



RAPPORT D'ACTIVITÉ

OFFICE DE TOURISME
BAIE DE QUIBERON

2022

ÉDITO

Avec 1,5 million de touristes accueillis en 2022, une population qui ne cesse de croître depuis 20 ans, des excursionnistes en déplacement à la journée toujours plus désireux de découvrir le territoire, plus de 4 000 emplois liés au tourisme, les chiffres présentés dans ce rapport ne font que confirmer la dynamique d'attractivité forte et la place majeure de l'économie touristique dans notre développement local.

Nous sommes plus que jamais convaincus de la nécessité de conforter cette dynamique dans la durée, toute l'année, au bénéfice du territoire et de ses habitants.

L'adoption à l'unanimité du Schéma Directeur du Tourisme par les élus des 24 communes d'Auray Quiberon Terre Atlantique en 2022 témoigne de l'engagement et de l'implication de tous, en faveur d'un projet touristique ambitieux, visant à mettre en place des mesures concrètes, respectueuses de notre cadre de vie.

L'Office de Tourisme Intercommunal se positionne comme un acteur central de cette dynamique. À travers de nombreux chiffres-clés et indicateurs, ce rapport d'activité présente ainsi de manière exhaustive l'ensemble des objectifs et actions phares menés par l'Office de Tourisme, pour mettre en œuvre la stratégie touristique d'Auray Quiberon Terre Atlantique.

L'engagement de la Communauté de Communes joue un rôle essentiel dans cette réussite collective. En investissant dans les infrastructures, en soutenant les acteurs locaux et en agissant pour la préservation de notre environnement, nous bâtissons ensemble les fondations du tourisme de demain, où les habitants, les professionnels et les visiteurs peuvent s'épanouir et collaborer au service d'un tourisme durable et de qualité.

Ce travail est mené au quotidien par l'Office de Tourisme Baie de Quiberon Le Grand Souffle et ses équipes, qui déclinent la stratégie touristique en faisant le lien avec l'ensemble

des politiques publiques dont la Communauté de Communes a la charge comme le logement, les mobilités, la gestion des ressources, le développement économique...

2022 a confirmé notre place de destination privilégiée. Cette réussite collective n'existerait pas sans le rôle des professionnels du tourisme. Leur passion, leur expertise et leur engagement sont les fondements d'une économie touristique florissante et novatrice, et nous tenons ici à les en remercier.

2023 marquera l'avènement de la nouvelle identité de la marque Baie de Quiberon Le Grand Souffle qui reflète l'énergie et l'esprit de notre territoire. L'Office de Tourisme incarnera l'ambition posée par la Communauté de Communes pour faire de notre territoire une destination dynamique et attractive.

Souhaitons que nos visiteurs, qu'ils soient français ou étrangers, excursionnistes ou en séjour, confirment en 2023 leur attachement à notre belle destination et sortent des sentiers battus pour découvrir toutes les pépites du territoire.



Philippe Le Ray
Président d'Auray Quiberon
Terre Atlantique



Yves Normand
Président de l'Office
de Tourisme Intercommunal
et Vice-Président en charge
de l'attractivité, au tourisme
et à l'événementiel

SOMMAIRE

01

OFFICE COMMUNAUTAIRE LE TOURISME À 24

- Le territoire d'Auray Quiberon Terre Atlantique **06**
- Carte d'identité **07**
- Statut et gouvernance **08**
- Une ambition partagée. Une politique touristique portée par la collectivité et l'office de tourisme **10**
- Schéma Directeur Tourisme 2022-2027 **11**
- Délégation de service public 2019-2023 **12**
- Présentation de l'équipe **14**

03

2022 LE BILAN D'ACTIVITÉ

- Indicateurs d'activité **22**
- Médiation et bilan Détour d'Art **26**
- Promotion et communication : nouvelle stratégie marketing **28**
- Collection print **34**
- Les partenaires, pierre angulaire du projet **36**
- Taxe de séjour **38**

02

L'ANNÉE 2022 EN ACTIONS!

