



CONSEIL COMMUNAUTAIRE DU JEUDI 19 MAI 2021

Le Conseil Communautaire, convoqué par courriel en date du Vendredi 13 Mai 2022, s'est réuni le Jeudi 19 Mai 2022, à 18h, dans les locaux de Golfe du Morbihan - Vannes agglomération, au 30 rue Alfred Kastler, PIBS 2, à VANNES, sous la Présidence de Monsieur David ROBO, Président.

Etaient présents :

ARRADON : Pascal BARRET - Jean-Philippe PERIES
 ARZON : Roland TABART
 BADEN : Patrick EVENO - Anita ALLAIN-LE PORT
 BRANDIVY : Pascal HERISSON
 COLPO : Freddy JAHIER
 ELVEN : Gérard GICQUEL
 GRAND-CHAMP : Yves BLEUNVEN - Dominique LE MEUR
 ILE-AUX-MOINES : Philippe LE BERIGOT (départ à 19h10)
 ILE D'ARZ : Jean LOISEAU
 LARMOR-BADEN : Denis BERTHOLOM
 LE BONO : Yves DREVES
 LE TOUR-DU-PARC : François MOUSSET (départ à 19h00)
 LOCMARIA-GD CHAMP : Martine LOHEZIC
 LOCQUeltas : Michel GUERNEVE
 MONTERBLANC : Alban MOQUET
 PLESCOP : Loïc LE TRIONNAIRE - Françoise FOURRIER - Pierre LE RAY
 PLOEREN : Sylvie LASTENNET - Bernard RIBAUD
 PLOUGOUMELLEN : Léna BERTHELOT - Raynald MASSON
 SAINT-ARMEL : Anne TESSIER-PETARD (arrivée à 18h30)
 SAINT-AVE : Thierry EVENO - Morgane LE ROUX - André BELLEGUIC - Michaël LE BOHÉC
 ST GILDAS DE RHUYS : Alain LAYEC
 SAINT-NOLFF : Nadine LE GOFF-CARNEC - Eric ANDRIEU
 SARZEAU : Jean-Marc DUPEYRAT - Corinne JOUIN DARRAS
 SENE : Régis FACCHINETTI - Katy CHATILLON-LEGALL - Anthony MOREL
 SULNIAC : Marylène CONAN - Christophe BROHAN
 SURZUR : Noëlle CHENOT - Yvan LE NEVE
 THEIX-NOYALO : Christian SEBILLE - Christophe HAZO - Paulette MAILLOT
 TREDION : Jean-Pierre RIVOAL
 TREFFLEAN : Claude LE JALLE
 VANNES : David ROBO - Anne LE HENANFF - François ARS - Christine PENHOUE - Monique JEAN - Michel GILLET - Nadine PELERIN - Gérard THEPAUT - Hortense LE PAPE - Olivier LE BRUN - Chrystel DELATTRE - Fabien LE GUERNEVE - Latifa BAKHTOUS - Patrice KERMORVANT - Jean - Pierre RIVERY - Karine SCHMID - Maxime HUGUE - Virginie TALMON - Jean - Jacques PAGE - Simon UZENAT - Christian LE MOIGNE - Patrick LE MESTRE - Marie-Noëlle KERGOSENIEN

Ont donné pouvoir :

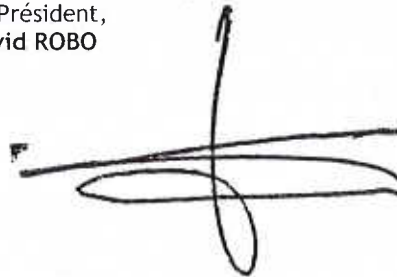
ARRADON : Lucile BOICHOT a donné pouvoir à Pascal BARRET
 ELVEN : Claudine LE BOURSICAUD-GRANDIN a donné pouvoir à Gérard GICQUEL
 ELVEN : Arnaud DE GOVE a donné pouvoir à Gérard GICQUEL
 GRAND-CHAMP : Moran GUILLERMIC a donné pouvoir à Dominique LE MEUR
 LA TRINITE-SURZUR : Vincent ROSSI a donné pouvoir à Christian SEBILLE
 LE HEZO : Guy DERBOIS a donné pouvoir à Anne TESSIER-PETARD
 LE TOUR-DU-PARC : François MOUSSET a donné pouvoir à Patrice KERMORVANT à partir de 19h
 MONTERBLANC : Gaëlle EMERAUD-JEGOUSSE a donné pouvoir à Alban MOQUET
 PLAUDREN : Nathalie LE LUHERNE a donné pouvoir à Yves BLEUNVEN
 PLOEREN : Gilbert LORHO a donné pouvoir à Bernard RIBAUD
 SAINT-AVE : Anne GALLO a donné pouvoir à Thierry EVENO
 SARZEAU : David LAPPARTIENT a donné pouvoir à Jean-Marc DUPEYRAT
 SARZEAU : Dominique VANARD a donné pouvoir à Corinne JOUIN DARRAS
 SENE : Sylvie SCULO Katy a donné pouvoir à CHATILLON-LEGALL

THEIX-NOYALO : Danielle CATREVAUX a donné pouvoir à Christophe HAZO
VANNES : Mohamed AZGAG a donné pouvoir à Karine SCHMID
VANNES : Armelle MANCHEC a donné pouvoir à Monique Jean
VANNES : Laetitia DUMAS a donné pouvoir à Simon UZENAT

Absents :

MEUCON : Pierrick MESSEGER

Le Président,
David ROBO

A handwritten signature in black ink, consisting of a vertical line that curves to the right at the top, then loops back down and crosses itself to form a stylized, abstract shape.

-22-

SEANCE DU CONSEIL COMMUNAUTAIRE DU 19 MAI 2022

PATRIMOINE, TOURISME ET EVENEMENTIEL

VALIDATION DU RAPPORT D'ACTIVITES 2021 DE GOLFE DU MORBIHAN VANNES TOURISME

Monsieur Roland TABART, Président de l'office de tourisme communautaire présente le rapport d'activités 2021 :

Le tourisme est en pleine mutation suite à la crise sanitaire avec une évolution importante des attentes des clientèles. Le plan de relance a permis d'accompagner les professionnels et la Bretagne a été, en 2021, l'une des destinations privilégiées par les français. L'office de tourisme, à son échelle, a mis en place un plan de relance, afin de soutenir les professionnels de son territoire, avec notamment des campagnes de communication s'appuyant fortement sur le digital.

Les chiffres clés 2021 témoignent de l'attractivité de notre destination :

- ⇒ Une fréquentation importante malgré un contexte sanitaire, social et économique compliqué :
 - 172 778 visiteurs accueillis dans les BIT de l'office de tourisme (+32% de fréquentation)
 - + 44,3 % de nuitées touristiques marchandes (2 833 091 nuitées)
 - + 142,3% de trafic sur le site web de l'OT (1 529 370 visiteurs)
 - Clientèle : 95 % française dont 17,7% Bretagne.
 - 252 City Pass vendus
- ⇒ Des recettes en augmentation :

Le budget de l'OT est d'environ 3 millions d'euros. Il est financé à hauteur de 65% par la taxe de séjour et de 35% par les ventes de produits/recettes exceptionnelles.

 - + 29% de recettes commerciales billetteries
 - Taxe de séjour collectée au titre de l'année 2021 : 2 268 270,71 €, contre 1 433 004,98 € en 2020 et 1 943 585,44 € en 2019
- ⇒ Des retombées économiques importantes pour le territoire avec un montant des dépenses touristiques générées par les nuitées marchandes de 162,8 MO € (selon ratios étude Reflet CRT).
- ⇒ Les grands projets menés par l'OT en 2021 : la charte du Voyageur, les Hippocampes, les parcours « ON PISTE/ROSSIGNOL », la semaine du tourisme économique et des savoir-faire...

Dans le cadre du nouveau schéma touristique, il sera nécessaire d'intégrer l'évolution du tourisme, en prenant en compte les attentes des clientèles qui peuvent se modifier rapidement selon le contexte sanitaire, social, économique, géopolitique, et de travailler en mode agile afin de pouvoir adapter les actions.

Des grands enjeux se dessinent pour le tourisme de demain :

- Un tourisme durable des 4 saisons : développer une fréquentation touristique tout au long de l'année.
- L'évolution du parc d'hébergements avec l'augmentation du locatif marchand et la mutation des résidences secondaires : les opérateurs numériques prennent de plus en plus de parts de marchés à l'image de Airbnb, ce qui impacte le parc de logements pour les habitants.
- L'hyper fréquentation sur certaines communes, qui nécessitera de s'interroger sur les capacités d'accueil sur certaines communes (littoral, îles) et plus globalement sur la mobilité à l'échelle de notre territoire.
- Le développement du tourisme d'affaires un enjeu fort avec la création de la SPL.
- Le projet UNESCO, qui va demander un accueil qualitatif des clientèles.
- La problématique de l'accueil des travailleurs saisonniers, notamment en terme de logement.

Vu l'avis favorable du Bureau du 6 mai 2022 et de la Commission Attractivité et Services à la Population du 12 mai 2022, il vous est proposé :

- *de valider le rapport d'activités 2021 de Golfe du Morbihan Vannes tourisme ;*
- *d'autoriser Monsieur le Président à prendre toutes les mesures nécessaires à l'exécution de la présente délibération.*

POUR : 84 VOIX

CONTRE : 0 VOIX

ABSTENTION : 1 VOIX

Affiché le 23/05/2022

Envoyé en préfecture le 23/05/2022

Reçu en préfecture le 23/05/2022

Affiché le

ID : 056-200067932-20220519-220519_DEL22-DE

RAPPORT D'ACTIVITES 2021 & PLAN D' ACTIONS 2022

2021, une dynamique de reprise



**Golfe du
Morbihan
Vannes**
TOURISME

(OFFICE DE TOURISME)
Golfe du Morbihan Vannes Tourisme

GOLFE DU
MORBIHAN
VANNES AGGLOMÉRATION

SOMMAIRE

	ÉDITORIAL	P. 3
1	IMPACT COVID-19 ANNÉE 2	P. 4
2	OBSERVATION TOURISTIQUE	P. 7
3	ACCUEIL & INFORMATION	P. 19
4	PROMOTION & COMMUNICATION	P. 29
5	COMMERCIALISATION GROUPES LOISIRS & AFFAIRES	P. 40
6	INGÉNIERIE & MANAGEMENT DE PROJETS	P. 43
7	GESTION & MANAGEMENT DE L'OT	P. 48
8	PLAN D' ACTIONS 2022	P. 55

**Golfe du
Morbihan
Vannes**
TOURISME

GLOSSAIRE

BIT	BUREAU D'INFORMATION TOURISTIQUE
BO	BACK OFFICE
BP	BUDGET PRIMITIF
CA	CHIFFRE D'AFFAIRES
CODIR	COMITÉ DE DIRECTION
COFIL	COMITÉ DE PILOTAGE
COTECH	COMITÉ TECHNIQUE
CP	COMMUNIQUÉ DE PRESSE
CM	COMMUNITY MANAGER
CRT BRETAGNE	COMITÉ RÉGIONAL DU TOURISME DE BRETAGNE
DM	DÉCISION MODIFICATIVE
DP	DOSSIER DE PRESSE
DMS	DOCUMENT MANAGEMENT SYSTEM
ETP	ÉQUIVALENT TEMPS PLEIN
FB	FACEBOOK
GMVA	GOLFE DU MORBIHAN VANNES AGGLOMÉRATION
GMVT	GOLFE DU MORBIHAN VANNES TOURISME
ON	OPÉRATEURS NUMÉRIQUES
OTB	OFFICES DE TOURISME DE BRETAGNE (FÉDÉRATION RÉGIONALE)
PNR	PARC NATUREL RÉGIONAL
RH	RESSOURCES HUMAINES
SADI	SCHÉMA D'ACCUEIL ET DE DIFFUSION DE L'INFORMATION
SB	SENSATION BRETAGNE
TS	TAXE DE SÉJOUR

LE MOT DU PRÉSIDENT ET DU DIRECTEUR

Envoyé en préfecture le 23/05/2022

Reçu en préfecture le 23/05/2022

Affiché le

ID : 056-200067932-20220519-220519_DEL22-DE

Chers amis, Chers partenaires,

Le millésime touristique 2021 symbolisera une **reprise** remarquée par l'ensemble des professionnels du tourisme, malgré un premier semestre de récession en raison des fortes restrictions sanitaires. La belle **dynamique** aura duré jusqu'à l'automne, et stoppée par la reprise épidémique dès le mois de décembre qui a généré à nouveau de nombreuses annulations et reports mettant à mal toute notre économie. Depuis 2020, c'est toute la Bretagne et, de facto Vannes et le Golfe du Morbihan qui auront su **résister, s'adapter, se réinventer, capitaliser** sur nos atours en pleine tempête Covid.

ROLAND TABART

Président de l'Office de Tourisme
GOLFE DU MORBIHAN VANNES TOURISME



ARNAUD BUREL

Directeur de l'Office de Tourisme
GOLFE DU MORBIHAN VANNES TOURISME



Depuis la fusion de 2017, aux côtés de notre Agglomération, dans le cadre d'un Schéma de développement touristique ambitieux, notre destination Golfe du Morbihan Vannes continue de s'affirmer avec notre Office de Tourisme communautaire qui axe de manière opérationnelle l'ensemble de ses actions autour du **MIEUX ACCUEILLIR**, et du **TOUTES SAISONS**. La clientèle française confirme sa recherche de nature, de culture, de terroir et d'authenticité. Notre **marque LA RENCONTRE AVEC L'EXCEPTIONNEL** poursuit son **ascension** et la **médiatisation** de notre territoire et de sa diversité : bleu, vert et ocre.

L'**attractivité** de notre territoire se confirme avec les bons chiffres de fréquentation à l'Office de Tourisme (+30 %) et la belle progression des nuitées (+44 %) sans toutefois revenir aux chiffres 2019 (-8 %). Il nous faut **positiver collectivement** ces bons résultats et nous tourner vers l'avenir pour faire face aux enjeux de demain.

Ensemble avec notre Agglomération, nous devons écrire un nouveau Schéma de développement touristique communautaire prenant en compte les nouveaux comportements, les nouvelles **attentes**, les mobilités, la **modernisation** de nos structures, nous fédérer autour du projet **UNESCO**, concrétiser le projet de **tourisme d'affaires**, faire du tourisme responsable un emblème cohérent de développement...en remettant **l'emploi** et les nouveaux emplois au cœur de nos politiques économiques.

Ensemble avec les professionnels du tourisme et l'ensemble des acteurs, nous demeurons persuadés que nous avons toutes les cartes pour réussir les transformations qui attendent notre destination, pour que la **promesse client** d'un séjour exceptionnel soit faite d'émotions, **d'hospitalité**, et de **générosité**.

Du tourisme de conquête plutôt que du tourisme de cueillette.
Penser son tourisme, plutôt que de le subir. Tout un programme.
Avec vous, et grâce à vous, nous serons au rendez-vous des mutations.

Du tourisme de conquête plutôt que du tourisme de cueillette.

Penser son tourisme, plutôt que de le subir. Tout un programme.

Avec vous, et grâce à vous, nous serons au rendez-vous des mutations.

VOYAGEONS ENSEMBLE

Envoyé en préfecture le 23/05/2022

Reçu en préfecture le 23/05/2022

Affiché le

ID : 056-200067932-20220519-220519_DEL22-DE



1 IMPACT COVID-19 ANNÉE 2

PLAN DE RELANCE DE L'ÉCONOMIE TOURISTIQUE

Un plan de soutien aux professionnels dans le cadre des partenariats 2022 a été voté lors du Comité de Direction du 15 juin (budget 100 000 €).



Dans la continuité du plan de relance voté en 2020, l'Office de tourisme, lors de son comité de direction du 30 mars 2021, a validé une **campagne de soutien aux hébergements** au printemps 2021 et, lors de son comité de direction du 15 juin 2021 a renouvelé le **plan de soutien aux professionnels** dans le cadre des partenariats 2022 (100 000 €).

CAMPAGNE DE SOUTIEN HÉBERGEMENTS

OBJECTIFS :

- Donner envie de Golfe du Morbihan toute l'année (tourisme 4 saisons)
- Convertir : générer des réservations en direct auprès des hébergeurs pour bénéficier des meilleurs tarifs.

CIBLES : Marchés de proximité, Grand ouest, à -2h

PRÉSENTATION DE LA CAMPAGNE :

- Présentation de la campagne :
- Durée : 3 semaines : **10 au 30 mai**
- **Message : « Réveillez-vous dans le Golfe du Morbihan ! »**
Alors que le confinement nous endort, le Golfe du Morbihan nous réveille !
Se réveiller : sortir du sommeil, sens figuré : reprendre une activité après un état d'inaction
- Url dédiée pour renforcer le message : **reveil-golfe.bzh**
- **CAMPAGNE MULTICANALE :**
Actions simultanées pour renforcer l'impact du message
Affichages urbains + campagne digitale + médias sociaux



CAMPAGNE DIGITALE

DISPLAY* SUR LES SITES ET APPLIS DU GROUPE OUEST FRANCE (Ouest France et Presse Océan)

- Ciblage zones géographiques en simultané des zones retenues pour la campagne d'affichages urbains
- Format pub : vidéo pour + impact



MÉDIAS SOCIAUX

- Publications sponsorisées sur Instagram et Facebook
- Ciblage zones géographiques en simultané des zones retenues pour la campagne d'affichages urbains + ciblage âges, centres d'intérêts.
- Format pub : visuel et/ou vidéo + jeu concours



AFFICHAGES URBAINS GRAND OUEST

- 300 faces : St Brieuc, Quimper, Rennes, St Malo, Nantes, Pornic/Pays de Retz, Angers, Granville.





IMPACT COVID-19 ANNÉE 2




JANVIER À MAI :

- Fermeture des restaurants. Mailing aux partenaires et valorisation des initiatives (drive, livraisons, horaires adaptés...) sur les réseaux sociaux, newsletters, site web...
- Gestion des annulations, remboursement et reports des réservations groupes et affaires

 **SAMEDI 3 AVRIL** : Fermeture de tous les BITS (confinement) - 7 saisonnières placées en activité partielle et télétravail généralisé pour l'équipe permanente.

 **LUNDI 3 MAI** : Réouverture des BITS

 **LUNDI 10 AU 30 MAI** : Campagne de soutien aux hébergements « Réveillez-vous dans le Golfe du Morbihan ». Marchés de proximité Grand Ouest.

IMPACT DU COVID-19 SUR LES NUITÉES TOURISTIQUES

NOMBRE DE NUITÉES	2017	2018	2019	2020	2021	ÉVOLUTION 2019/2021
JANVIER			51 227	52 772	65 532	+27,92 %
FÉVRIER			63 224	62 310	70 950	+12,22 %
MARS			82 446	28 064	82 166	-0,34 %
AVRIL			169 883	9 076	59 941	-64 %
MAI			227 741	26 173	224 714	-1,33 %
JUIN			315 710	112 068	256 903	-18,63 %
JUILLET			586 774	492 115	660 303	+12,53 %
AOÛT			795 546	730 695	800 300	+0,60 %
SEPTEMBRE			490 878	254 550	336 603	-31,43%
OCTOBRE			157 963	155 573	161 867	+2,47 %
NOVEMBRE			71 959	20 256	82 798	+15,06 %
DÉCEMBRE			97 481	34 027	63 984	-34,36 %
TOTAL NUITÉES	1 742 681	2 709 396	3 110 832	1 977 679	2 866 091	-7,87 %
TOTAL DES DÉPENSES TOURISTIQUES GÉNÉRÉES PAR LES NUITÉES MARCHANDES*	98,9 Mo €	153,9 Mo €	177 Mo €	112,5 Mo €	162,8 Mo €	-14,2 Mo €

*Source : Enquête Reflet 2016

IMPACT COVID-9 SUR L'ACTIVITÉ COMMERCIALE GROUPES & AFFAIRES

CA GROUPES ET AFFAIRES :

2017 : 214 731 € | 2018 : 299 136 € | 2019 : 361 580 € | 2020 : 30 478 € | 2021 : 145 740 €

-59,6 % (2019/2021)

2

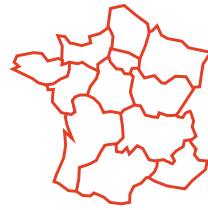
OBSERVATION TOURISTIQUE

“ L’institutionnel doit être en capacité d’agréger de la donnée massive pour fournir aux acteurs du tourisme des recommandations de stratégie servant véritablement leur intérêt.





**59% DES FRANÇAIS
SONT PARTIS EN
JUILLET ET AOÛT**
(contre 53% en 2020)



**89 % DES PARTANTS
ONT SÉJOURNÉ EN
FRANCE**

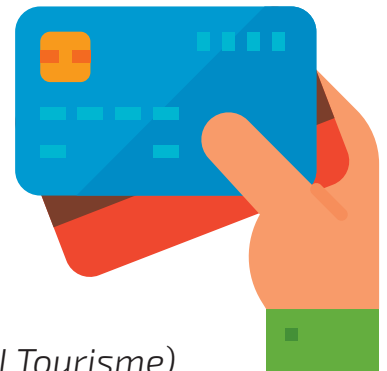


**LES SÉJOURS DU LITTORAL ARRIVENT
EN TÊTE (4/10 DES SÉJOURS)
SUIVIS PAR CEUX EFFECTUÉS À LA CAMPAGNE**

LE TOURISME EN FRANCE REPRÉSENTE

- 7,3 % du PIB
- 2 millions d'emplois,
- 173 milliards d'euros de recettes touristiques
- 313 000 entreprises
- La France capte aujourd'hui 3,5 % des flux mondiaux

Poids du tourisme en France (données Atout France et ADN Tourisme)



TENDANCES RÉGIONALES & LOCALES

EN BRETAGNE

- La Bretagne plébiscitée dans les intentions de départs
- 73 % des professionnels sont satisfaits de la fréquentation touristique
- Un été meilleur que celui de 2020 mais inférieur à 2019

EN MORBIHAN

- Malgré une météo maussade en juillet comme en août, les professionnels morbihannais sont satisfaits des résultats enregistrés, avec un chiffre d'affaires en août stable ou en hausse par rapport à 2020 pour 74 % des interrogés. Il faut toutefois souligner que la fréquentation reste inférieure à 2019 pour près de 40 % des interrogés... mais dans le contexte actuel, les professionnels relativisent.
- Baisse comparé à 2019

EN GOLFE DU MORBIHAN

- Un été 2021 satisfaisant, malgré une diminution de la fréquentation au mois de juillet, mais qui reste inférieur à l'année 2019.
- Progression très significative du site web sur l'été : juillet +157 %, août +195 %, et des demandes à distance (messageries, chat, mail, téléphones)
- Augmentation de la fréquentation cumulée des Bureaux d'Information Touristique de 35,69% pour l'année 2021 (par rapport à 2020).
- Augmentation des ventes de janvier à septembre 2021 : 26,3 %
- Baisse des ventes du City Pass en raison de la crise sanitaire : 252 (536 en 2020)
- Belle reprise du tourisme d'affaires, événementiel et de groupes depuis le mois de septembre.

EXTRAITS CHOISIS

Les extraits choisis suivants permettent de mieux appréhender l'analyse de l'économie touristique et l'évolution des comportements en matière de voyage, pour mieux projeter notre territoire dans le futur.

Demain, peu à peu, la priorité va être donnée à la mise en scène du patrimoine, de la culture locale, du beau, de l'art, des forêts et des bocages, c'est ce que j'appelle l'esprit des lieux. Mais attention: il ne s'agit surtout pas d'être archaïque ou folkloriste. Au contraire, il faut être hyper connecté et savoir mettre en avant son unicité. Et ne pas oublier la création, la culture, qui sera le patrimoine de demain.

Le tourisme de masse doit impérativement être réduit le plus possible sinon il va tuer l'idée même du tourisme

Comme après chaque victoire, même difficilement arrachée, les sociétés changent ; les hiérarchies sont bousculées ; les imaginaires, secoués

Certains seront pour une écologie d'investissement capitaliste, de croissance, de développement, d'autres, pour une écologie de décroissance ; mais on sera sur la même toile de fond, le même enjeu de civilisation

Il faudra toujours se voir. Mais, dorénavant, la première question que l'on se posera sera : peut-on le faire par Zoom, Skype ou autre ? Cela va transformer la bi-organisation du territoire, passant d'une culture résidence secondaire à une culture bureau secondaire...

Le numérique vient de gagner la bataille du lien entre les hommes. La fée électrique triomphe et le lien virtuel écrase tout, reléguant à la marge, les trop vieux, les peu lettrés, les vallées mal raccordées...

Il y a un vrai enjeu qui est de redonner un sens positif au tourisme

Les salons offrent de plus en plus de conférences. Et les congrès de plus en plus d'expositions. Celui qui vient dans un salon a envie d'avoir du contenu, de connaître les tendances et de pouvoir échanger. A l'inverse, les congrès ont besoin d'espaces pour se financer. Les deux un vers doivent se rapprocher.

L'art de vivre concurrence l'art de produire..."

