020 – Lannion Trégor Communauté

Montant déclaré de taxe de séjour pour 2020 : 820 554 €

(Montant au 22/03/21 - ce chiffre est encore amené à évoluer au regard des relances et des procédures de contentieux en cours)

Fréquentation annuelle 2020 en nombre de nuitées (réel)



Taxe de séjour 2020

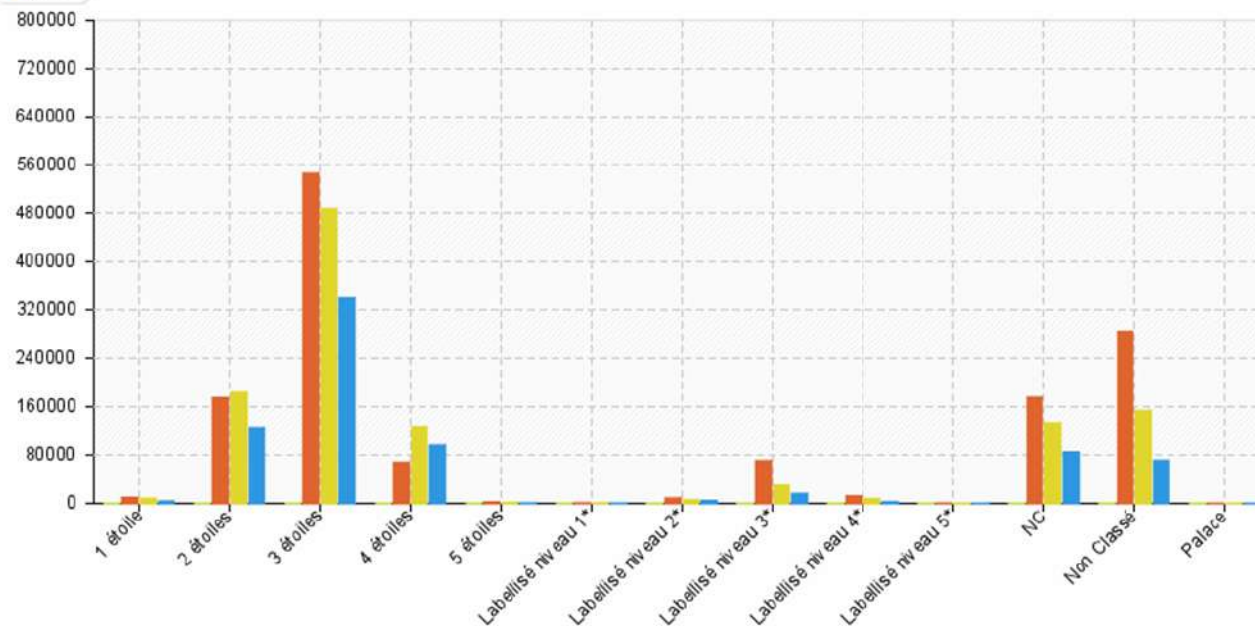
| MOIS | Nb Total de nuitées | Nombre nuitées taux plein | Montant nuitées taux plein |
|--------------|---------------------|---------------------------|----------------------------|
| janvier | 10 086 | 9 482 | 14 656,00 € |
| février | 12 371 | 11 289 | 9 356,00 € |
| mars | 6 274 | 5 729 | 4 667,00 € |
| avril | 4 239 | 3 976 | 3 322,00 € |
| mai | 3 768 | 3 351 | 2 037,00 € |
| juin | 46 921 | 43 351 | 44 510,00 € |
| juillet | 219 240 | 184 392 | 190 569,00 € |
| août | 276 730 | 239 666 | 161 729,00 € |
| septembre | 113 828 | 111 244 | 326 522,00 € |
| octobre | 34 595 | 30 811 | 22 580,00 € |
| novembre | 4 161 | 3 781 | 4 838,00 € |
| décembre | 12 201 | 10 657 | 35 768,00 € |
| TOTAL | 744 414 | 657 729 | 820 554,00 € |