- 2022, les temps forts **18**
- Zoom sur la vie de l'entreprise **19**

04

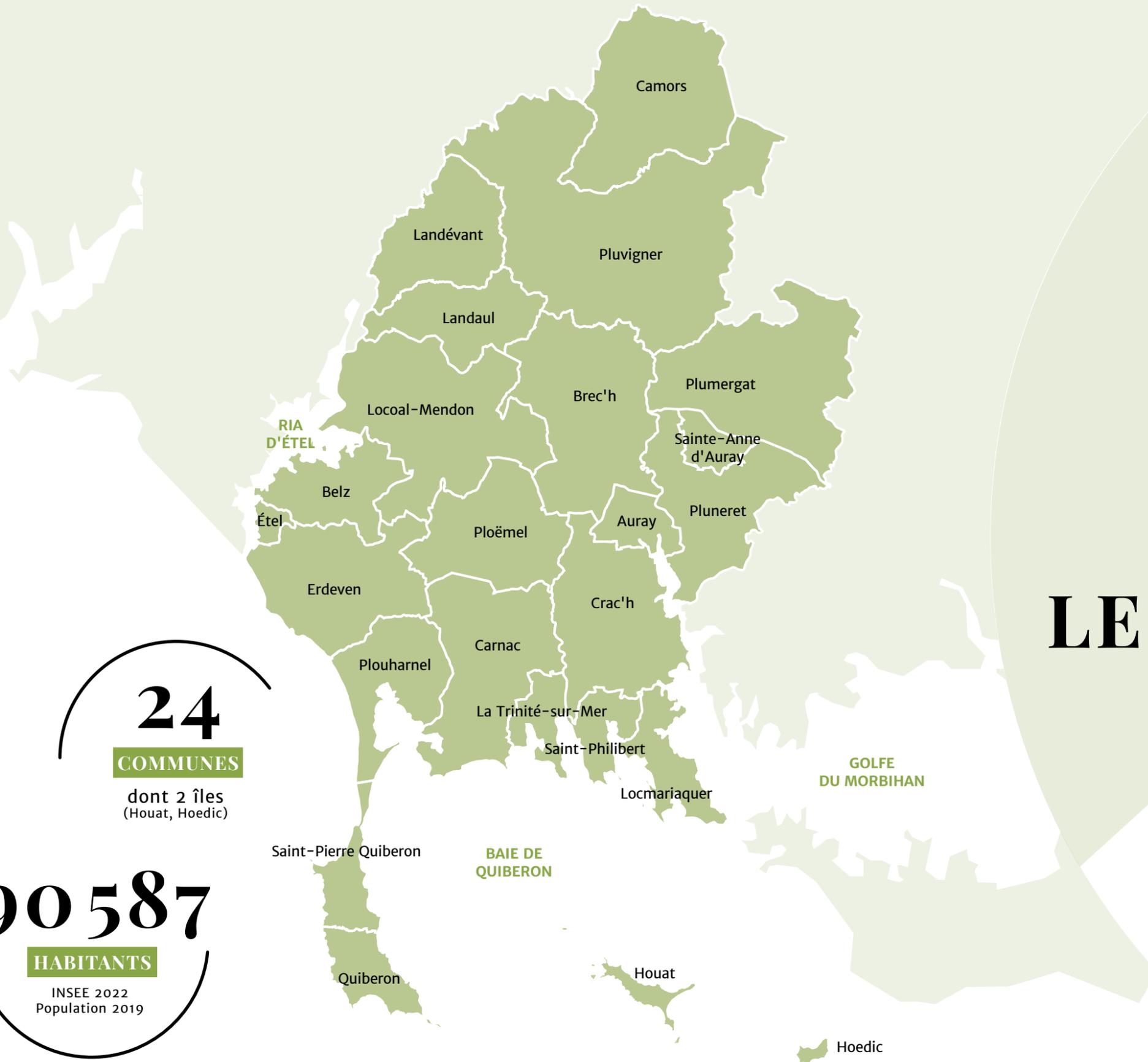
2022 LE BILAN FINANCIER

- Le compte de résultat 2022 **42**

05

2022 PLAN D' ACTIONS & BUDGET PRÉVISIONNEL 2023

- La feuille de route et les priorités 2023 **46**
- Le budget prévisionnel **47**



01

OFFICE COMMUNAUTAIRE **LE TOURISME** À 24

24

COMMUNES

dont 2 îles
(Houat, Hoedic)

90 587

HABITANTS

INSEE 2022
Population 2019

LE TERRITOIRE D'AURAY QUIBERON TERRE ATLANTIQUE

L'ÉCONOMIE TOURISTIQUE EN CHIFFRES

9,2 MILLIONS **DE NUITÉES** en 2022 **+18 %** / 2021
Source Flux orange sur le périmètre d'AQTA (nuits marchandes et non-marchandes) - ADT 56

8,6 MILLIONS **D'EXCURSIONS** en 2022 **+15 %** / 2021

2^{ème}

**DESTINATION TOURISTIQUE
BRETONNE**

après le Pays de Saint-Malo



20 %
DES EMPLOIS
du territoire du
Pays d'Auray
Source INSEE

CARTE D'IDENTITÉ



NOM

Office de Tourisme
Baie de Quiberon
Le Grand Souffle

DATE DE NAISSANCE

1^{er} janvier 2017



STATUT

Société Publique
Locale (SPL)