Sources :

Jean Viard "La Révolution que l'on attendait est arrivée"
Fondation Jean Jaurès, Editions de l'Aube, Jacques Lacan, Romain Pommier Tour Mag,
Pierre-Louis Roucaries (Unimev), Jean-François Rial (OT Paris, Voyageurs du Monde)

CHIFFRES CLÉS 2021

OFFICE DE TOURISME



11 567 -64%
 connexions aux hotspots WIFI
 gratuit GOLFE MORBIHAN



17 542 +16,8%
 igers Instagram



5 853 +5,2%
 followers Twitter



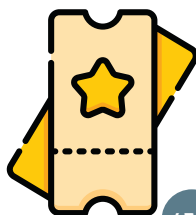
103 142 +3%
 abonnés



815 +32,5%
 abonnés Youtube



21 278,45 € +255%
 CA vente en ligne



252 -47,2%
 City Pass vendus



Budget OT :
3 M €
 Recettes :
65 % Taxe de séjour
35 % Ventes de produits
 & Recettes exceptionnelles



485 112 € +29%
 CA vente guichets BIT



60 315 +4,5%
 contacts au sein
 du fichier GRC GMVT



2 866 091 +44,3%
 nuitées touristiques



1 539 587 +40,6%
 visiteurs sur le site web
 golfedumorbihan.bzh
 4 264 178 pages vues (+36.7%)



704
 partenaires



**MONTANT DES DÉPENSES
 TOURISTIQUES GÉNÉRÉES
 PAR LES NUITÉES
 MARCHANDES***
162,8 MO € +44%

*Source : Enquête Reflet 2016

TAXE DE SÉJOUR

Envoyé en préfecture le 23/05/2022
 Reçu en préfecture le 23/05/2022
 Affiché le
 ID : 056-200067932-20220519-220519_DEL22-DE

LA TAXE DE SÉJOUR (TS)

Votée par Golfe du Morbihan Vannes agglomération, la taxe de séjour est reversée dans son intégralité par GMVA, à l'office de tourisme, afin d'assurer ses missions. Elle est collectée toute l'année. Elle doit être perçue par l'hébergeur auprès des clients pour être ensuite reversée chaque mois au régisseur Annaïck Eveno. Une plateforme de télédéclaration est à leur disposition.

+infos sur <https://golfedumorbihan.taxesejour.fr>



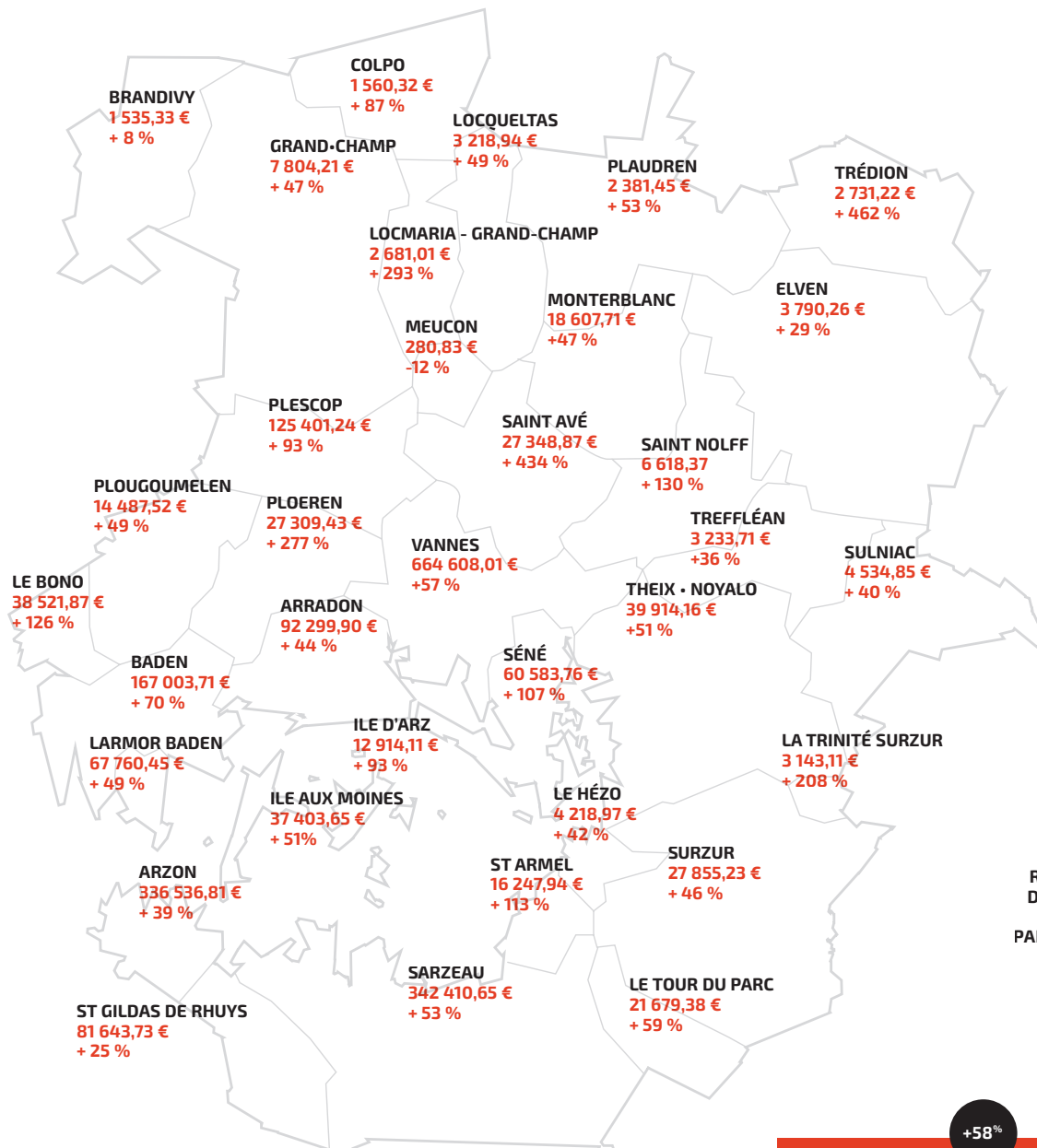
2021

6 770

QUITTANCES

+28,8%

RÉPARTITION DU MONTANT DÉCLARÉ PAR COMMUNE du 01/01/2021 au 31/12/2021



* Dont 673 736 € collectés par les opérateurs numériques soit 30 % de la collecte totale

RÉPARTITION
DU MONTANT
DÉCLARÉ
PAR COMMUNE



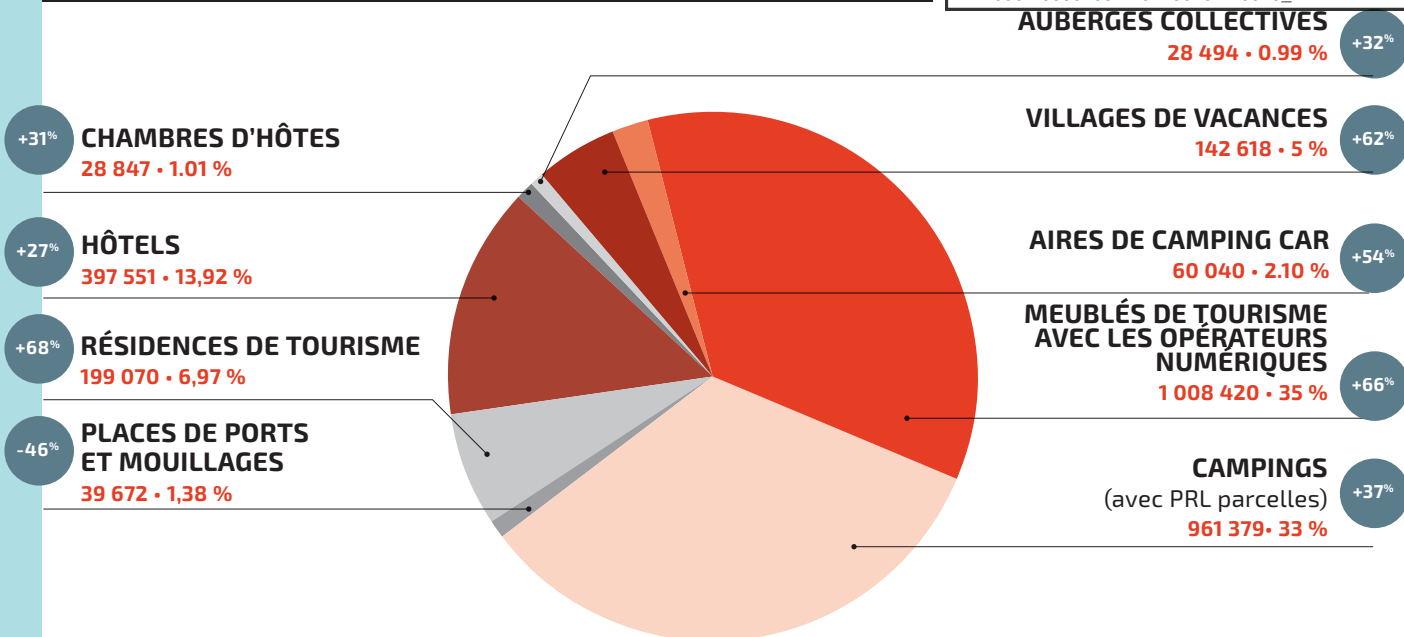
+58%

TOTAL 2021 :

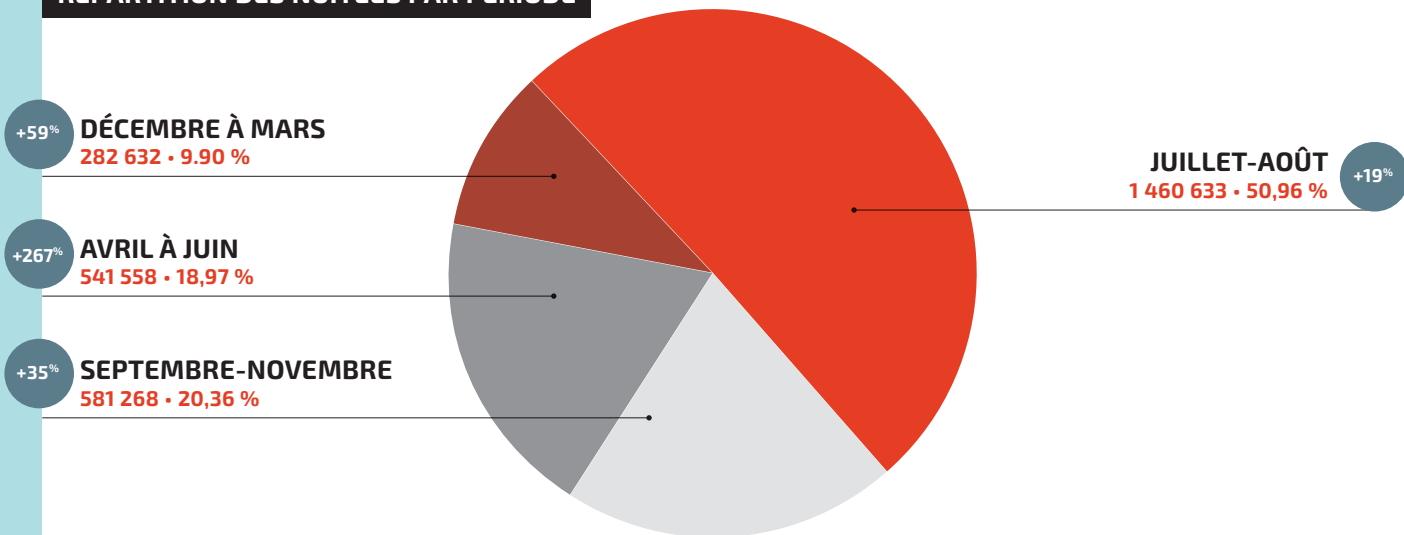
2 268 270,71 €*

2017 : 1 496 466,39 € | 2018 : 1 843 475,00 € | 2019 : 1 943 584,44 € | 2020 : 1 433 003,98 €

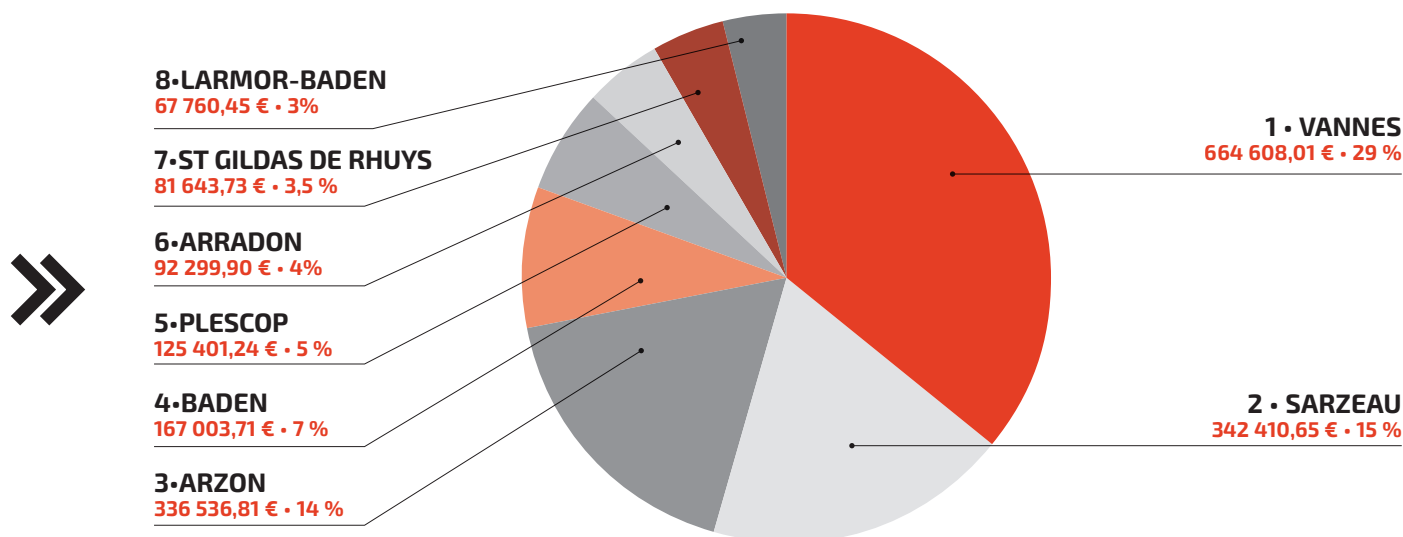
RÉPARTITION DES NUITÉES PAR TYPE D'HÉBERGEMENT MARCHAND



RÉPARTITION DES NUITÉES PAR PÉRIODE

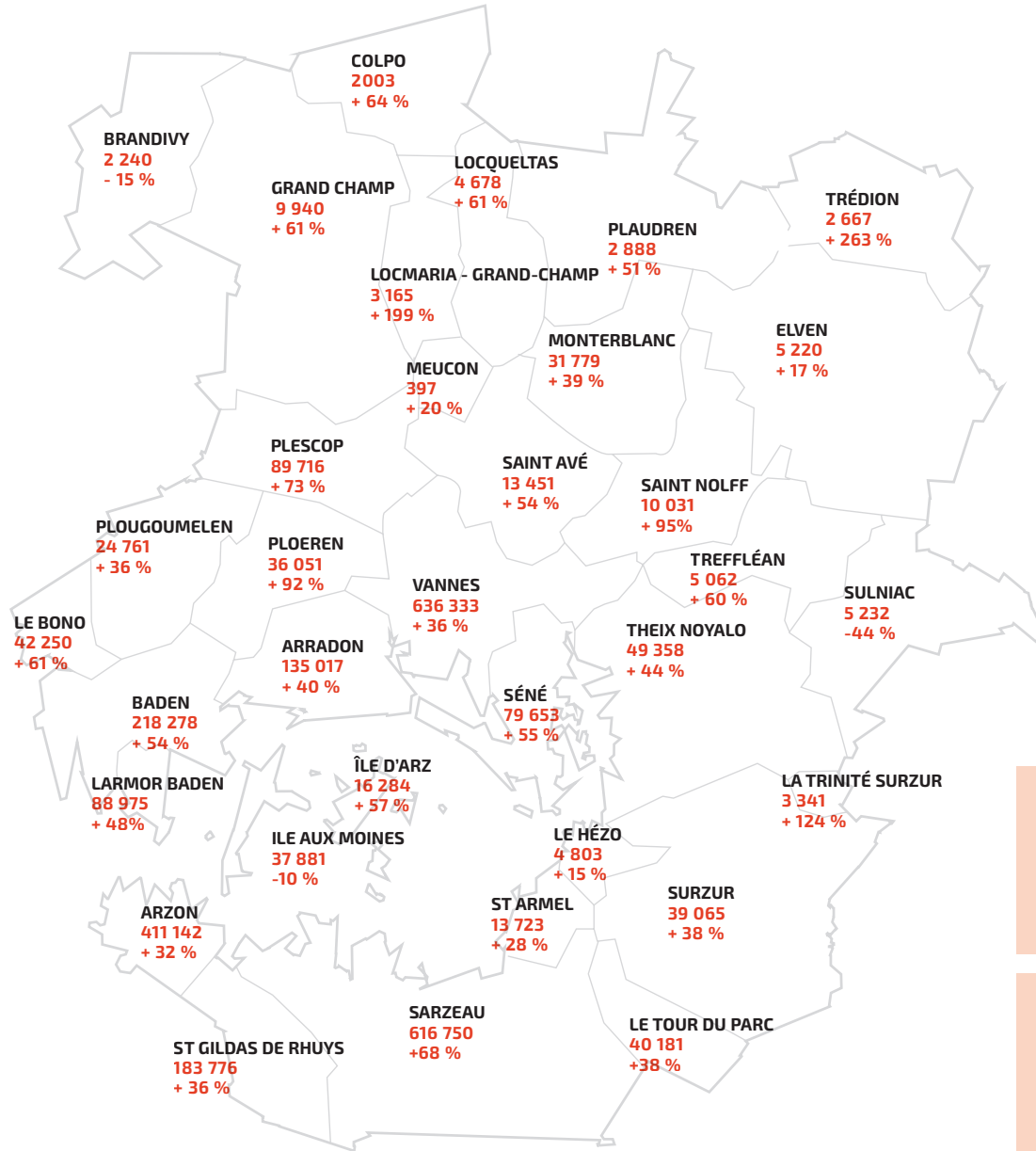


RÉPARTITION DU MONTANT DÉCLARÉ PAR COMMUNE



RÉPARTITION DES NUITÉES PAR COMMUNE

*HYPOTHÈSE BASSE, NUITÉES DÉCLARÉES TS **SOURCE : ENQUÊTE REFLET 2016



162,8 Mo €
MONTANT DES DÉPENSES
TOURISTIQUES GÉNÉRÉES
PAR LES NUITÉES
MARCHANDES**

 TOTAL
2021
+45%
2 866 091*
NUITÉES

2017 : 1 742 681 | 2018 : 2 709 396 | 2019 : 2 985 018 | 2020 : 1 977 679

AUTRES COMMUNES

664 795 • 23 %

6 • ARRADON
135 017 • 5 %

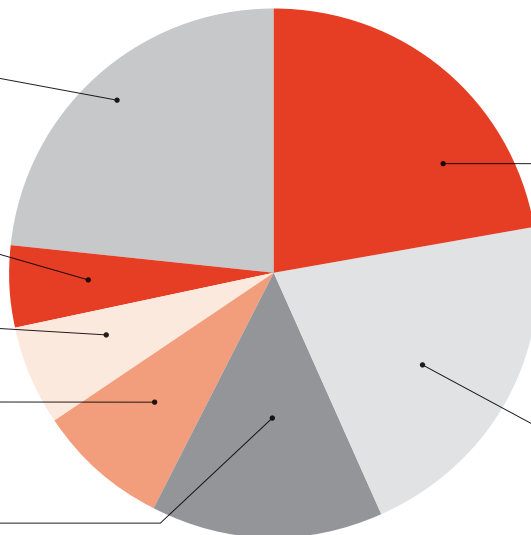
5 • ST GILDAS DE RHUYS
183 776 • 6 %

4 • BADEN
218 278 • 8 %

3 • ARZON
411 142 • 14 %

1 • VANNES
636 333 • 22 %

2 • SARZEAU
616 750 • 21 %



** Source : Enquête Reflet 2016

OPÉRATEURS NUMÉRIQUES



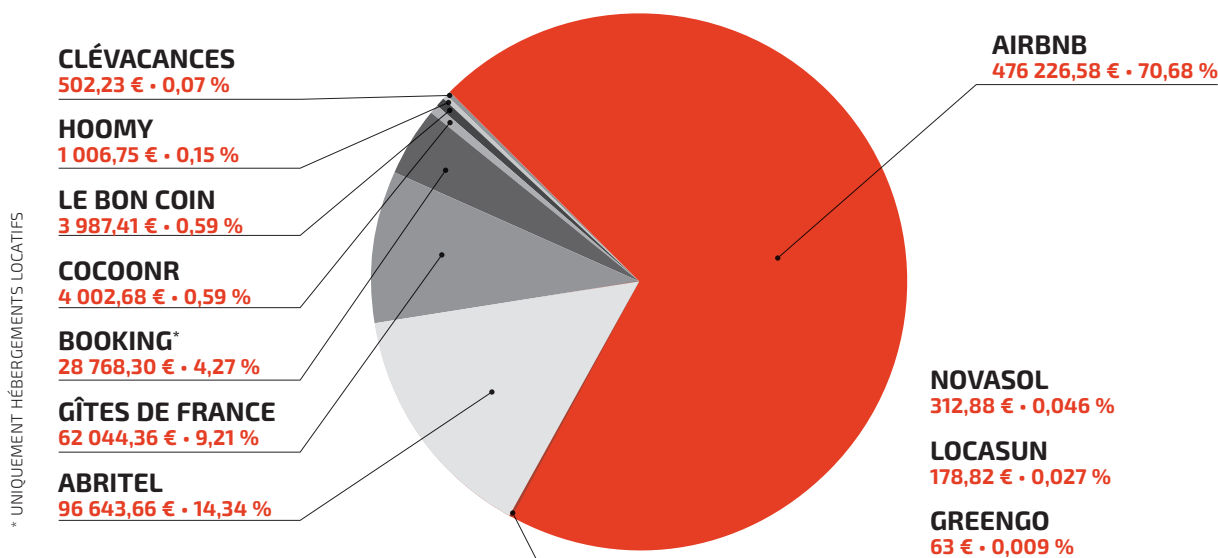
Selon la loi de finances de 2019, les opérateurs numériques (ON), ex : Airbnb, Abritel, Booking, Gîtes de France etc... doivent prélever la taxe de séjour lors des réservations. Ils doivent appliquer les tarifs en vigueur selon les territoires. Cette taxe de séjour est reversée aux collectivités en fin d'année.

