



BRETAGNE<sup>BE</sup>

BRETAGNE  
CÔTE  
DE GRANIT  
ROSE  
TOURISME

## RAPPORT D'ACTIVITÉ 2024



# PRÉAMBULE

Une nouvelle convention entre Lannion-Trégor Communauté et l'Office de Tourisme Communautaire a été votée au Conseil de Communauté du 22 avril 2025. Elle 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 décline 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 :

1. Accueil & information
2. Promotion & Communication
3. Partenariats & Commercialisation
4. Qualité
5. Moyens



Afin de débattre des orientations stratégiques, l'Office de Tourisme a réuni en 2024 :

5 Comités de Direction ;  
1 Commission de travail.

L'Office de Tourisme a également installé de nouveaux membres dans son Comité de Direction pour la mandature 2020-2026 :

- lors du Bureau Exécutif de Lannion-Trégor Communauté du 20 février 2024 pour valider les propositions de nomination d'un membre titulaire et de deux membres suppléants au sein du collège des socio-professionnels ;
- lors du Comité de Direction de l'Office de Tourisme du 25 mars 2024 pour installer les nouveaux membres du collège des socio-professionnels ;
- lors du Conseil Communautaire de Lannion-Trégor Communauté du 26 mars 2024 pour élire un nouveau membre suppléant au sein du collège des élus.



OK



# COMPOSITION DU COMITÉ DE DIRECTION (au 31/12/24)

## Collège 1 – Élus

### 22 Titulaires

ARHANT Guirec  
AURIAC Cécile  
BOIRON Bénédicte  
BRAS-DENIS Annie  
CAMUS Sylvain  
COLIN Guillaume  
DENIS Catherine  
GOURHANT Brigitte  
HUONNIC Pierre  
JEFFROY Christian  
KERGOAT Yann  
KERRAIN Tréfina  
LE COQ Anne  
LE GALL Jean-François  
LEON Erven  
MAHE Loïc  
MARTIN Xavier  
PHILIPPE Joël  
PIEDALLU Anne-Françoise  
QUEGUINER Yannick  
ROGARD Didier  
TERRIEN Pierre

### 22 Suppléants

ABRAHAM Gilberte  
COCADIN Romuald  
EGAULT Gervais  
EVEN Michel  
GALLAIS Marie-Yvonne  
GARZUEL Alain  
HENRY Serge  
HOUZET Olivier  
HUE Carine  
LATIMIER Hervé  
LE CORRE Jean-Yves  
LE JEUNE Joël  
LOGNONE Jamila  
MATHECADE Camille  
PIRIOU Karine  
PONCHON François  
PONTAILLER Catherine  
PRUD'HOMM Denise  
QUENIAT Jean-Claude  
**ROUGNANT Marie Jo\***  
SAUVEE Julie  
THEBAULT Christophe

## Collège 2 – Socio-professionnels

### 12 Titulaires

AMOURETTE Isabelle  
DELATTRE Simon  
DUMESNIL Thierry  
ELIET Jeanne  
GARNIER Chantal  
GUGLIELMETTI Yvann  
LE GUILLOUZER Devrig  
L'HOTELLIER Bertrand  
**MONFORT Jean-Yves\*\***  
NIVET Hervé  
ROUSSIER Anne  
TROADEC Janine

### 15 Suppléants

BECHARD Pascal  
BEHR-SCHAEIDT Jutta  
**BENS Florence\***  
BOSCHER Florian  
BOSQUET BARTH Aude  
GAPILLOU David  
**HERVE Patrig\***  
LE BRIGANT Yvon  
LE NY Antoine  
LUCE François  
MUHLMANN Olaf  
SIMON Christelle  
TRACANA Anita

\* Nouveaux membres  
\*\* Changement statut

# FAITS MARQUANTS DE L'ANNÉE

Obtention de la Marque **Tourisme & Handicap** pour ses 6 bureaux permanents d'information touristique (Plestin Les Grèves, Lannion, Trégastel, Trébeurden, Pleumeur-Bodou, Tréguier), pour les 4 familles d'handicap (moteur, mental, visuel et auditif).

Fort développement de l'activité de l'agence réceptive

Sortie du Guide du Routard Côte de Granit Rose – Perros Guirec en collaboration, temps fort avec la présence de Philippe Gloaguen

Labellisation Pays d'Art et d'Histoire de nos visites guidées et création de la balade Ludik à Tréguier

# 1. ACCUEIL & INFORMATION

## *Répartition des Bureaux d'Information Touristique*



AGENCE 1

Lannion  
Plestin-les-Grèves  
Plouaret\*



AGENCE 2

Trégastel  
Trébeurden  
Pleumeur-Bodou  
Trévou-Tréguignec\*



AGENCE 3

Tréguier  
Plougrescant\*  
Penvénan\*  
Pleubian\*  
Lézardrieux\*

6 BIT PERMANENTS  
6 BIT SAISONNIERS

\* Bureaux saisonniers

# 1. ACCUEIL & INFORMATION

## *Demandes d'information*

Bureaux permanents

J F M A M J J A S O N D

Lannion  
Plestin-les-Grèves  
Trégastel  
Trébeurden  
Pleumeur-Bodou  
Tréguier

L'OT a accueilli **191 500** visiteurs  
(201 450 en 2023) soit **-4,94%**

et renseigné **66 675** personnes au guichet  
(72 700 en 2023) soit **-8,28%**

**11 250** par téléphone (12 000 en 2023) soit **-6,25%**

Bureaux saisonniers

Avril Mai Juin Juillet Août Septembre

Penvénan  
Plougrescant

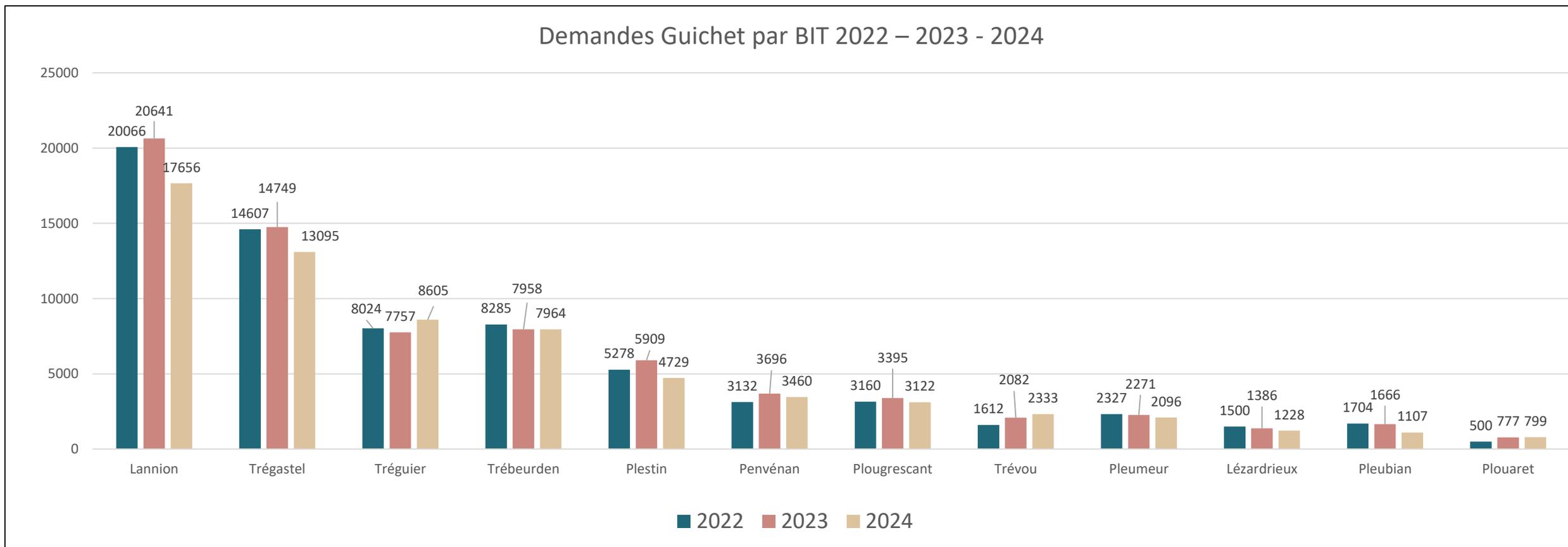
Plouaret  
Trévou-Tréguignec  
Pleubian  
Lézardrieux

### Quelques éléments d'explication :

Travaux Quai d'Aiguillon à Lannion  
Fermeture de la D786 à St Michel-en-Grève  
Fermeture BIT Trédrez-Locquémeau  
Fermeture le lundi à Pleumeur et Plestin  
Mauvaise météo juin  
Elections fin juin début juillet  
Effet JO