2,13
millions d'€

BUDGET



521 km²

TERRITOIRE

Les 24 communes
d'Auray Quiberon
Terre Atlantique



12

**BUREAUX
D'INFORMATION
TOURISTIQUE**

**OUVERTS AU PLUS FORT
DE LA SAISON**

4 OT de pôle ouverts
à l'année: Auray, Erdeven,
Quiberon et La Trinité-sur-Mer

2 OT ouverts de Pâques à la
Toussaint: Étel et Locmariaquer

3 OT ouverts de mi-juin aux JEP:
Belz, Plouharnel,
Saint-Pierre Quiberon

3 points d'accueil hors les murs:
Sainte-Anne d'Auray,
Houat, Hoedic

1 accueil mobile en juillet et août
sur l'ensemble du territoire



PRÉSIDENTIE

**Président-
Directeur Général**
Yves Normand



26

SALARIÉS

au 1^{er} janvier 2022

STATUT ET GOUVERNANCE UN OUTIL COMMUN

LE SAVIEZ-VOUS

C'est à la faveur de la loi NOTRe ajoutant aux compétences obligatoires des EPCI la promotion du tourisme, notamment, que l'Office de Tourisme intercommunal s'est créé au 1^{er} janvier 2017 à l'échelle des 24 communes d'Auray Quiberon Terre Atlantique. Naissance issue de la fusion de 8 offices de tourisme et 3 points d'information touristique, c'est désormais à cette échelle territoriale que se définissent les stratégies de développement touristique, d'accueil des visiteurs, de promotion de la destination Baie de Quiberon et de coordination des professionnels du territoire.

* La Station de Carnac a conservé l'exercice de sa compétence tourisme et donc son Office de Tourisme municipal.

UNE SOCIÉTÉ PUBLIQUE LOCALE (SPL)

Statut permettant une gouvernance partagée, équilibrée, ouverte et une coordination optimisée entre Communes et Communauté de Communes, le choix des élus s'est porté sur une SPL.

Outre son actionariat intercommunal et communal (avec une majorité pour les stations touristiques), la SPL permet aussi :

- la représentativité des socio-professionnels (via le comité stratégique et la représentation au conseil d'administration);
- une gestion rigoureuse (structure fonctionnant comme une entreprise);
- la clarté d'une feuille de route définie par le délégant dans la Délégation de Service Public;
- l'ouverture à d'autres acteurs du territoire.

GOUVERNANCE: LE SCHÉMA D'ORGANISATION



LE CONSEIL D'ADMINISTRATION : ORGANE DÉLIBÉRANT

Le Conseil d'administration est l'organe délibérant de la SPL. Son rôle est à la fois de déterminer les orientations stratégiques de la SPL (dans le cadre des politiques publiques définies par les collectivités), de veiller à la mise en œuvre opérationnelle de ces orientations et de traiter les affaires courantes de la SPL (budget, ressources humaines, administration). Il se réunit 4 à 6 fois par an.

Sophie LEMOULINIER

- Vice-Présidente en charge du Pôle « Conseil en Séjour »
- Vice-Présidente AQTA déléguée à la culture et aux usages numériques
- Adjointe à Quiberon



Yves NORMAND

- Président-Directeur Général de l'Office de Tourisme
- Vice-Président AQTA en charge de l'attractivité, du tourisme et de l'événementiel
- Maire de la Trinité-sur-Mer



Olivier COJAN

- Vice-Président en charge du Pôle « Développement des Offres et des Partenariats »
- Président de l'Assemblée Spéciale
- Adjoint à Brec'h

L'ASSEMBLÉE SPÉCIALE : FORCE DE PROPOSITION

Composée de 22 membres, elle représente les 22 communes, actionnaires minoritaires. Elle est force de proposition et délibère en amont du Conseil d'administration, sur le même ordre du jour auquel elle peut ajouter des points spécifiques. Elle se réunit 4 à 6 fois par an.



Sylvie OLLIVIER

- Vice-Présidente en charge du Pôle « Promotion Communication de la Destination »
- Adjointe à Pluvigner



François BEAULIER

- Président du Comité Stratégique
- Propriétaire du Carnac Lodge Hôtel *** à Plouharnel

LE COMITÉ STRATÉGIQUE : 100 % PROFESSIONNEL

Après 5 ans d'existence dans sa configuration initiale, le Comité Stratégique s'est offert une cure de nouveauté en 2021 et en 2022: nouveaux membres, nouvelles entreprises du territoire, fusion et redimensionnement des sièges attribués aux filières et nouveau rôle!

Ils sont désormais 25 membres issus de 9 corporations socio-professionnelles. Parmi eux, 15 nouvelles personnes et/ou structures ont intégré le Comité Stratégique en 2021 et 10 membres se sont réengagés dans l'aventure aux côtés de l'Office de Tourisme.

Les filières:

- 5 représentants des hôtels, résidences de vacances, restaurants et producteurs
- 2 représentants des campings
- 1 représentant des agences de voyages
- 1 représentant des agences immobilières
- 2 représentants des locations vacances et chambres d'hôtes
- 2 représentants des artisans-commerçants
- 4 représentants du patrimoine et de la culture
- 4 représentants du nautisme dont 2 des compagnies maritimes
- 3 représentants des loisirs sportifs et ludiques

Membre d'honneur:
le précédent Président du Comité Stratégique en fonction

LE SAVIEZ-VOUS

Le Comité Stratégique est l'organe d'expertise consultatif de l'Office de Tourisme. Il est sollicité sur les stratégies de parcours usagers et clients ainsi que sur les outils d'information destinés au public et aux professionnels et plus généralement sur les activités de l'office de tourisme intercommunal, en lien avec l'accueil, la communication, la promotion et le développement du tourisme.