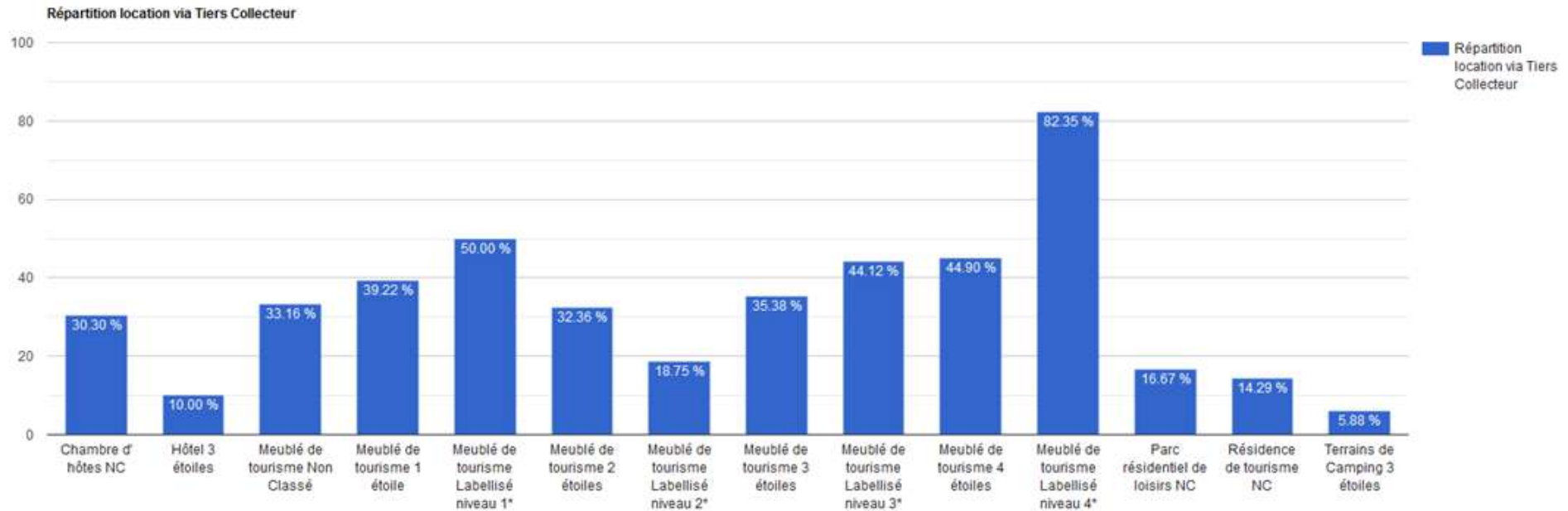
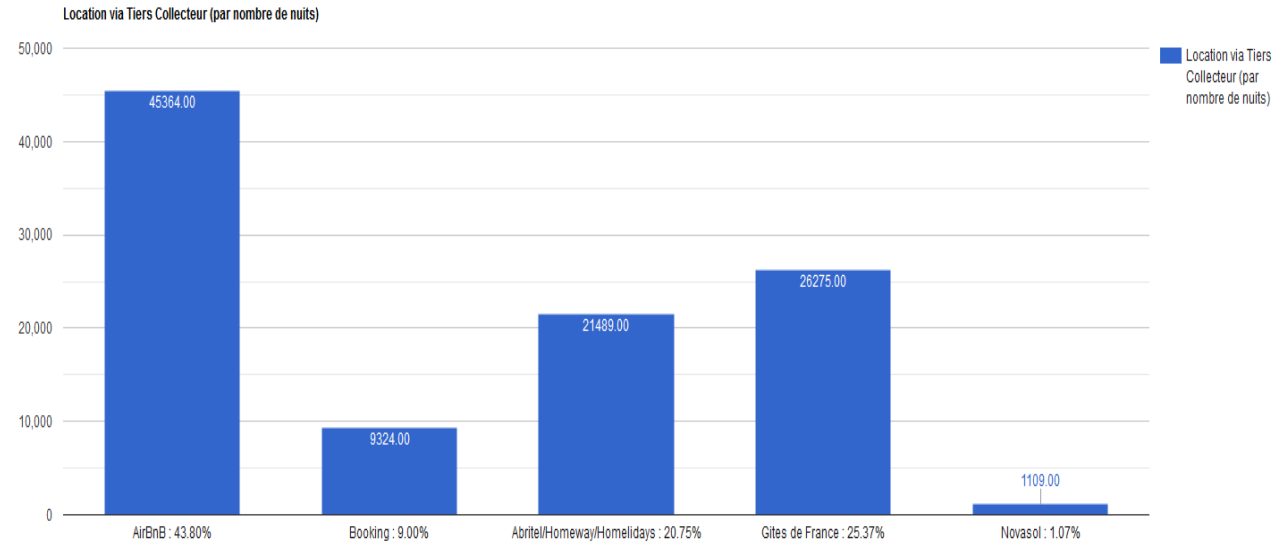
Analyse du montant déclaré et du nombre de nuitées, par nature légale en 2020