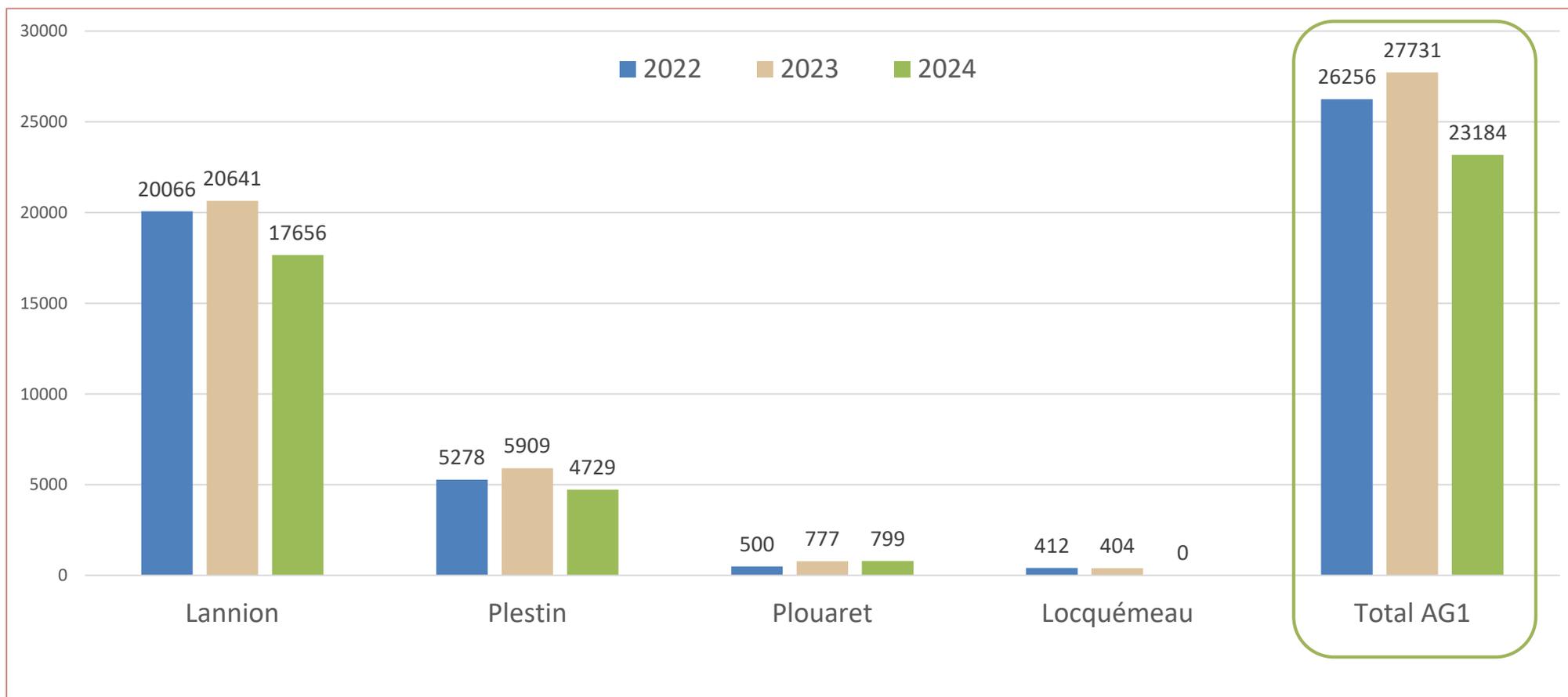
# 1. ACCUEIL & INFORMATION

## FRÉQUENTATION TOURISTIQUE : Nombre de demandes Guichet



# 1. ACCUEIL & INFORMATION

## FRÉQUENTATION TOURISTIQUE : Nombre de demandes Guichet Agence 1

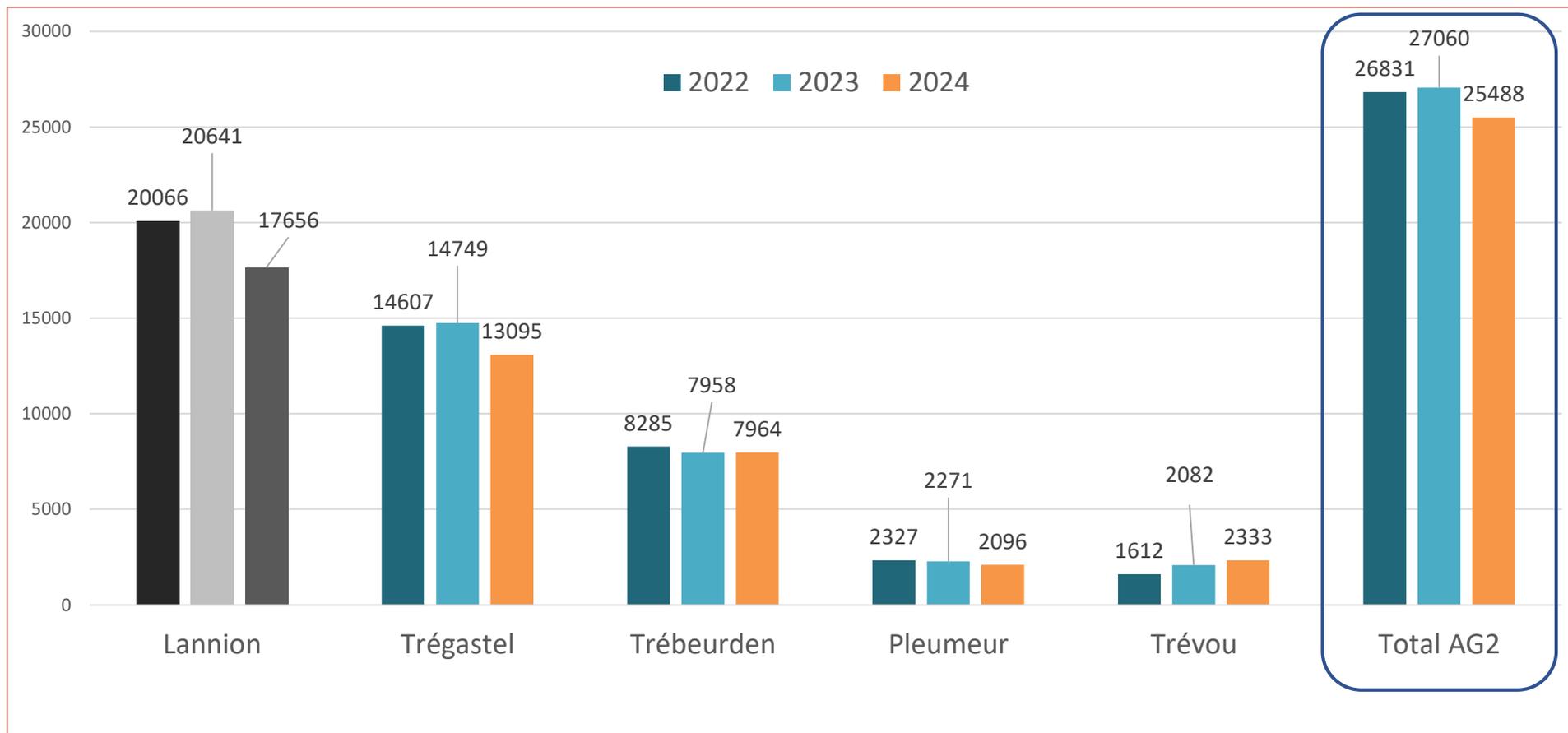


### ÉVOLUTION DE LA DEMANDE AU GUICHET PAR BIT N-1

Location	Plestin	Plouaret	Total AG1
	-14,46%	+2,83%	-16,43%

# 1. ACCUEIL & INFORMATION

## FRÉQUENTATION TOURISTIQUE : Nombre de demandes Guichet Agence 2

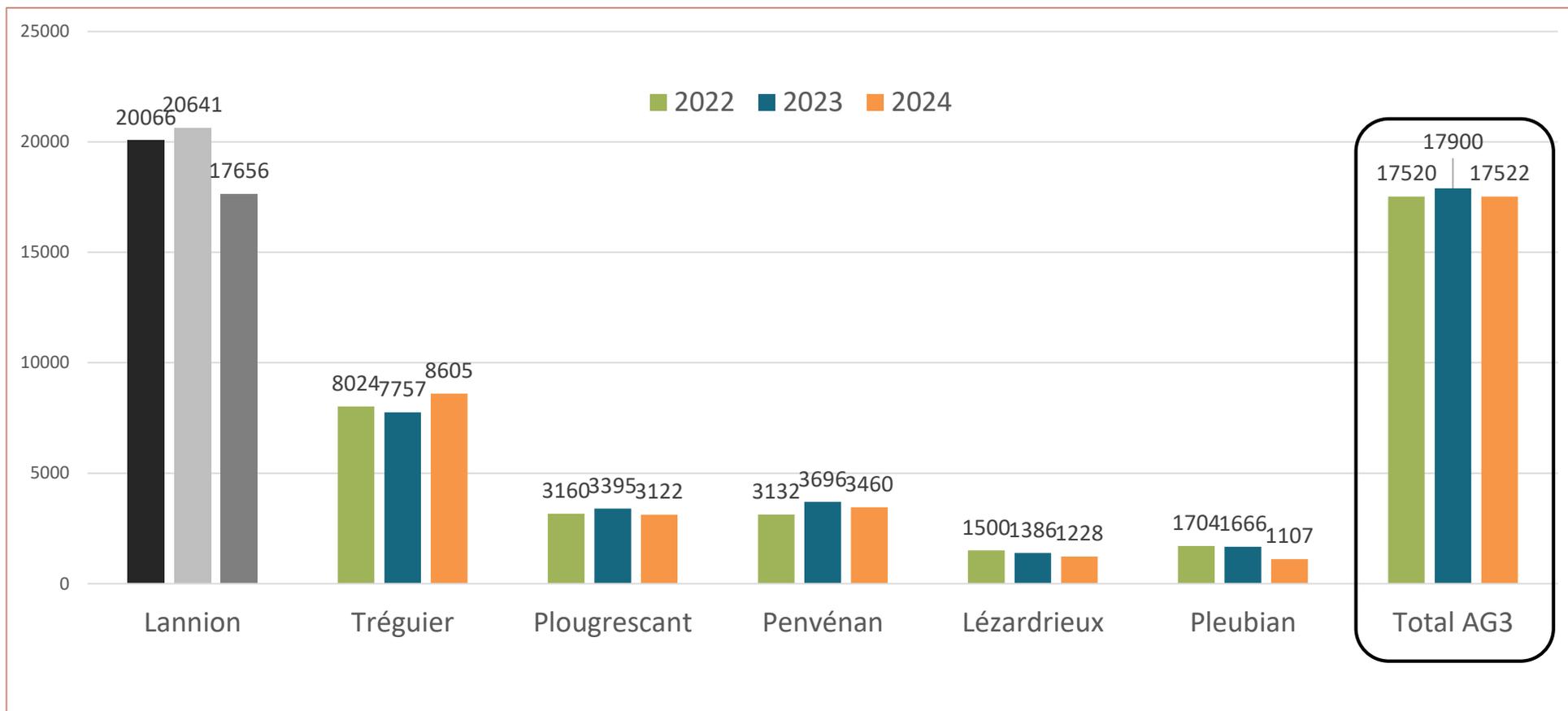


### ÉVOLUTION DE LA DEMANDE AU GUICHET PAR BIT N-1

Trégastel	Trébeurden	Pleumeur	Trévou	Total AG2
-11,21%	+0,07%	-7,70%	+12,05%	-5,80%

# 1. ACCUEIL & INFORMATION

## FRÉQUENTATION TOURISTIQUE : Nombre de demandes Guichet Agence 3



### ÉVOLUTION DE LA DEMANDE AU GUICHET PAR BIT N-1

Tréguier	Plougrescant	Penvénan	Lézardrieux	Pleubian	Total AG3
+10,93%	-8,04%	-6,82	-11,39%	-33,55%	-2,11%

# 1. ACCUEIL & INFORMATION

## *Centre de Contact*

Le Centre de Contact est devenu le 7<sup>ème</sup> BIT permanent de l'OT. Installé dans le bâtiment U5 et opérable en déporté dans un BIT, il gère les demandes à distance des visiteurs par téléphone / mails / formulaires contact web.

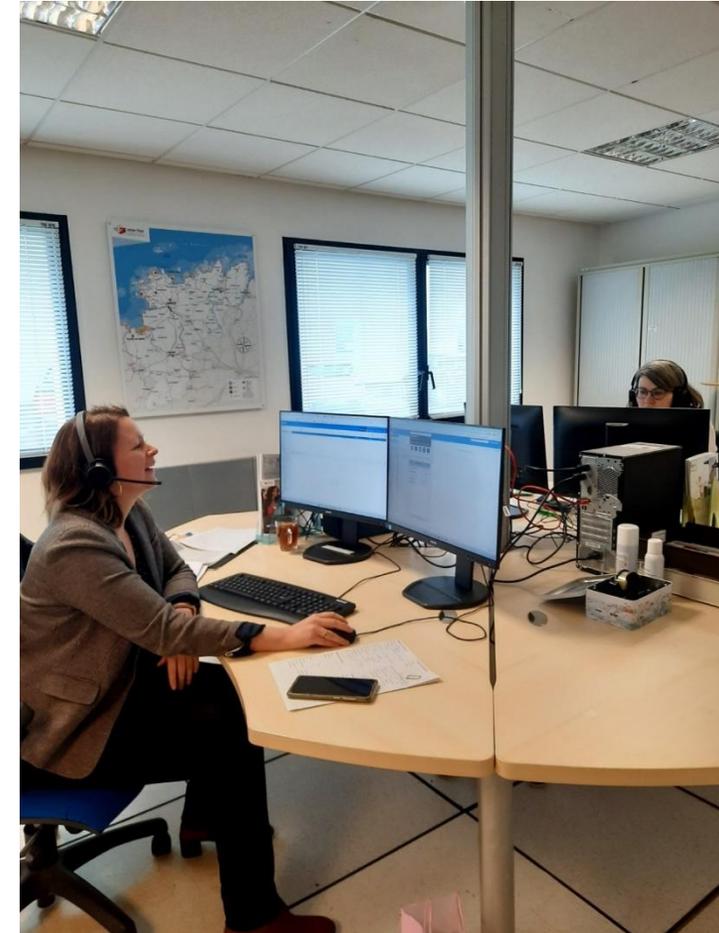
Les demandes par téléphone ont baissé de **6,34 %** en 2024 pour 11 250 appels traités.

Les demandes par le formulaire de contact sur le site internet et par mail ont baissé dans les mêmes proportions (-6,25%).

Le mode de réponse par Roadbook est plébiscité par les conseillers en séjour qui personnalisent la réponse à chaque demande.

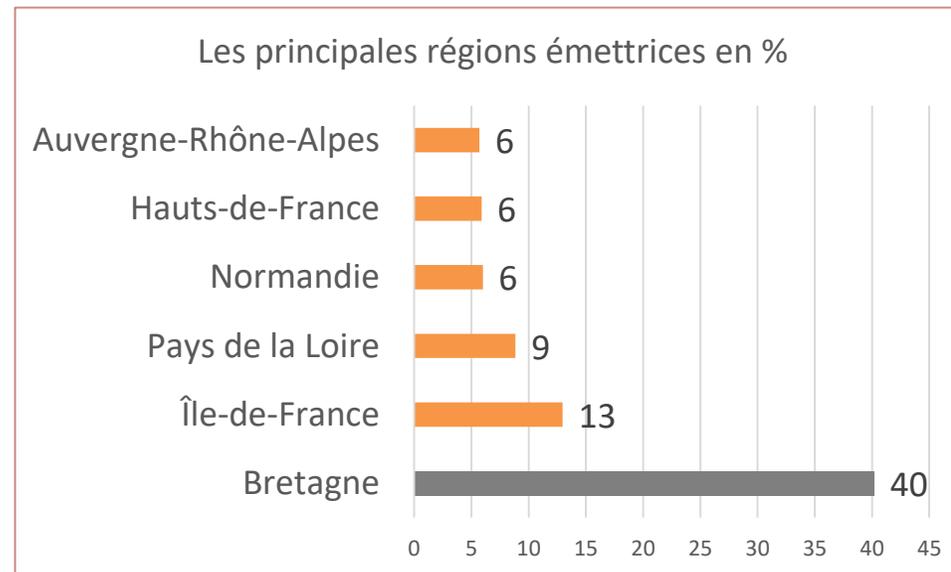
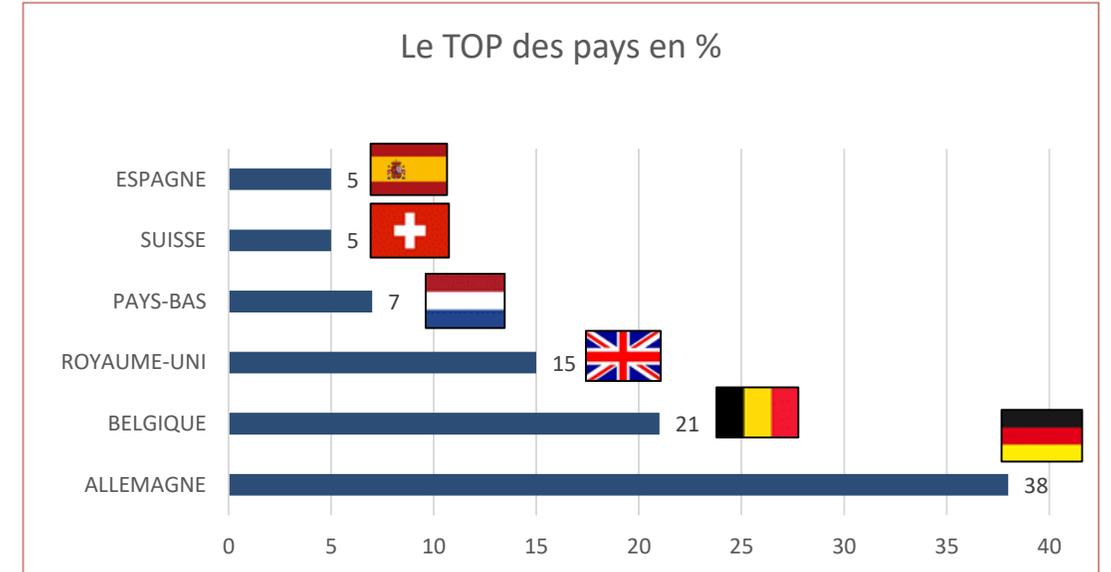
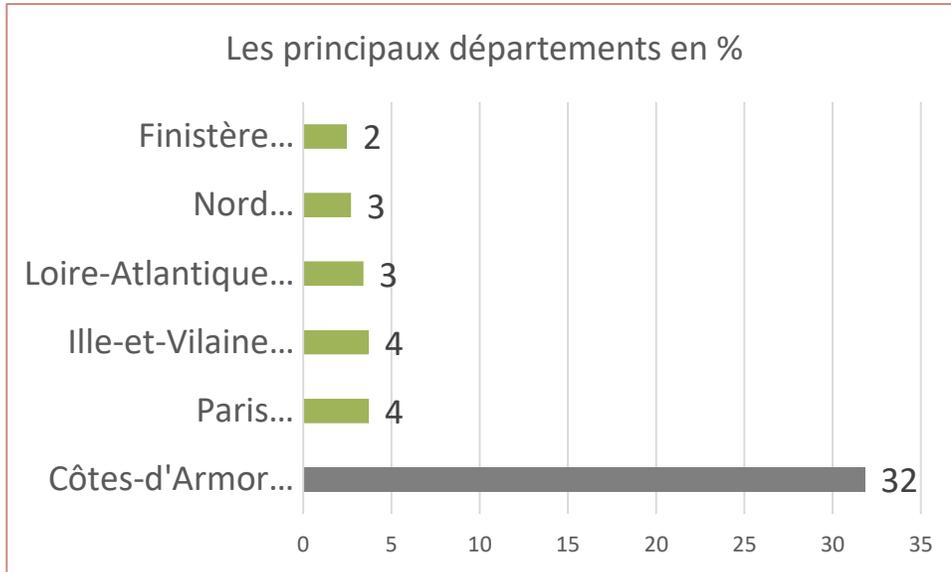
L'envoi de courriers reste important 1 055 envois.