UNE AMBITION PARTAGÉE

UNE POLITIQUE TOURISTIQUE PORTÉE PAR LA COLLECTIVITÉ ET L'OFFICE DE TOURISME

La structuration de la compétence tourisme par la Communauté de Communes d'Auray Quiberon Terre Atlantique a fait émerger une nouvelle destination touristique avec la volonté du faire-ensemble et du partage d'une connaissance commune du territoire.

UNE STRATÉGIE AU SERVICE D'UN DÉVELOPPEMENT TOURISTIQUE DURABLE

Le tourisme est une activité majeure de notre territoire et pour conforter son développement, dans un cadre respectueux du territoire et de ses habitants, la prise en compte de la qualité de l'offre et de l'accueil touristiques est un enjeu majeur. C'est dans ce cadre que la Communauté de Communes d'Auray Quiberon Terre Atlantique mène une stratégie volontariste pour faire évoluer sa politique touristique vers des logiques répondant aux attentes des visiteurs.

Pour répondre à ces enjeux d'évolution, cette stratégie vise notamment, à proposer un nouveau Schéma d'Accueil Touristique, à inscrire le territoire au sein d'une destination touristique « Bretagne Sud Golfe du Morbihan » favorisant l'émergence

de projets à une échelle géographique plus large, à faire évoluer l'équipement touristique en lien avec les compétences intercommunales, et tout cela dans un cadre de développement durable. Pour optimiser son action, cette stratégie précise les champs et les modes d'intervention de chacun. Le rôle de l'Office de tourisme est ainsi de s'appuyer sur la politique touristique communautaire pour mettre en œuvre et faire rayonner l'ensemble des actions qui en découlent.

Le tourisme est une activité interconnectée entre de nombreux partenaires institutionnels, avec lesquels la Communauté de Communes assure la cohérence et le partage en lien avec sa propre stratégie, et les professionnels et visiteurs qui sont en attente d'une offre de destination, et dont le lien est assuré par l'Office de tourisme via ses actions de promotion, d'animation, de fidélisation et d'accueil.

UN RÔLE ESSENTIEL DE COORDINATEUR DE PROXIMITÉ

Si la définition des piliers de l'offre touristique se joue au plan intercommunal, la place de l'Office de tourisme est majeure pour en assurer la cohérence et la coordination sur le terrain, en proximité avec les acteurs professionnels du territoire et au contact direct des visiteurs. En effet, son positionnement de coordinateur de proximité du développement touristique permet de définir des objectifs adaptés aux attentes des touristes et des habitants, mais aussi à celles des prestataires touristiques, acteurs du développement du territoire.

SCHÉMA DIRECTEUR TOURISME 2022-2027

Le Schéma Directeur Tourisme est le document de planification stratégique qui guide le développement touristique de notre territoire. Il identifie les enjeux, fixe des objectifs, propose des actions concrètes. Il met l'accent sur l'importance de la collaboration entre les professionnels du tourisme pour atteindre les objectifs fixés.

L'ÉCONOMIE TOURISTIQUE, UNE RICHESSE AU SERVICE DES HABITANTS

Le tourisme participe de manière importante à l'attractivité du territoire en favorisant notamment le développement de services et d'activités innovantes, de nouveaux équipements, en améliorant le cadre de vie et en créant des emplois. Le Schéma Directeur Tourisme affirme la volonté des élus du territoire de conforter le tourisme, 1ère activité économique d'Auray Quiberon Terre Atlantique. Il s'oriente vers un tourisme qui essaie à l'année sur l'ensemble du territoire, en phase avec nos valeurs et notre qualité de vie. Un tourisme en faveur des habitants qui privilégie le « mieux » au « plus », en conciliant le développement économique avec la préservation de l'environnement et du cadre de vie, tout en dynamisant notre attractivité territoriale.

6 GRANDES ORIENTATIONS

Le Schéma Directeur Tourisme se décline en 6 axes et 44 actions concrètes définies en lien étroit avec les partenaires du tourisme et en concertation avec l'ensemble des professionnels du secteur. Ce plan d'actions à 5 ans, qui s'inscrit dans un horizon stratégique à 10 ans, vise à mettre en place des mesures concrètes, respectueuses de notre cadre de vie et de notre environnement. L'Office de Tourisme Intercommunal se positionne comme un acteur central de cette dynamique pour en assurer la cohérence et la coordination sur le terrain, en proximité avec les acteurs professionnels et au contact direct des visiteurs. Son intervention s'inscrit en lien avec l'ensemble des politiques publiques transversales avec le tourisme et mises en œuvre par la Communauté de Communes.

LES 6 AXES



TOURISME DURABLE

S'engager dans un tourisme durable qui privilégie le « mieux » au « plus ».



ÉCONOMIE ET CADRE DE VIE

Affirmer le tourisme comme une économie majeure, qui bénéficie aux habitants, en travaillant avec les professionnels du territoire.



PATRIMOINE CULTUREL & NATUREL

Promouvoir la pluralité de l'offre liée à l'eau, à la nature et aux patrimoines.



DÉVELOPPEMENT RAISONNÉ & MAÎTRISÉ

Assumer un usage raisonné des espaces touristiques en coordonnant les initiatives et les partenaires.