PROGRESSION 2020 - 2021

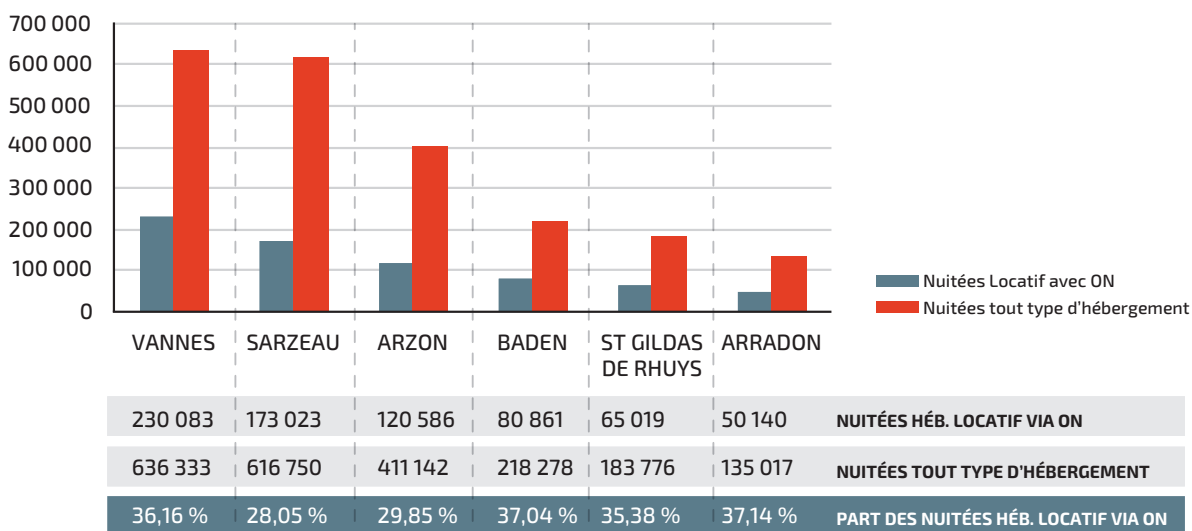


COLLECTE 2021
 OPÉRATEURS NUMÉRIQUES
673 736,67 €
 (30% du montant total collecté)

RÉPARTITION DU MONTANT COLLECTÉ PAR ON



PROPORTION DES NUITÉES EN HÉBERGEMENT LOCATIF VIA LES ON PAR RAPPORT AUX NUITÉES TOUT TYPE D'HÉBERGEMENT

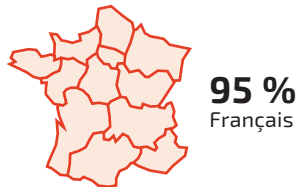
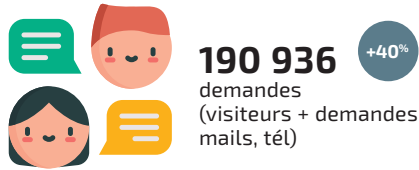


3

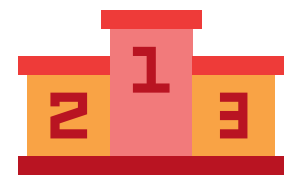
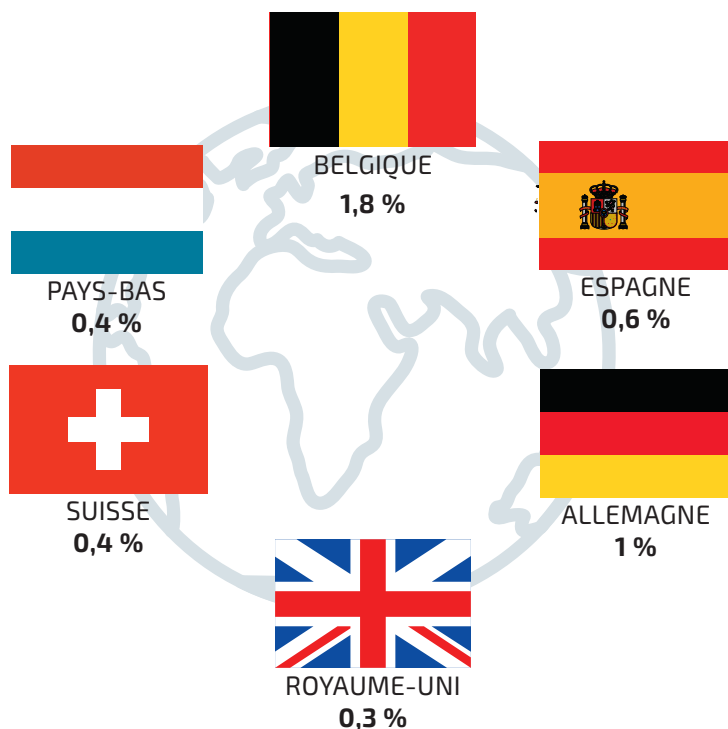
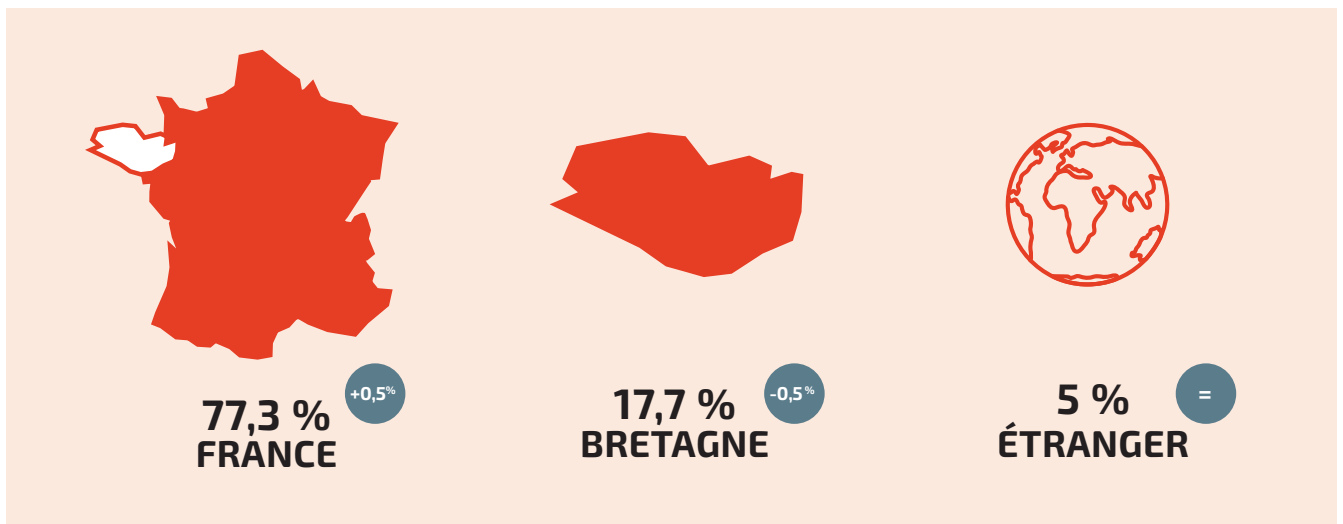
ACCUEIL & INFORMATION

“ Mieux accueillir, le fil conducteur
des actions de l'OT.





ORIGINES DE LA CLIENTÈLE

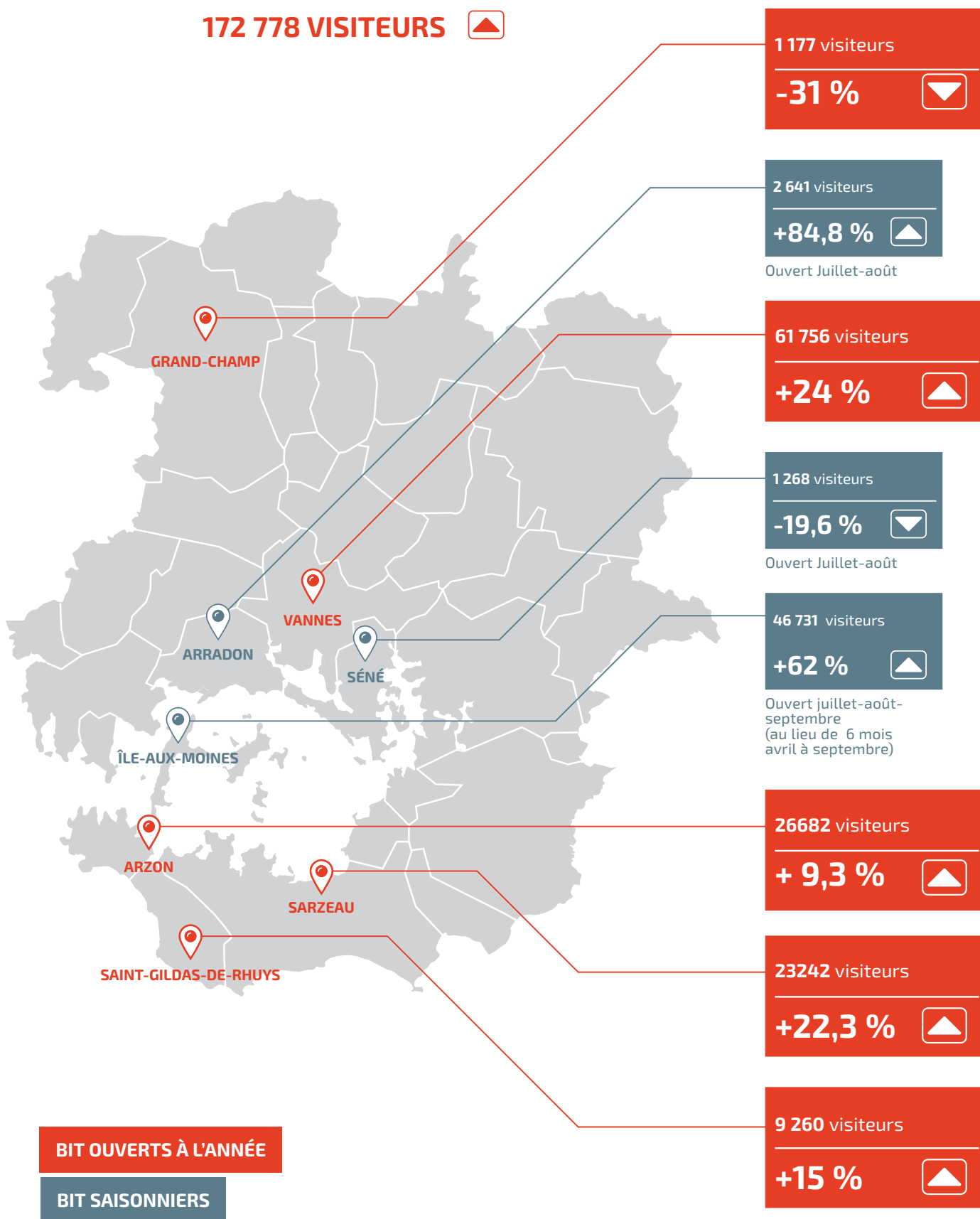


TOP RÉGIONS FRANÇAISES

- BRETAGNE : **17,7 %** ▼
- IDF : **15,5 %** ▼
- AUVERGNE RHÔNE ALPES
ET NOUVELLE AQUITAINE : **13,7 %** ▼
- PAYS DE LA LOIRE : **11,3 %** ▲
- HAUTS DE FRANCE : **5,4 %** ▼
- CENTRE VAL DE LOIRE : **4,2 %** ▲
- PACA : **2,4 %** ▲

LA FRÉQUENTATION DES BUREAUX D'INFORMATION TOURISTIQUE

172 778 VISITEURS ▲



MIEUX ACCUEILLIR : LE SADI

SADI : Schéma d'Accueil et de Diffusion de l'Information

Depuis 2017, l'OT Golfe du Morbihan Vannes Tourisme travaille à l'élaboration d'un SADI sur l'ensemble du territoire (axe d'intervention défini au sein du Schéma de développement touristique GMVA). L'OT anime une nouvelle stratégie d'accueil sur le territoire en étroite collaboration avec ses partenaires et réfléchit à tous les moyens susceptibles d'informer et de conseiller.

OBJECTIFS : mieux accueillir, s'adapter aux nouveaux comportements d'information des habitants, résidents et visiteurs (usages numérique en mobilité), innover, communiquer au cœur des flux

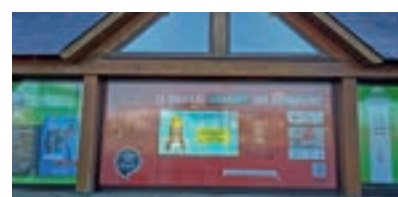
Nos actions :

- L'hospitalité digitale : les écrans dynamiques, le wifi territorial, la stratégie médias sociaux, les actions webmarketing ciblées (newsletters)...
- L'accueil hors les murs, le déploiement de cabanes présenteoirs sur les 34 communes
- Les points info partenaires, les journées partenaires, les éducteurs, la formation des saisonniers professionnels...

LES ÉCRANS DYNAMIQUES HABILLÉS D'UNE VITROPHANIE AUX COULEURS DE LA MARQUE

Toute l'année, un réseau d'écrans installés dans les BIT et à la gare de Vannes diffusent les événements de la destination, des vidéos de promotion, la météo, les marées, des contenus promotionnels des partenaires...

En 2021, 2 nouveaux écrans ont été installés : un nouvel écran visible de l'extérieur au BIT d'Arzon et un second au BIT de Saint Gildas de Rhuy. Ce dernier a été habillé d'une toute nouvelle vitrophanie.



LES POINTS INFOS PARTENAIRES ET CABANES PRÉSENTOIRS

En 2021, 52 cabanes à l'effigie de la marque « Golfe du Morbihan Vannes... la rencontre avec l'exceptionnel » sont réparties sur l'ensemble des 34 communes : 28 mairies ainsi que 24 partenaires.

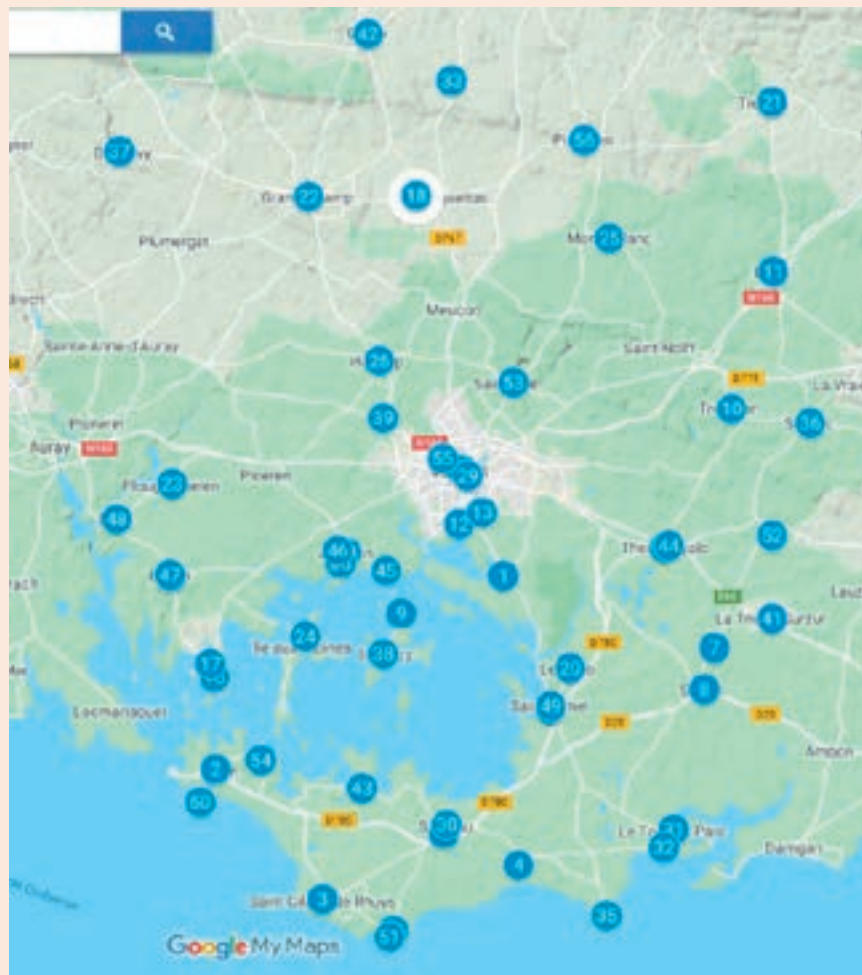
Réalisés en bois de bourriches, ces mobiliers diffusent la collection d'éditions de l'office de tourisme. Chaque début de mois, l'OT interroge les points info partenaires sur leurs besoins. La livraison est organisée par l'OT. En saison, le réassort des cabanes est hebdomadaire.



Total distribution (nombre d'exemplaires)

+120%

	MAG	MAG HIVER	GL	GG	HB	GY	Plans	Total
2020	703	-	4 910	8 220	3 710	6 810	22 000	46 353
2021	10 510	5 120	10 010	14 820	1 155	9 015	60 239	110 869



NOUVEAUTÉS

POINT INFO PARTENAIRE : MUSÉE DES PASSIONS ET DES AILES, BADEN

Dans le cadre d'un échange avec M. Eveno, maire de Baden, un partenariat a été mis en place avec le Musée municipal des Passions et des ailes afin de créer un Point Info Partenaire au Musée :

- Mise en place d'un écran dynamique en vitrine pour informer des animations de Baden toute l'année. Vitrophanie.
- Mise à disposition d'une Cabane présentoir à l'accueil du musée proposant la collection d'éditions et réassort.
- Formation des deux saisonniers (JA) du Musée pour mieux accueillir par A. Guiho et V. Bénéat
- Promotion du Musée toute l'année sur les outils de l'office de tourisme (éditions, site internet, offres City Pass, accueil groupes, presse...)



MIEUX ACCUEILLIR À L'ILE D'ARZ

Dans le cadre d'un échange avec M. Loiseau, maire de l'île d'Arz, un partenariat a été mis en place :

- Musée municipal Marins et Capitaine : mise à disposition d'une Cabane présentoir à l'accueil du musée proposant la collection d'éditions et réassort + promotion du musée toute l'année sur les outils de l'office de tourisme : éditions, site internet, offres City Pass, accueil groupes, presse...)
- Vitrophanie de la carte de l'île à l'arrivée de la cale de Béluré avec itinéraires rando, conseils aux voyageurs...

AFFICHAGE DYNAMIQUE DES PROCHAINS DÉPARTS EN BATEAU

OBJECTIF : faciliter la réservation de billets d'excursions maritimes.

L'Office de tourisme a déployé au sein de ses bureaux des écrans dynamiques qui affichent les prochains départs. Sous la forme d'un tableau à l'image de ce que l'on peut croiser dans les halls de gares, les écrans d'accueil des BIT, listent l'heure, le nom des compagnies maritimes et l'intitulé des prochaines excursions du port le plus proche. En plus de promouvoir les possibilités d'excursions, ces écrans alimentent l'achat d'impulsion lors du passage à l'accueil. Cet outil, développé en interne, se rafraîchit automatiquement depuis la base de données LSResa commune aux compagnies maritimes.



À LA RENCONTRE DE NOS PARTENAIRES

Avec +700 partenaires, l'OT organise régulièrement différents rdv et actions au service des professionnels : points infos partenaires, éducateurs, visites d'entreprises, journées partenaires, interventions et formation des saisonniers...

Mieux se connaître pour mieux accueillir, promouvoir l'offre et travailler ensemble.

OBJECTIF : partage d'expériences, développement d'une culture voyage, déploiement de la Charte du Voyageur et de la Marque

- Lundi 8 mars - Espace Montcalm à Vannes : Intervention d'Emmanuelle Jiquel, responsable accueil qualité Vannes Lanvaux et Aline Guiho, responsable communication marketing lors de la formation (dans le cadre de la POEC Pôle Emploi - JMSA) des 20 saisonniers longue durée des sites de Gavrinis, Petit Mont, Suscinio, Domaine de Kerguéhennec et SELLOR. L'OT a formé ainsi les 20 salariés à l'organisation touristique régionale, les missions et outils de l'OT et la connaissance

LA DIFFUSION DE LA DOCUMENTATION AUPRÈS DES PARTENAIRES

En 2021, l'OT a organisé :

- 1 journée de livraison fin mars auprès des hébergeurs
- 1 journée partenaires fin juin sur 2 sites (Vannes et Sarzeau) : 90 professionnels accueillis
- 4 journées de livraison du Golfe & You

LES ÉDUCTEURS

Les équipes de Golfe du Morbihan Vannes Tourisme effectuent régulièrement des visites d'établissements et de sites et participent à des visites guidées sur l'ensemble du territoire.

OBJECTIF : meilleure connaissance de nos partenaires pour une meilleure prescription et collaboration. 2021 : + 50 visites

- **Janvier** : Rando et VTAE sur l'Espace R-Bikes à Grand-Champ
- **Avril** : Parc animalier de Branféré
- **Mai** : Rando Le Tour du Parc (service groupes)
- **Juin** : Sortie Kerners Kayak et la Petite Cale Arzon, Château de Beauregard Saint-Avé, Rando St-Gildas de Rhuys et Suscinio Sarzeau (service groupes), Rhuys Open Tour, Segway Arzon
- **Juillet** : Au Rythme des Marées Baden, Cidrerie Arradon, Domaine des Abbatales Le Bono, Mousqueton Plescop, Appart'city Vannes, Musée de la Cohue Vannes, Camping Paradis Theix-Noyal, Distillerie du Gorvello Sulniac, Hôtel Lesage Sarzeau, Château de Suscinio Sarzeau, Arbenn Kayak St Armel, 7 hôtels Vannes
- **Août** : Voiles du Fogeio Arzon
- **Septembre** : Gîte du Vieux Moulin St Nolff, Viviers du Ruault Sarzeau, Monde du Nédo Plaudren
- **Octobre** : Villa du Port Vannes, Camping du Haras et Aérocook Monterblanc, Montcalm Vannes
- **Novembre** : Restaurant Le Kuta Vannes, Autocars Morio et Manoir de Kerleguen Grand-Champ
- **Décembre** : Speedpark Vannes, Brasserie Awen Vannes, Ecolodge Penvins, L'Onde Verte St Nolff

LE BREIZH MOBILE TOUR : L'ACCUEIL HORS LES MURS

OBJECTIF : innovation

Chaque mardi du jeudi du 15 juillet au 12 août, la Breizh Mobile (habillée en marinière) a parcouru... les 34 communes de Golfe du Morbihan Vannes agglomération et s'est arrêtée au gré des rencontres... La documentation ainsi que des tablettes numériques ont permis d'informer nos clients françaises et étrangères.



Dans le cadre d'un partenariat avec Littoral Automobiles BMW Vannes, la 4CV était accompagnée par une BMW i3 électrique (habillée aux couleurs de la destination).



11 567
CONNEXIONS

au réseau WIFI Golfe Morbihan en 2021

-44%

LE RÉSEAU WIFI TERRITORIAL GRATUIT GOLFE MORBIHAN

OBJECTIFS : innovation, actions webmarketing ciblées

L'office de tourisme Golfe du Morbihan offre à ses visiteurs un réseau WIFI territorial de 10 hotspots wifi via une connexion facile et gratuite, disponible 24h/24, via le réseau « Golfe Morbihan ». La première connexion au réseau invite nos visiteurs à suivre notre page Facebook Golfe du Morbihan.

L'ENGAGEMENT QUALITÉ, LE FIL CONDUCTEUR DES ACTIONS DE L'OFFICE DE TOURISME

L'Office de Tourisme Golfe du Morbihan Vannes Tourisme est engagé dans une démarche de qualité et a obtenu la marque nationale Qualité Tourisme™ en septembre 2019.

Depuis le 1^{er} octobre 2019, la conservation de la marque Qualité Tourisme™ implique la réalisation d'un audit externe et indépendant en client mystère, à partir des référentiels de la DGE qui déclinent l'intégralité du parcours client : tests à distance (téléphone, mails, chat, réseaux sociaux) et visites d'un client mystère. Cet audit a été réalisé cet été sur 5 bureaux d'information touristique : Arzon, Sarzeau, Séné, Arradon et Vannes. GMVT a obtenu une note de 90 %. L'audit est validé avec une note supérieure à 85 %.

Le prochain audit complet aura lieu en septembre 2024

LA SATISFACTION DE NOS VISITEURS AU CŒUR DES PRÉOCCUPATIONS DE L'OFFICE DE TOURISME

NOS PRINCIPAUX ENGAGEMENTS CLIENTS :

- Accueillir dans un environnement agréable et confortable,
- Être souriants, disponibles et à l'écoute,
- Répondre aux attentes et faciliter l'organisation des séjours,
- Permettre d'accéder à l'information en plusieurs langues,
- Remettre gratuitement nos cartes, plans et guides touristiques,
- Communiquer les informations essentielles même en dehors de nos heures d'ouverture,
- Proposer le conseil et la vente d'excursions, visites guidées, d'activité de loisirs et de croisières,
- Offrir un accès gratuit au Wifi,
- Prendre en compte les avis, remarques et réclamations.

L'ÉCOUTE CLIENTS

Le Bilan Qualité annuel permet de suivre le fonctionnement global de la structure, de faire la synthèse des indicateurs qualité, de vérifier les actions correctives. Ce bilan d'écoute clients s'appuie sur plusieurs outils utilisés au quotidien par les équipes :

- 1 300 questionnaires de satisfaction : 951 dans nos accueils et 349 par mail
- Avis sur les réseaux sociaux : 140 avis
- Chat en ligne : 2867 discussions. Taux de satisfaction : 90%
- Cahier de liaison : les remarques orales, suggestions, dysfonctionnements
- Traitements des réclamations : 32
- Questionnaires de satisfaction : City Pass, Station Trail, Service commercial Groupes et Affaires
- Enquête online "ENQUÊTE SUR LES TENDANCES DE LA SAISON 2021" réalisée auprès de nos partenaires entre le 25 août et le 2 et le 21 septembre - 113 réponses.

Cette écoute clients nous permet de contribuer à l'amélioration continue de nos services et de nos outils pour faciliter le travail de l'équipe et la mutualisation de nos bureaux d'information touristique.



LA CATÉGORIE I

L'office de tourisme GOLFE DU MORBIHAN VANNES TOURISME a obtenu le classement en Catégorie I par arrêté préfectoral le 6 juillet 2018. Le classement est valable 5 ans.

L'ENGAGEMENT QUALITÉ AU SERVICE DES CLIENTS

LE CLASSEMENT DES LOCATIONS DE VACANCES

Les locations de vacances souhaitant assurer leur communication à l'office de tourisme doivent obtenir un classement. En 2021, Charline DUBOIS et Nolwenn HARREWYN ont assuré le suivi de 224 dossiers de meublés de tourisme dont 35 visites de classement en étoiles décerné par les organismes accrédités par le Ministère du tourisme.

224
DOSSIERS SUIVIS DE LOCATIONS DE VACANCES PARTENAIRES

LES CHAMBRES D'HÔTES

Une chambre d'hôtes non labellisée souhaitant être partenaire de l'OT doit répondre à une grille de critères minimum de confort et services (sur la base du Référentiel Bretagne). Après échanges et prise de rendez-vous, l'OT assure une visite de vérification de conformité. En 2021, l'OT a assuré le suivi de 43 chambres d'hôtes partenaires.

43
DOSSIERS SUIVIS DE CHAMBRES D'HÔTES PARTENAIRES

LA MARQUE TOURISME & HANDICAP



Tourisme & Handicap est une marque nationale créée en 2001. Elle est la seule marque attribuée aux professionnels du tourisme qui s'engagent dans une démarche qualité ciblée sur l'accessibilité aux loisirs et aux vacances pour tous.

La marque a défini des critères d'accessibilité et d'accueil pour garantir le tourisme à tous dans la plus grande autonomie possible. Elle prend en compte, notamment, l'accès facilité aux bâtiments et aux prestations de l'établissement. Elle est également attentive à l'accueil personnalisé réservé aux touristes en termes d'attention et de bienveillance. Elle concerne diverses structures. Ainsi, elle est présente aussi bien au niveau des hébergements, de la restauration, des lieux de visite, des activités sportives et de loisirs, ou encore des offices de tourisme. Un établissement labellisé, répondant à ces critères, est soumis à un contrôle régulier par des évaluateurs formés et spécialisés.