Le Centre de Contact gère également les expéditions des commandes en ligne de la Boutik. La gamme des produits « Rando » tient toujours la première place des ventes.



# 1. ACCUEIL & INFORMATION

## Provenance des demandes d'information



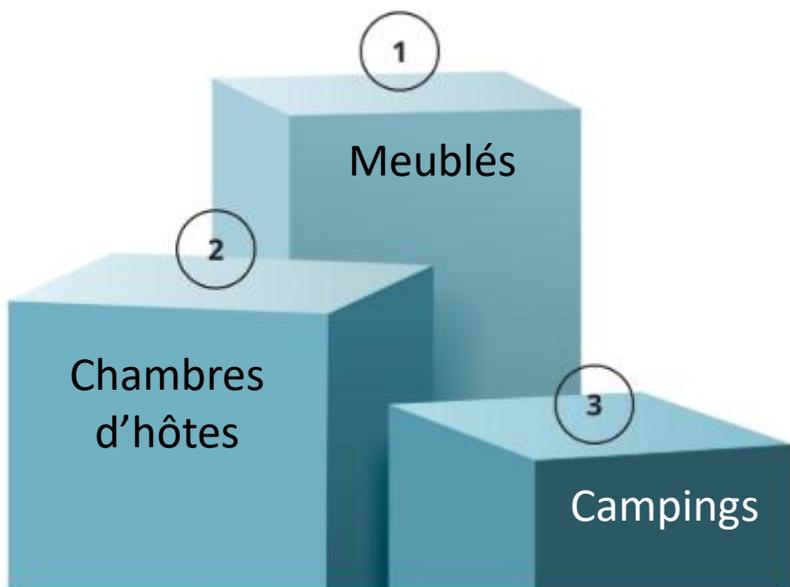
La clientèle étrangère représente 11,15 % des demandes

Le pourcentage de la Bretagne augmente de 10 points par rapport à 2023

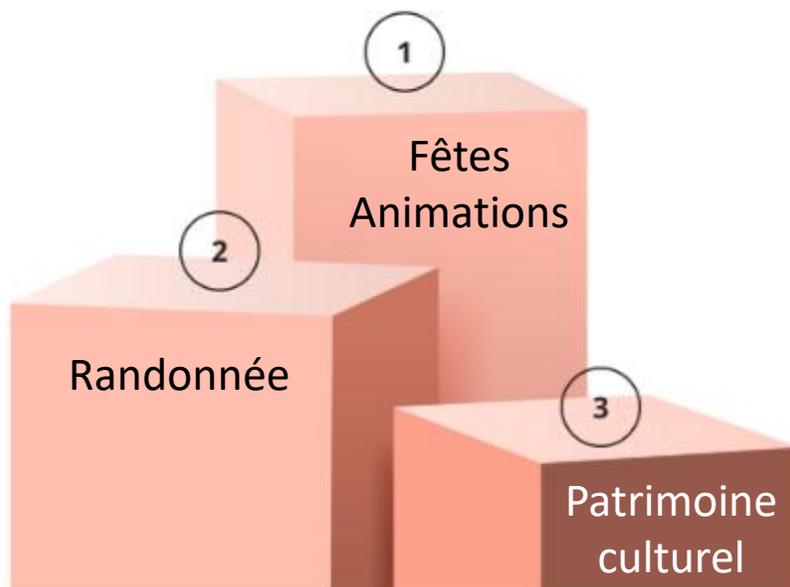
# 1. ACCUEIL & INFORMATION

## *Thématiques des demandes*

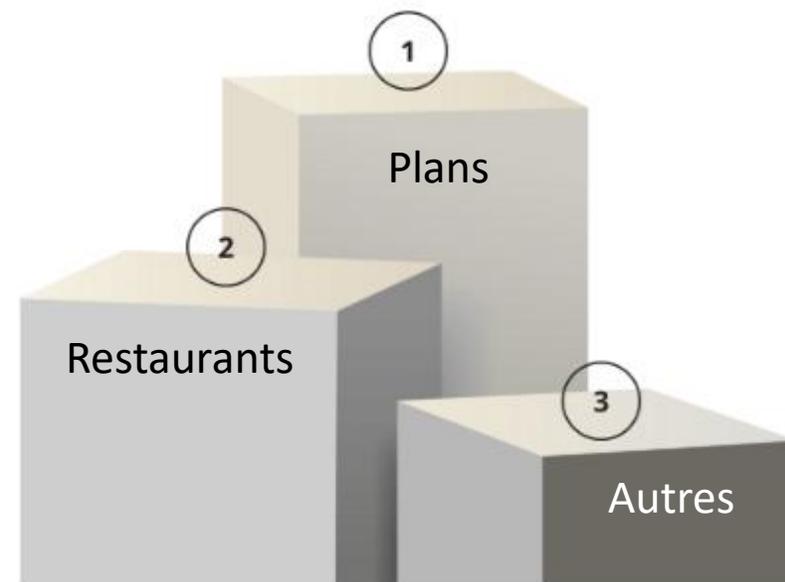
### *Hébergements*



### *Loisirs*

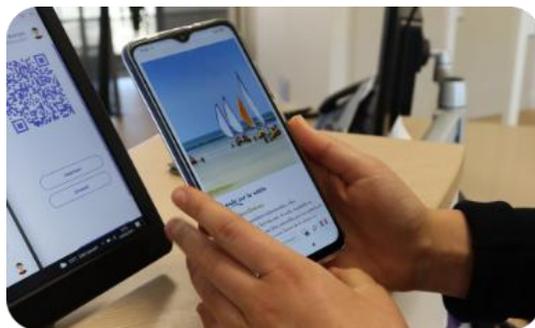


### *Infos pratiques*



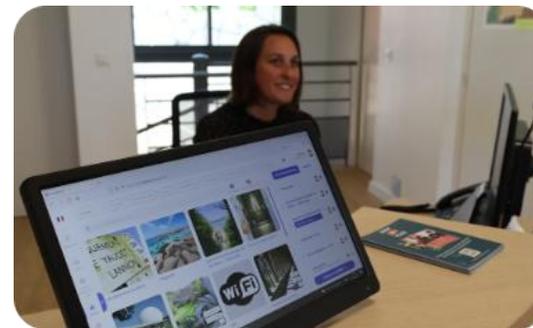
# 1. ACCUEIL & INFORMATION

## Roadbook



8 500 Roadbooks envoyés  
+4,5% vs 2023

Forte progression au Centre  
de Contact : +77% 1364 vs  
2418 en 2024



33 000 sessions  
d'une durée moyenne  
de 8:25



85 000 Pages vues  
5ème source de trafic  
du site internet

← bretagne-cotedegran... + ☰



**Bonjour, je suis Django**  
Votre expert de la destination OT Côte de  
Granit Rose

Comment puis-je vous aider ?

Je cherche une chambre d'hôtesx ▶

- Tests en vue de l'intégration du Chatbot conversationnel Django
  - Un chatbot intégré au Roadbook
  - Un chat GPT qui interroge uniquement le Roadbook, le site internet et Tourinsoft
  - Le voyageur obtient une réponse immédiate à la question qu'il se pose
  - Analyse du contenu des conversations pour mieux cibler les attentes des utilisateurs
- Nouveau module de statistiques
- Création d'un espace de formation pour les saisonniers

# 1. ACCUEIL & INFORMATION

*Eductours*

## Agence 1



Les cabanes de Mantallot  
Etang de Poulloguer  
L'Objèterie du dépôt au recyclage  
Restaurant Au temps des Cerises  
Les rhums arrangés Jabadao  
Ti ar Vro missions et animations

## Agence 2



La poterie Olivier Roche  
Visite de la Ferme de Kernéan  
Auberge de Crec'h Bec  
Tonno'Loisirs  
La Fabrique du Potager  
Brasserie des 7 Iles

## Agence 3



Le Domaine de la Roche-Jagu et exposition temporaire  
Auberge du Trégor  
Test de la Visite ludique de Tréguier  
Ateliers d'art la Selkie  
et Ys Paris



## SEPTEMBRE : Éductour à destination des partenaires de l'OT

- Présentation de la mission d'accompagnement vers les labels
- Présentation du Pays d'Art et d'Histoire
- Visite de La Roche-Derrien et de la distillerie Ar Roc'h
- Déjeuner au Rendez-vous
- Visite guidée de Tréguier
- Visite de 2 ateliers d'art : Ys Paris et Atelier

Des  
partenaires

## 2. COMMUNICATION & PROMOTION

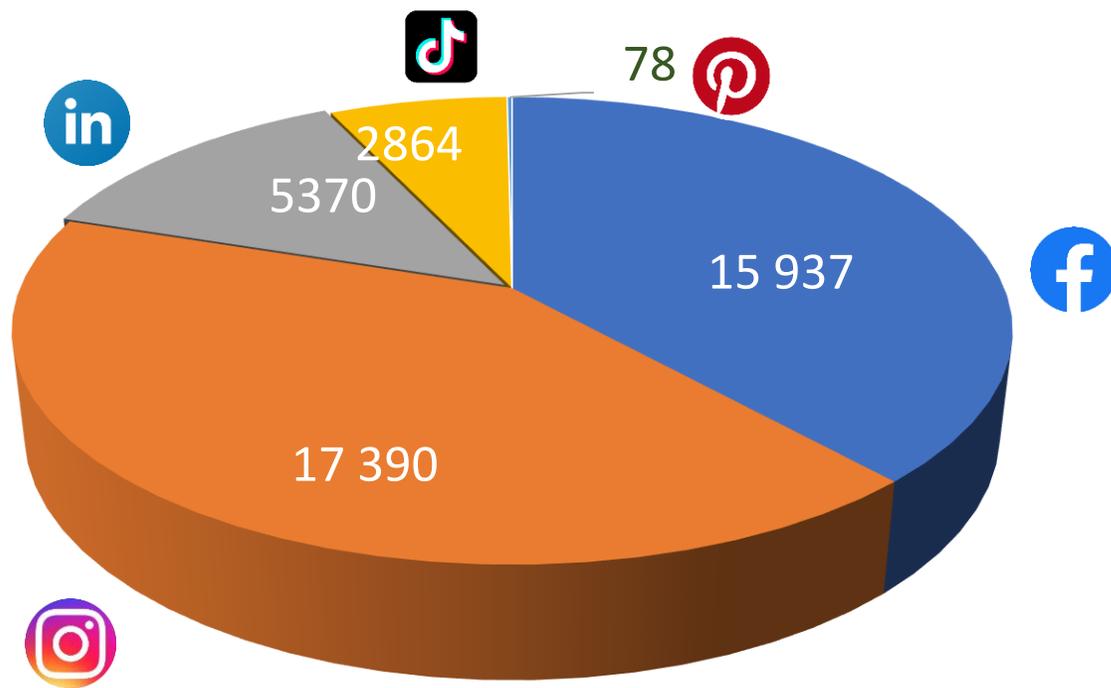
### *Développer la notoriété de la marque*

#### 1/ Les réseaux sociaux : Facebook, Instagram, Tiktok

En plus de Pinterest et des réseaux professionnels Facebook pro et LinkedIn.