ACCOMPAGNEMENT ET FORMATION

Accompagner et former les professionnels pour s'adapter aux nouveaux usages des touristes.



SOUTIEN À L'ACTIVITÉ SAISONNIÈRE

Soutenir l'activité saisonnière des entreprises par le logement, les services, la qualification et l'attractivité des métiers.

DÉLÉGATION DE SERVICE PUBLIC 2019-2023

Le 1^{er} janvier 2019, le Conseil communautaire d'Auray Quiberon Terre Atlantique a accordé sa confiance à l'Office de tourisme pour une période de 5 ans. Organisé, structuré et doté d'un plan d'actions ambitieux, il met désormais le cap sur 2023.

AXE 1



PROMOUVOIR LA DESTINATION

Après avoir posé les bases d'un projet commun sur un périmètre de 24 communes aux multiples facettes et aux problématiques diverses, l'OTI doit désormais affiner la stratégie de valorisation du territoire en prenant en compte ses spécificités locales et aspérités d'une part, en développant une stratégie de promotion-communication complète et ambitieuse, s'appuyant très fortement sur le digital, d'autre part.

GAGNER EN NOTORIÉTÉ

Objectifs

- Surprendre, donner une nouvelle image pour gagner en notoriété auprès de nouvelles cibles telles que les jeunes de 19 à 35 ans.
- Consolider la notoriété existante auprès des familles.

Faire monter les « destinations phares »

Quiberon et Carnac dans le top 10 des « endroits de Bretagne » cités spontanément, respectivement à la 7^e et à la 9^e place.

Enquête de notoriété nationale menée par le CRT auprès de 4000 personnes représentatives de la population française et 800 bretons, en juin 2021

de nos 4 univers touristiques dans le top 20 des destinations bretonnes phares. (Rappel: Ria d'Étel et Dunes Sauvages, Presqu'île de Quiberon & Îles, Terres d'Auray et Baie & Golfe).

VALORISER LES OFFRES SOUTENANT LE POSITIONNEMENT DE LA DESTINATION

Objectifs

- Créer de nouveaux produits pour surprendre et donner une image plus tendance et authentique du territoire.
- Créer de la valeur ajoutée, générer du business.

FAVORISER LA FIERTÉ D'APPARTENANCE AU TERRITOIRE

Objectifs

- Faire émerger un sentiment de fierté d'appartenance, indispensable à la co-construction, à la réussite et à la durabilité du projet touristique.



AXE 2 MIEUX ACCUEILLIR POUR FIDÉLISER

Les Offices de tourisme pôles sont au cœur du schéma d'accueil. Vitrines du territoire, ils ont non seulement vocation à le valoriser mais aussi à être facilitateurs de séjour et apporteurs d'affaires au profit des professionnels. Au cours des 5 années à venir, l'objectif est également de développer un accueil numérique de qualité en tout point du territoire et de décrocher la catégorie I. Cap sur l'excellence, donc.

TRANSFORMER LES OT PÔLES EN VÉRITABLES VITRINES TOURISTIQUES AU SERVICE DES CLIENTS ET DES PROFESSIONNELS

Objectifs

- Prodiguer un accueil reflétant l'image de marque « Baie de Quiberon la Sublime ».
- Optimiser la qualité d'accueil en capitalisant sur des outils modernes et attendus du public.
- Décrocher la marque Qualité Tourisme et la Catégorie I.

ASSURER LA PERMANENCE ET LA FIABILITÉ DE L'INFORMATION TOURISTIQUE SUR L'ENSEMBLE DES COMMUNES DU TERRITOIRE

Objectifs

- Couvrir et mailler l'ensemble du territoire communautaire par un réseau de bornes tactiles « Point I Mobile » et de spots d'accueil hors les murs.
- Assurer la mise à disposition d'une information fiable, permanente, actualisée en temps réel et géolocalisée en tout point du territoire.

VISER L'EXCELLENCE EN S'ENGAGEANT DANS LA DÉMARCHÉ QUALITÉ

Objectifs

- Dispenser un accueil professionnel reconnu par tous et certifié permettant l'amélioration continue des process et méthodes de travail.
- Décrocher la Marque Qualité Tourisme et le Classement en Catégorie I.

ASSURER LA VISIBILITÉ DES ÉVÈNEMENTS PHARES DU TERRITOIRE

Objectifs

- Être là où le public se trouve pour pouvoir lui transmettre de l'information et le faire rayonner sur le territoire.
- Assurer le rôle de représentation de la destination et de ses offres et les promouvoir / vendre.
- Soutenir la dynamique locale d'évènementiel.



AXE 3 SE POSITIONNER COMME UN ACTEUR INCONTOURNABLE DE L'ÉCONOMIE TOURISTIQUE

L'Office de Tourisme doit prendre une véritable place d'animateur en capacité de fédérer et de coordonner les socio-professionnels et tous les acteurs locaux du tourisme autour d'enjeux et de problématiques communes. Un rôle pivot qu'il assumera en étant par ailleurs leader en termes d'ingénierie, de conseil, d'accompagnement, de veille et d'observation des évolutions d'un marché touristique et de modes de consommation en perpétuelles mutations.