En 2021, le bureau de Vannes (renouvellement) ainsi que les bureaux de Grand-Champ, Arzon et Saint-Gildas de Rhuy (demandes initiales) ont tous obtenu la marque pour les 4 handicaps : auditif, mental, moteur et visuel.



Plus d'informations sur la marque : www.tourisme-handicap.gov.fr

NOS ENGAGEMENTS :

- Personnel permanent et saisonnier formé et sensibilisé à l'accueil des personnes en situation de handicap
- Aménagement des bureaux pour faciliter l'accès à l'accueil et à l'information
- Recensement de l'offre et des services accessibles sur le territoire.
- Plans et guides adaptés, films sous-titrés
- Outils d'aide à la visite et à l'information (boucle magnétique à amplificateur de sons, livret en braille, loupe, visites audio guidées en téléchargement (mp3), fauteuils roulants (en prêt dans les BIT d'Arzon et de Vannes)

Gaëlle RAUD, référente Tourisme & Handicap, conseillère technique et évaluatrice pour la marque en partenariat avec OTB :

PLAN D' ACTIONS 2021

- Ostréapolis, maison de l'huître - GMVA - Le Tour du parc
- Festival Motocultur - Saint-Nolff
- Panneaux d'Interprétation du Patrimoine des mégalithes - GMVA - Landes Lanvaux
- CIAP (Centre d'Interprétation de l'Architecture et du Patrimoine) - Ville de Vannes
- Projet mise en accessibilité des hébergements touristiques - GMVA
- Mise en accessibilité des itinéraires de randonnée - Saint-Avé, Plescop, Brandivy
- Gîtes Logis du Vieux Moulin - Saint-Nolff
- Evaluation Hôtel Auberge du Cabestan - Audierne

PLAN D' ACTIONS 2022

- Gîte pour tous - Grand Champ
- Aire de jeux de Tohannic - Vannes
- Itinéraires de randonnées accessibles - Vannes
- Poursuite du développement de l'offre accessible (sensibilisation et recensement de l'offre auprès de nos partenaires), élaboration d'un livret de la destination en FALC (Facile À Lire et à Comprendre).



L'OFFICE DE TOURISME EST PARTENAIRE SITE RELAIS DU PARC NATUREL RÉGIONAL DU GOLFE DU MORBIHAN

- Diffusion des supports et outils du PNR (guides, réglottes de pêche à pied, site internet, signalétique...),
- Formation des équipes, éducteurs
- Réservations de sorties nature (sorties ornitho...),
- Promotion du tourisme ornithologique...

BOUTIQUE & BILLETTERIE

NOUVEAUTÉ 2021 la vente des visites guidées de la ville de Vannes pour les individuels dans nos accueils et en vente en ligne. 1 742 places vendues dont 1 032 en vente en ligne avec 18 visites guidées différentes.

Envoyé en préfecture le 23/05/2022
 Reçu en préfecture le 23/05/2022
 Affiché le
 ID : 056-200067932-20220519-220519_DEL22-DE

CHIFFRE D'AFFAIRES
 VISITES GUIDÉES VANNES :
8 698,10 € DONT 5 047,60 €
 EN VENTE EN LIGNE

VENTE EN LIGNE 2021 :



TOTAL CHIFFRE D'AFFAIRES :
21 278,45 €



CHIFFRE D'AFFAIRES BILLETTERIES :
15 008,60 €



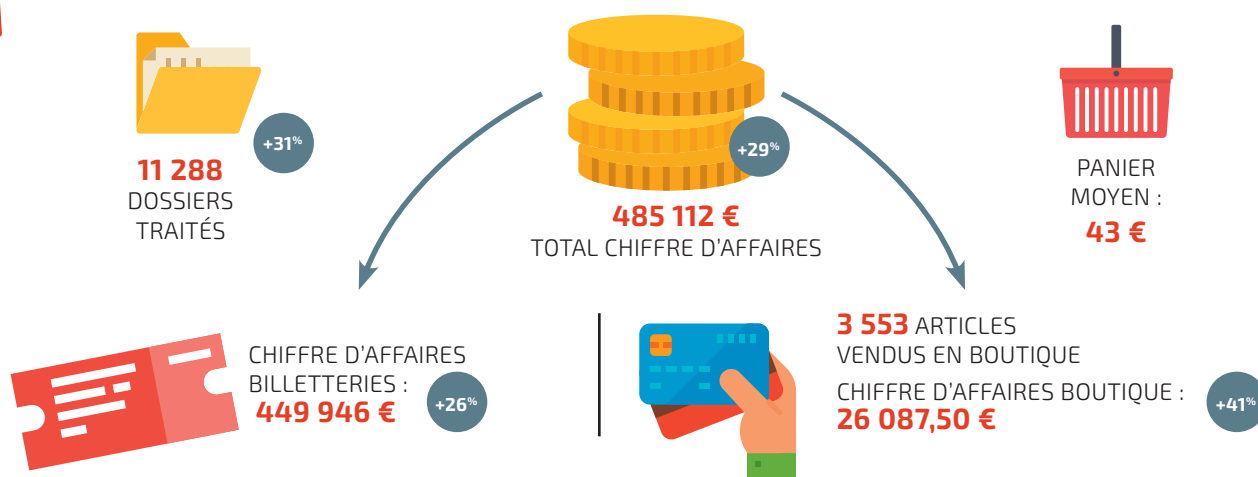
CHIFFRE D'AFFAIRES BOUTIQUE :
4 689,40 €



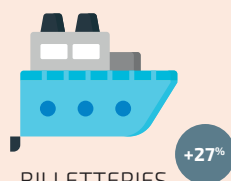
PANIER MOYEN :
17,80 €



VENTE AUX GUICHETS BIT :



CITY PASS
9 079 €



BILLETTERIES MARITIMES
404 708 €

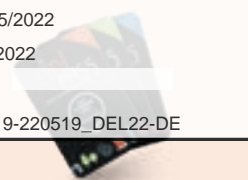


BILLETTERIES LOISIRS
21 421 €



BILLETTERIES SPECTACLES
8 441 €

Envoyé en préfecture le 23/05/2022
 Reçu en préfecture le 23/05/2022
 Affiché le
 ID : 056-200067932-20220519-220519_DEL22-DE



LE CITY PASS GOLFE DU MORBIHAN VANNES

POURQUOI UN CITY PASS ?

Ce nouvel outil innovant s'inscrit dans les axes stratégiques de développement et priorités de l'office de tourisme : accompagner et affirmer la marque "Golfe du Morbihan Vannes", commercialiser la destination.

Le City Pass permet de promouvoir la destination et répondre aux usages numériques actuels (Pass numérique), faciliter le parcours client (offre intégrée, avantageuse économiquement et à consommer en toute liberté), conquérir de nouvelles clientèles, développer le tourisme des 4 saisons et donner de la visibilité aux offres des partenaires, doper l'itinérance et la mobilité douce sur l'ensemble du périmètre de l'agglomération en valorisant les ressources des territoires urbains, littoraux et ruraux. Cibles : City breakers, familles en séjour, habitants et résidents, congressistes et accompagnants.

QU'EST CE QUE LE CITY PASS ?

LE PRINCIPE : VISITER PLUS, DÉPENSER MOINS !

Le client achète une carte (carte sans contact de type QR CODE et NFC) pour une somme forfaitaire qui lui donne accès à de nombreuses activités liées à son séjour : musées, sites touristiques, parcs de loisirs, restaurants, commerces, locations de vélos, transports, etc.

OÙ L'ACHETER ?

- Dans les bureaux d'information touristique, chez les partenaires et sur citypass.bzh et chez les partenaires revendeurs
- Retrouvez l'ensemble des points de vente, offres détaillées, actus, offres événementielles sur : www.citypass.bzh

NOUVEAUTÉ 2021

UNE OFFRE ADAPTÉE EN TOUTES SAISONS GRÂCE À DEUX CITY PASS

➤ CITY PASS PRINTEMPS-ÉTÉ : AVRIL À OCTOBRE

La formule séduit car le prix d'achat du Pass, situé entre 26 et 46 €, donne un accès à un large éventail de prestations (30 sites incontournables en accès gratuit + 30 offres de réductions et avantages) dont la valeur cumulée est largement supérieure au prix du Pass. La durée de validité du Pass est limitée à 24h, 48h ou 72h et s'active à la première utilisation. Des Pass enfants (4 à 10 ans) sont également proposés à la vente entre 13 et 23 €.

➤ CITY PASS AUTOMNE-HIVER : NOVEMBRE À MARS

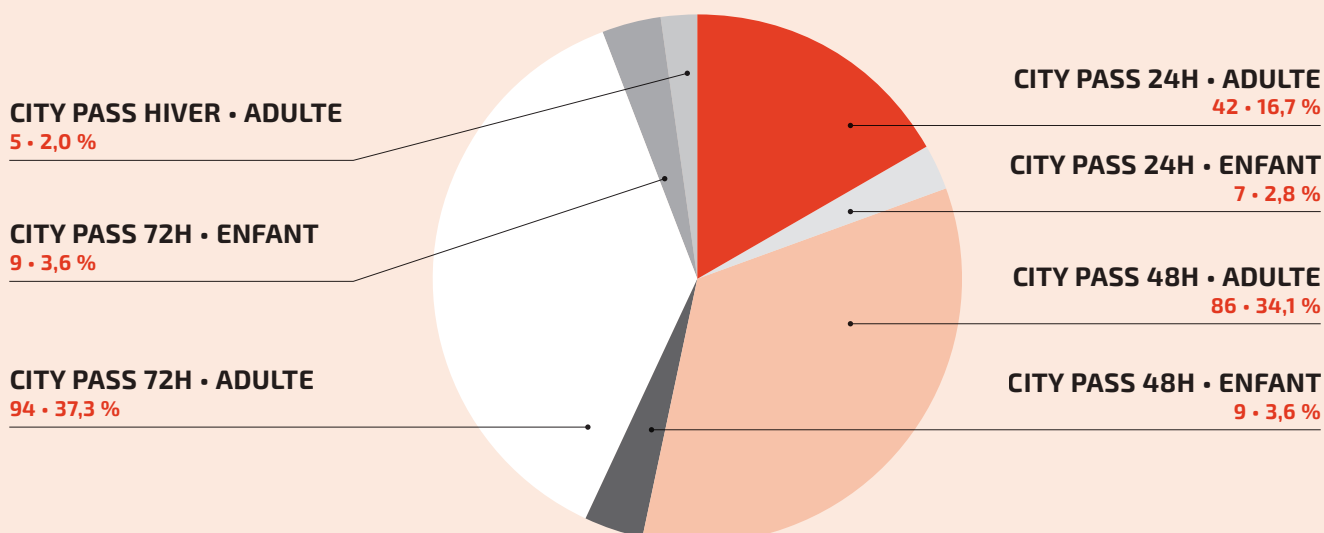
Le City Pass s'adapte au tarif unique de 26 € : 3 entrées gratuites au choix + 1 visite guidée de la ville de Vannes + des offres de réductions et avantages - dont la valeur cumulée est largement supérieure au prix du Pass. La durée de validité du Pass est de 5 mois. Des Pass enfants (4 à 10 ans) sont également proposés à la vente à 13 €.



- En toutes saisons, le City Pass s'accompagne d'un titre de transport "Pass journée Kicéo", à composer ou à présenter à chaque montée à bord des bus du réseau de transports Kicéo de l'agglomération et d'un un chèque parking offrant 1 heure de stationnement au parking Q-Park Vannes Port.



VENTES CITY PASS JUIN À DÉCEMBRE



FRÉQUENTATION DES SITES PARTENAIRES



1 024 ^{-60,7%}

entrées validées

Total CA reversé = **7 010,19 €**



TOP 3 DES VISITES

- 1 : PETIT TRAIN TOURISTIQUE DE VANNES • 99 • 26 %
- 2 : DOMAINE DE SUSCINIO • 93 • 24 %
- 3 : IZENAH CROISIÈRES • 45 • 12 %

france.tv



Nouveauté 2021 : Spot pub campagne France TV

PLAN MÉDIA

City Pass printemps-été

- **Campagne d'affichage urbain. Bassins de proximité** Nantes, Rennes, St Brieuc et St Malo
- Campagne d'affichage Abri Bus GMVA. 26 juillet au 8 août. 2 semaines
- **Nouveauté 2021** : Campagne publicitaire France TV (Campagne Météo France 3 Bretagne). Spot publicitaire.
- Insertion publicitaire (der de couv) Magazine estival Mensuel du Golfe
- Diffusion Plan guide city pass Z-card. 15000 exemplaires.
- Bannières pub sur sites partenaires .
Nouveauté 2021 : partenariat avec la Compagnie des Ports : bannière sur le site windmorbihan
- Campagnes sponsorisées médias sociaux et influenceurs
- Insertions sur tous les supports de com de l'OT : éditions, web, newsletters...

City Pass automne-hiver

- Diffusion carte sous-main city pass. 10 000 ex.
- Insertion publicitaire (der de couv) Magazine "Portraits" Ouest France
- Web : bannières pub sur sites partenaires
- Campagnes sponsorisées médias sociaux et influenceurs
- Insertions sur tous les supports de com de l'OT : éditions, web, newsletters...



4

PROMOTION & COMMUNICATION

“ En toute saisons : un media
au service des professionnels
de la destination



Ne le dites à personne,
mais dans le Golfe du
Morbihan les grands crus
ce sont les huîtres

BRETAGNE ^{BE}

Le secret le mieux gardé de France

tourismebretagne.com

GOLFE
DU MORBIHAN
VANNES...
LA RENCONTRE AVEC
l'exceptionnel



LA COLLECTION D'ÉDITIONS

La communication touristique, créée par l'Office de Tourisme en 2017, dans le cadre du Schéma touristique porté par Golfe du Morbihan Vannes agglomération, se veut être une invitation au voyage et à LA RENCONTRE AVEC L'EXCEPTIONNEL.

Les Magazines de voyage (printemps-été et nouveauté 2021 : automne-hiver) misent sur un univers typographique fort et un riche contenu éditorial expérientiel : vidéos des interviews sur golfedumorbihan.bzh, cohérence iconographique, portfolio, contributeurs passionnés...

Les Guides (Hébergements, Gourmand, Loisirs & Pratique) et **les plans** informent et assurent la promotion commerciale des plus de 700 partenaires professionnels du tourisme qui s'engagent chaque année dans le cadre des partenariats.

OBJECTIFS :

- informer visiteurs et habitants
- séduire nos clientèles potentielles
- convertir : assurer la promotion commerciale des professionnels du tourisme

UNE COLLECTION DURABLE :

Depuis 2018, l'office de tourisme redéfinit chaque année sa stratégie éditoriale et réadapte ses supports imprimés en fonction des diffusions, des échanges avec les professionnels, des demandes et remarques des visiteurs...

- Quelques chiffres 2018 à 2021 :
 - 10 000 ex. Magazine de voyage + Guide Loisirs + Guide Gourmand
 - 20 000 ex. Guide Hébergements. Objectif 2022 : plus d'impression du GH
 - 40 000 ex. Plan Golfe + Rhuys et -2000 ex. Lanvaux
 - 50 000 ex. Plan de Vannes (impact crise Covid-19). Objectif 2022 : réajustement à la hausse
 - 30 000 ex. Journal Golfe et vous printemps + été (impact crise Covid-19), -10 000 ex. Journal printemps Golfe et vous une année sur 2 (année sans Semaine du Golfe)
- L'ensemble des éditions de l'office de tourisme est imprimé en France et même plus localement dans la région Grand Ouest. Les imprimeurs sont certifiés ISO 14001, ISO 9001, PEFC, FSC et Imprim'vert. Ces certificats assurent le recyclage des déchets chimiques, encres, papiers et autres. Toute la papeterie et la communication corporate est réalisée sur papier recyclé.
- Les éditions non utilisées sont recyclées via des partenariats avec la société PAPREC.

NOUVEAUTÉS

MAGAZINE DE VOYAGE AUTOMNE-HIVER 2021-2022

La crise sanitaire COVID-19 a accéléré le déploiement de ce projet prévu en 2022 et avancé d'un an : fractionnement des vacances, forte concurrence des destinations françaises et besoin d'une meilleure répartition des flux de fréquentation touristique pour un tourisme plus durable (enjeu économique, notamment pour le maintien et la création d'emplois).

OBJECTIF : Donner envie de Golfe du Morbihan toute l'année, répondre aux attentes de clientèles urbaines en recherche d'idées week-end et de Français en recherche d'idées vacances automne, Noël, hiver.

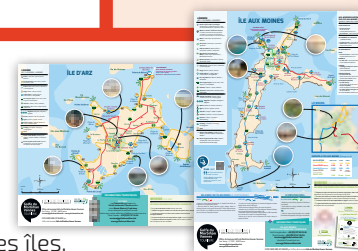
- Parution : juillet pour donner envie à nos visiteurs estivaux de revenir en automne-hiver
- 30 000 ex.
- Le Magazine automne-hiver valorise la variété des activités, les marronniers de l'hiver (Noël, Saint-Valentin...) et ose les alternatives aux attractions estivales. Il est accompagné d'un plan d'actions ambitieux : production de contenus culturels, commercialisation d'un city pass hiver, développement d'une offre événementielle hors saison, relance du tourisme d'affaires...



2 VERSIONS DE LA CARTE SOUS-MAIN : ILE-AUX-MOINES ET ILE D'ARZ

Les deux versions permettent de :

- Mieux informer et accueillir les visiteurs des îles (meilleure lisibilité des balades et infos sur chacune des îles, sensibilisation à la fragilité des espaces : Charte du voyageur, conseil aux voyageurs...)
- Valoriser les partenaires des îles.



PLAN DE DIFFUSION DE LA COLLECTION D'ÉDITIONS

- À l'accueil des BIT et expédiée par courrier
- Chez nos partenaires: hébergeurs, restaurateurs, commerçants...
- Dans les mobiliers et Points Info Partenaires (cabanes présentoirs) répartis sur les 34 communes
- Sur les opérations de promotion en France et en Europe : salons, événements, opérations Montgolfière, accueil hors les murs...
- En téléchargement sur golfedumorbihan.bzh au format pdf



UNE COLLECTION ANNUELLE



LE MAGAZINE DE VOYAGE
50 000 EX



LE GUIDE GOURMAND
70 000 EX



LE GUIDE LOISIRS & PRATIQUE
70 000 EX

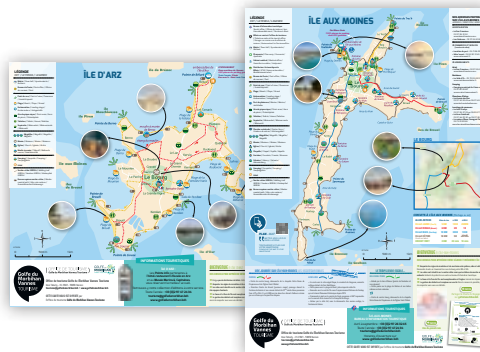


LE GUIDE HÉBERGEMENTS
10 000 EX



LES PLANS TOURISTIQUES

- Golfe du Morbihan et Nord de Vannes : **60 000 EX.**
- Presqu'île de Rhuys : **60 000 EX**
- Landes de Lanvaux : **3 000 EX**



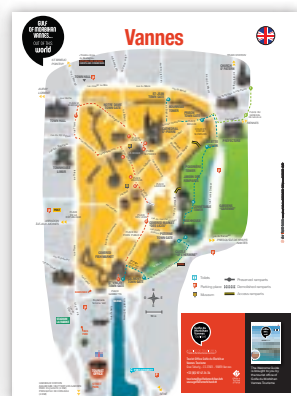
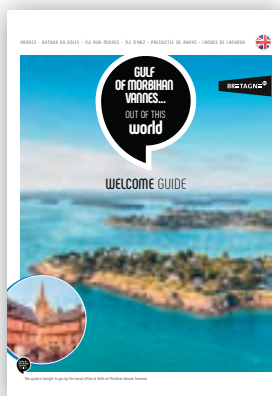
CARTE SOUS-MAIN

- ÎLE-AUX-MOINES : **100 000 EX**
- ÎLE D'ARZ : **80 000 EX**



LE PLAN TOURISTIQUE DE VANNES
50 000 EX.

UNE COLLECTION BIENNALE



PLAN A4 VANNES ET GUIDES DE BIENVENUE EN LANGUES ÉTRANGÈRES (A4 en langues étrangères)
Impressions selon réservations groupes et fréquentation clientèles étrangères



GUIDE RANDO



HUITROSCOPE 10 000 EX



zoom-sur

LE JOURNAL GOLFE AND YOU

Envoyé en préfecture le 23/05/2022

Reçu en préfecture le 23/05/2022

Affiché le

ID : 056-200067932-20220519-220519_DEL22-DE

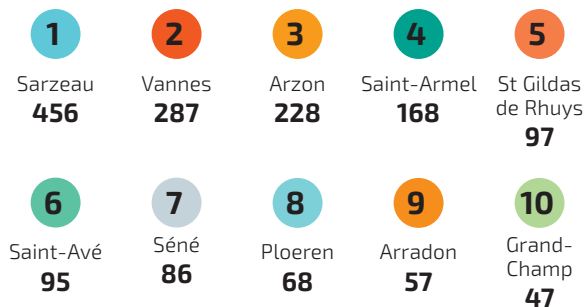
Le journal est gratuit et édité trois fois par an par l'office de tourisme : printemps - 45 000 ex. (avril à juin), été - 70 000 ex. (juillet à octobre), hiver - 30 000 ex. (novembre à mars). Il se présente sous forme d'un journal chronologique ainsi que des rubriques thématiques : sorties nature, patrimoine et expositions.

OBJECTIFS :

- Informer et promouvoir les événements sur les 34 communes de GMVA
- Doper l'itinérance
- Faciliter le parcours client
- Donner de la visibilité aux offres partenaires

CIBLES : ➤ Visiteurs ➤ Habitants ➤ Résidents

TOP 10 DES COMMUNES QUI COMMUNIQUENT LE PLUS LEURS ÉVÉNEMENTS :



MODE D'EMPLOI

Chaque annonceur doit saisir en ligne son événement selon le calendrier ci-dessous (Formulaire : www.golfedumorbihan.pro > Golfe and You)

- Journal Avril à juin : date limite de renvoi des fiches : 10/02
- Journal Juillet à octobre : date limite de renvoi des fiches : 10/05
- Journal Novembre à mars : date limite de renvoi des fiches : 15/09

Selon la **charte éditoriale**, chaque événement est ensuite valorisé par :

- une annonce sur le **Journal** : le Golfe and You - Le Golfe et vous.
- une annonce sur **l'agenda en ligne** sur golfedumorbihan.bzh
- la mise à disposition de **flyers datés** dans les BIT.
- l'affichage sur le **réseau d'écrans dynamiques** (BIT, Points Infos Partenaires, Compagnie des Ports...) selon sélections

PLAN DE DIFFUSION DU JOURNAL

- À l'accueil des BIT et expédié par courrier
- Chez nos partenaires : hébergeurs, restaurateurs, commerçants...
- Dans les mobiliers et Point Info Partenaires (cabanes présentoirs) répartis sur les 34 communes
- Sur les opérations de promotion en France et en Europe : salons, événements, opérations Montgolfière, accueil hors les murs...
- En téléchargement sur golfedumorbihan.bzh au format pdf et en lecture en ligne par l'outil Calaméo.
- 160 points de diffusion dans des lieux publics et de loisirs sur les 34 communes GMVA assurés par un diffuseur local à chaque sortie du journal.



33
partenaires
publicitaires



1 761
Fiches saisies
et validées*



1179
contacts
organiseurs

* Vannes - autour du golfe : 621, Nord de Vannes-Landes de Lanvaux : 276, Presqu'île de Rhuys : 936

PARTENARIATS ÉVÉNEMENTIELS

Depuis 2017, l'OT développe des partenariats événementiels en soutien aux temps forts et grands événements de la destination, ex : Festival Motocultor, Ultra Marin, Fête du Bruit, Festival La Part Belle, Festival de Magie...