Mise en ligne quotidienne de contenus organiques et/ou booster

Pour une audience totale de 41 851 soit + 27% vs 2023



■ FACEBOOK ■ INSTAGRAM ■ LINKEDIN ■ TIK TOK ■ PINTEREST

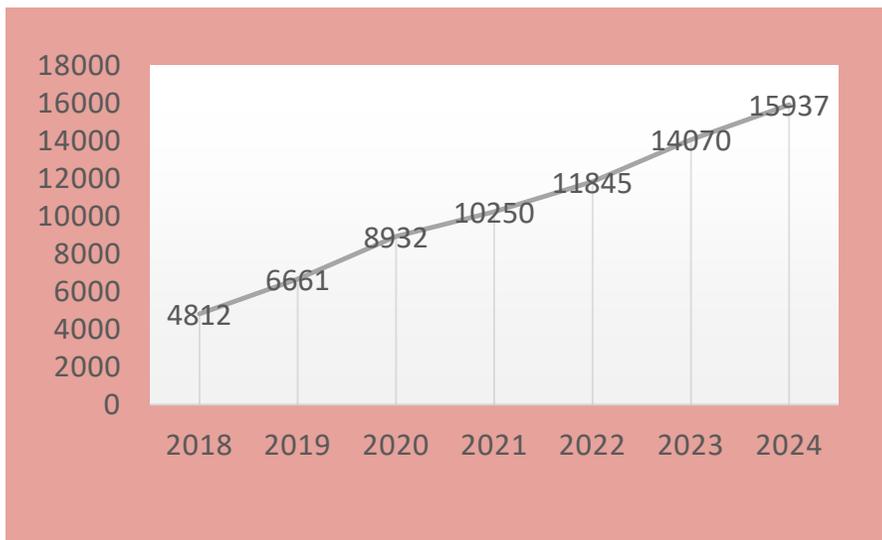
# 2. COMMUNICATION & PROMOTION

## Facebook

Nombre de publications : 166

Fréquence de publications : min. 3 par semaine

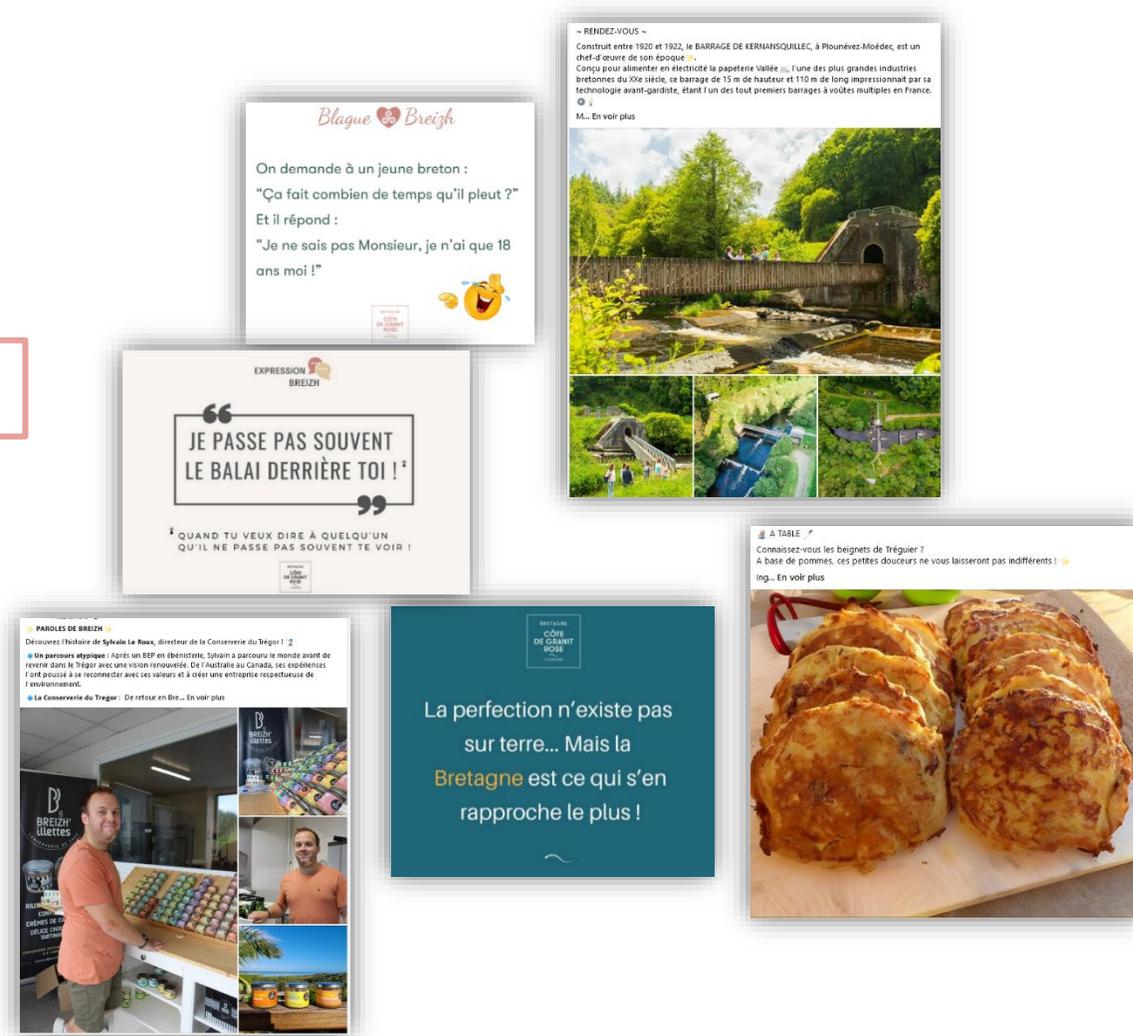
Evolution du nombre d'abonnés



+12,6%

Couverture totale

1,42 M



# 2. COMMUNICATION & PROMOTION

## Instagram

Nombre de publications : 118 posts / 103 stories / 53 réels

Fréquence de publications : min. 5 par semaine

Evolution du nombre d'abonnés



Couverture totale

338,2 K



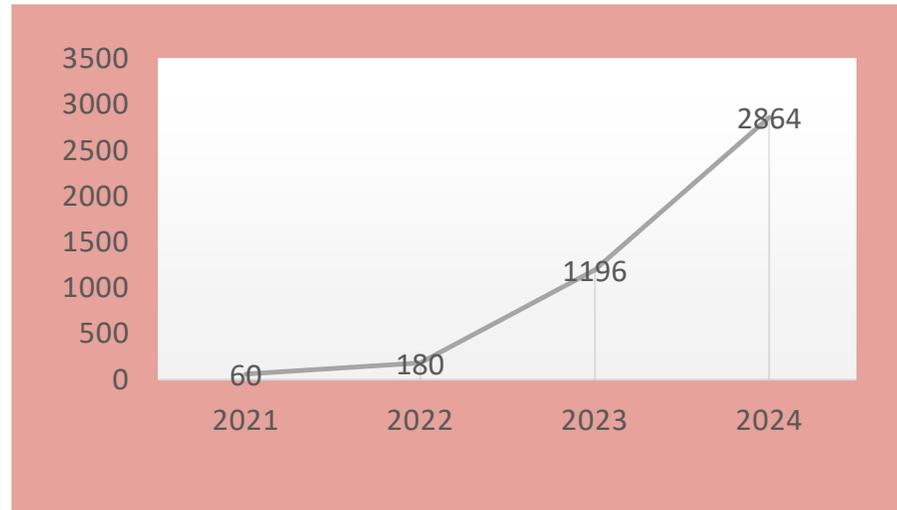
# 2. COMMUNICATION & PROMOTION

## Tiktok

Nombre de publications : 99

Fréquence de publications : 2 par semaine

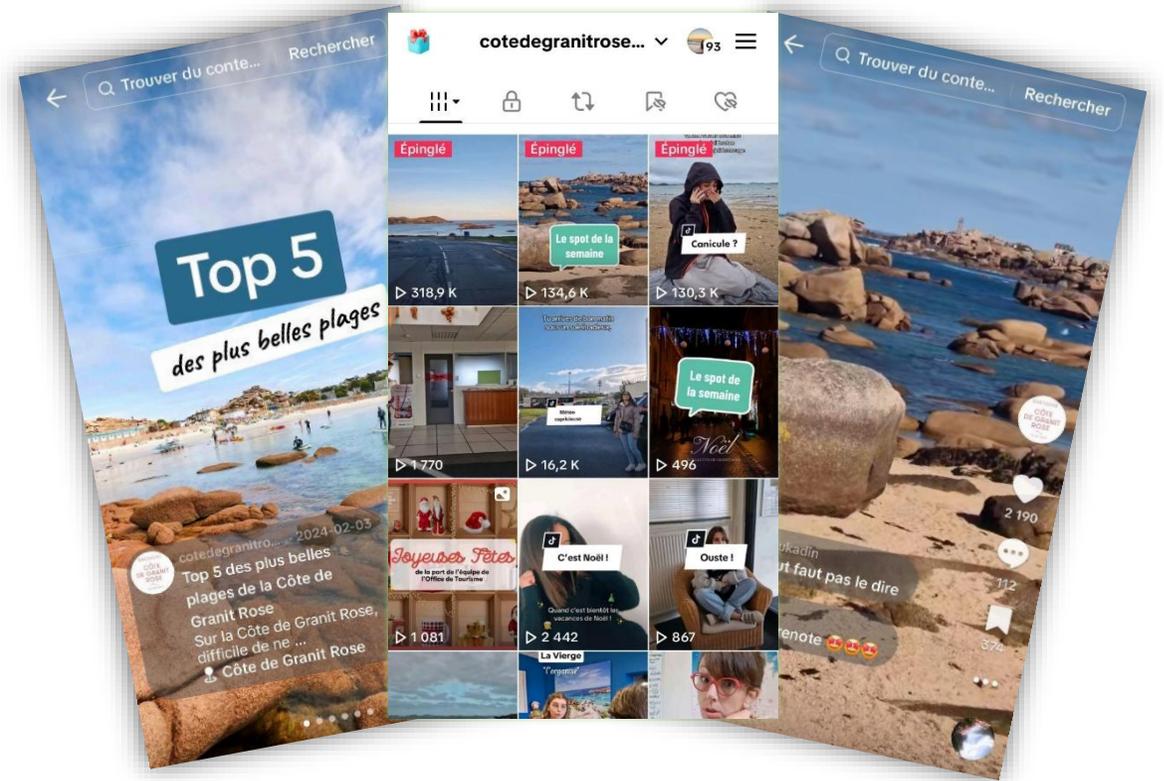
Evolution du nombre d'abonnés



+139%

Vues totales des publications

1,1 M



# 2. COMMUNICATION & PROMOTION

## 2 / Les relations presse

Poursuite de l'accompagnement via le bureau de presse, envoi de dossiers et de communiqués de presse, participation à des évènements presse en collaboration avec le CRT et ADN Tourisme.

### Les chiffres-clés des retombées presse nationale :

- 37 articles dans la presse magazine.
- 5 publications dans la presse étrangère.
- 5 passages radio.
- 14 articles de blog.
- 12 retours influenceurs.

### Visibilité :

- 10 couvertures de magazine.
- Plus de 100 pages + 14 encarts.



+ Accueils presse et/ou influenceurs dans le but de multiplier les retombées

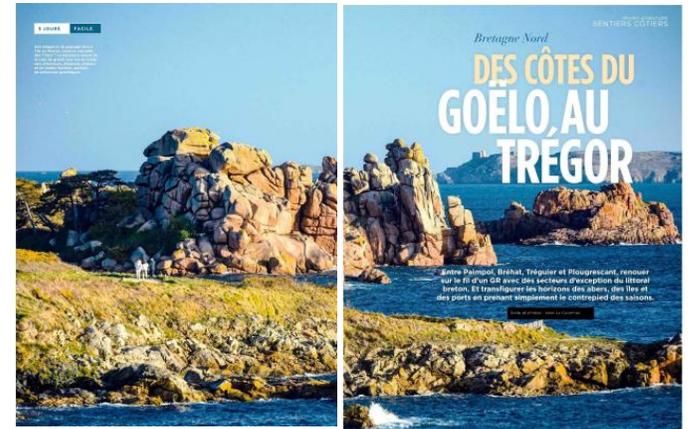
### Influenceurs

- Rose Labeille
- Les 4 vandrouilleurs
- Trace ta route
- I Trecking
- Melle Bon Plan

### Presse

- Figaro.fr
- Treck Magazine
- Balade rando
- Echappée Vélo

→ 60 médias au total

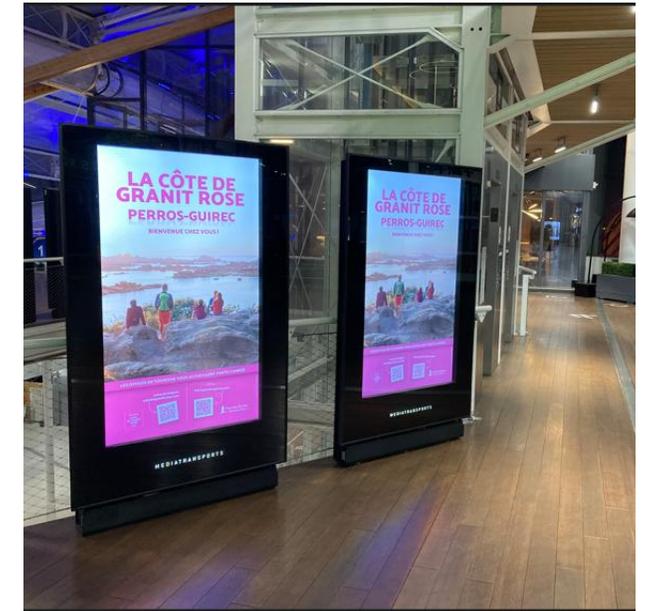
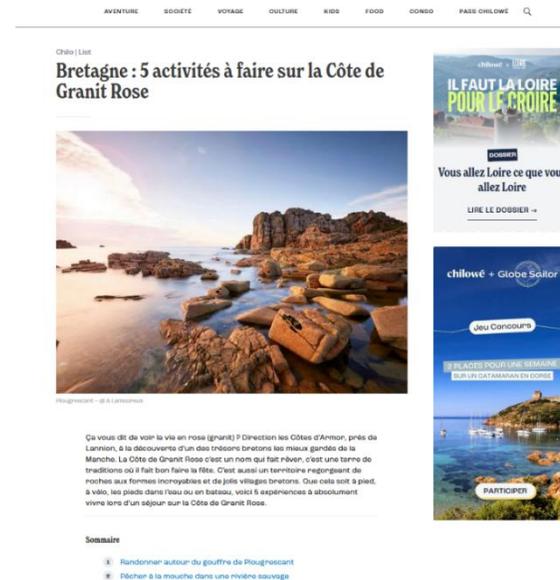


# 2. COMMUNICATION & PROMOTION

## 3/ Achat d'espaces publicitaires

« Seul » ou avec l'Office de Tourisme de Perros-Guirec avec des investissements dans de nouveaux médias

- Campagne d'affichage en gare de Rennes et Brest 15 jours
- Publi-rédactionnel sur le site Chilowe avec relais sur leur RS
- Achat d'espaces dans la presse grand public et filière : Bretagne Magazine, Figaro, Grand Reportage, Treck ...



# 2. COMMUNICATION & PROMOTION

## 4/ Guide du Routard Côte de Granit Rose – Perros-Guirec :

Profiter de la notoriété de la marque « Routard ».

Soirée de lancement / Relations presse / Intervention sur le salon T&N

Participation de Philippe Gloaguen



### PERROS-GUIREC GUIDE DU ROUTARD. La côte de Granit rose et le Trégor en édition spéciale

Huit ans après la première, une nouvelle édition du Guide du Routard Perros-Guirec côte de Granit rose fait découvrir les bonnes adresses et les endroits moins connus du secteur.

Après une première édition en 2016, le Guide du Routard revient à Perros-Guirec et sur la côte de Granit rose pour une nouvelle édition spéciale, mise en vente à partir du 15 avril 2024 dans les quatre départements de la Bretagne administrative et à Paris. Avec une des collections consacrées à la région Bretagne Nord ont déjà été publiés, il est le pour compter de former les meilleurs adresses du Trégor à tous les profils de voyageurs.

**« L'étalement du tourisme »**  
L'objectif de ce guide est de faire découvrir les endroits moins connus du secteur, ou il fait connaître ceux que dans les lieux les plus touristiques. « Ça permet de développer des endroits moins connus sur une région forte touristiquement pour étaler vers ces lieux, sur la survie du tourisme. C'est l'étalement », expose Philippe Gloaguen, fondateur du Guide du Routard et directeur de collection.



Cédric Rivier est venu sur le terrain inséparable pour sa sélection du Guide du Routard Perros-Guirec côte de Granit rose, fondé par Philippe Gloaguen.

« Le premier guide en 2016 avait eu un fort impact. Nous voulions le refaire en prenant le meilleur concept du Guide du Routard, qui est plus complet avec un renforcement sur certains sites moins visités. C'est un bon vecteur pour faire découvrir plein d'endroits du Trégor », expose Cédric Rivier.