DÉVELOPPER L'OFFRE DE SERVICES À DESTINATION DES PROFESSIONNELS

Objectifs

- Organiser des temps d'échanges « Métiers » et « Prospective » : réunion de bilan de saison par secteur, petits-déjeuners favorisant la mise en réseau.
- Développer une meilleure connaissance et appropriation du territoire (Eductour Pro annuel).

- Valoriser les experts de la destination (professionnels, élus, équipe de l'OT) sous forme de réunions thématiques (Grand site de France Dunes sauvages et PNR du Golfe du Morbihan), enquête Reflet du CRT, Ateliers numériques.

FÉDÉRER LES ACTEURS AUTOUR D'UN PROJET COMMUN QUI INTÈGRE LES ENJEUX DU TOURISME DE DEMAIN

Objectifs

- Avoir un contact plus rapproché du terrain et de ses problématiques concrètes pour y apporter des solutions sur-mesure.
- Solliciter les professionnels et les élus (démarche qualité).

MIEUX OBSERVER POUR ANTICIPER LES BESOINS DE NOS CLIENTÈLES TOURISTIQUES

Objectifs

- Contribuer à la mise en place d'un système dynamique d'observation et d'analyse pour bénéficier et faire bénéficier les professionnels de données d'aides à la décision.
- Gagner en réactivité face aux changements et aux évolutions des comportements des clientèles touristiques.

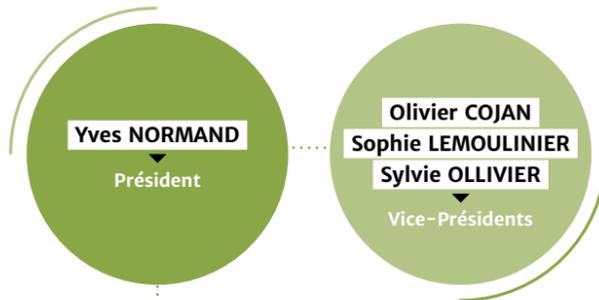
OPTIMISER ET ASSURER UNE COLLECTE EFFICACE DE LA TAXE DE SÉJOUR

Objectifs

- Optimiser et assurer une collecte efficace de la taxe de séjour pour augmenter les moyens dédiés au développement et à la promotion touristique du territoire communautaire.



PRÉSENTATION DE L'ÉQUIPE*



Missions
Direction - affaires statutaires - stratégie - budget et plan d'actions



DIRECTION
Cindy HERVÉ
Directrice



Fabienne BASLÉ
Assistante taxe de séjour et assistante de direction



Marion THOMAS
Chargée de mission taxe de séjour

RESSOURCES HUMAINES ET MOYENS GÉNÉRAUX

Valérie MARIN-CUDRAZ
Responsable du pôle
MISSIONS
Ressources humaines - comptabilité - achats et contrats fournisseurs - marchés publics



COMMUNICATION ET PROMOTION DE LA DESTINATION

Guillaume LE MENN
Responsable du pôle
MISSIONS
Éditions - sites internet et outils numériques - opérations promotionnelles et salons - gestion des réseaux communautaires - photothèque / vidéothèque - relations médias et influenceurs - GRC



DÉVELOPPEMENT DES PARTENARIATS ET DES OFFRES

Madeleine JUBERAY
Responsable du pôle
MISSIONS
Relations partenariales - patrimoine & visites guidées - qualification des hébergements - conception et vente de produits touristiques



CONSEIL EN SÉJOUR

Magalie LE BOURNE
Responsable du pôle
MISSIONS
Accueil - conseil des visiteurs - gestion du back office - accueil hors les murs - accueil à distance - statistiques - billetteries - boutique - animations



SIÈGE ADMINISTRATIF



Sonia LEROUX
Responsable comptable



Nathalie GOASMAT
Assistante comptable et secrétariat et référente Taxe de séjour



Tracy LAVENANT
Chargée de mission numérique



Laurence ROGER
Chargée de communication



Maud FOUQUAIN
Chargée des achats, contrats fournisseurs, marchés publics et communication interne, conseillère en séjour

SECTEUR BAIE & GOLFE



Simone RIOS
Responsable accueil du secteur, chargée de l'observation / statistiques



Sandrine DUROSSET
Conseillère en séjour chargée des relations partenariales, de la qualité et des animations, référente taxe de séjour



Cindy SOTO
Conseillère en séjour chargée des relations partenariales



Candice SUEUR
Conseillère en Séjour en Alternance

SECTEUR TERRES D'AURAY



Dorothée ALLARD
Responsable accueil de secteur, chargée des relations partenariales et assistante coordination réseau des pros



Éva BERROU
Conseillère en séjour chargée de la base de données et des animations



Sandrine LE CORVEC
Conseillère en séjour chargée des relations partenariales, guide et référente taxe de séjour

DÉTOUR D'ART



Virginie MORGANT
Chargée de mission Détour d'Art

SECTEUR PRESQU'ÎLE & ÎLES



Cyrille BAISSAC
Responsable accueil de secteur, chargé de la billetterie / boutique