Envoyé en préfecture le 23/05/2022
 Reçu en préfecture le 23/05/2022
 Affiché le
 ID : 056-200067932-20220519-220519_DEL22-DE

L'HOSPITALITÉ DIGITALE

LE SITE INTERNET : GOLFEDUMORBIHAN.BZH



+142,3%

EN 2021

1 529 370
VISITEURS UNIQUES



2 097 836
visites

+91,5%



4 264 178
pages vues

+37%

MARDI 3 AOÛT



pic de visites avec
21 419 sessions (soit
19 624 utilisateurs)

59 % des visites
de juin à septembre



55 %
sessions
sur supports
mobiles

BONUS

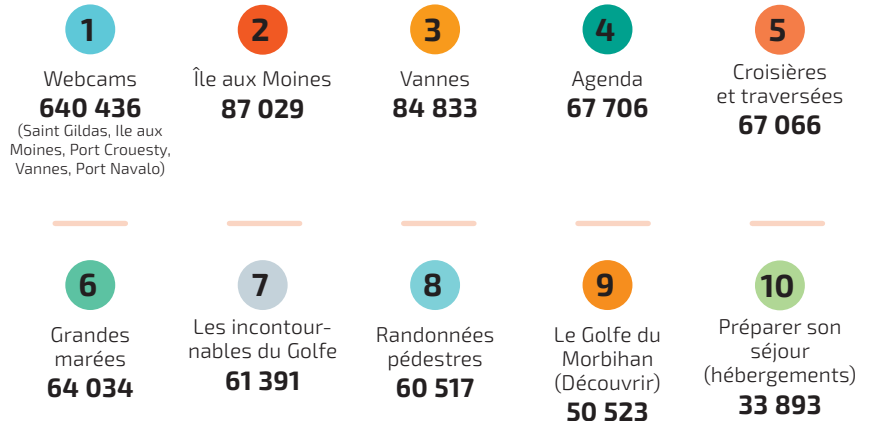


Effet neige dans le
Golfe du Morbihan
mardi 9 février pic à
7500 connectés sur
les webcams

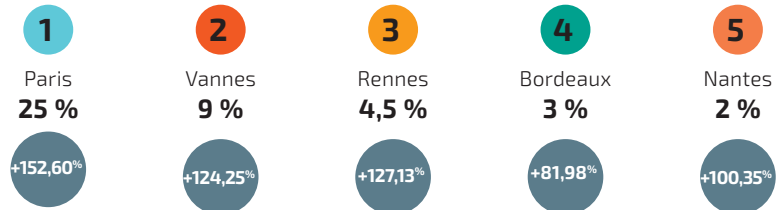
PLAN D' ACTIONS WEBMARKETING 2021

- Optimisation SEO 80 pages
- Création 40 pages de contenus
- Test d'efficacité
- Correctifs et développements socle technique

TOP 10 PAGES (nb sessions)



TOP 5 VILLES FRANÇAISES (nb sessions)

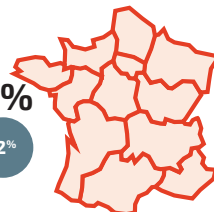


TOP 5 RÉGIONS FRANÇAISES (nb sessions)

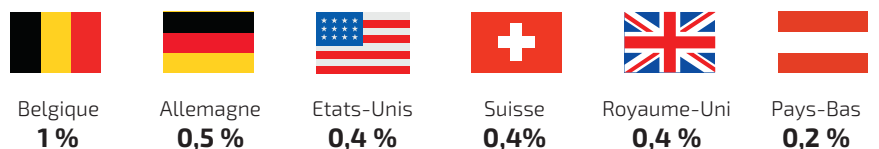


FRANCE : **96 %**

+2%



TOP 6 PAYS ÉTRANGERS (nb sessions)



La clientèle étrangère est en forte baisse (en moyenne - 39 %) contre la clientèle française (-10 %)

zoom-sur

L'INTRANET ET LES PARTENARIATS



Brendan Le Peutrec
Community Manager

Développé en interne par Brendan Le Peutrec, l'intranet est un outil partagé pour la gestion des informations entre les BIT de GMVT (=site web).

S'appuyant sur une ergonomie intuitive, il est enrichi régulièrement de nouvelles fonctionnalités selon les besoins de gestion et suivi des projets par l'équipe de l'OT.

Cet outil facilite la gestion des partenariats :

- Base de données des entreprises du territoire alimentée et mise à jour tout au long de l'année. + de 3 300 contacts
- Suivi individuel par professionnel : historique des échanges, facturation, supports de communication choisis...
- **Nouveauté 2021** : possibilité de faire une simulation de partenariat sur le site golfedumorbihan.pro et de saisir en ligne son Bon de Commande, Ordre d'insertion...

QUELQUES CHIFFRES DES PARTENARIATS 2021



CA : 263 243,78 € HT
126 012 € de remise
COVID-19 aux professionnels



703 PARTENAIRES :

- Guide gourmand : **145** partenaires
- Guide hébergements : **322** partenaires dont **216** locatifs
- Guide loisirs et pratique : **236** partenaires

Envoyé en préfecture le 23/05/2022

Reçu en préfecture le 23/05/2022

Affiché Je

ID : 056-200067932-20220519-220519_DEL22-DE

LE WEBMARKETING

La Golfeletter est le nom de la newsletter grand public de l'OT.

Elle est envoyée environ 4 fois par an (une par trimestre : janvier, avril, juillet octobre) à un fichier de plus de **60 315 adresses** (+5,8 %).

CIBLES : toutes les clientèles (habitants, résidents, vacanciers, institutionnels, partenaires)

OBJECTIFS : promotion, innovation, diffusion de l'information

Elle est divisée en plusieurs blocs :

- 2 à 4 blocs concernant les Nouveautés et Actualités de l'OT
- 1 bloc Actu partenaire : mise en avant d'un partenaire (événement, entreprise...)
- 1 bloc Réservation : inciter à réserver son séjour sur golfedumorbihan.bzh
- 1 bloc Médias sociaux : liens vers tous nos comptes

La Golfeletter Pro est le nom de la newsletter pro de l'OT

Elle est envoyée 2 à 3 fois par an au fichier partenaires de l'OT (**3 830 adresses**)

CIBLES : institutionnels, partenaires

OBJECTIFS :
innovation,
diffusion de
l'information,
boîte à outils



Toutes
les clientèles

Elle est divisée en plusieurs blocs :

- 2 à 4 blocs concernant les Nouveautés et Actualités de l'OT.
- 1 bloc Actu partenaire : mise en avant d'un partenaire (événement, entreprise...)
- 1 bloc Médias sociaux : liens vers tous nos comptes



Partenaires de l'OT



Le fond d'écran

Le fond d'écran intègre un calendrier mensuel sur un visuel de la destination.

Il est envoyé chaque mois aux abonnés (**2 106 abonnés**, +157,1 %).

Abonnement gratuit sur golfedumorbihan.bzh

CIBLES : toutes les clientèles

OBJECTIFS : promotion, innovation

L'OT propose 3 formats différents adaptés à tous les supports : PC/MAC, Smartphone, Freebox.

Affiché le 23/05/2022

LA E-REPUTATION



TRIPADVISOR:
NOTE MOY : 4.6 /5



LiveChat

2867 chats

+36%



+47%

GOOGLE MY BUSINESS:
 132 avis.
NOTE MOY : 4.22 /5

Les fiches Google My Business des BIT ont généré 10 375 appels.

- Vannes : 5 690
- Arzon : 1 851
- Sarzeau : 1 638
- Ile aux Moines : 653
- Grand-Champ : 64
- St Gildas de Rhuy : 479

LA STRATÉGIE MÉDIAS SOCIAUX



YouTube **+32,5%**
815
 abonnés
281 254 **+34%**
 vues



Twitter **+5%**
 golfemorbihan
5 853



Instagram **+16%**
 golfemorbihan
17 544
IGERS
 #golfedumorbihan



Page Facebook **+3%**
 Golfe du Morbihan
103 142
ABONNÉS

Cible FB :

- femme (68 % audience),
- + 45 ans (79 %).
- Paris, Vannes, Nantes, Lorient, Rennes, Marseille

ACTIONS 2021

- Campagnes de publications sponsorisées en soutien aux initiatives des restaurants et producteurs (livraison, click and collect...), vidéo de promo pour la réouverture des commerces, jeu concours, jeu rando, offres de Noël, St Valentin, Journées du patrimoine, City Pass, Jeu Mys'terre Golfe du Morbihan
- Production de contenus photos et vidéos par Brendan Le Peutrec, community manager

PUBLICATIONS À SUCCÈS

- Publication du Golfe sous la neige :
145 868 personnes touchées
9 483 réactions
88 commentaires
1 200 partages



LA MARQUE GOLFE DU MORBIHAN VANNES...

LA RENCONTRE AVEC L'EXCEPTIONNEL

La Marque touristique partagée émerge du Schéma de développement touristique porté par GMVA.

OBJECTIF : développer une marque dynamique de territoire au service des entreprises et institutions.

NOUVEAUTÉ ESPACE PRO

WWW.GOLFEDUMORBIHAN.PRO : VOTRE ESPACE (ENCORE PLUS) PRO !

Afin de rendre la navigation plus fluide et intuitive, nous avons redessiné l'espace pro (accessible depuis l'adresse golfedumorbihan.pro). Il se décompose en 6 tuiles thématiques correspondant à des profils d'interlocuteurs.

On peut ainsi : annoncer un événement, souscrire un partenariat, organiser un séminaire,



LA COMMUNICATION CORPORATE 2021

OBJECTIF : au service des professionnels et institutionnels

L'OT a mis en ligne une boîte à outils sur golfedumorbihan.pro (ou accessible depuis l'espace pro de golfedumorbihan.bzh). L'espace pro est enrichi de nouvelles fonctionnalités et rubriques tout au long de l'année. Les partenaires en sont informés par la newsletter golfeletter.pro.

On y trouve notamment :

- des supports et données chiffrées en lien avec l'observation touristique de la destination
- le Guide de Partenariat et le Rapport d'Activités présentant le bilan de l'année, les chiffres de fréquentation, les actions en lien avec les missions de l'OT, le plan d'actions.
- le Guide de Marque et les outils de communication à disposition : boîte à outils, logothèque, photothèque...
- le Formulaire de saisie en ligne des animations pour le journal Golfe and You.
- **Nouveauté 2021** : vidéo invitant à partager les valeurs de la Marque de destination.



MÉDIATHÈQUE

OBJECTIFS : promotion, mutualisation, service + aux professionnels

- Photothèque : +400 photos libres de droits d'Alexandre Lamoureux
- Cartothèque : fichiers cartographiques libres de droits (plan touristique Vannes et destination)
- Vidéotheque : fichiers vidéos libres de droit pour montages, vidéos de promotion sur le site et via les médias sociaux à partager, vidéos "rencontres de passionnés"...



PARTENARIAT SAINT-JAMES

Partenariat textile avec la Société Les Tricots Saint James qui habille l'équipe de l'office de tourisme. Deux commandes (été/hiver) sont ainsi effectuées chaque année. Ce partenariat permet d'avoir une unité dans les tenues des équipes qui portent les vêtements Saint James à l'accueil et lors des déplacements pour représenter l'office de tourisme (salons, réunions, opérations promo...).



LES TEMPS FORTS PRESSE & ACTIONS MÉDIAS :

2021, UNE ANNÉE DE CONTRAINTES LIÉES

À LA SITUATION SANITAIRE

PLAN D'ACTIONS 2021

NOUVEAUTÉ 2021



ACCOMPAGNEMENT RP SUR LE MARCHÉ FRANÇAIS AVEC L'AGENCE AIR PUR



1 Dossier de presse annuel : Incontournables et Actualités.

18 janvier : diffusion par mail à un fichier tourisme (1 300 journalistes)

2 « CP micro-expérience » :

- 26 février : 1 CP Printemps-Été : « L'en-vert du Golfe du Morbihan ». Diffusion : 825 contacts
- 1^{er} juin : 1 CP Été-Automne : « Parenthèse insulaire dans le Golfe du Morbihan ». Diffusion : 800 contacts



4 Brèves événementielles diffusées par mail à un fichier tourisme et adaptés selon les événements (culture, gastronomie, spécialisée, ...).

Diffusion : 1200 journalistes

- 21 janvier : distinction Michelin pour L'Empreinte
- 14 avril : migration des oiseaux dans le Golfe
- 20 avril : Trophées Bretons de l'Innovation
- 13 septembre : Nouveau Guide Week-End

Au quotidien, réponse aux demandes des journalistes, envoi de propositions de sujets aux émissions TV, aux reporters tourisme, aux radios..., veille et relance régulières de la presse

8 accueils presse organisés (9 médias) :

- 29 avril : TF1/ Manon Monnier. Reportage diffusé le 3 mai / Environnement
- 31 mai au 4 juin : TÉLÉ 7 JOURS JEUX / Alain Maurice. Article à paraître au printemps 2022 / Tourisme générique + Terroir
- 25 juin au 2 juillet : DÉTOURS EN FRANCE / Tuul & Bruno Morandi. Article à paraître printemps-été 2022 / Incontournables + Tourisme générique
- 7 au 9 juillet : L'HUMANITÉ DIMANCHE/ Thierry Morvan. Articles parus en septembre / Terroir
- 8 au 9 août : ESPRIT D'ICI / Paul-André Coumes. Articles à paraître au printemps 2022 / Art de Vivre
- 21 au 24 septembre : CAMPAGNE DÉCORATION & CUISINE ACTUELLE / Jean-Paul Frétillet. Articles à paraître au printemps 2022 / Art de Vivre
- 23 au 27 septembre : CAMPING-CAR MAGAZINE / Vincent Roussel. Article à paraître au printemps 2022 / Tourisme générique
- 26 au 28 octobre : BOUGEZ-VERT/ Gérald Ariano. Émissions diffusées les 21 et 28 novembre 2021 / Outdoor & Environnement



VOYAGE DE PRESSE

Initialement prévu à l'occasion de la Semaine du Golfe, le voyage de presse a dû être modifié et reporté du 4 au 7 juillet.

Journalistes accueillis :

- LE MONDE DU CAMPING-CAR / Gregory Gérault
- TÉLÉRAMA / Isabelle Alvaresse
- HISTORIA / Claire L'Hoër



BLOGTRIP

Blogueurs accueillis :

- JULIETTE KITSCH / Juliette - www.juliettekitsch.com
- MADEMOISELLE BON PLAN / Gaëlle & Nicolas - mademoisellebonplan.fr
- GLOBE-TROTTHING / Philomène - globe-trotting.com
- LES BAROUDEURS / Claudia - lesbaroudeurs.fr



LES RETOMBÉES PRESSE

TYPE DE PRESSE	SUPPORT	DATE DE PARUTION	PÉRIODICITÉ	SUJET	EX. DIFFUSÉS	LECTEURS PAR N°	AUDITEURS PAR ÉMISSION	EQUIV. PUB	LEVIER
PRESSE GASTRONOMIE	Cuisine & Jeux	N° de septembre-octobre 2021	Bimestrielle	Sujet Vannes	50 000	360 000	/	10 800 €	Brève Vannes dans le top 5 des villes où il fait bon vivre
PRESSE FAMILLE	Le Journal des Ménagères	N° du 11 avril 2021	Hebdo	L'en-vert du Golfe du Morbihan	3 250	22 500	/	1 000 €	DP
PQR en ligne	LE TÉLÉGRAMME	En ligne à partir du 23 avril 2021	Continue	Sorties découverte des animaux	/	/	1 217 998	2 635 €	CP#1
PQR	LE TÉLÉGRAMME	N° du 25 avril 2021	Quotidien	Sorties découverte des animaux	196 453	544 000	/	9 000 €	CP#1
PRESSE GASTRONOMIE	Cuisine & Jeux	N° de mai-juin 2021	Bimestrielle	L'en-vert du Golfe du Morbihan	50 000	360 000	/	10 800 €	CP#1
TV NATIONALE	TF1	13H du 3 mai 2021	Quotidien	Les oiseaux migrateurs dans le Golfe du Morbihan	/	/	5 600 000	40 000 €	Relances
PQR	Ouest France	N° du 4 mai 2021	Quotidien	Les oiseaux migrateurs trouvent refuge dans le Golfe	112 000	450 000	/	8 500 €	Brève Oiseaux Migrateurs
RADIO NATIONALE	FRANCE INFO	C'est Mon Week-End du 8 mai 2021	Hebdo	Les oiseaux migrateurs dans le Golfe du Morbihan	/	/	4 900 000	17 000 €	Relances
PRESSE TOURISME	Géo Hors Série Escapade	N° de mai 2021	Irrégulière	Sujet Randonnées	250 000	2 674 000	/	29 500 €	CP#1
TV NATIONALE	USHUAÏA TV	Bougez-Vert du 28 novembre (+ rediffusions)	Hebdo	Les Landes de Lanvaux	/	/	400 000	25 000 €	AP
PRESSE GASTRONOMIE	Cuisine & Jeux	N° de septembre-octobre 2021	Bimestrielle	Sujet Vannes	50 000	360 000	/	10 800 €	Brève Vannes dans le top 5 des villes où il fait bon vivre
PRESSE FAMILLE	Le Journal des Ménagères	N° du 11 avril 2021	Hebdo	L'en-vert du Golfe du Morbihan	3 250	22 500	/	1 000 €	DP
PQR en ligne	LE TÉLÉGRAMME	En ligne à partir du 23 avril 2021	Continue	Sorties découverte des animaux	/	/	1 217 998	2 635 €	CP#1
PQR	LE TÉLÉGRAMME	N° du 25 avril 2021	Quotidien	Sorties découverte des animaux	196 453	544 000	/	9 000 €	CP#1
PRESSE GASTRONOMIE	Cuisine & Jeux	N° de mai-juin 2021	Bimestrielle	L'en-vert du Golfe du Morbihan	50 000	360 000	/	10 800 €	CP#1

LES RETOMBÉES RS & BLOGS

TYPE DE PRESSE	SUPPORT	DATE DE PARUTION	PÉRIODICITÉ	SUJET	NBRE DE VISITEURS / MOIS OU FOLLOWERS	EQUIV. PUB	LEVIER	NOMBRE DE POSTS
BLOG	GLOBE-TROTTHING.COM	En ligne depuis le 4 novembre	Continue	Le golfe du Morbihan en Bretagne : à voir et à faire	52 900	NC	Blogtrip	1
STORIES	LES BAROUDEURS	du 9 au 12 septembre 2021	À la Une	Blogtrip	1 403	NC	Blogtrip	49
STORIES	GLOBE-TROTTHING	du 9 au 12 septembre 2021	À la Une	Blogtrip	8 426	2 300	Blogtrip	49
STORIES	MADEMOISELLE BON PLAN	du 9 au 12 septembre 2021	À la Une	Blogtrip	14 200	6 300	Blogtrip	78
STORIES	JULIETTE KITSCH	du 9 au 12 septembre 2021	À la Une	Blogtrip	31 500	13 500	Blogtrip	78
POSTS INSTAGRAM	MADEMOISELLE BON PLAN	À partir du 27 septembre 2021	Continue	Blogtrip	14 200	600	Blogtrip	3

BILAN



15 PARUTIONS

dans la presse

87 % PRESSE GRAND PUBLIC,

13% presse pro



19 440 443

Internautes, lecteurs et téléspectateurs potentiellement touchés



258 POSTS

sur les réseaux sociaux



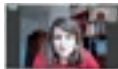
273 575 €

d'équivalence pub

AUTRES TEMPS FORTS PRESSE

JANVIER

- 18 et 19 janvier : **Workshop presse ADN Tourisme**
Initialement prévu en présentiel à Paris.
RDV visio via plateforme eventtia.
10 rdv avec journalistes et influenceurs



FÉVRIER

- **Parution article Magazine Côté Santé.**
Partenariat Sensation Bretagne
300 000 lecteurs. Équivalence pub : 26 000 €
- **Parution article Magazine trail Wider.**
Partenariat Sensation Bretagne
225 000 lecteurs. Équivalence pub : 5 000 €

MARS

- 12 Mars : **Parution du magazine voyageur AR.**
Dossier complet consacré à notre destination suite à l'accueil en septembre 2020 de Michel Fonovich, rédacteur en chef et Jeremy Suyker, photographe. Le Magazine a fait l'objet d'une chronique sur France Inter le vendredi 19 mars dans l'émission Grand bien vous fasse entre 10h et 11h.



AVRIL

- Accueil du journaliste Louis Bodin en tournage pour le lancement d'une nouvelle plateforme d'e-learning : virtuo2.co
- 14 avril : **Parution du National Geographic Traveler**
Pour la première fois, la couverture du prestigieux magazine de voyage National Geographic Traveler est française avec une photo du Golfe du Morbihan ainsi qu'une photo des paysages ostréicoles du Golfe mis à l'honneur dans «L'oeil du traveler».



MAI

- **Parution article Magazine BIBA.**
Partenariat Sensation Bretagne
833 000 lecteurs. Equivalence pub : 100 000 €

JUIN

- **Accueil du journaliste Loic Ballet et du triporteur pour l'émission TV Télématin**
Tournage : Vannes, Suscinio et Gavrinis
Diffusion : fin juillet.



JUILLET-AOÛT

- **Interviews France Bleu Armorique.**
Partenariat OTB
- **Accueil journaliste Christine Zazial** pour réalisation série estivale de portraits. France Bleu Armorique.
- 17 août : **Parution de l'article** du journaliste Thierry Dussard, Le Télégramme. Série artistique. Stendhal en Bretagne.

SEPTEMBRE

- 10 au 12 septembre : **accueil de la TV italienne Rai3** en partenariat avec le CRT Bretagne.

OCTOBRE

- **Parution article Magazine Voyager Ici & Ailleurs.** Partenariat Sensation Bretagne
- 11 au 16 octobre : **Tournage d'une nouvelle série : Antoine L'Aventure, diffusée sur Canal+.**
Emission jeunesse de découverte constituée de plusieurs épisodes de 13 minutes dont le but est de faire découvrir aux jeunes la diversité des paysages français tout en les sensibilisant à l'environnement. Le but étant de favoriser le tourisme responsable et de proximité, tout en expliquant la richesse environnementale de notre territoire français. Antoine a séjourné à Larmor-Baden et s'est déplacé en kayak (location avec guide avec Cataschool à Larmor-Baden) sur 2 jours + visite du cairn de Gavrinis.

NOVEMBRE

- 5 au 7 novembre : **Accueil de la journaliste Mariette Adams - Afrique du Sud - SA Rugby Magazine + Cape Town ETC + Getaway,** en partenariat avec Le Voyage à Nantes et Atout France.
Séjour à l'occasion du match France Afrique du Sud de rugby féminin demain et en préparation de la Coupe du Monde de rugby 2023 en France.
Retombées : publications réseaux et articles (517 553 personnes touchées, 10 256 clics). Parution article Getaway : mai 2022

LES BALADES DE XAVIER

À l'initiative de l'OT GMVT, 10 OT Morbihannais ont réalisé une série estivale de 10 émissions avec Tébésud.

OBJECTIF : refaire découvrir leurs territoires aux clientèles de proximité sous un angle un d'activités inédites. « Le Morbihan, découvrez chez nous, redécouvrez chez vous ! »

➤ Tournage : mercredi 9 juin. Activités : food tour Vannes, saut en parachute Monterblanc, immersion en forêt avec la guide Jeanne Marty de L'instant Plantes (Grand-Champ). Diffusion : chaque jeudi à 18h15 sur les chaînes du groupe Télégramme, Tébéo, Tébésud et Youtube + médias sociaux et sites des OT.



➤ Tout l'été, la nouvelle série vidéo de dix épisodes a fait découvrir les pépites touristiques du Morbihan. La nouvelle série vidéo inédite, baptisée Les balades de Xavier a mis en scène le journaliste Xavier Patrigeon.

➤ Le lancement a eu lieu le jeudi 1^{er} juillet à l'Office de tourisme à Vannes.

DIGGY, PAR ICI LES SECRETS !

Pour répondre à la demande récurrente de thématisation des visites., l'OT GMVT a souhaité lancer un nouveau circuit de visite sur l'appli Diggy, développée par Internep-TF1. Cette nouvelle offre a vocation à être un véritable outil de promotion du tourisme culturel et une valeur ajoutée à l'offre de visites guidées historiques portée par la ville de Vannes



OBJECTIF :

- Doper la notoriété de la Ville de Vannes via une nouvelle thématique : la ville sous l'angle des secrets de Vannes
- Distinguer et différencier notre destination Golfe du Morbihan
- Utiliser un outil digital (appli) au service de la promotion du patrimoine culturel et historique de la ville de Vannes

CIBLES :

- La clientèle familiale et jeune public en demande de visite ludique, insolite, secrète : ludification de la Ville
- Les habitants pour (re)découvrir leur lieu de vie

C'est quoi Diggy ?



Le téléchargement de l'application et son utilisation sont gratuits. Grâce à un parcours d'un kilomètre environ qui peut se boucler en moins d'une demi-heure, le visiteur a le privilège de découvrir les secrets de Vannes en 4 lieux, 4 vidéos. Le parcours traverse l'intra-muros et peut se terminer soit à l'une des portes de la ville ou à l'Hôtel de Limur.

Des cadenas permettent de se situer par rapport aux secrets. On peut y accéder dans l'ordre souhaité. Un indice en photo permet d'identifier que le visiteur est bien au bon endroit. A 20 mètres environ du secret, une notification indique que l'on peut accéder à la vidéo. Une fois visionnée, on peut continuer et partir découvrir le secret suivant symbolisé par un cadenas fermé.

À la fin du parcours, le visiteur bénéficie ponctuellement d'un goodies remis à l'office de tourisme.

- **Lundi 13 septembre** : lancement d'un parcours de découverte de Vannes avec l'appli DIGGY



GUIDE DE VOYAGE HACHETTE UN GRAND WEEK-END "VANNES ET LE GOLFE DU MORBIHAN"

LE PROJET :

- Identifier Vannes et le Golfe du Morbihan comme une destination week-end, dans le cadre du plan d'actions de la stratégie « En toutes saisons ».
- Légitimer, qualifier et affirmer notre destination week-end sous la plume des Guides de voyage Hachette auprès de nouvelles clientèles (city-breakers...)

5 motivations majeures :

- Stimuler le tourisme des 4 saisons
- Donner de la visibilité à la marque
- Promouvoir et mettre en marché l'offre culturelle de la destination
- Générer des retombées économiques
- Valoriser les démarches environnementales et leurs acteurs

Chiffrage du projet

- Prix de vente du guide : 9,90€ TTC
- 160 pages en quadrichromie + couvertures
- Périmètre de diffusion : nationale, réseau Hachette
- Pilotage projet : Office de tourisme Golfe du Morbihan Vannes Tourisme

- L'OT a identifié 4 partenaires du « tourisme culturel » et leur a offert de la visibilité au sein du guide sous un format page publicitaire : Cairns Gavrinis et Petit Mont, Visites guidées Mairie Vannes, GMVA Jeu Mys'terre et le Domaine de Suscinio,

- **Sortie : mercredi 8 septembre.** Lancement le 8 septembre à l'OT à Vannes en présence de David Robo, président de GMVA, Jérôme Denoix, consultant Hachette Tourisme en charge du développement des éditions spécialisées France, Joël Ambroggi, éditeur et Stéphanie Biju, auteure.