« L'accueil est très important »  
De Lézardre à Plouguin, en faisant la vallée du Léguer et en passant par Lanvollon et entre les vallées de l'Arzère et de son sillon : « J'ai adoré. C'est très intéressant à faire, car le tableau est allé dans les terres. C'est un panel colossal », explique Cédric Rivier.

pour dans le Trégor à repérer les lieux à visiter pour conseiller au mieux les visiteurs (des bonheurs, du patrimoine, du sport, ou de la culture). Un travail de repérage qui nécessite d'être « sur le terrain » et d'abord un travail en amont avec beaucoup de recherches pour essayer d'affiner. Sur place, on discute beaucoup avec les gens, ils nous donnent leurs coups de cœur, ça nous permet de renforcer la sélection en fonction des profils. Après, on va voir, on apprend comment les personnes travaillent », raconte Cédric Rivier.

C'est là que l'observation entre en jeu pour savoir si oui ou non l'endroit mérite de figurer dans le guide. « Le rapport qualité/prix est l'un des premiers critères, mais on ne peut plus se baser que sur ça. L'accueil est devenu très important, car si on est mal reçu on passe un mauvais moment, il faut qu'on s'y sente bien ».

Il semblait que la côte de Granit rose et le Trégor dans son ensemble soient un territoire accueillant, selon les visiteurs de l'Arzère et de son sillon : « J'ai adoré. C'est très intéressant à faire, car le tableau est allé dans les terres. C'est un panel colossal », explique Cédric Rivier.

« C'est aussi un moyen de... », affirme Benoît Rivier.

• Mathis BOSSARD

## 5/ Présence sur des salons

Salons grands publics de tourisme et de loisirs en France principalement.

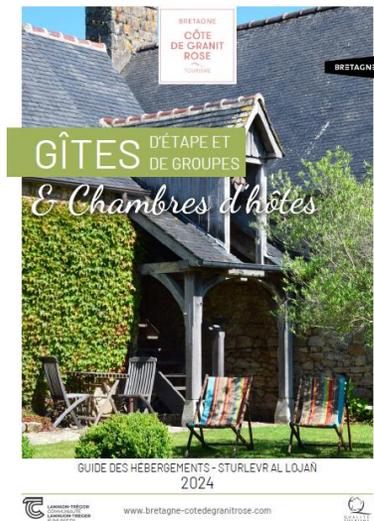
- Salon du Tourisme Rennes
- Salon de la Randonnée Lyon
- Salon des Loisirs Nature Paris
- Salon du Tourisme Bruxelles
- Salon du Tourisme Toulouse



## 2. COMMUNICATION & PROMOTION

### *La stratégie éditoriale*

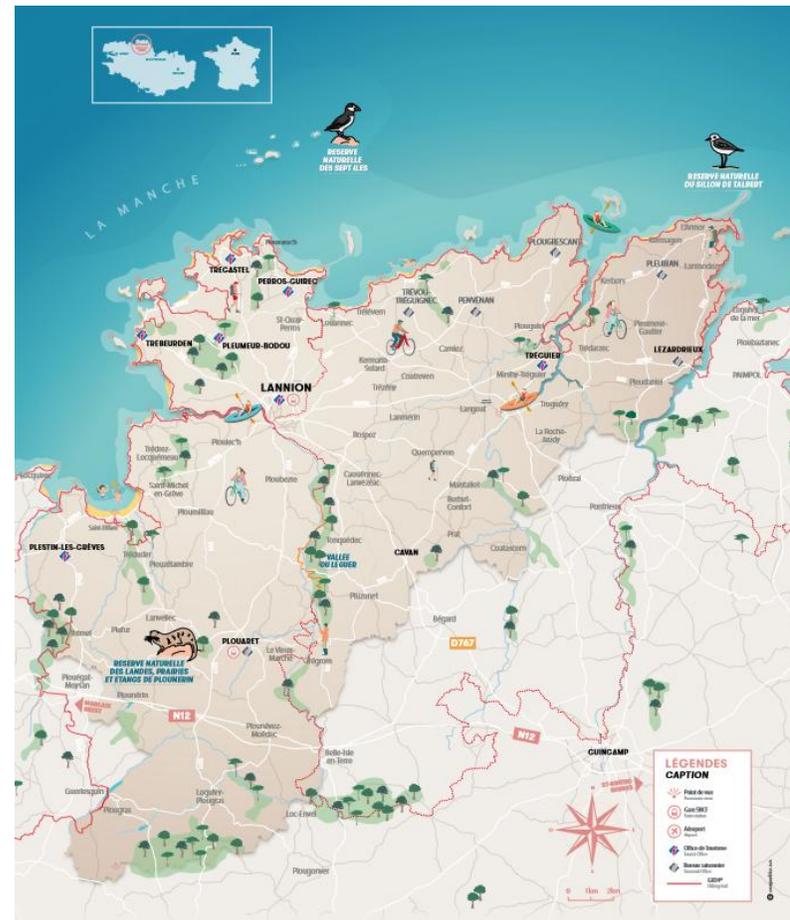
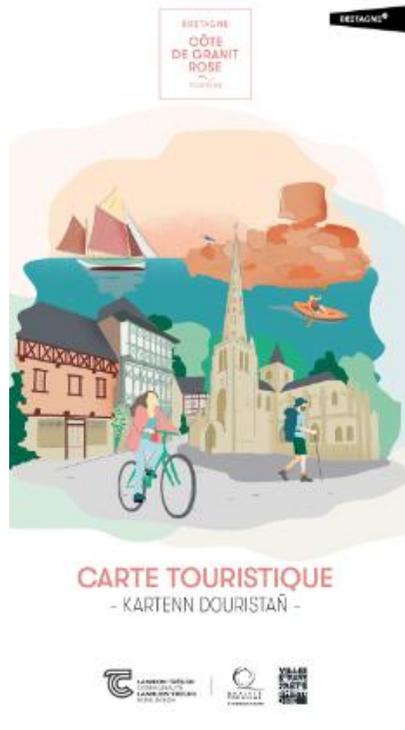
Création de **guides hébergement** en version 100% digitale en remplacement de la version papier. À chaque type de séjour correspond un guide : hébergements de plein air, hôtellerie, gîtes et chambres d'hôtes, hébergements locatifs, répondant ainsi mieux aux besoins des visiteurs et aux réalités économiques de l'Office



L'Essentiel, le magazine de l'Office de Tourisme Côte de Granit Rose réalisé en partenariat avec Perros-Guirec : 44 pages d'évasion et d'idées séjours pour séduire, donner envie aux prospects et visiteurs de venir sur la destination et de pratiquer des activités.

## 2. COMMUNICATION & PROMOTION

La nouvelle **carte touristique** : une seule carte pour présenter l'ensemble de la destination. Au verso on conserve les coups de cœur et les focus par zone de territoire. Cette carte est reprise par l'Office de Perros-Guirec. Elle est présente dans tous nos supports, en Office et chez les partenaires ou municipalités qui en font la demande.



## 2. COMMUNICATION & PROMOTION

### *La stratégie éditoriale digitale*

#### Le Site Internet

Poursuite de création de contenus expérientiels, de rédaction d'articles de blog notamment des paroles de Breizh pour incarner le territoire et valoriser l'humain.

Travail permanent sur le SEO pour le référencement naturel

- 942 082 utilisateurs (+38% vs 2023)
- 2 210 984 pages vues (+19% vs 2023)
- Durée moyenne de session 5min09'
  
- Top 5 des pages les plus vues :
  - Playlist : Agenda des animations
  - Expérience : Archipel des 7 îles
  - Expérience : Top 10 des plages
  - Offre : Tour de l'île grande
  - Expérience : Top des points de vues



## 2. COMMUNICATION & PROMOTION

### Gestion de la Relation Client (GRC)

Envoi de newsletter mensuelle pour fidéliser et donner envie de revenir séjourner sur la Côte de Granit Rose

- 198 556 mails envoyés
- 17 897 abonnés + 29,50% vs 2023
- 42,33% taux d'ouverture de mail

Envoi de newsletter trimestrielle avec Côtes d'Armor Destination et 8 autres offices du département

- 143 954 mails envoyés
- 41 157 abonnés
- 41,58% taux d'ouverture de mail
- OT Côte de Granit Rose : top 3 des clics/newsletter



En bord de mer, en pleine forêt ou à la découverte du patrimoine de la région, ici, il y a **une randonnée pédestre pour chaque envie...** Et chaque profil ! 🍷

En groupe d'amis, en famille, ou même en couple, il ne vous reste plus qu'à trouver vos compagnons de balade. 🍷

Attrapez votre sac à dos, les sentiers bretons n'attendent que vous !



Sur la Côte de Granit Rose, comme partout en France et dans le monde, chaque jour la mer se retire et revient 6h plus tard : c'est le **phénomène des marées** provoqué par l'attraction conjointe de la lune et du soleil. 🌊

Quoi de plus beau que de contempler ce spectacle ? 🌊

Suivez le guide !

# 2. COMMUNICATION & PROMOTION

## Replacer les Offices au cœur du territoire

### Relation presse locale / Les chiffres-clés :

- 58 articles publiés dans Ouest-France, Télégramme et Le Trégor.
- Bonne reprise des sujets « ultra locaux » : ouverture des bureaux saisonniers.
- La programmation estivale permet un fil rouge sur l'été avec les visites guidées et les rencontres de producteurs.
- Bonne reprise des sujets d'actualité :
  - Salon du Tourisme & Numérique
  - Bilan de saison touristique
  - Semaines du Tourisme Économique et des Savoir-Faire

#### PLOUGRESCANT

### Romane Giboire accueille les touristes cette saison



Anne-Françoise Piedallu, maire, Elisabeth le Calvez, Romane Giboire et Alexis Finance, au bureau d'information touristique de Plougrescant.

● Depuis lundi, Romane Giboire accueille les visiteurs au bureau d'information touristique de Plougrescant. Outre la randonnée, les balades, les animations et les balades en mer, Romane proposera également un service de billetterie. Elle renseignera également sur les sites naturels incontournables du Trégor,

les visites d'entreprises et tous types de loisirs qui sont réunis dans une brochure « Ici c'est la découverte ! ».

#### Pratique

Ouvert en mai, juin et septembre, du lundi au vendredi de 9 h 30 à 12 h 30 et de 14 h à 17 h 30 ; 7 jours sur 7 en juillet-août. Tél. : 02 96 05 60 70.

### TOURISME. La saison 2024 est là !



L'édition 2024 du guide du Routard se trouvait en bonne place aux côtés de Laurence Hébert, directrice de l'Office de tourisme communautaire, Ronan Le Manach, Bénédicte Boiron, vice-présidente de TTC en charge du tourisme et Didier Alno, directeur de l'Office de tourisme de Perros-Guirec (de g. à dr.).

2024 du Salon du tourisme a justifié son jumelage avec l'évènement « Tourisme et

#### Objectifs atteints

Les objectifs annoncés de cette journée, informer les hébergeurs de la variété et de la diversité de l'offre locale de loisirs, ont manifestement été atteints : renforcement de liens entre acteurs de l'animation touristique, approche enrichissante du numérique, tissage et renforcement de liens entre acteurs du tourisme...

#### Saison 2024 en vue

« Avec des réservations en avance de 10 % par rapport à l'an dernier, les indicateurs s'annoncent positifs », notent les professionnels locaux du tourisme « avec par ailleurs de bonnes réservations sur les longs week-ends du mois de mai ».

#### LOISIRS.

### L'office de tourisme dévoile ses animations

Programme des visites et billetterie, le livret de l'office de tourisme est rempli de bonnes adresses.

Pour la 4<sup>e</sup> année consécutive, l'office de tourisme de Lannion-Côte de Granit rose a sorti le guide « Ici, c'est la découverte » à 20 000 exemplaires. Il recense l'ensemble des produits marchands qu'il commercialise.



Balade ludique à Lannion avec la guide Ella. (F. Hunk)

#### « Aussi un outil pour les locaux »

Sous la houlette de Lannion Trégor communauté, le livret regroupe 39 partenaires et 62 offres de sorties ainsi qu'un calendrier des animations très pratique jusqu'au mois de décembre. Recueil de bons plans et de bonnes adresses donc, malgré l'absence de Perros-Guirec, qui ne figure pas dans le territoire couvert par l'office : « Ils ont une marque à part », rappelle Elodie Sineys, chargée du service de commercialisation et de valorisation du patrimoine. Si cette parution vise d'abord les touristes, la professionnelle insiste : « C'est aussi un outil pour les locaux qui découvrent ou redécouvrent leur région. »

tenaires ont également une visibilité dans le livret.

Les professionnels tâchent de s'adapter aux changements de la demande : « Il y a des visiteurs en recherche d'accompagnement. D'autres qui veulent qu'on leur réserve tout leur programme pour leur séjour. Et il y a ceux qui anticipent et préparent leur venue en février... »

#### Des guides sur place

Des guides rattachés au service de l'office de tourisme animent différentes visites. Exemple avec cette balade ludique dans les rues de Lannion,

à faire en famille pour résoudre quelques énigmes de l'histoire de la ville. « L'emblème de la ville de Lannion, c'est un agneau pascal » note la guide Ella, en exercice pour une visite préparatoire devant les maisons à pans de bois de la place du Général-Leclerc. Et c'est Noan, probablement inspiré du nom breton Dan (pour agneau) qui va guider les visiteurs pendant une heure...

● Efflam Le Cornec

● Visites et billetterie 2024 : [www.bretagne-cotedegrant-troise.com](http://www.bretagne-cotedegrant-troise.com)



### Les visites d'entreprise cartonnent en Bretagne

Biscuiteries, brasseries, industries... Les Bretons aiment pousser les portes des entreprises de leur territoire. De nouvelles visites sont organisées pendant les vacances de la Toussaint, dans le cadre des Semaines du tourisme économique.

#### Gallienne Bény

● Entre les Français et les visites d'entreprise, c'est une vraie histoire d'amour. En 2022, quelque 3 000 entreprises ont ouvert leurs portes à plus de 20 millions

de visiteurs, selon l'Observatoire d'entreprises et de données de l'Institut français de la statistique et de l'analyse. « Ce sont des visiteurs qui ont découvert les entreprises de leur territoire », note Gallienne Bény, directrice des relations publiques de l'Institut français de la statistique et de l'analyse. « C'est aussi un moyen de valoriser le territoire et de créer des liens entre les entreprises et les visiteurs. »

de tout à la crochebrève Grain de Sel, à Morlaix (21), l'aéroport de Rennes, le lycée agricole de Plouzeau (22), les entreprises de fabrication et d'entretien de bouillottes, sont très représentatives, notamment les brasseries et distilleries, les boulangeries. Et toutes, en fait, ont été visitées. Et toutes, en fait, ont été visitées. Et toutes, en fait, ont été visitées.