Nathalie LE DAIN
Conseillère en séjour chargée des relations partenariales, conception produits touristiques, qualif. hébergements, ref. taxe de séjour

SECTEUR RIA D'ÉTEL & DUNES SAUVAGES



Dorothée ALLARD
Responsable accueil de secteur, chargée des relations partenariales et assistante coordination réseau des pros



Émilie AFFINITO
Conseillère en séjour, guide, chargée de la base de données et des animations



Patrice BAISSAC
Conseiller en séjour chargé des relations partenariales, de la photo. / vidéothèque, référent accueil à distance et taxe de séjour



Nathalie DUTEIL
Conseillère en séjour, chargée des relations partenariales et de la qualité



Dominique WEHLEN
Conseillère en séjour chargée de la base de données et des animations, guide et assistante service aux pros

* Effectifs au 1^{er} janvier 2022 : 26 permanents rejoints par 31 saisonniers.



02

**L'ANNÉE 2022
EN ACTIONS!**

2022 LES TEMPS FORTS

2022 VERS UN RETOUR A LA NORMALE ?

Après deux années fortement impactées par la crise sanitaire et les nécessaires adaptations mises en œuvre, l'année 2022 a enregistré une belle fréquentation sans toutefois atteindre les chiffres de 2019. La gouvernance et les services de l'OTI sont restés mobilisés pour soutenir les professionnels.

- Accompagnement des professionnels partenaires face aux changements et aux nécessaires adaptations à travers des temps de formations sur des thématiques telles que le web marketing, la réservation en ligne... soit une programmation de 9 ateliers et réunions en présentiel (1^{er} trimestre en distanciel).

- Poursuite de la dynamique d'échanges avec le Comité Stratégique.

Par ailleurs, l'accueil dans nos bureaux touristiques et notre organisation se sont également adaptés :

- Maintien des distanciations et respect des exigences sanitaires dans les bureaux tout au long de l'année,
- Maintien d'un service d'accueil à distance toute l'année (traitement des appels téléphoniques et des chats) avec jusqu'à 4 conseillères en séjour mobilisées tous les jours durant la haute saison,
- Programmation de visites guidées tout l'été, 78 visites organisées sur 7 sites au rythme d'une visite par site par semaine durant les vacances d'été assurées par nos guides,
- Programmation Détour d'Art, avec 19

sites mis en valeur sur 11 communes dont 2 nouveaux monuments (Chapelle ND des Fleurs et la chapelle St Fiacre à Pluvigner), une vingtaine de visites guidées organisées sur 6 sites et 6 animations proposées (concerts, soirées contes...). Et un public séduit par le panel d'offres proposées!



ZOOM SUR LA VIE DE L'ENTREPRISE

JANVIER

- Dépôt du dossier de classement de l'OTI en catégorie II
- Intégration de Belz dans la collecte de la taxe de séjour intercommunale **NOUVEAU**

FÉVRIER

- Premiers ateliers du plan d'accompagnement des pros
- Obtention du classement en catégorie II de l'OTI

MARS

- Réunion d'équipe de lancement de saison avec intervention de professionnels (speed dating)
- Mise en ligne des bons plans des partenaires
- Offre à tarif négocié pour du reportage photos & vidéos

AVRIL

- Déploiement de l'outil DÉCLALOC' Cerfa numérique dans les communes du territoire, qui vient remplacer le formulaire CERFA de déclaration de meublé touristique **NOUVEAU**
- Journée d'équipe à Quiberon
- Remplacement de la cellule de comptage du bureau de Quiberon
- Accueil sur événements à l'occasion du SPI Ouest France, du Morbihan Paddle Trophy et du Tour de Bretagne à vélo

MAI

- Lancement de saison avec les professionnels et les élus du territoire
- Sortie de la brochure billetteries 2022
- Les prises de contact sur messenger sont désormais traitées par l'équipe de l'accueil à distance. **NOUVEAU**
- Accueil sur événements à l'occasion de CAP Martinique **NOUVEAU**
- Les réponses aux avis Google et Tripadvisor sont désormais traitées par l'équipe de l'accueil à distance **NOUVEAU**
- Lancement du Groupe Qualité de Destination **NOUVEAU**

JUIN

- Eductour Pro : Découverte des espaces naturels : Site de France des Dunes Sauvages et PNR du Golfe du Morbihan
- Nouvelle vitrophanie aux bureaux de Plouharnel et Saint-Pierre Quiberon. **NOUVEAU**
- Vote des nouveaux tarifs taxe de séjour par le conseil communautaire d'AQTA pour entrée en vigueur au 01/01/2023 **NOUVEAU**