À TOUTE BERZINGUE !

DANS LE CADRE DE LA STRATÉGIE DE L'OT « EN TOUTE SAISONS » :

- Donner envie de (re)découvrir l'histoire et le patrimoine de Vannes et du Golfe du Morbihan
- Produire des contenus culturels « décalés » par Lorànt Deutsch
- Sous un format très court, Lorànt Deutsch parcourt l'histoire de Vannes et du Golfe, du néolithique à l'époque contemporaine. Objectif : donner envie d'en savoir plus, approfondir et visiter la destination
- **Lancement le mercredi 14 avril à l'OT à Vannes** lors du tournage et rencontre avec le comédien Lorànt Deutsch.
- Sortie de la vidéo sur la chaîne Youtube du comédien le 4 juin.



CAMPAGNE PARRAINAGE MÉTÉO FRANCE 3 + CLASSIQUE TV CITY PASS (NOUVEAUTÉ 2021) + NUMÉRIQUE

- **BILAN Campagne Météo Prime 12 secondes**
 - Durée : 29 mars au 31 décembre. 9 mois de spots TV thématiques quotidiens à partir de 20h10 tous les jours sur France 3 Bretagne.
 - 560 présences avec billboards 12 secondes thématiques et emblématiques avant et après la météo



- **Bilan numérique**
 - Pub spot TV City Pass en Preroll vidéo 10 secondes
 - Durée : 20 mai au 31 décembre. 7 mois d'un spot City Pass en Preroll.
 - 481 606 impressions délivrées



- **Nouveauté 2021 : PUBLICITE City Pass**
 - Ecran pub 10 secondes après 20h
 - Durée : 24 mai au 31 décembre. 7 mois d'un spot City Pass à 20h12 du lundi au vendredi + gracieux 20h15 le week-end selon dispos.
 - 195 spots 10 secondes dont 36 gracieux week-end

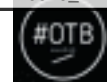




LA SEMAINE DU TOURISME ÉCONOMIQUE & DES SAVOIR-FAIRE EN BRETAGNE

25 AU 31 OCTOBRE 2021

Envoyé en préfecture le 23/05/2022
Reçu en préfecture le 23/05/2022
Affiché le
ID : 056-200067932-20220519-220519_DEL22-DE



Lors du Conseil d'Administration d'OTB du 14 octobre 2019, Magali Revault, directrice de l'OT du Pays de Vitré a présenté cette opération et un groupe de travail s'est constitué pour envisager de la dupliquer à l'échelle de la Bretagne.

La première édition régionale de La Semaine du Tourisme Économique & des Savoir-Faire en Bretagne a eu lieu du 25 au 31 octobre. L'Office de Tourisme GMVT s'est engagé de suite sur cet événement hors saison et s'est appuyé sur sa fédération, Offices de Tourisme de Bretagne (OTB), qui coordonne le projet à l'échelle régionale notamment sur les volets partenariat et communication.

Une étudiante en Licence OME (Organisation & Management de l'Événement) au Lycée St Paul-St Georges Vannes, Camille Even, a réalisé son stage de 2 mois (juin-juillet) au sein de l'OT pour l'organisation de cet événement.

Au travers d'une identité commune, l'ensemble des événements, (activités, visites guidées, conférences...) proposés tout au long de la semaine, seront regroupés sur un site internet dédié avec la possibilité de réservation en ligne au tarif de 2.50 € chaque visite : <https://semaine-tourisme-economique.bzh/>



Les 13 entreprises participantes de la destination :

- Héloïse Le Vieux / Artisanat d'art - COLPO
- Le domaine de l'aéropiste et l'aérocook / Ateliers culinaires - MONTERBLANC
- Cidrerie de Rhuys Nicol / Producteur - SURZUR
- Distillerie du Gorvello / Producteur - SULNIAC
- La Pépiterre / Artisanat, Culture & Producteur - SARZEAU
- Atelier Loupi Verre / Artisanat - BADEN
- Brasserie La Dilettante / Fabrique de bières biologiques SAINT-NOLFF
- Tristan Gesret / Peintre en lettres - GRAND-CHAMP
- La Brûlerie d'Alré / Torrificateur - PLOUGOUMELEN
- Ti-Wood / Artisanat - BADEN
- Michelin, usine de production - VANNES
- MarinArzon / Chantier nautique - ARZON
- Aux Petits Savons / Artisanat - ST AVE



LES OBJECTIFS

- ▶ Permettre au grand public, habitants du territoire et touristes,
- ▶ de (re)découvrir les entreprises locales qui font l'identité du territoire, de toutes tailles et tous secteurs confondus (industriels, artisans, producteurs locaux, sociétés ou organismes territoriaux ou municipaux), lors d'un événement à l'échelle de la Bretagne,
- ▶ Valoriser leur savoir-faire, leurs produits et leurs innovations.
- ▶ Créer ou renforcer les liens entre le monde économique et le monde touristique en Bretagne
- ▶ (Re)valoriser le savoir-faire et l'identité des entreprises bretonnes
- ▶ Susciter des vocations dans des secteurs qui peinent à recruter
- ▶ Accompagner, par le biais des OT, les entreprises qui le souhaitent à la mise en place, de façon pérenne, des visites d'entreprises.
- ▶ Améliorer l'image de marque d'entreprises parfois décriées en jouant la carte de la transparence

Partenariat des 3 chambres consulaires : Chambre de commerce et d'Industrie de Bretagne, Chambre d'Agriculture de Bretagne et Chambre des Métiers et de l'Artisanat de Bretagne sont partenaires et sont des « relais d'information » de l'événement auprès de leurs réseaux respectifs.

PLAN DE COMMUNICATION

Kit de communication et identité commune mise à dispo par OTB

- ▶ Partenariat France Bleu (Jeux, spots radios, reportages en direct)
- ▶ Dossier thématique Ouest France (OTB)
- ▶ Campagne contenus sponsorisés Facebook
- ▶ Campagne contenus sponsorisés Google Ads (OTB)
- ▶ + insertion journaux Golfe et vous, brève agence RP, articles de presse, articles de blog, site internet...

- ▶ Un lancement presse a été organisée par l'OT le 20 octobre au sein de l'entreprise Michelin à Vannes, en présence de Johan Cordonnier, directeur du site et Pierre Bouton, directeur OTB.



BILAN

- ▶ L'intégralité des réservations pour le territoire GMVT a été réalisée sur la plateforme web dédiée.
- ▶ 93% de visiteurs très satisfaits
- ▶ Motivations des visiteurs: découvrir une entreprise ou les coulisses d'une entreprise de son territoire, mais également une opportunité d'activité à faire pendant les vacances
- ▶ Profils visiteurs: 83 % habitants, 10 % vacanciers, 7 % résidents secondaires

Point général sur l'opération en chiffres



PLAN D' ACTIONS PROMO MARCHÉ FRANÇAIS - CRT

CAMPAGNE DIGITALE WEBEDIA

(en complément de la campagne de soutien aux hébergeurs)

CONCEPT CAMPAGNE DIGITALE FRANCE 2021-WEBEDIA



OBJET	Multi-Médias
OBJECTIF	Soutien l'emploi pour le département, développer les réservations en circuit les destinations Bretagne
CIBLE	Jeunes actifs et familles
MESSAGE	Voilà le début vacances
INTERMÉDIAIRES	Bret-Tourisme (Garmor, Brest, Cornouaille, Côtes de Bretagne, Ouest, Ouest-Coté d'Azur, Ile de France, La Roche, Loire, Normandie, Normandie, Bretagne, Bretagne, Seine-Normandie)
COÛT TOTAL	100 000 € HT

Concept :
 Compte tenu de l'opportunité liée au contexte sanitaire, en remplacement de l'affichage, 2 grandes campagnes digitales France ont été menées en partenariat avec Webedia.

Objectif : Mettre en valeur la région Bretagne et la diversité de ses territoires afin d'inciter à la réservation d'un séjour

Stratégie :

- 1 campagne vers les jeunes actifs sur les 3 réseaux sociaux
- 1 campagne vers les familles sur les 3 réseaux sociaux

Déterminés :

- 1 page de presse (presse web) dédiée
- 1 page en version papier - web / diffus numérique

Webédia :
 Un groupe de contenu, de média et de technologie numérique
 Une expertise tournée vers le tourisme, l'office des vacances, le bon guide
 Un partenariat gagnant gagnant avec abondamment financer de Webédia

VOYAGE FAMILY

CONCEPT PARTENARIAT EDITORIAL VOYAGE FAMILY



OBJET	Multi-Médias
OBJECTIF	Accueillir
CIBLE	Familiales
MESSAGE	Voilà le début vacances 2022
INTERMÉDIAIRES	Département Breizh-tourisme, Ouest-Coté d'Azur, Normandie, Normandie, Bretagne, Bretagne, Seine-Normandie
COÛT TOTAL	100 000 € HT (hors frais annexes)
COÛT TOTAL	100 000 € HT

AUDIENCE
 200 000 visiteurs/mois sur le blog

RESEAUX SOCIAUX
 12 K abonnés Instagram

9,1 K abonnés
 Facebook

Concept :
 Mise en avant de la Bretagne sur le site. Objectif : donner envie aux parents de programmer un week-end ou des vacances en famille en Bretagne dans le courant de l'année 2022

Stratégie :

- Juin et septembre : conception et rédaction de 2 articles journalistiques sur deux destinations bretonnes -> promotion sur les réseaux sociaux, newsletter mensuelle - forum
- Juillet : accueil de la fondatrice Caroline Foucault en famille pendant 1 semaine nature, aventure, famille... et publication d'un article journalistique -> sur le site, promotion sur les réseaux sociaux, la newsletter mensuelle et le forum.

LE CHTI

CONCEPT LE CHTI



OBJET	Multi-Médias
OBJECTIF	Publicité
CIBLE	Multi-cibles
MESSAGE	Circuit de 19 et 23 km
INTERMÉDIAIRES	Côte de Bretagne, Ouest-Coté d'Azur, Normandie, Normandie, Bretagne, Bretagne, Seine-Normandie
COÛT TOTAL	1 000 €
COÛT TOTAL	21 000 € TTC

Concept :
 Le Chti, guide de référence des littos depuis 1985.

L'équipe du Chti tire ses adresses préférées et idées séjours en Bretagne : balades, lieux & découvertes, activités sportives, shopping, restaurants.

Dispositif :
 8 pages littos pour relancer la Bretagne rédigées par le Chti
 Guide annuel diffusé dans les rues de Lille

TAP 20 MINUTES

CONCEPT 20 MINUTES



OBJET	Multi-Médias
OBJECTIF	Publicité
CIBLE	Multi-cibles
MESSAGE	20 min
INTERMÉDIAIRES	Bret-Tourisme
COÛT TOTAL	10 000 € TTC
COÛT TOTAL	10 000 € TTC

RESULTATS AMPLIFICATION

2021

NUMERO DE VENTES
 + de 7 000 sur les 100 villes

PERSONNES ATTEINTES
 + de 67 000 sur Facebook et Instagram

Concept :
 Un tiré à part spécial randonnée dédié à la Bretagne distribué en sorties de mètres à Lyon par les équipes de 20 Minutes.

Dispositif :

- Un tiré à part de 8 pages dédié à la Bretagne - 10 000 exemplaires
- Sortie du TAP relayée sur les réseaux sociaux via Le Breton Lyon

5

COMMERCIALISATION GROUPES LOISIRS & AFFAIRES

“ L’office de tourisme : apporteur d’affaires.
L’action commerciale au service
de la promotion de la destination



CHIFFRE D’AFFAIRES 2021 : 145 740 €

L’impact de la crise sanitaire du Covid sur la filière Affaires et Groupes a été très important en 2020 et repart à la hausse en 2021. Cependant, le CA 2021 reste inférieur à celui de 2019 (-59,6 %).

PROMOTION COMMERCIALE

Marie-Odile Robino, Swan Le Houarner, Virginie Bénéat et Rozenn Fardel (depuis novembre 2021) sont en charge de la promotion commerciale.

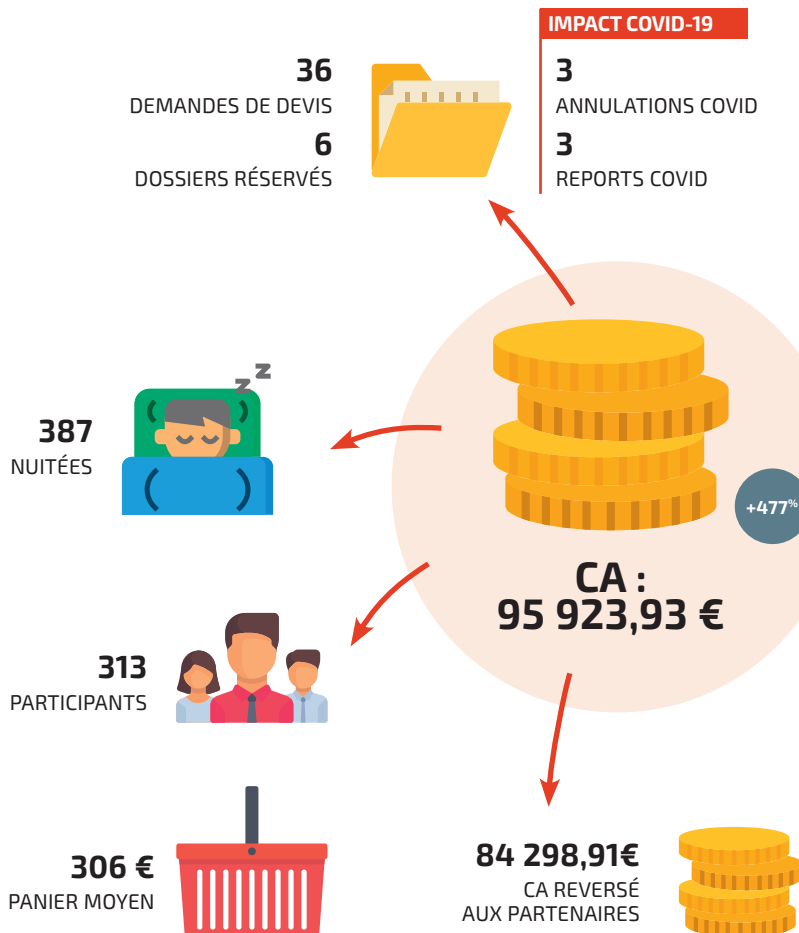
L'OT propose une organisation clé en main de séjours groupes loisirs, affaires et congrès : organisation partielle ou complète du séjour, conception de programmes personnalisés, gestion des réservations à tarifs négociés auprès des partenaires (hébergements, loisirs, restauration, transports), gestion logistique.



ILS NOUS ONT FAIT CONFIANCE EN 2021 :

- Sénat Les Républicains
- Grande Loge Nationale Française
- La Poste
- UNSA Crédit Mutuel FOSAB
- SMACL Assurance
- Axa par 123 Events

L'ACTION COMMERCIALE CONGRÈS & AFFAIRES



En 2021, Swan Le Houarner a participé à la promotion du tourisme d'affaires :

- 9 et 15/07 + 26/08 : accueil et éducateur des représentants Sénat Les Républicains
- 12/10 : Soirée Assistante Plus Nantes - Westotel Nantes Atlantique - Morbihan affaires
- 27,28 et 29/10 : AG et réunions de travail Congrès Cités à Brive La Gaillarde avec Rozenn Fardel (nouveaux arrivants dans le réseau, point GRC fichiers clients, focus sur l'accueil d'événements sportifs)
- 23 et 24/11 : Salon Heavent - Séminaire expo à Paris - Morbihan Affaires

NOUVEAUTÉ VIDÉO

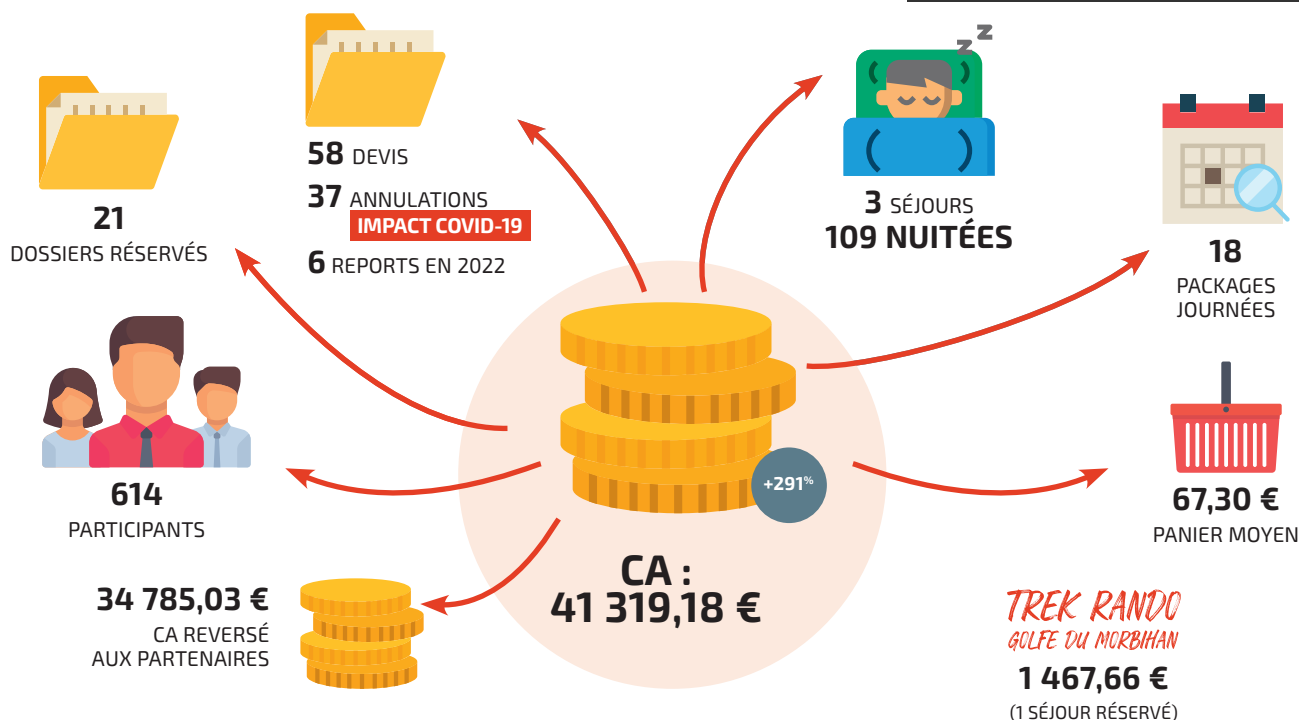
Réalisation d'un teaser de 42 secondes en lien avec Atout France (#MonEvénementEn-France) pour accompagner la relance du Tourisme d'Affaires et de séminaires sur notre destination, et au niveau France.



L'OFFICE DE TOURISME EST MEMBRE DES RÉSEAUX CONGRÈS CITÉS ET MORBIHAN AFFAIRES



L'ACTION COMMERCIALE GROUPES LOISIRS



VISITES GUIDÉES GROUPES VILLE DE VANNES



NOUVEAUTÉ

Réalisation en interne de 5 vidéos de promotion des visites guidées de Vannes (une vidéo par guide et une vidéo générale) disponibles sur golfedumorbihan.bzh et sur notre chaîne Youtube.



NOUVEAUTÉ BIKEPACKING GRAVEL GOLFE

2021 : Création d'un nouveau package thématique Gravel.

Séjour itinérant 3 jours / 2 nuits ou 4 jours / 3 nuits sur 200 km au départ de Vannes ou Grand-Champ.

2022 : Commercialisation.

Envoyé en préfecture le 23/05/2022

Reçu en préfecture le 23/05/2022

Affiché le

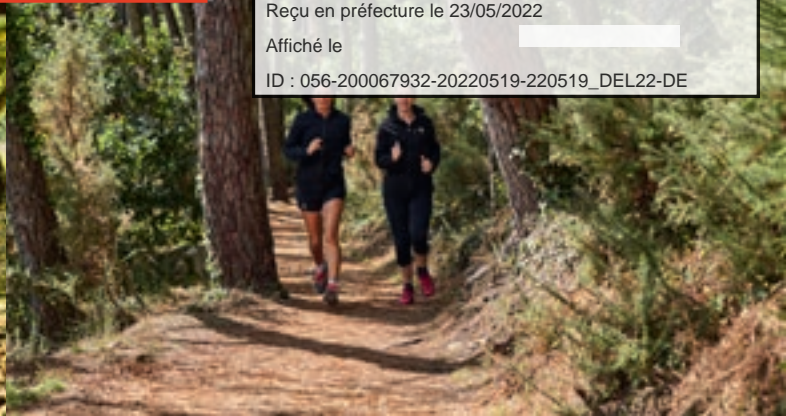
ID : 056-200067932-20220519-220519_DEL22-DE

6

INGENIERIE & MANAGEMENT DE PROJETS

“ L’expertise touristique au service
des professionnels et partenaires locaux





ON PARLE DE NOUS!



LE GOLFE DU MORBIHAN VANNES,
 PREMIERE DESTINATION ON PISTE DE BRETAGNE

Dynamiser l'image du territoire avec des activités sportives 4 saisons

La volonté de
 l'Office de Tourisme
 Golfe du Morbihan
 Vannes Tourisme
 de mettre en scène
 son territoire en
 valorisant les sports
 outdoor.



Monsieur Arnaud Barel, Directeur de Golfe du Morbihan Vannes Tourisme.
 "L'Office de Tourisme a souhaité valoriser le littoral et les Landes de Lanvaux et désaisonnaliser son activité touristique grâce au développement de parcours permanents de trail, de marche nordique, de VTT et gravel en s'associant depuis 2019 avec On Piste.

Véritable outil de développement touristique, ce projet s'inscrit dans la logique du schéma de développement touristique porté par Golfe du Morbihan Vannes Agglomération, en favorisant l'itinérance et la diversification des pratiques sportives.

La structuration de ces sports représente une réelle opportunité de susciter des formes d'attractivité territoriale nouvelles, de travailler sur la complémentarité de l'offre littorale/rurale et correspondent aux évolutions des formes et des lieux de séjours touristiques, en touchant des clientèles et des publics de tous niveaux de pratique."

3 activités

du réseau On Piste sur le territoire du Golfe du Morbihan Vannes

TRAIL
 14 PARCOURS

MARCHE NORDIQUE
 6 PARCOURS

VÉLO
 7 PARCOURS VTT
 3 PARCOURS GRAVEL

Il n'y a pas que les stations de ski qui souhaitent se diversifier ! Les stations balnéaires font également face aux mêmes enjeux et misent sur le développement des activités de pleine nature et 4 saisons. C'est le cas de la destination touristique du Golfe du Morbihan Vannes qui souhaite valoriser l'intérieur des terres tout au long de l'année avec un projet structurant innovant : Les sports outdoor comme nouveaux vecteurs de développement territorial.

Valoriser les atouts du territoire par les sports de nature

Située sur un territoire de 34 communes, la destination Golfe du Morbihan Vannes a choisi le concept On Piste pour atteindre plusieurs objectifs :

- **Additionner ses forces :** l'océan, la culture et la nature
- **Mettre en scène le territoire** et favoriser l'image sportive de la destination
- **Construire et vendre** de nouvelles offres
- **Diversifier** la clientèle
- **Doper l'itinérance** sur le territoire
- **Lisser la fréquentation** à l'année et s'orienter vers du tourisme 4 saisons.

Cet outil a vocation d'accompagner l'image sportive du territoire avec des parcours accessibles toute l'année pour s'initier ou s'entraîner.

LA DESTINATION ON PISTE GOLFE DU MORBIHAN VANNES TOURISME EN QUELQUES CHIFFRES



7 parcours VTT et VTTAE
 3 parcours GRAVEL
 14 parcours de trail



32 communes concernées



SITE INTERNET :
 pages vues Golfe du Morbihan Vannes



5 parcours de Marche nordique



15 associations impliquées

Espace R-Bikes
 + 30 961

Station de Trail +31%
 + 36 571

Station de marche nordique
 + 5 920



LANCEMENT DE LA NOUVELLE MARQUE ON PISTE QUI VA FAIRE BOUGER LES SPORTIFS EN BRETAGNE!

Envoyé en préfecture le 23/05/2022

Reçu en préfecture le 23/05/2022

Affiché le

ID : 056-200067932-20220519-220519_DEL22-DE

Depuis 2019, l'Office de Tourisme Golfe du Morbihan Vannes Tourisme met en œuvre en partenariat avec le groupe Rossignol, un projet de développement des activités de pleine nature qui s'inscrit dans la logique du Schéma de développement touristique porté par Golfe du Morbihan Vannes Agglomération. Des landes de Lanvaux à la Presqu'île de Rhuys, ce sont aujourd'hui près de 30 parcours de trail, marche nordique, VTTAE ou encore gravel (vélo hybride tout terrain), qui attendent nos amoureux de sport sur des itinéraires variés à pratiquer toute l'année, en toutes saisons!