Pratique : [www.bretagne-economique.fr](http://www.bretagne-economique.fr)

# 2. COMMUNICATION & PROMOTION

## Publicité

Campagnes d'affichage + Achat d'espaces pub pour soutenir le service billetterie et les visites guidées (Ouest France, Télégramme, Le Trégor) + Encarts dans les bulletins municipaux de certaines communes

Radio : mise en avant de nos visites guidées Office, interviews de nos partenaires : visite autour du lin, la pêche, de Plounérin, de Théo Trégor Festival, ostréiculture + Annonces pub sur Océane, France Bleu Armorique, Millenium



## Pub presse locale



## Pub bulletins municipaux



## Le Mag Lannion

## Affichage local

TV Emission spéciale tourisme sur **Tébéo** :

- Diffusion juillet mise en avant des visites guidées proposées par l'OT : visite patrimoine de Lannion, les vélos de la baie et la ferme de Kernéan.
- Diffusion septembre : Semaine du tourisme économique et des savoir-faire

# 3. PARTENARIAT & COMMERCIALISATION

Renforcer la présence auprès des professionnels  
& engager une réflexion sur la relation partenaire

## PARTENARIATS

587 partenaires (-36 partenaires vs 2023) CA 2024 : 128 536 € T.T.C (- 3% vs 2023)

HEBERGEMENT 267

SAVEURS 136

LOISIRS 184

Service de livraison des éditions OT chez nos partenaires, mai 2024

- ✓ 71 hébergeurs professionnels livrés en Guide des Loisirs, Saveurs, Cartes touristiques et livret billetterie
- ✓ 57 Mairies du territoire de LTC livrées
- ✓ Pour les autres partenaires : livraisons sur bon de commande en BITs

Travail sur la refonte des partenariats :

- ✓ Commission de travail avec les membres du CODIR mi-février pour valider le nouveau fonctionnement des partenariats : 2 packs + des services optionnels
- ✓ Travail en commun avec les référentes partenariats pour le contenu des packs et services optionnels



# 3. PARTENARIAT & COMMERCIALISATION

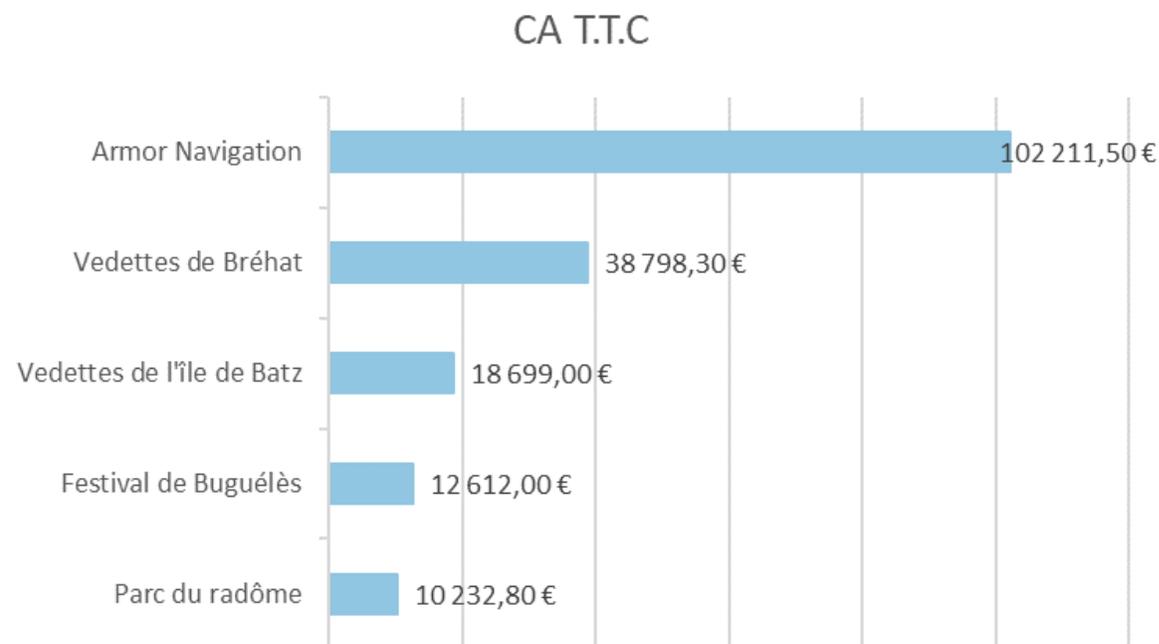
Renforcer la présence auprès des professionnels

## BILLETTERIE - 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 2024 s'élèvent à **230 500,40\* € TTC**.

37 partenaires  
Billetterie  
commissionnement  
> 22 645 € TTC

2019 = 119 213 € TTC  
2020 (covid) = 82 995 € TTC  
2021 = 128 415 € TTC  
2022 = 232 314 € TTC  
2023 = 235 112 € TTC  
2024 = 230 500 € TTC



# 3. PARTENARIAT & COMMERCIALISATION

## Organiser des éducteurs, rencontres ou RDV thématiques

### Salon du tourisme Avril 2024

- ✓ couplé avec l'événement **Tourisme & Numérique** co-organisé avec Anticipa et l'Office de tourisme de Perros-Guirec
- ✓ 78 exposants - 200 visiteurs.

65 rencontres lors de la campagne de partenariats 2023 – 2024

**GQD avec les restaurateurs sur la commune de Trégastel** : échange sur les services que propose l'OT, leurs problématiques et leurs besoins

**Éducteur des pros** le jeudi 26 septembre sur l'Agence 3 : découverte de la Roche-Derrien, déjeuner au restaurant Le Rendez-Vous puis visite guidée de Tréguier et découverte de 2 artisans. Une vingtaine de partenaires inscrits.

# 3. PARTENARIAT & COMMERCIALISATION

## Consolider la mise en réseau des professionnels

### NAUTISME & PLAISANCE



Destination Touristique Côte de Granit Rose – Baie de Morlaix, l'Office de tourisme CGR est référent pour :

- ✓ Le **Schéma Directeur du Nautisme et de la plaisance** : 54 prestataires, animation du comité technique et liaison avec les consultants. Animation des ateliers, mise en œuvre du plan d'action.
- ✓ **Les Projets Nautiques** : Rénovation / construction de centres nautiques : 2 projets finalisés (Roscoff et Tredrez) 3 en cours (Trégastel, Trébeurden et Cléder)

→ Montant global d'investissement 7 500 000 €

#### Lancement de l'Appel à projet : Aide à la transition sociale et environnementale des structures nautiques de la destination

- ✓ Des dépenses liées aux démarches écoresponsables et à l'optimisation des ressources
- ✓ Des dépenses de matériel technique facilitant la pratique aux primo-pratiquants, scolaires, et aux personnes en situation de handicap
- ✓ Des dépenses liées à l'amélioration des espaces et aménagements extérieurs
- ✓ Des dépenses "complémentaires à l'activité nautique" liées au développement des mobilités douces sur le lieu d'accueil

→ 150 000 € d'aide attribuée

# 3. PARTENARIAT & COMMERCIALISATION

Consolider la mise en réseau des professionnels

## NAUTISME & PLAISANCE

Filière **base nautique** du territoire Côte de Granit Rose :

- ✓ Montage, promotion et vente des produits facilitant la pratique nautique
- ✓ « Capitaine d'1 jour » CA TTC 3 850 €

Filière base **Port de plaisance** du territoire Côte de Granit Rose :

- ✓ Promotion des escales dans les ports de la Côte de granit rose à travers le « Guide du port ».
- ✓ 30 000 exemplaires diffusés dans les capitaineries de Roscoff à Granville, via Jersey.



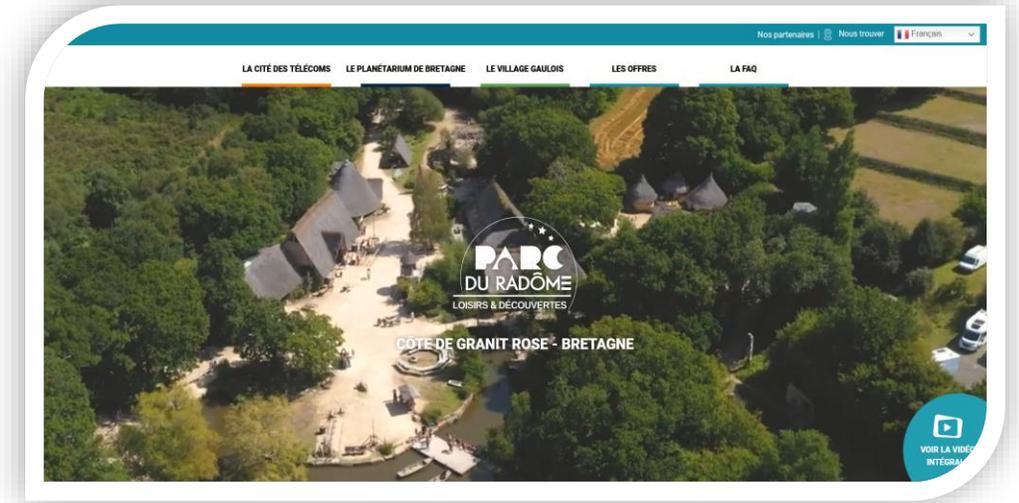
# 3. PARTENARIAT & COMMERCIALISATION

Consolider la mise en réseau des professionnels

## ÉQUIPEMENTS DE LOISIRS

### Parc du Radôme :

- ✓ Interface du plan de communication de la marque ombrelle Parc du Radôme : **+ 30 % de connexions**
- ✓ Portage, promotion et commercialisation du Pass « Parc du Radôme », **CA 10 200 €**



### Route des Loisirs :

- ✓ Edition, promotion et suivi de la « Route des loisirs »
- ✓ Mise en réalisation du dispositif sur mobile : [www.laroutedesloisirs.com](http://www.laroutedesloisirs.com)



# 3. PARTENARIAT & COMMERCIALISATION

Poursuivre la structuration et la valorisation de l'offre

Boutik 2024  
CA éditions Rando de l'OT = 12,7k €



## TOURISME VERT – RANDONNÉE ET VELO

### Application mobile

- Ajout des circuits vélo
- Près de 9000 utilisateurs uniques en 2024
- Nouvelle version mise en ligne en janvier 2025

### Actions de réseau

- Feuille de route Région « itinérance douce »
- Rencontres de la Vélomaritime®
- Suivi des itinéraires Mon Tro Breizh® et GR®34, et valorisation des hébergements partenaires proches des itinéraires.
- Cotech rando 22



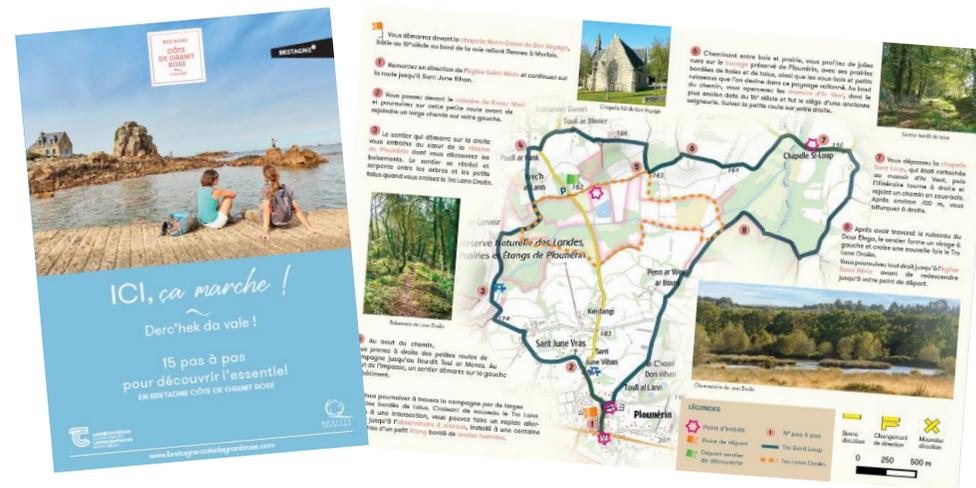
### Structuration des services

- Démarchage d'hébergeurs aux abords des grands itinéraires pour densification du maillage et labellisation.
- Rencontre de 15 partenaires rando



### Réédition « Ici ça Marche »

⇒ Relooking et ajout de 3 nouvelles fiches



### Réédition « Ici ça Roule »

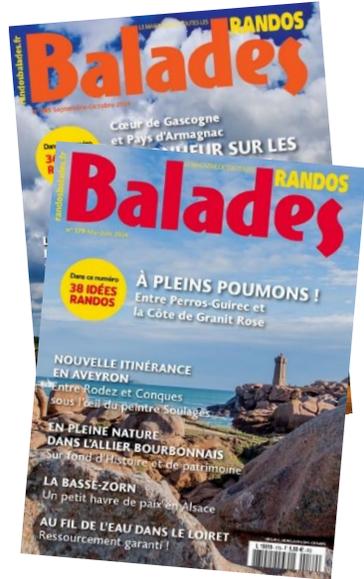
⇒ Relooking et ajout de 2 nouvelles fiches



# 3. PARTENARIAT & COMMERCIALISATION

Poursuivre la structuration et la valorisation de l'offre

## TOURISME VERT - RANDONNÉE ET VELO



### Accueils Presse

#### Magazine Balades

- ✓ Accompagnement de la journaliste
- ✓ 4 boucles de randonnée valorisées dans les n° de mai et septembre

#### Echappée vélo : itinérance à vélo sur La Vélomaritime et ses variantes

- ✓ Préparation du parcours et des étapes
- ✓ Dossier de 8 pages dans le n° de mai / article en ligne

#### Trace ta Route : itinérance à vélo sur La Vélomaritime

- ✓ Organisé en lien avec CAD
- ✓ Article de blog

#### I Trekking : itinérance à pied de la vallée du Léguer à la Côte de Granit Rose

- ✓ Préparation du parcours et accueil du journaliste
- ✓ Article de blog, relai RS