| Nature | Nb Ets | Taxe déclarée | Nb Nuitées | Nuitées Taux plein | Nb Exonérations |
|---|-------------|----------------|----------------|--------------------|-----------------|
| Auberges collectives | 4 | 1 437 | 3 157 | 2 864 | 293 |
| Chambres d'Hôtes | 166 | 10 826 | 22 982 | 21 651 | 1 331 |
| Hôtels de Tourisme | 26 | 84 599 | 93 957 | 92 312 | 1 645 |
| Meublés de Tourisme | 2120 | 555 174 | 196 831 | 152 877 | 43 954 |
| Ports de Plaisance | 4 | 1 698 | 8 490 | 8 488 | 2 |
| Résidences de Tourisme | 10 | 45 221 | 49 138 | 49 078 | 60 |
| Terrains de Camping, caravanage ou autre terrain d'Hébergement de plein air | 57 | 107 223 | 344 972 | 311 953 | 33 019 |
| Villages de Vacances | 7 | 14 377 | 24 887 | 18 506 | 6 381 |
| TOTAL | 2394 | 820 554 | 744 414 | 657 729 | 86 685 |



Nuitées déclarées par classement





5. MOYENS FINANCIERS 2020 ET TABLEAU DES EFFECTIFS

- Recettes de fonctionnement : 2 041 291€
- Dépenses de fonctionnement : 2 039 925€
- Résultat de fonctionnement : + 1 365€
- Dépenses d'investissement : 76 925€
- Recettes d'investissement : 62 616€
- Résultat d'investissement 2019 : - 14 309€
- Subvention d'équilibre de LTC : 1 811 383 €

| Poste annuel | NB SALARIES | ETP ANNUEL | Observations |
|-------------------------|-------------|--------------|--|
| Directeur | 1 | 1,00 | |
| Responsable de service | 3 | 3,00 | |
| Responsable d'agence | 3 | 3,00 | |
| Référent qualité | 1 | 1,00 | |
| Agent commercial | 1 | 1,00 | dont 1 mise à disposition de LTC à l'EPIC |
| Assistant administratif | 1 | 1,00 | |
| Chargé de mission | 2 | 2,00 | |
| Chargé de projet | 7 | 6,80 | dont 1 poste à 80% dont 1 mise à disposition de LTC à l'EPIC |
| Conseiller en séjour | 11 | 10,48 | dont 1 poste à 80% dont 1 poste à 68% dont 1 mise à disposition de LTC à |
| Total | 30 | 29,28 | |

Permanents 2020

| | Réalisé 2019 | Réalisé 2020 |
|------------------------|--------------|--------------|
| Agence 1 | | |
| Lannion | 15 | 13 |
| Plestin | 6 | 4 |
| Plestin | 2 | 2 |
| Trédrez | 2 | |
| Nombre de mois | 25 | 19 |
| Agence 2 | | |
| Trébeurden | 2 | 6,5 |
| Pleumeur | 6 | 4 |
| Trégastel | 7 | 7 |
| Pleumeur et Trévou | 2 | 2,5 |
| Nombre de mois | 17 | 20 |
| Agence 3 | | |
| Tréguier | 6 | 5,5 |
| Penvenan | 8 | 5,5 |
| Plougrescant | 8 | 5,5 |
| Pleubian | 1,5 | 2,1 |
| Lézardrieux | 2 | 2,1 |
| Kerantour | 2 | 2,5 |
| Pleubian / Lézardrieux | 0 | 1,5 |
| Nombre de mois | 27,5 | 24,7 |
| NB de mois | 69,5 | 63,7 |

Saisonniers 2020 en nombre de mois