Pour faciliter l'accès au sport et à la nature, le groupe Rossignol lance une nouvelle marque intitulée « On Piste » qui met gratuitement à disposition des pratiquants via un site internet et une application, les parcours balisés de plus de 50 destinations touristiques et sportives référencées à travers la France, quel que soit le niveau et toujours dans le respect de l'environnement. Parmi ces destinations, Golfe du Morbihan Vannes figure comme la 1ère destination On Piste de Bretagne!

Le nouveau site internet onpiste.com remplace, fusionne et modernise les trois anciennes plateformes Stations de Trail / Stations Nordik Walk / Espaces R-Bike pour ne faire plus qu'un. Le contenu est conservé, mais le design et les fonctionnalités sont améliorés. Il rassemble désormais toutes les informations utiles pour organiser facilement un séjour sur notre belle destination Golfe du Morbihan Vannes Tourisme.

POUR PLANIFIER, VIVRE ET PARTAGER SES PLUS BEAUX MOMENTS SPORTIFS, RIEN DE PLUS SIMPLE :

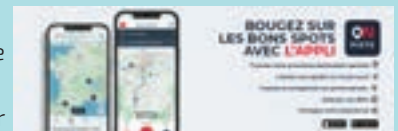
LE SITE WEB WWW.ONPISTE.COM

- Trouver son spot, en fonction du sport et/ou de la localisation souhaités
- Préparer sa sortie grâce aux pages parcours (carte, descriptif, avis, ...)
- Repérer les prestataires de services disponibles dans la destination : hébergement, restaurant, location de matériel, etc
- Identifier les événements (courses, stages, etc...) à ne pas rater
- Découvrir les conseils, bons plans et inspirations du moment



L'APPLICATION

- Trouvez votre prochaine destination sportive
- Laissez-vous guider sur le parcours
- Trackez et enregistrez vos performances
- Relevez nos défis
- Partagez votre expérience



PROGRAMME RESPECT, POUR UNE DESTINATION DURABLE ET RESPECTUEUSE DE L'ENVIRONNEMENT



Par la signature de la convention "Programme Respect" en octobre 2021, Golfe du Morbihan Vannes Tourisme

a voulu rendre plus concret et plus ambitieux son engagement sociétal et environnemental. Parmi les actions prioritaires à mener, l'office de tourisme a fait le choix d'orienter ses missions vers l'accessibilité afin de favoriser la pratique des activités de pleine nature par les personnes en situation de handicap. Nous travaillons actuellement avec la Fédération Française Handisport (FFH) afin d'identifier les parcours à labelliser en 2022.

UNE DESTINATION RESPECT, C'EST QUOI ?

Les Destinations Respect s'engagent à préserver l'environnement et à minimiser leur impact environnemental, en menant des actions autour de thématiques concrètes : transport, promotion des initiatives locales et durables, balisage, gestion des déchets, bases d'accueil, handicap/social et communication. Ces stations sont identifiées sur le site On Piste avec le label « Respect ». Les sportifs peuvent ainsi repérer facilement ces destinations et leurs actions selon leurs sensibilités.

BIENTÔT LA PREMIÈRE STATION LABELLISÉE « ESPACE GRAVEL FFC® » EN FRANCE ?

L'Office de Tourisme Golfe du Morbihan Vannes Tourisme a fait partie des 3 premiers territoires touristiques à se lancer dans l'aventure gravel avec le soutien du pôle On Piste Rossignol. Notre Destination compte désormais 3 parcours gravel de 85 km à 210 km qui parcourent notre territoire des Landes de Lanvaux jusqu'au bord du Golfe.



Une convention va prochainement être signée avec la Fédération Française de Cyclisme (FFC) et un club affilié à la FFC afin d'engager la Destination Golfe du Morbihan Vannes dans une démarche de labellisation de notre Espace Gravel. Afin de répondre aux critères du label, 3 nouveaux circuits de niveau débutant à intermédiaire vont être créés en 2022.

VOUS AVEZ DIT GRAVEL ?

Le gravel est une pratique venue des Etats-Unis qui fait de plus en plus d'adeptes en France et en Europe ! Vélo polyvalent, qui allie la performance, l'esthétisme d'un vélo de route, avec la flexibilité tout terrain du VTT, le gravel permet de rouler aussi bien sur les routes que sur les chemins, en laissant libre court à la découverte des paysages.

Envoyé en préfecture le 23/05/2022
 Reçu en préfecture le 23/05/2022
 Affiché le
 ID : 056-200067932-20220519-220519_DEL22-DE

VISITES STREET-ART DE VANNES

LE PROJET :

Les enquêtes réalisées par l'Office de tourisme sur l'attente des visiteurs depuis 2 ans révèlent une demande récurrente de thématisation des visites.

L'Office de Tourisme Golfe du Morbihan Vannes Tourisme a souhaité répondre à cette demande en lançant une balade insolite « STREET-ART» en 2019 afin de valoriser la culture urbaine portée par la dynamique de la Ville ces dernières années. Cette nouvelle offre a vocation à être un véritable outil de promotion et une valeur ajoutée à l'offre de visites guidées historiques.

OBJECTIFS :

- Doper la notoriété de la Ville de Vannes via la thématique novatrice : la ville sous un autre angle, la visite insolite
- Distinguer et différencier notre destination Golfe du Morbihan
- Valoriser l'expression artistique singulière et les œuvres

CIBLES :

- Les clientèles familiales françaises
- La clientèle en demande de visite ludique, insolite, secrète : ludification de la Ville
- Le jeune public avec le public scolaire (à partir de 8 ans)

En 2021, en collaboration avec les membres de DéDaLe et Maxime Benier, artiste aux solides connaissances sur les artistes de rue et ayant participé à la réalisation des murs de l'événement « Vannes et sa Street », l'OT avait programmé 40 dates de visites guidées de Vannes sous l'angle de la culture des graffitis / street-art + DéDaLe et accueilli 450 participants de juin à décembre.



CHILOWÉ, L'AVENTURE PRÈS DE CHEZ SOI

Chilowé rassemble la première communauté de micro-aventuriers en France qui regroupe plus de 200 000 jeunes urbains en quête de nature et d'aventure. Le concept est simple : voyager de manière plus responsable en vivant des expériences dépaysantes et sportives à deux pas de chez soi.

En partenariat avec l'Office de Tourisme, l'équipe de Chilowé est venue réaliser 3 micro-aventures de deux jours chacune entre octobre et novembre pour proposer des courts séjours en toute autonomie sur notre territoire : une en gravel pour partir à la découverte des landes de Lanvaux, une autre à pied sur le GR34 le long du littoral de la Presqu'île de Rhuys et enfin la dernière au départ de Séné pour une initiation au trail.

LE REPORTING DE LA CAMPAGNE



zoom-sur

LA CHARTE DU VOYAGEUR

LE PROJET

Pour sensibiliser les visiteurs aux comportements éco-responsables qu'ils doivent adopter, l'Office de Tourisme lance le projet d'une charte du voyageur dans le prolongement du Livre Blanc écrit en 2019, et du Guide de Marque présenté en 2018.

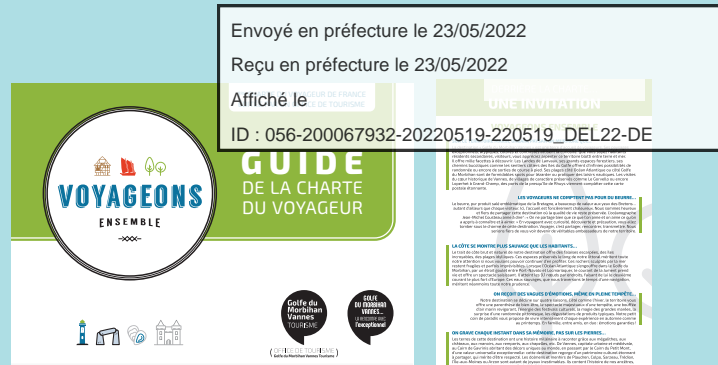
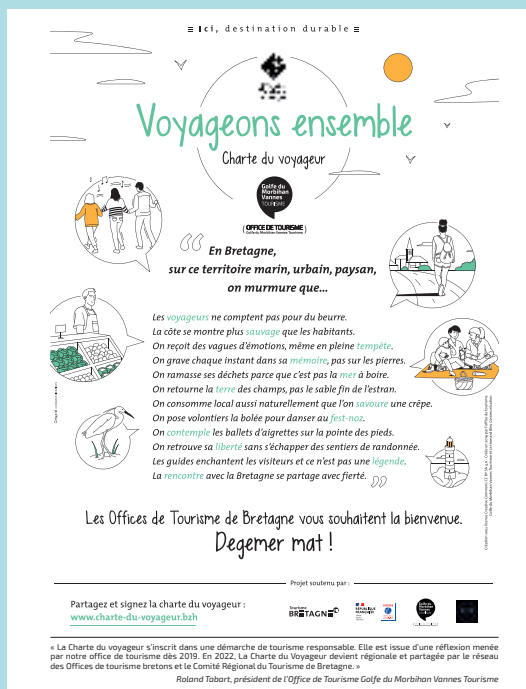
Conçue comme une campagne de communication, cette charte engage les vacanciers à voyager de manière responsable et ainsi à partager quelques conseils simples de bienvenue pour respecter et protéger les paysages. L'écriture collective de cette charte a vocation à mieux accueillir les clientèles sur notre destination.

OBJECTIFS :

- éduquer, anticiper et innover
- s'impliquer, valoriser, développer le territoire en dessinant un tourisme durable, responsable, capable d'engendrer des retombées transversales à l'économie locale
- accueillir, accompagner et responsabiliser les voyageurs et habitants locaux

Cette charte se veut être une méthode douce pour souhaiter la bienvenue, sans donner de leçons, de manière décalée, afin de réguler, pas interdire. C'est avant que ses effets négatifs ne se fassent sentir qu'il convient de réguler l'activité touristique, et concilier développement touristique et qualité de vie, dans l'espace et le temps.

En 2019, l'Office de tourisme a réuni les acteurs du territoire pour rédiger la Charte. Une quarantaine d'associations sportives, de protection de l'environnement, de défense du littoral, des chefs d'entreprises, des hôteliers, des habitants, des institutions, des élus, ont travaillé ensemble avec le soutien et l'expertise de M. Nicolas Imbert, directeur exécutif de l'ONG Green Cross France & Territoires.



2020 ET 2021 : LE PARTAGE DE LA CHARTE DU VOYAGEUR

La crise sanitaire et économique que nous traversons peut être un élément déclencheur pour évoluer vers une forme de voyage responsable et continuer à développer un tourisme durable sur notre territoire.

Un des enjeux est de faire partager cette Charte du Voyageur au plus grand nombre.

Un kit « Charte du voyageur » a été mis à disposition des voyageurs et professionnels du tourisme, collectivités, associations... Il est diffusé toute l'année auprès des visiteurs et des professionnels (livraison, journées partenaires...).

Le Kit se compose de deux supports pédagogiques :

- Une Charte éditée sur bois de bûche en format A4 avec socle pour présentation dans les accueils et réceptions, hébergements... des professionnels. Une charte éditée sur bois de bûche format carte postale pour distribution auprès des visiteurs.
- Un Guide de la Charte du Voyageur détaillant les valeurs du territoire, la démarche de l'Office de Tourisme et les enjeux liés à la diffusion de bonnes pratiques touristiques. Il est édité sous la forme d'un dépliant et imprimé sur papier recyclé.

Depuis 2019, l'ensemble de la démarche est accompagné par l'agence Le Homard Bleu, Elodie Bannier Mouate.

2022 : LA CHARTE DU VOYAGEUR DEVIENT RÉGIONALE

En 2021, les directions des offices de tourisme bretons et leur fédération régionale OTB ont travaillé ensemble une Charte régionale qui s'est enrichie de nouveaux items. Elle sera donc désormais partagée par le réseau des Offices de tourisme bretons et le Comité Régional du Tourisme de Bretagne.

+infos sur www.charte-du-voyageur.bzh



LES HIPPOCAMPES DU GOLFE DU MORBIHAN 3^E ÉDITION

JEUDI 2 DÉCEMBRE 2021 - 9H30 À 17H45 UNIVERSITÉ BRETAGNE-SUD (UBS) À VANNES



- **1 JOURNÉE DE CONFÉRENCES**
pour prendre du recul et penser le voyage différemment
- **1 TEMPS D'ÉCHANGES**
où se mêlent experts, élus et grand public pour réfléchir à une approche durable et responsable du voyage sur le territoire
- **1 LABORATOIRE D'IDÉES**
autour d'une thématique économique-tourisme transversale

LE RETOUR TANT ATTENDU

Après deux années d'interruption en raison de la crise sanitaire, la 3^e édition des Hippocampes organisée par l'Office de Tourisme a enfin pu voir le jour. Fidèle depuis leur création, Louis Bodin - météorologiste et rédacteur en chef du service météo RTL et TF1 - a animé cette année encore avec passion et sincérité l'ensemble de la journée. Nono - dessinateur, affichiste et professeur de philosophie - était également présent pour dessiner et croquer avec humour les conférences en direct.

THÈME 2021

L'Office de Tourisme Golfe du Morbihan Vannes Tourisme a convié cette année 11 experts français reconnus pour répondre à une question centrale : « **Voyager est-il devenu culturel ?** ». Tout au long de la journée se sont succédés les intervenants autour d'interventions, de conférences et d'échanges avec le public venu en nombre.



2018 et 2019 en vidéos, 2021 en podcasts (nouveau 2021) et téléchargez les Livres Blancs sur golfedumorbihan.bzh

LES INTERVENANTS

- Yves Coppens, Paléontologue et Olivier Lepick, Président des Mégalithes de Carnac et du sud Morbihan
- Claire & Reno Marca, Auteurs, illustrateurs et voyageurs
- Anne-Claire Coudray, Présentatrice et rédactrice en chef des JT du week-end sur TF1
- Didier Masurier, Anthropologue
- Auguste Coudray & Jacques Rocher, Président du Festival Photo La Gacilly et Président de la Fondation Yves Rocher
- Yolande Piris, Professeur des universités, directrice du laboratoire de recherche LEGO - UBS
- Guirec Soudée, navigateur et aventurier
- Lise Blanchet, Grand reporter et Ex-Thalassa
- Lorant Deutsch, Écrivain et comédien

Cet événement organisé par l'Office de Tourisme a permis de réunir près de 400 participants, un public varié composé de partenaires, d'habitants, d'élus, de professionnels du tourisme, d'associations ou encore d'acteurs économiques du territoire. Les conférences étaient gratuites et accessibles sur inscription préalable, dans la limite des places disponibles.

La journée s'est clôturée par un temps d'échanges avec la salle suivi des séances de dédicaces conduites par la librairie L'archipel des mots à Vannes.



DEIZ CONFIDENCES TOUR

REPORTÉ 2022

LE PROJET :

En 2019, l'OT a souhaité organiser un événement à vocation culturelle multidimensionnelle : faire découvrir la spécificité artistique du Bagad de Vannes et la diversité du patrimoine bâti de notre territoire.

LE PRINCIPE :

Organiser des événements conviviaux et intimistes dans des sites patrimoniaux méconnus dans une logique de communication insolite : Deiz Confidences Tour. Dans une logique de communication insolite, les sites ont été dévoilés 72h avant chaque date par le biais de la presse et des médias sociaux de l'OT. Gratuit.

UN VOYAGE EN HIVER

REPORTÉ 2022

LE PRINCIPE :

Créer de l'itinérance, de la magie, de l'émotion, en ciblant l'habitant et le visiteur autour d'un lieu, d'une histoire, d'un patrimoine.

Création d'un circuit qui met en scène 7 arbres remarquables répartis géographiquement dans le territoire - 7 sites sur 1 mois (mi-décembre à mi-janvier) : safari nature, mise en lumière dédiée, en quête d'arbres, de contes, d'histoires réelles ou imaginaires, voyage intérieur et physique, animations ponctuelles... **Une rencontre exceptionnelle entre l'arbre, la feuille et la lumière, une photosynthèse salvatrice pour la prise de conscience du devenir de la planète...et aussi une invitation à redécouvrir la beauté qui nous entoure !**



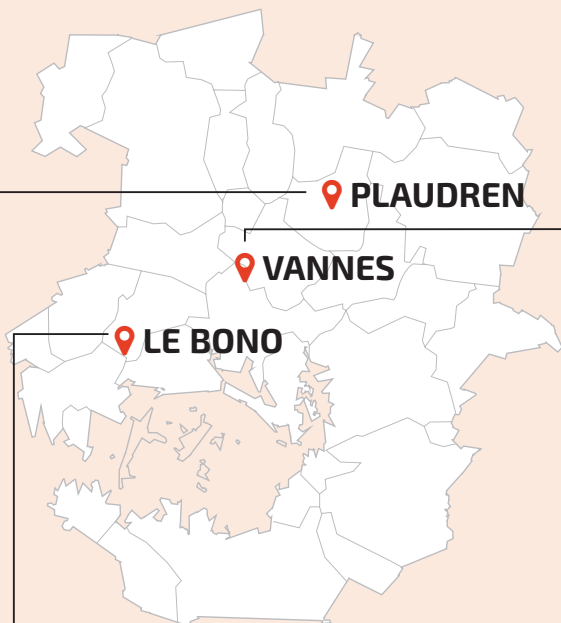
7

GESTION ET MANAGEMENT DE L'OT

“ L'Office de Tourisme : une organisation dans une logique de relation clients



LA GOUVERNANCE : LES COMITÉS DE DIRECTION (CODIR)



📅 15 JUIN 2021
📍 LE BONO / DOMAINE DES ABBATIALES

**Accueil par Mme OLIVIER, directrice du
Domaine des Abbatales**

- Approbation du PV du dernier Comité de Direction du 30 mars 2021
- Présentation des actions "en toutes saisons"
- Guide du partenariat : tarifs 2022
- Budget : Décision modificative n°2-2021
- RSE : Forfait Mobilité Durable

📅 21 SEPTEMBRE 2021
📍 PLAUDREN / MONDE DU NÉDO

Accueil par M. TIERNY, directeur du Monde du Nédó

- Approbation du PV du dernier Comité de Direction du 15 juin 2021
- Année touristique 2021 : premiers résultats
- Présentation du projet d'évènement période de Noël
- Informations sur le personnel

📅 30 MARS 2021
📍 VANNES - PALAIS DES ARTS ET DES CONGRÈS

- Approbation du PV du dernier Comité de Direction du 08 décembre 2020
- Rapport d'activités 2020
- Présentation de la démarche "En toutes saisons"
- Approbation du compte administratif – année 2020
- Approbation du compte de gestion du trésorier principal – année 2020
- Affectation du résultat d'exploitation 2020
- Vote de la Décision modificative n°1



📅 7 DÉCEMBRE 2021
📍 VANNES / BRASSERIE ET RESTAURANT AWEN

**Accueil par M. CAPITAINE, Président Directeur
Général 4B Service et M. GUILLAUME, Directeur
Général Awen Brew Pub**

- Approbation du PV du dernier Comité de Direction du 21 septembre 2021
- Présentation du projet de SPL
- Présentation du plan d'actions 2022
- BUDGET : Vote de la décision modificative n°3-2021
- BUDGET : Vote du budget primitif 2022
- Organisation, RH



SYNTHÈSE EXERCICE 2021

DÉPENSES

Frais personnel	1 081 304,27 €	38 %
Frais généraux	448 313,66 €	16 %
Billetteries & prestations divers	373 756,24 €	13 %
Actions & promotion	840 872,26 €	29 %
Packages groupes loisirs	36 176,40 €	1 %
Congrès	82 550,47 €	3 %
TOTAL	2 862 973,30 €	100 %

RECETTES

Taxe de séjour	2 000 000,00 €	65 %
Ventes produits	925 443,62 €	30 %
Produit exceptionnel	148 130,47 €	5 %
TOTAL	3 073 574,09 €	100 %



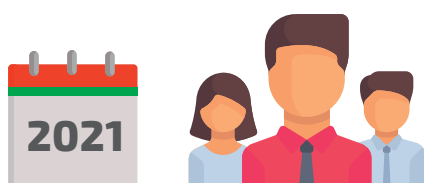
2 079 mandats

86 titres de recettes

RÉSULTAT 2021 :

210 600,79 €

L'ENGAGEMENT SOCIAL - LES RESSOURCES HUMAINES



27,75 ETP

- Équipe permanente de **21 personnes**
- **+ 1** alternante
- Équipe saisonnière de **22 personnes** (de 2 à 7 mois)

FORMATION DES ÉTUDIANTS



10
élèves accueillis

Accueil de 10 stagiaires
Accueil d'une étudiante en alternance,
Audrey Péresse, le 6 septembre pour 2 ans

3	Collège
1	Lycée
6	Étude supérieures



54 semaines
de stages cumulées



Aline Guiho et Arnaud Burel sont intervenus au sein de différentes formations universitaires

FORMATION DES SALARIÉS



336 heures en présentiel
dont 84 heures sont des
heures de formations
reportées de 2020

42 heures en visio

119 heures reportées

67 heures de webinaires



66 % des salariés ont suivi
une formation en 2021
(14 sur 21 permanents)

3	Accueil
5	Commercial
1	Qualité
2	Législation
2	Législation
1	Tourisme durable
5	Autres (management, Tourisme et handicap, développement personnel...)



2 ET 3 DÉCEMBRE :

Formation Sauveteurs
Secouristes au Travail
2 salariés



ORGANIGRAMME AU 01.01.2022

UNE ÉQUIPE DE PROFESSIONNELS AU SERVICE DE LA DESTINATION

PÔLE ACCUEIL & INFORMATION - QUALITÉ TOURISME



SANDRA LERAY
RESPONSABLE PÔLE ACCUEIL RHUYS
& QUALITÉ TOURISME
accueilqualite2@golfedumorbihan.bzh
02 97 53 87 89



EMMANUELLE JJOUEL
RESPONSABLE PÔLE ACCUEIL VANNES-
LANVAUX & QUALITÉ TOURISME
accueilqualite1@golfedumorbihan.bzh
02 97 54 57 24

PRESQU'ÎLE DE RHUYS 02 97 53 69 69

VANNES - LANVAUX 02 97 47 24 34



SANDRINE REUZÉ
ACCUEIL
& ANIMATION NUMÉRIQUE
numerique@golfedumorbihan.bzh



SYLVIE BLANCHO
ACCUEIL
& QUALITÉ TOURISME
qualite@golfedumorbihan.bzh



MARION BUCHHOLD
ACCUEIL
& TOURISME DURABLE
information@golfedumorbihan.bzh



GAËLLE RAUD
ACCUEIL & RELATIONS
AVEC LES PROFESSIONNELS -
TOURISME & HANDICAP
relation-pro2@golfedumorbihan.bzh



CHARLINE DUBOIS
ACCUEIL & GESTION CLASSEMENT MEUBLÉS
DE TOURISME - CHAMBRES D'HÔTES
hebergement1@golfedumorbihan.bzh



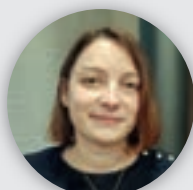
CÉCILE CHARRIER
ACCUEIL & RELATIONS
AVEC LES PROFESSIONNELS
partenariat@golfedumorbihan.bzh



NOLWENN HARREWYN
ACCUEIL & RELATIONS AVEC LES
PROFESSIONNELS
partenariat1@golfedumorbihan.bzh



MAXIME CAINJO
ACCUEIL & ANIMATION NUMÉRIQUE
numerique1@golfedumorbihan.bzh



SANDRINE LORGEOUX
ACCUEIL
accueil1@golfedumorbihan.bzh



VIRGINIE HERVY
ACCUEIL
accueil@golfedumorbihan.bzh



MATHILDE HABERKORN
ACCUEIL & TOURISME DURABLE
information1@golfedumorbihan.bzh



CÉDRIC NICOLAS
ACCUEIL & RELATIONS
AVEC LES PROFESSIONNELS
relation-pro1@golfedumorbihan.bzh



L'ENGAGEMENT QUALITÉ

LE FIL CONDUCTEUR DES ACTIONS DE L'OFFICE DE TOURISME



PARTENAIRE SITE RELAIS
PARC NATUREL RÉGIONAL

1^{er} CHARTE DU VOYAGEUR DE FRANCE
ÉDITÉE PAR UN OFFICE DE TOURISME

Envoyé en préfecture le 23/05/2022

Reçu en préfecture le 23/05/2022

Affiché le

ID : 056-200067932-20220519-220519_DEL22-DE



CODIR PRÉSIDENT : ROLAND TABART

15 élus & 14 professionnels du tourisme



DIRECTION ARNAUD BUREL

direction@golfedumorbihan.bzh
02 97 54 57 19



AUDREY MARCHAND

ASSISTANTE DE DIRECTION ET PROJETS
assistant@golfedumorbihan.bzh

PÔLE ADMINISTRATION & COMPTABILITÉ



VALENTINE THEBAULT

RESPONSABLE
administration@golfedumorbihan.bzh
02 97 47 19 02



ANNAÏCK EVENO

RÉGIE TAXE DE SÉJOUR
taxe-sejour@golfedumorbihan.bzh
02 97 54 12 09

PÔLE COMMUNICATION & MARKETING



ALINE GUIHO

RESPONSABLE
communication@golfedumorbihan.bzh
02 97 54 57 22



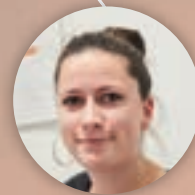
ROZENN FARDEL

RELATIONS AVEC LES PROFESSIONNELS
& DÉVELOPPEMENT COMMERCIAL
relationpro@golfedumorbihan.bzh



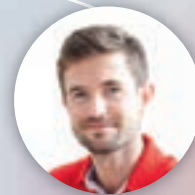
MARIE-ODILE ROBINO

COMMERCIALISATION
GROUPES LOISIRS
groupes@golfedumorbihan.bzh
02 97 54 57 23



SWAN LE HOUARNER

COMMERCIALISATION
AFFAIRES & CONGRÈS
affaires@golfedumorbihan.bzh
02 97 54 57 20



BRENDAN LE PEUTREC

COMMUNITY
MANAGER
cm@golfedumorbihan.bzh
02 97 54 57 26

COMMERCIALISATION

Affiché le 23/05/2022



POURSUITE DE LA DÉMARCHE DE LA GPEC

(Gestion Prévisionnelle des Emplois et des Compétences).