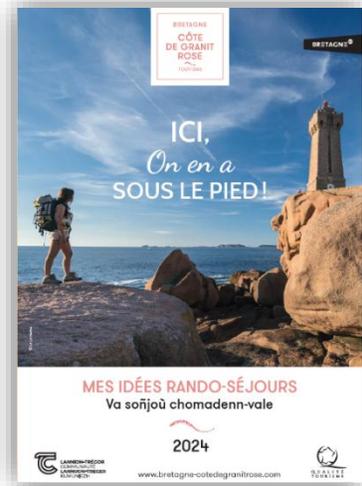
#### Team Wize : itinérance en trail sur le GR34 à l'automne

- ✓ Article de blog, relai RS

### Autres opérations de promotion

Achat d'espace pub dans le HS rando de Bretagne magazine  
Réalisation d'une série de podcast sur Océane FM (balades et randonnées)

Mise à jour de la brochure itinérance (tiré à 2 000 ex)



### Salon du Randonneur

du 22 au 24 mars

- ✓ 3 jours de salon
- ✓ 250 demandes guichet
- ✓ 20 roadbook personnalisés

### Web

- ✓ Création d'une dizaine nouvelles fiches itinéraire.
- ✓ Inspiration séjour à vélo => création de 4 pages détaillées.
- ✓ Création de 3 pages randonnée « one way » sur le GR34 sans voiture

# 3. PARTENARIAT & COMMERCIALISATION

Poursuivre la structuration et la valorisation de l'offre

## TOURISME VERT



### Constitution d'une photothèque

- ◆ 6 reportages au printemps, en début d'été et à l'automne pour un tourisme aux quatre saisons
- ◆ environ 700 photos
- ◆ 2 photographes professionnels et 1 photographe amateur averti



### Communication / rédaction de pages pour le site internet

- ◆ Refonte de la page Top 10 des animaux en lien avec le service patrimoine naturel
- ◆ Road trip en famille : nos 6 conseils pour voyager au vert avec la tribu !
- ◆ Création de pages « Mes Envies » croisant sites naturels et activités / expériences
  - ◆ Réserve du Sillon de Talbert
  - ◆ Réserve de Plounérin
  - ◆ Forêt de Beffou
  - ◆ Vallée du Jaudy/Guindy



# 3. PARTENARIAT & COMMERCIALISATION

Poursuivre la structuration et la valorisation de l'offre

## TOURISME VERT - FILIÈRE TOURISME HALIEUTIQUE

### Animation de réseau

Réseau d'acteurs : BIT, Fédération départementale, AAPPMA, guides, hébergements, BV Léguer et service espaces naturels LTC

- ✓ Co-construction du programme d'animation et supports de communication
- ✓ Suivi du Label Hébergement Pêche (5 sur LTC et 1 sur GPA)
  - ◆ Renouvellement pour 2 hébergements pêche
- ✓ Développement offre
  - ◆ suivi qualité des parcours (entretien, accès, signalétique...)
- ✓ Démarche Qualité / rencontres
  - ◆ dans 7 BIT : MO, FAQ, kit du pêcheur, formation du personnel, réglementation, actualités...
  - ◆ chez les 6 hébergeurs : FAQ, kit du pêcheur, réglementation, actualités...
- ✓ Communication
  - ◆ 20aine pages TI actualisées
  - ◆ 4 feuillets roadbook dont 1 espace de recommandation
  - ◆ création d'une page Les accès rivières Léguer et Guic géoréférencés : GPS, services, km de pont à pont...
- ✓ Promotion : Salon des pêches à la mouche - 17 et 18 février 2024
  - ◆ stand commun avec tout le réseau d'acteurs sous la bannière



300 ex



300 ex



500 ex



Pêche à la mouche



**Billetterie :** CA ventes cartes de pêche 9 828 € / CA animations pêche 733 €  
**Partenariat :** Fédération départementale, AAPPMA Léguer, 2 guides de pêche, 6 hébergements pêche

# 3. PARTENARIAT & COMMERCIALISATION

Poursuivre la structuration et la valorisation de l'offre

## TOURISME VERT - LEGUER EN FETE



- ✓ Animation du réseau public / privé
- ✓ Co-construction du programme
- ✓ Promotion de l'événement dans l'ensemble des supports de l'OT et diffusion

Balades Patrimoine	11 dates	432 participants
Découvertes	16 dates	538 participants
Exposition Intérieure	8 lieux	Non mesuré Mais lieux de forte affluence comme Maison du littoral
Exposition Extérieure	9 lieux	Non mesurable Mais lieux de forte affluence

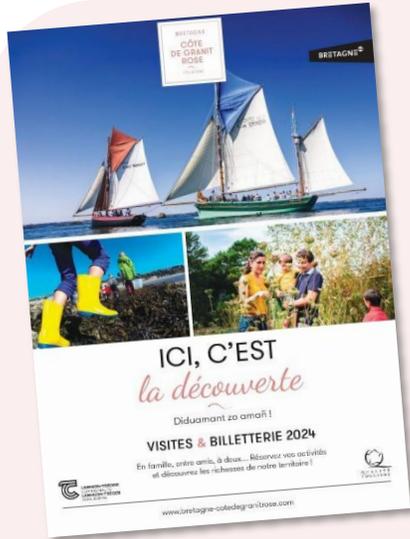


### Les chasses aux trésors de la Vallée du Léguer

- ◆ animation du réseau de bénévoles
- ◆ rechartage des 11 fiches parcours + fiches réponses
- ◆ maj des fiches TI + site internet + roadbook

# 3. PARTENARIAT & COMMERCIALISATION

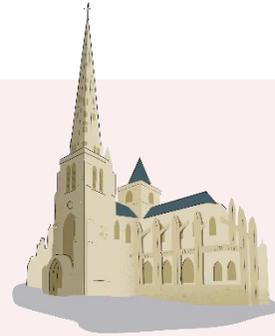
Poursuivre la mise en produit et en marché de l'offre  
Cible individuels



Nouveauté  
2024

## ICI c'est la découverte

- 2 638 visiteurs individuels (+ 5%)
- CA Visites guidées (individuels) :  
17 310 € (+ 6%)
  - CA 37% partenaires = 6 459 €
  - CA OT visites guidées = 36 768 €
    - ↳ 10 851 € individuels (1 702 personnes)
    - ↳ 25 917 € groupes
- Balade ludique : Les Aventures d'Aldéric à Tréguier



## Filière jardins

- Brochure « les parcs & jardins iodés »
- Valorisation filière sur nos guides anglais, allemand



## 4<sup>ème</sup> Ed. Semaines du Tourisme Economique & des savoir faire

- BZH : 457 entreprises (+ 14% vs 2023) / 12 271 participants (+ 71%)
- CGR & PG : 1 514 visiteurs (+108 %) / 39 entreprises et 292 créneaux
- 86% réservations en ligne
- CA : 20 987 € pour la Bretagne et 2 640 € (CGR + PG)  
1 224 € reversés à la SNSM (OTC) et 6 000 € reversés pour l'ensemble des territoires qui ont participé à l'événement

## Top 3 des nouveautés 2024

Kerwax

Armorique  
Vitrail

Phares et  
Balises

SEMAINES DU  
TOURISME  
ÉCONOMIQUE ET  
DES SAVOIR-FAIRE

# 3. PARTENARIAT & COMMERCIALISATION

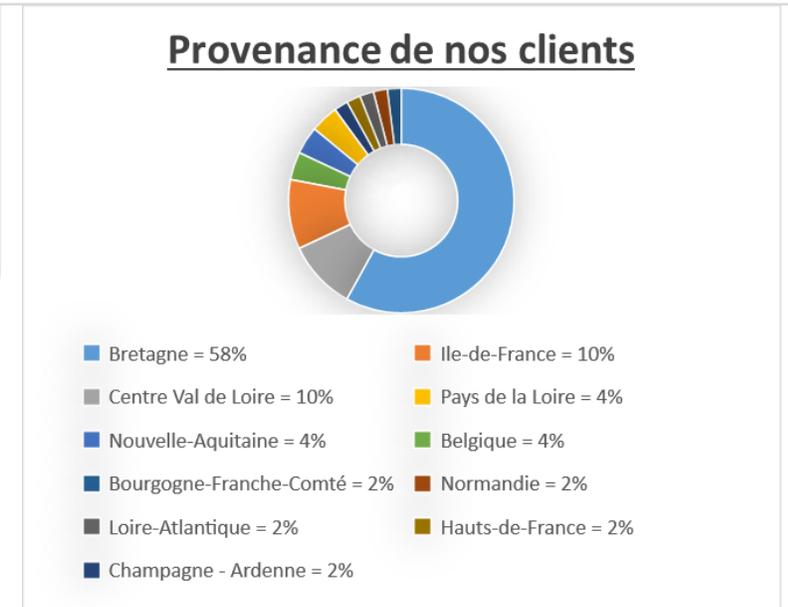
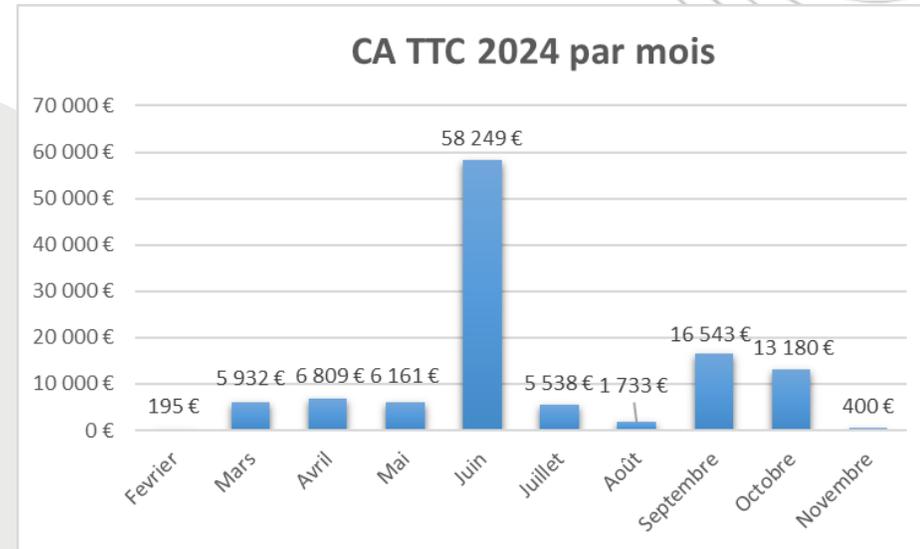
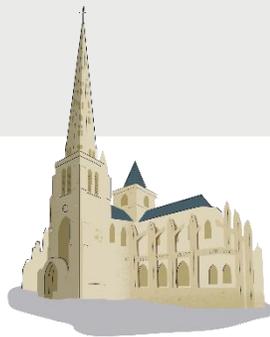
Poursuivre la mise en produit et en marché de l'offre  
Cible Groupes et petits groupes

## Service Réceptif

C.A TTC 2024 = 115k € TTC +30% (88 k€ TTC en 2023 et 64 k€ en 2022)

- Dont 15 k€ TTC +114% au titre du guidage Office (7 k€ en 2023)

- 58 dossiers : 6 séjours avec hébergement + 2 séjours sans hébergement + journées + 8 ½ journées + 34 visites guidées
- 1 490 personnes accueillies +64 % (905 en 2023)
- Le mois de juin représente 50% du C.A. de l'année
- Retombées économiques partenaires = 77 k€ +13% (68 k€ en 2023 et 45 k€ en 2022)
- Provenance de nos clients = Bretagne 58%
- Excellents retours clients



# 3. PARTENARIAT & COMMERCIALISATION

Accompagner les professionnels dans la montée en qualification – labellisation marque & classement

## Accompagnement



- 9 porteurs de projets accompagnés
- 25 hébergements labellisés Accueil Vélo dont 4 nouveaux et 3 revisites en 2024
- 1 structure de loisirs labellisée Accueil Vélo
- 24 hébergements labellisés Etape Rando Bretagne, dont 3 nouveaux en 2024
- 6 hébergements labellisés Pêche dont 2 revisites en 2024
- 12 marqués Qualité Tourisme

## Financement Destination Touristique Régionale



- Dossiers de financement de l'ingénierie du plan d'actions Destination Régionale
- Dossier de financement pour l'étude préalable à l'investissement dédié à l'accueil à la nuitée des randonneurs à proximité des itinéraires structurants et des Centres-bourgs en zone rurale

## Tourisme & Handicap



L'Office de Tourisme Côte de Granit Rose est marqué Tourisme & Handicap pour ses 6 bureaux permanents (Plestin Les Grèves, Lannion, Pleumeur-Bodou, Trébeurden, Trégastel, Tréguier) pour les quatre familles d'handicap : moteur, mental, auditif et visuel

- 5 partenaires labellisés T&H dont une revisite en cours : Hôtel Arcadia Lannion
- Réactualisation des 2 guides des lieux accessibles avec et sans hébergements



# 3. PARTENARIAT & COMMERCIALISATION

## Valorisation des partenaires et produits Boutik

L'Office de Tourisme génère un chiffre d'affaires boutique de 80 400 € (-1% vs 2023) pour une marge de 32 240 € (+3% vs 2023)

☞ un approvisionnement exclusivement français, breton et surtout local

☞ Des nouveaux fournisseurs en 2024 :

Brasserie L'armateur,  
Louzaoua,  
Editions Gisserot,  
Le Goût des Louzous

Nouveauté  
2024

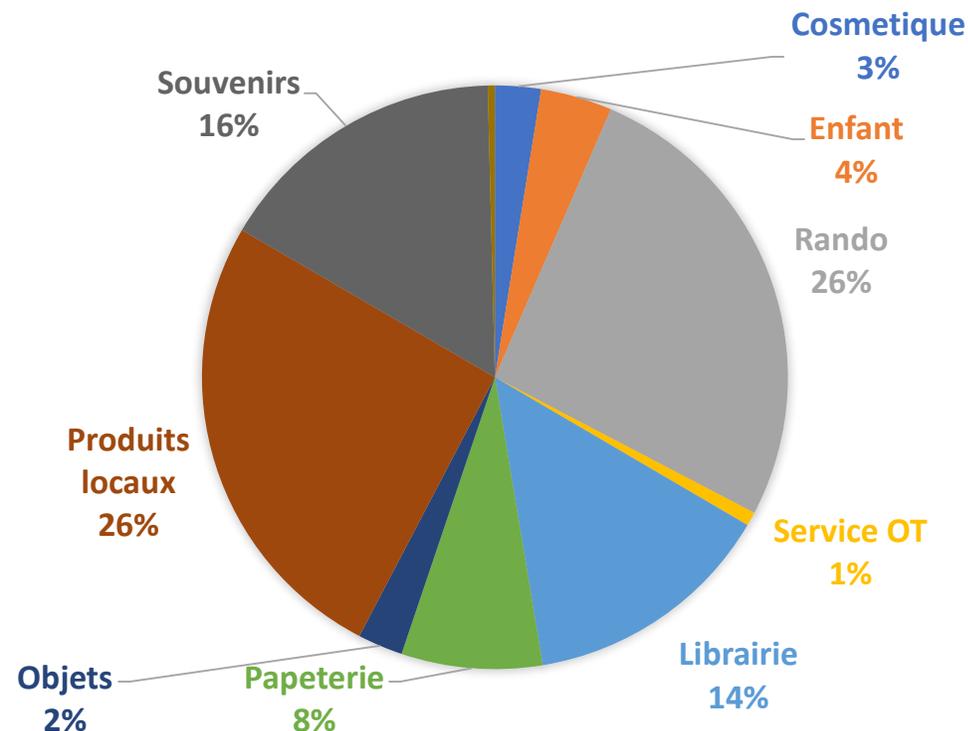


Marge BTK 32 240 €

Créations OT  
= 46% du CA

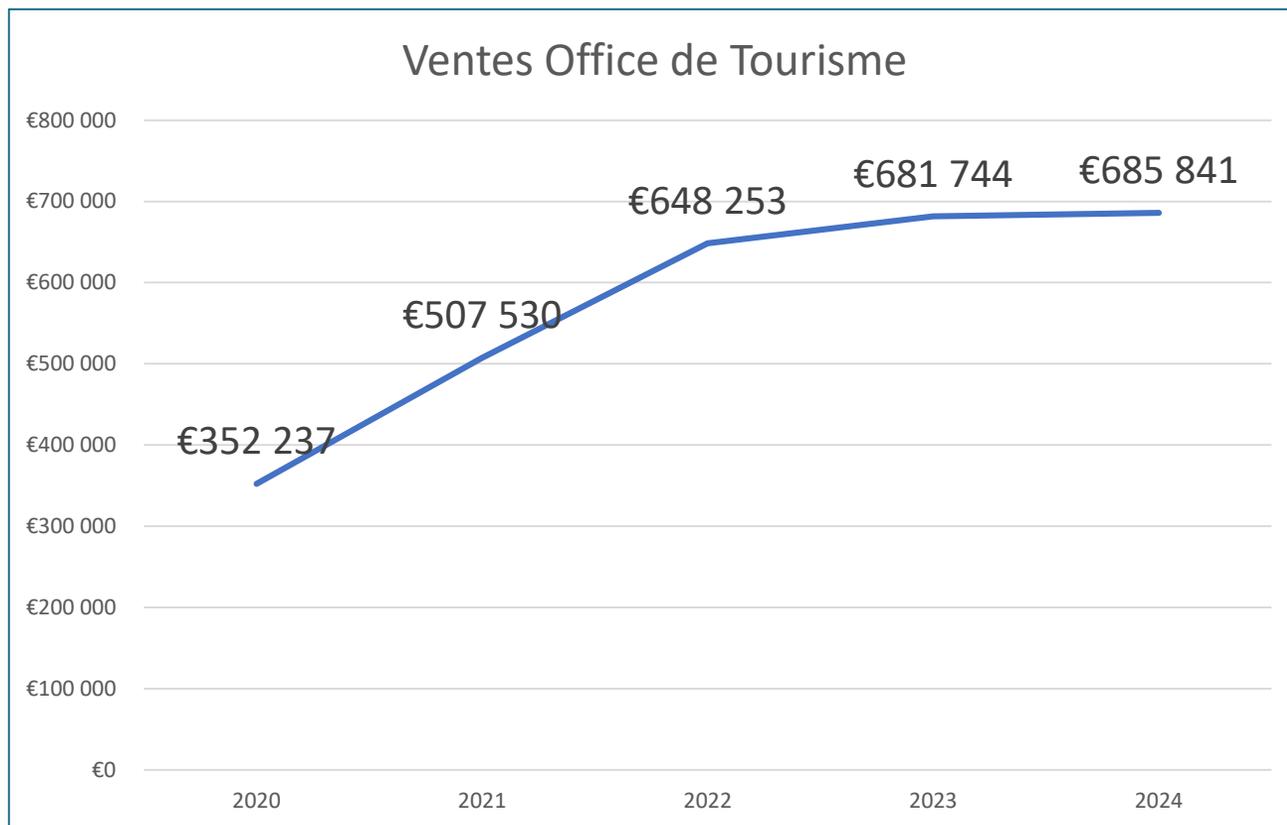
Près de 300 références

## VENTES PAR CATÉGORIES



# 3. PARTENARIAT & COMMERCIALISATION

## LES VENTES EN BUREAU D'INFORMATION TOURISTIQUE ET PAR LES CHARGÉS DE PROJETS



### Toutes nos ventes

Vente de billetterie	230 500 €
Ventes Boutik	80 400 €
Visites guidées (indiv)	10 850 €
Service Réceptif	115 000 €
Partenariats	128 536 €
Locations VAE (indiv)	54 376 €
Locations VAE (pros)	16 512 €
TILT	49 667 €

= 685 841 € TTC  
soit +0,60% vs 2023

# 4. QUALITÉ

Quelques chiffres pour illustrer la démarche qualité à l'office de tourisme en 2024 :

- 8 groupes qualité
- 1 groupe qualité de destination
- 1 atelier qualité collectif avec OTB pour partager de bonnes pratiques entre offices de tourisme
- 1 visite in situ de la chargée de mission qualité d'OTB
- 1 audit blanc en vue de l'obtention du Label Destination d'Excellence, avec un taux de conformité de 94,69% sur le pilier qualité et 79,01% sur le pilier écoresponsable
- Principales actions : refonte des indicateurs qualité, mise à jour de l'ensemble des documents qualité en vue de l'audit, création de deux questionnaires de satisfaction (accueil et roadbook), mise en place d'un plan d'actions pour assurer la transition de la Marque Qualité Tourisme vers le Label Destination d'Excellence



Indicateurs qualité	2024	2023
Remarques enregistrées (positives et négatives, dysfonctionnements, suggestions)	1 202	500
Réclamations	6	3
Réponses aux questionnaires de satisfaction	25	0
Avis Google	37	40
Avis Tripadvisor	10	1



# 5. MOYENS HUMAINS

Au 1/1/2024	CDI	CDD	Mis à dispo LTC (mobilité)	TOTAL
	30	5*	2	37

\*un remplacement AT, 1 remplacement de temps partiel, CDD contractuel de droit public et 2 apprentis

CDI au 1/1/24			
CONTRATS EPIC			
	Poste	Nbre de poste	Variation
Employés	1.3	5	+1
Agent de maîtrise et technicien	2.1	6	
Agent de maîtrise et technicien	2.2	7	
Agent de maîtrise et technicien	2.3	5	
Agent de maîtrise et technicien	2.4	4	
MIS A DISPOSITION DE L'EPIC			
Adjoint	Cat.C	3	
MIS A DISPOSITION DE EPIC VERS LTC (service mobilité)			
Employé	1.3	1	
Agent de maîtrise et technicien	2.1	1	
SOUS TOTAL CDI		32	
CDD au 1/1/24			
Attaché territorial	Cat.A	1	
Employés	1.2	1	+1
Agent de maîtrise et technicien	2.2	1	+1
Alternant communication		2	-1
SOUS TOTAL CDD		5	+1
<b>TOTAL</b>		<b>37</b>	

**BRETAGNE CÔTE DE GRANIT ROSE TOURISME**

**Présidents / Directrice Générale:** Bénédicte BOIRON, Laurence HEBERT

**Agence 1:** Marie RIOU (Responsable administrative), Cécile LE BRUN (Responsable Agence 1), Marie-France IRIEN (Conseillère séjour), Audrey MARTIN (Conseillère séjour), Marine LE ROLLAND (Conseillère séjour), Morgane OUEÑA (CS et Guide Conférencière), Yann JOSSELIN, Ella FOURNIER, Gaëlle LEROI, Isabelle JEZEQUEL (Conseillers séjour)

**Agence 2:** Elizabeth LE CALVEZ (Responsable Accueil et Information), Ronan LE MANACH (Responsable Agence 2), Mélissa BOIS (Conseillère séjour), Gwenaëlle DELCROIX (Conseillère séjour), Gwennaëlle MICHEL (Conseillère séjour), Emilie HAMEL (Conseillère séjour), François LE GUILLOUZO (Conseillers séjour), Nicolas HODICO, Yvonne BEOLET (Conseillers séjour)

**Agence 3:** Alexia FINANCE (Responsable Agence 3), Pauline BONNARD (Conseillère séjour), Viviana VASCON (Conseillère séjour), Karin DE JAECK, Antoine GROSSEMY (Conseillers séjour)

**Référente Démarche Qualité:** Marie FOSSEY

**Autres rôles:** Carole PRUD'HOMME (Responsable Communication et Promotion), Yvonne BEOLET (Chargée de mission Réseaux sociaux), Yann JOSSELIN (Chargé de projet Digital), Elodie SIRIEYS (Chargée de mission Editions), Audrey MARTIN (Chargée des Animations), Gaëlle LEROI (Guide Conférencière), Isabelle JEZEQUEL (Responsable Commercialisation et Partenariats), Ella FOURNIER (Guide Conférencière), Nicolas HODICO (Chargé de mission Nautisme et Struct. loisirs), Elodie SIRIEYS (Chargée de mission Commercialisation), Angélique CAROU-SCHOCKE (Chargée de mission promotion commerciale), Anastasiya JARDIN (Chargée de mission promotion commerciale), Marie KERRESPRES (Chargée de mission Partenariats), Angélique CAROU-SCHOCKE (Chargée de mission promotion commerciale), Anastasiya JARDIN (Chargée de mission promotion commerciale)

Décembre 2024  
CS = Conseiller (ère) en séjour

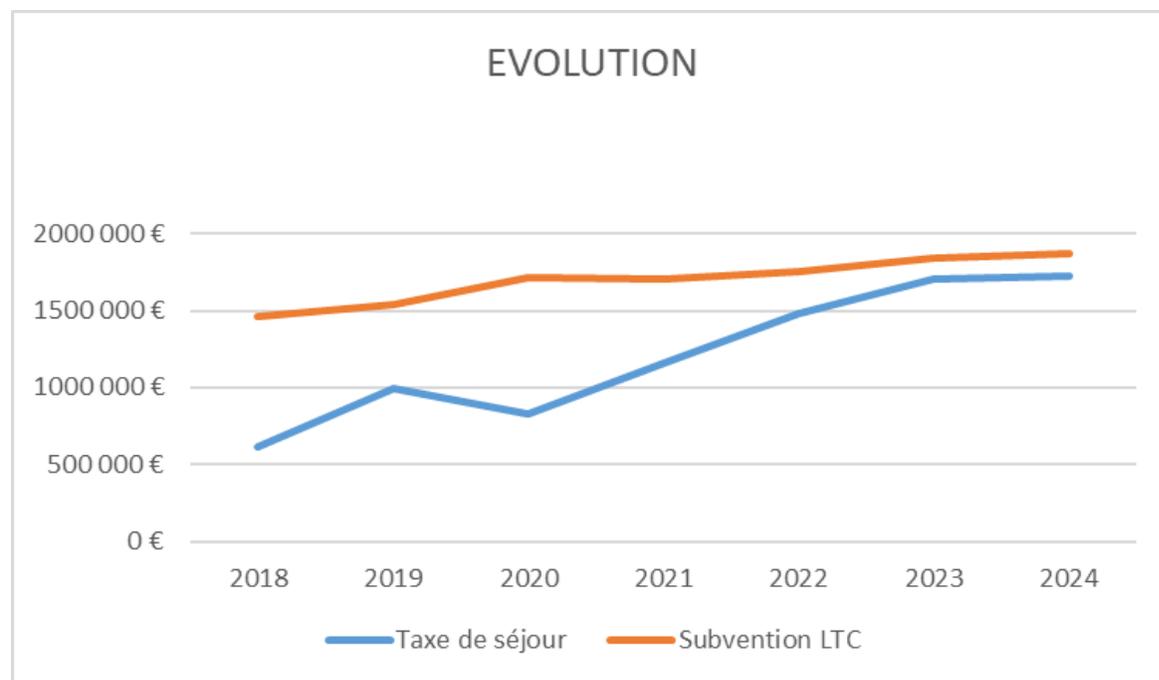
## 6. MOYENS FINANCIERS

### Taxe de séjour déclarée sur le site 3D Ouest

	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Montant	618 486 €	993 476 €	825 771 €	1 157 341 €	1 479 119 €	1 704 935 €	1 721 057 €
Evolution		61%	-17%	40%	28%	15%	1%

### Subvention versée par LTC

	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Montant	1 462 000 €	1 534 500 €	1 719 000 €	1 700 000 €	1 750 000 €	1 840 000 €	1 868 000 €
Evolution		5%	12%	-1%	3%	5%	2%



# 7. FORMATION DU PERSONNEL PERMANENTS

Nombre de demandes individuelles faites par les salariés/agents	77
---	----

*La commission formation s'est réunie le 15 février 2024*

Nombre de demandes individuelles acceptées	57
Nombre de demandes formulées par l'employeur	26

Nombre de formations réalisées (hors webinaire)	23
Nombre d'heures réalisées (hors webinaire)	1 162
Nombre de salariés/agents formés	30

Coût global des 15 formations payantes	14 136,00 €
Prise en charge par la subvention régionale AFDAS	7 832,10 €
Prise en charge par la subvention FNE AFDAS	4 078,90 €
Frais engagés sur le budget de l'EPIC	2 225,00 €

## Formations réalisées

Sauveteur secouriste au travail

Logiciels métiers

L'anglais professionnel du tourisme

Gérer les incivilités et situations  
agressives

Formation photo "Reportage  
extérieur«

L'IA au service de la production de  
contenus

Maîtriser les nouvelles dispositions  
juridiques et fiscales

...