OBJECTIFS :

- Développement des compétences dans la gestion des ressources humaines
- Amélioration de la prise en compte du management et des compétences au sein de la structure
- Mise en conformité avec les règles « RH » au sein des offices de tourisme
- Entretiens individuels d'évaluation annuels
- Entretiens professionnels tous les 2 ans
- Réunions de la direction, assistante et des 5 responsables de pôles (7 personnes), tous les mois
- Réunions d'équipe (6 en 2021) : Visioconférence en janvier et avril, Au Rythme des Marées, Les Voiles du Fogo, BIT Vannes, Speed park.
- « Briefs » (courte réunion, 30min à 1h30) accueil bit Rhuy et Vannes-Lanvaux, numérique, tourisme durable et RSE, commercialisation, hébergement tous les 15 jours.
- **Nouveauté 2021** : « Brief » accueil GMVT



LA BULL'TEAM

Newsletter interne envoyée tous les vendredis par mail à chaque salarié (48 en 2021).

TEAM BUILDING

Une partie de l'équipe a participé à la Vannetaise, le 10 octobre, opération de prévention et de sensibilisation aux cancers de la femme.



COMITÉ SOCIAL ÉCONOMIQUE (CSE)

Envoyé en préfecture le 23/05/2022

Reçu en préfecture le 23/05/2022

Affiché le

ID : 056-200067932-20220519-220519_DEL22-DE

RÔLE DU CSE

Il remplace les représentants élus du personnel dans l'entreprise. Il fusionne l'ensemble des instances représentatives du personnel (IRP), délégués du personnel (DP), comité d'entreprise (CE) et comité d'hygiène, de sécurité et des conditions de travail (CHSCT).

ACTIONS 2021 DU CSE

- 44 permanences sur l'année
- Accompagnement dans la mise à jour du DUERP par les référentes Covid Santé, Sécurité, Travail.
- Réunion trimestrielle avec la direction et compte rendu.
- Renouvellement Chèques Vacances (ANCV).
- Organisation réunion d'équipe et activité de fin d'année.
- Sondage auprès de l'équipe et reconduction de l'abonnement Toutéla Breizh pour les salariés intéressés. Fin décembre.



Sandrine Reuzé (titulaire) et Marion Buchhold (suppléante) ont été élues représentantes du personnel CSE en 2018.

RESPONSABILITÉ SOCIÉTALE DES ENTREPRISES (RSE)

"La RSE, Responsabilité Sociétale des Entreprises, regroupe l'ensemble des pratiques mises en place par les entreprises dans le but de respecter les principes du développement durable (social, environnemental et économique), c'est-à-dire être économiquement viable, avoir un impact positif sur la société mais aussi mieux respecter l'environnement."

LA RSE AU SEIN DE GMVT:

- Gestion de nos éditions ; évaluation des quantités d'impressions, coûts et engagements environnementaux de nos imprimeurs
- Suivi de nos consommations d'énergie, consommation auprès des fournisseurs, gestion des déchets.
- Réflexion sur une labellisation de l'Office de Tourisme

TOURISME DURABLE

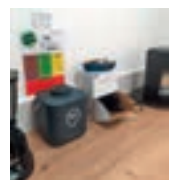
- Travail de recensement des labels de tourisme durable présents sur le territoire, liste des professionnels du territoire labellisés
- Mise en valeur des hébergements labellisés à travers un système de filtres sur la page "hébergement" du site web
- Mise en valeur des partenaires labellisés sur une page dédiée du site web "Vacances écoresponsables dans le Golfe du Morbihan"
- Déploiement de la Charte du Voyageur à l'échelle régionale

MISE EN PLACE D'INITIATIVES RSE

- Rédaction d'articles pour un RDV hebdomadaire de sensibilisation via la newsletter interne "bullteam" autour des sujets de développement durable, initiatives locales, partage d'expériences...
- Mise en place d'une « bourse d'échange » interne pour la réutilisation des tenues de travail logotées non portées (échange entre permanents et saisonniers).
- Participation à la collecte nationale des Restos (cœurs de cible doublement dans le besoin accentué par la crise sanitaire : les étudiants et les jeunes mamans) le 5 mars 2021. Collecte de produits labellisés, locaux et charte éthique.



- Intégration, en interne, du recyclage des masques pour une conciliation des mesures sanitaires, le respect de l'environnement. Préparation des collecteurs VERSOO, tri et recyclage par des entreprises d'insertion professionnelle. Collecte à la demande et reporting.
- Sensibilisation au tri des mails et à son environnement numérique (drive,...) tous les 1^{er} vendredis de chaque mois.
- Installation de 2 seaux à compost (Vannes et Arzon) pour la valorisation des déchets compostables en entreprise. Ramassage sur la base du volontariat.



EN LIEN AVEC LE CSE ET LE PÔLE ADMINISTRATION

- Instauration du forfait mobilité durable (vote au CODIR du 15 juin 2021). Pour l'année 2021, 10 salariés utilisant les transports doux (principalement vélo et covoiturage) bénéficient de l'indemnité Forfait Mobilité Durable.
- Mise en place d'une Charte du Télétravail, instaurant pour les salariés volontaires le droit à 1 jour de télétravail par semaine.
- Report de l'abonnement à Toutéla Breizh pour l'ensemble du personnel ouvrant droit à des tarifs avantageux chez les commerçants locaux et bretons.
- Distribution de Chèques Vacances ANCV (mars). Démarche sociale et soutien à l'économie locale et touristique

EN LIEN AVEC LES DEUX RÉFÉRENTES SSCT (SANTÉ SÉCURITÉ CONDITIONS DE TRAVAIL):

- Achat de sièges ergonomiques pour l'ensemble des BIT. Recyclage des anciens sièges de l'ensemble des BIT : utilisation pour le télétravail, don à Emmaüs.
- Formation Sauveteurs Secouristes au Travail.



Cécile Charrier et Gaëlle Raud les deux référentes SSCT

Envoyé en préfecture le 23/05/2022

Reçu en préfecture le 23/05/2022

Affiché le

ID : 056-200067932-20220519-220519_DEL22-DE



Golfe du
Morbihan
Vannes
TOURISME

2

PLAN
D' ACTIONS
2022

NOS CHANTIERS PRIORITAIRES

MIEUX ACCUEILLIR

- SADI : Déploiement points info partenaires, accueil digital (écrans dynamiques, animations vidéos)
- Aménagement du nouveau BIT de Sarzeau et réflexion sur le futur projet de BIT à Arzon et Grand-Champ en lien avec le classement en Catégorie I, la marque Qualité Tourisme, la marque Tourisme & Handicap vidéos)
- Charte du Voyageur et démarche RSE : déploiement à l'échelle régionale avec OTB
- Réorganisation de la téléphonie

INGÉNIERIE & MANAGEMENT DE PROJETS

- Contribution à la mise en scène du territoire en partenariat avec les services de GMVA et les collectivités (aménagement, investisseurs, itinérances, signalisation, randonnées, etc...). Développement de l'application Géo vélo
- Poursuite du travail de collecte d'indicateurs économiques en partenariat avec GMVA : démarche éco-compteur
- Projet Rossignol : Création et promotion des parcours Station de Trail, Nordik Walk, Espace R-Bikes, valorisation de la nouvelle marque On Piste, labellisation FFH, Station Respect, Gravel
- Développement de l'événementiel hors saison : Les Hippocampes, Deiz Confidence Tour, Un voyage en hiver
- Développement d'une offre touristique accessible en partenariat avec GMVA : marque Tourisme & Handicap

EN TOUTES SAISONS

- Promotion et actions webmarketing : stratégie de contenus référencement naturel SEO, campagnes SEA, médias sociaux
- Campagnes de promotion marché français : accompagnement agence RP, campagne Météo France TV, salons Lyon rando et tourisme Paris
- Campagnes de promotion marchés européens : partenariats éditoriaux, marketing de contenus, campagnes digitales ciblées, cobranding, salon tourisme Bruxelles
- Adhésion Atout France
- Campagnes de promotion tourisme culturel et City Break
- Campagne de soutien aux bars & restaurants : production de contenus iconographiques par un photographe professionnel dans le cadre des partenariats 2022
- City Pass Golfe du Morbihan Vannes été et hiver : campagnes de promotion double saisonnalité
- Commercialisation séjours itinérance rando et vélo 100% Nature, 0% voiture : Trek Rando Golfe et Bikepacking Gravel Golfe

MANAGEMENT / ADMINISTRATIF RESSOURCES HUMAINES

- Préparation du dossier de renouvellement de classement de l'OT en Catégorie I
- Organisation de la transition administrative et comptable vers la SPL
- Gestion analytique et optimisation des temps de travail
- RGPD - accompagnement, mise en conformité
- Poursuite de la mise en place de la RSE (journée de sensibilisation, charte)

INTITULÉ	DÉTAIL
----------	--------

MISSION : ACCUEIL / INFORMATION

GESTION ET MUTUALISATION DU SERVICE ACCUEIL	Traitement demandes, affichage, stock, gestion, caisses
SADI : SCHEMA D'ACCUEIL ET DE DIFFUSION DE L'INFORMATION	Poursuite de la stratégie d'accueil sur le territoire en étroite collaboration avec nos partenaires privés et institutionnels : accueil numérique, accueil hors les murs, éductours, points info partenaires, cabanes, vitrophanies, WIFI territorial...
ACCUEIL HORS LES MURS	Breizh Mobile Tour
GESTION DES BILLETTERIES (VENTES GUICHET ET EN LIGNE)	Conventions de partenariat (spectacles, croisières, loisirs...). Gestion et suivi des ventes.
GESTION DES DISPONIBILITÉS DES HÉBERGEMENTS	Dispo et traitement pour affichage et information
DATA ET GESTION BASE DE DONNÉES	Saisies et mises à jour quotidiennes dans la Base de Données Smartfactory
RÉFLEXION SUR LA MISE EN PLACE DE LA BOUTIQUE	Déclinaison marque GMVT et aménagement des 5 BIT
ACCUEIL TÉLÉPHONIQUE	Réorganisation de la téléphonie (matériel, opérateur) et raccordement à la fibre
CHARTRE DU VOYAGEUR	Déploiement Print, affichage, web
	Appropriation de la chartre par les professionnels

PROMOTION / COMMUNICATION / MARKETING

IDENTITÉ VISUELLE	Valorisation de la Marque et de la boîte à outils au service des professionnels sur l'espace pro
SOUTIEN AUX BARS & RESTAURANTS	Production de contenus. Réalisation reportage par un photographe professionnel - partenariats 2022
OPERATION PROMO CRT BRETAGNE	Marchés étrangers et marché français : partenariats éditoriaux, marketing de contenus, campagnes digitales ciblées, cobranding
OPERATION PROMO MONTGOLFIERE	Refonte du partenariat
OPERATION PROMO RÉSEAU SENSATION BRETAGNE	Relations Presse, (CP, DP, accueils), salons Lyon rando, tourisme Paris, Bruxelles, réunions réseau
LABEL SENSATION BRETAGNE	Relations Presse, (CP, DP, accueils), réunions réseau
MISSIONS VIDEOS	Série de vidéos de promotion
	Rushothèque au service des professionnels
	Vidéos d'animations : communication corporate
ITINÉRANCE DOUCE	Création et intégration d'itinéraires touristiques - Application Géo vélo Promotion de l'application Géo vélo
CAMPAGNE FRANCE TÉLÉVISION	Campagne parrainage et publicité City Pass Météo France 3
RELATIONS MÉDIAS (FRANCE, EUROPE)	Accompagnement avec Agence RP : Dossier de Presse, CP, accueils et voyage de presse, + actions quotidiennes thématiques (brèves)
	Accueils et voyages de presse, CP, DP, partenariat (CRT, CDT, Sensation Bretagne, pros) CRT, actions et partenariats avec des médias et influenceurs sur les marchés européens et français
MISSIONS PHOTOS	Périmètre et thématiques de la destination
	Photothèque Libre de droits au service des professionnels sur l'espace pro
COMMUNICATION PRINT	Partenariats toutes éditions
	Magazines de Voyage : printemps/été + automne/hiver
	Guide Hébergements
	Guide Loisirs & Pratique
	Guide Gourmand
	Plans touristiques et cartes sous-main (refonte des plans de Vannes) Journal Golfe and You (Printemps, été, automne, hiver)
WEB	Stratégie de contenus SEO. Campagnes de promotion Bons Plans, Week-ends, Marronniers...). Mise en ligne version étrangère du site Campagne de référencement SEA
EBREIZH CONNEXION	Poursuite du travail mené avec le CRT et OTB (accompagnement GRC)
MÉDIAS SOCIAUX	Développement de la stratégie mutualisée. Community Management Promotion de l'agenda (gamification)
LA SEMAINE DU TOURISME ECONOMIQUE	Participation et promotion des acteurs GMVA du tourisme économique
CAMPAGNE DE PROMOTION TOURISME CULTUREL ET CITY BREAK	Stratégie de contenus, promotion
TOURISME CULTUREL	Deiz Confidences Tour
	Un voyage en hiver Promotion du jeu Mys'terre du Golfe

ACTEURS / RÉFÉRENTS	DÉLAIS	RÉALISÉ OUI/NON	VOLUME / FRÉQ.	INDICATEURS	OBJECTIFS
Sandra, Emmanuelle, équipe	2021		190 779	Stats fréquentation	Efficacité clients, représentativité OT
Arnaud, Aline	2021				Efficacité clients, représentativité OT
Arnaud, Aline	2021				Efficacité clients, représentativité OT
Sandra, Rozenn, Emmanuelle	2021				Efficacité clients, représentativité OT
Equipe	2021			CA	Augmentation
Sandrine, Maxime	2021				Efficacité clients, représentativité OT
Arnaud, Equipe	2021				Efficacité clients, représentativité OT
Sandra, Sandrine, Emmanuelle	2021				Efficacité clients, représentativité OT
Arnaud, Aline, Marion, Mathilde	2021				Efficacité clients, représentativité OT
Arnaud, Aline, Marion, Mathilde	2021				Efficacité clients, représentativité OT
Arnaud, Aline, Brendan	2022			Nombre de visiteurs	Retour en terme de fréquentation
Arnaud, Aline	2022			Nombre de visiteurs	Retour en terme de fréquentation
Arnaud, Aline	2022			Nombre de visiteurs	Retour en terme de fréquentation
Arnaud, Aline	2022			Nombre de visiteurs	Retour en terme de fréquentation
Arnaud, Aline	2022			Nombre de visiteurs	Retour en terme de fréquentation
Arnaud, Aline	2021			Nombre de visiteurs	Retour en terme de fréquentation
Arnaud, Aline	2022			Nombre de visiteurs	Retour en terme de fréquentation
Arnaud, Aline	2022			Nombre de visiteurs	Retour en terme de fréquentation
Arnaud, Aline	2022			Nombre de visiteurs	Retour en terme de fréquentation
Arnaud, Aline	2022			Nombre de visiteurs	Retour en terme de fréquentation
Arnaud, Aline	2022			Nombre de visiteurs	Retour en terme de fréquentation
Arnaud, Aline	2022			Nombre de visiteurs	Retour en terme de fréquentation
Arnaud, Aline, Audrey	2022			Nombre de visiteurs	Retour en terme de fréquentation
Arnaud, Aline, Audrey	2022			Nombre de visiteurs	Retour en terme de fréquentation
Arnaud, Aline, Audrey	2022			Nombre de visiteurs	Retour en terme de fréquentation
Arnaud, Aline	2022			Nombre de visiteurs	Retour en terme de fréquentation
Arnaud, Aline	2022			Nombre de visiteurs	Retour en terme de fréquentation
Equipe GMVT, Arnaud, Aline	2022			CA	Augmentation
Equipe GMVT, Arnaud, Aline	2022		90 000	Nombre exemplaires diffusés	Retour en terme de fréquentation
Equipe GMVT, Arnaud, Aline	2022		10 000	Nombre exemplaires diffusés	Retour en terme de fréquentation
Equipe GMVT, Arnaud, Aline	2022		70 000	Nombre exemplaires diffusés	Retour en terme de fréquentation
Equipe GMVT, Arnaud, Aline	2022		70 000	Nombre exemplaires diffusés	Retour en terme de fréquentation
Equipe GMVT, Arnaud, Aline	2022			Nombre exemplaires diffusés	Retour en terme de fréquentation
Arnaud, Aline, Rozenn, Cédric, Gaëlle	2022		45 000 / 40 000 / 30 000	Nombre exemplaires diffusés	Retour en terme de fréquentation
Arnaud, Brendan, Aline, Sandrine, Maxime	2022			Nombre de visiteurs	Retour en terme de fréquentation
Arnaud, Brendan, Aline, Sandrine, Maxime	2022			Nombre de visiteurs	Retour en terme de fréquentation
Arnaud, Aline, Brendan	2022				Retour en terme de fréquentation
Brendan, Aline	2022				Retour en terme de fréquentation
Brendan, Aline	2022				Retour en terme de fréquentation
Arnaud, Audrey, Aline	oct-22				Retour en terme de fréquentation
Arnaud, Aline	2022				Retour en terme de fréquentation
Arnaud, Aline	2022				Retour en terme de fréquentation
Arnaud, Aline	2022				Retour en terme de fréquentation
Arnaud, Aline	2022				Retour en terme de fréquentation

INTITULÉ	DÉTAIL
----------	--------

MISSION : PROMOTION COMMERCIALE

AFFAIRES & GROUPE	Gestion et réservations des séjours, journées et visites guidées Promotion de la filière tourisme d'affaires (Morbihan Affaires, Congrès Cités)...
CITY PASS	Double saisonnalité (city pass printemps/été et city pass automne/hiver) Actions de promotion (insertions, campagnes affichage, supports de com, médias sociaux...) Déploiement et développement des sites revendeurs
VISITES STREET ART	Promotion et commercialisation
TREK RANDO, TREK GRAVEL	Développement et promotion de nouveaux packages individuels 100% nature : Trek Rando Golfe et Bikepacking Gravel Golfe

MISSION : MARQUES TOURISME ET HANDICAP & QUALITE TOURISME

MARQUE QUALITÉ TOURISME	Formation Qualité permanents et saisonniers : éductours, visites, réunions, procédures
BIT OUVERTS À L'ANNÉE, SAISONNIERS	Aménagement du nouveau BIT de Sarzeau (déménagement) et réflexion sur le futur projet de BIT à Arzon et Grand-Champ Mises aux normes accessibilité, sécurité, stockage
TOURISME & HANDICAP	Accompagnement des professionnels et des collectivités au déploiement de la marque TH

MISSION : INGÉNIERIE & MANAGEMENT DE PROJET

GUIDE DU PARTENARIAT	Gestion et suivi des partenariats
GESTION ET SUIVI CLASSEMENTS DES MEUBLÉS ET CHAMBRES D'HÔTES	Conseils et accompagnement aux propriétaires (Labellisation, classements...)
ACCOMPAGNEMENT ET CONSEIL AUX PROFESSIONNELS	Aide aux porteurs de projet : hébergements, événementiel, loisirs, communes... Newsletters pro, boîte à outils espace pro...
RENCONTRES TECHNIQUES ET HIPPOCAMPES	Rencontres à thème, éductours... Organisation des Hippocampes et Journée élus Assises du tourisme
INTERFACE AVEC LES INSTITUTIONNELS, GMVA	Economie & tourisme, mobilités, environnement
ON PISTE : STATION DE TRAIL, NORDIK WALK, R-BIKES	Promotion Station de Trail, Nordik Walk et Espace R-Bikes Valorisation de la marque On Piste Démarche de Stations Respect, des destinations sportives éco-responsables Labellisation FFH et Gravel Création de nouveaux parcours VTTAE & Gravel, parcours de trail, parcours de marche nordique

MISSION : GESTION & MANAGEMENT DE L'EPIC

ADMINISTRATION & COMPTABILITÉ	Organiser la transition administrative et comptable vers la SPL
CSE	Représentation du personnel
GESTION ET SUIVI DE LA RÉGIE - TAXE DE SÉJOUR	Gestion plateforme, recouvrement, observatoire
RÉUNIONS INTERNES	Réunions d'équipe, réunions G7, briefs accueil, équipe, numérique, RSE, agenda, commercial..
INTRANET	Développement et optimisation de l'outil, gestion statistiques
FORMATION PROFESSIONNELLE	Plan de formation OTB et autres formations (AFDAS)
RSE	Rédaction d'une charte interne, développement des initiatives RSE, démarche labellisation.
CLASSEMENT	Préparation du dossier de renouvellement de classement de l'OT en Catégorie I

ACTEURS / RÉFÉRENTS	DÉLAIS	RÉALISÉ OUI/NON	VOLUME / FRÉQ.	INDICATEURS	OBJECTIFS
Swan, Marie-Odile, Rozenn	2022			CA	Augmentation
Swan, Marie-Odile, Rozenn	2022			CA	Augmentation
Rozenn, équipe	2022			CA	Augmentation
Rozenn, équipe	2022			CA	Augmentation
Rozenn, équipe	2022			CA	Augmentation
Aline	2022			CA	Augmentation
Swan, Audrey	2022			CA	Augmentation

Sandra, Emmanuelle, Sylvie, Gaëlle, Marion, Cédric, équipe	2022			Indicateurs, audit, stats et suivi marques	Efficacité service clients, représentativité OT
Arnaud, GMVA, Mairies	2022			Indicateurs, audit, stats et suivi marques	Efficacité service clients, représentativité OT
Arnaud, GMVA, Mairies	2022			Indicateurs, audit, stats et suivi marques	Efficacité service clients, représentativité OT
Gaëlle	2022			Indicateurs, audit, stats et suivi marques	Efficacité service clients, représentativité OT

Arnaud, Rozenn, Aline	2022			CA, nombre de partenaires	Efficacité service clients, représentativité OT
Charline, Nolwenn	2022			Nombre de visites	Efficacité service clients, représentativité OT
Arnaud	2022			Nombre de visites	Efficacité service clients, représentativité OT
Arnaud	2022			Nombre de visites	Efficacité service clients, représentativité OT
Arnaud, Aline	2022			Nombre de visites	Efficacité service clients, représentativité OT
Arnaud, Aline	2022			Nombre de visites	Efficacité service clients, représentativité OT
Arnaud, Aline	2022		Mensuel	Nombre de visites	Efficacité service clients, représentativité OT
Arnaud, Audrey	2022			Nombre de visites	Retour en terme de fréquentation
Arnaud, Audrey	2022			Nombre de visites	Retour en terme de fréquentation
Arnaud, Audrey	2022			Nombre de visites	Retour en terme de fréquentation
Arnaud, Audrey	2022			Nombre de visites	Retour en terme de fréquentation
Arnaud, Audrey	2022			Nombre de visites	Retour en terme de fréquentation

Valentine	2022				Efficacité, professionnalisation, représentativité OT
Sandrine, Marion	2022				Efficacité, professionnalisation, représentativité OT
Annaïck	2022				Efficacité, professionnalisation, représentativité OT
Arnaud, Audrey, toute l'équipe	2022				Efficacité, professionnalisation, représentativité OT
Brendan	2022				Efficacité, professionnalisation, représentativité OT
Arnaud, Emmanuelle	2022				Efficacité, professionnalisation, représentativité OT
Arnaud, Equipe RSE	2022				Efficacité, professionnalisation, représentativité OT
Valentine	2022				Efficacité, professionnalisation, représentativité OT

Affiché le 23/05/2022

Envoyé en préfecture le 23/05/2022

Reçu en préfecture le 23/05/2022

Affiché le

ID : 056-200067932-20220519-220519_DEL22-DE

SUIVEZ-NOUS :



GOLFEDUMORBIHAN
GOLFEANDYOU



@GOLFEMORBIHAN
#GOLFEDUMORBIHAN



Retrouvez votre journal Golfe et vous et toute la collection d'éditions de l'office de tourisme dans nos bureaux d'information touristique et cabanes de diffusion



Offices de
Tourisme
de France

GOLFE DU MORBIHAN VANNES TOURISME
Quai Tabarly - CS 23921 - 56039 Vannes
tourisme@golfedumorbihan.bzh
www.golfedumorbihan.bzh
Vannes - Landes de Lanvaux : +33 (0)2 97 47 24 34
Presqu'île de Rhuy : +33 (0)2 97 53 69 69
Organisme de tourisme inscrit au registre des opérateurs de voyages et de séjours :
IMO 56130003 - SIRET : 789 660 784 00024 - APE 7990 Z - TVA intracommunautaire : FR 58789660784

(OFFICE DE TOURISME)
Golfe du Morbihan Vannes Tourisme