JUILLET/AOUT

- Visites guidées hebdomadaires OTI
- 31 saisonniers renforcent l'équipe de conseillers en séjour permanents
- Actualisation de la signalétique urbaine de l'office de tourisme en collaboration avec les mairies **NOUVEAU**
- Intégration de messageries téléphoniques professionnelles pour l'ensemble des services : messages de pré-décroché, d'attente et répondants téléphoniques **NOUVEAU**
- Équipement de tenues estivales pour l'équipe des conseillers en séjour **NOUVEAU**
- Audit mystère QUALITÉ TOURISME™ obtenu avec un score de 93.15% : Etape 1 pour l'obtention de la marque QUALITÉ TOURISME™ **NOUVEAU**
- Équipement des écrans vidéos des accueils pour une gestion unique, instantanée et harmonisée. **NOUVEAU**
- Un accueil touristique mobile sur l'ensemble du territoire 7j/7 **NOUVEAU**
- Accueil estival visiteur/pèlerin mutualisé avec le sanctuaire à Ste-Anne-d'Auray
- Apér'OTI 2022 : à la découverte des professionnels du territoire dans un format convivial et hors temps de travail

SEPTEMBRE

- Lancement de la campagne partenariale 2023

OCTOBRE

- Préparation des éditions 2023
- Journée d'équipe bilan de saison à Saint-Pierre-Quiberon
- Soirée de bilan de saison avec les professionnels et les élus du territoire

NOVEMBRE

- Audit complet QUALITÉ TOURISME™ obtenu avec un score de 92.63 % : Etape 2 pour l'obtention de la marque QUALITÉ TOURISME™

DÉCEMBRE

- Dépôt du dossier de Classement de l'OTI en Catégorie I
- Opération promotionnelle Calendrier de l'Avent
- Obtention officielle de la marque QUALITÉ TOURISME™
- Journée d'équipe de fin d'année à Quiberon



03

2022

LE BILAN D'ACTIVITÉ

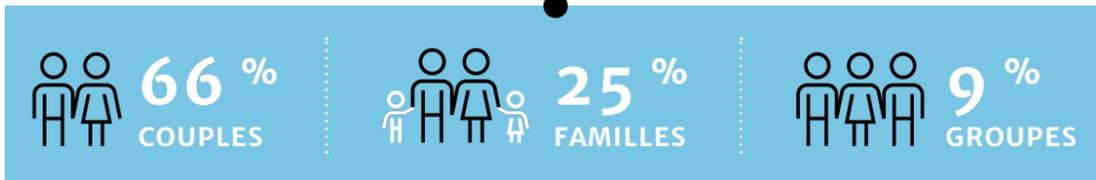


Après 2 ans de restrictions, nous avons retrouvé le plaisir d'accueillir des visiteurs non masqués mais toujours avec application des gestes barrières et la présence des plexis tout au long de l'année 2022. Les bureaux d'accueil n'ont pas été impactés par des fermetures liées aux désinfections ou confinement, ce qui laisse apparaître une augmentation des ouvertures de +7% par rapport à 2021.

INDICATEURS D'ACTIVITÉ

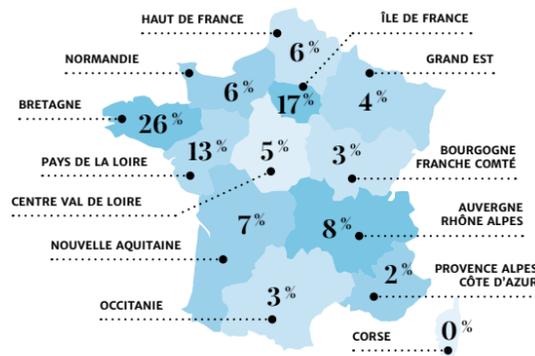
QUI SONT LES VISITEURS ?

Sur l'année 2022, les bureaux d'informations de l'Office de Tourisme de la Baie de Quiberon ont renseigné **104 300 demandeurs**. Près de 309 500 visiteurs ont pris contact avec l'office de tourisme.



LES CLIENTÈLES FRANÇAISES

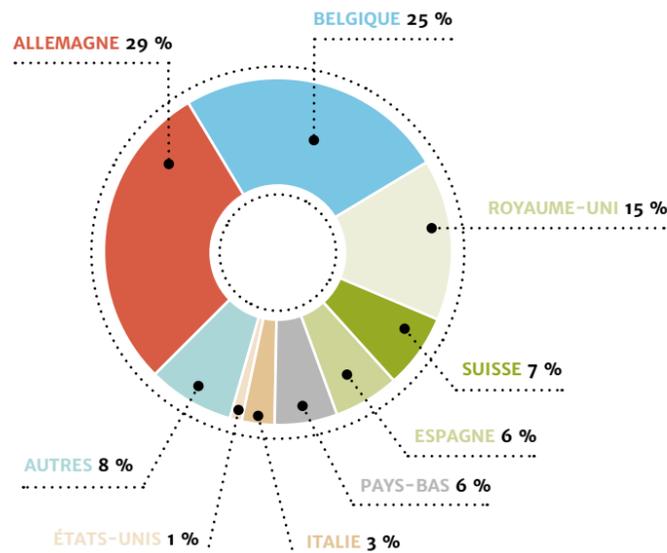
93 876 demandeurs issus du territoire français, soit 90 % des clientèles totales. Plus de la moitié des clients français proviennent de 3 régions: Bretagne, Région parisienne et Pays de la Loire.



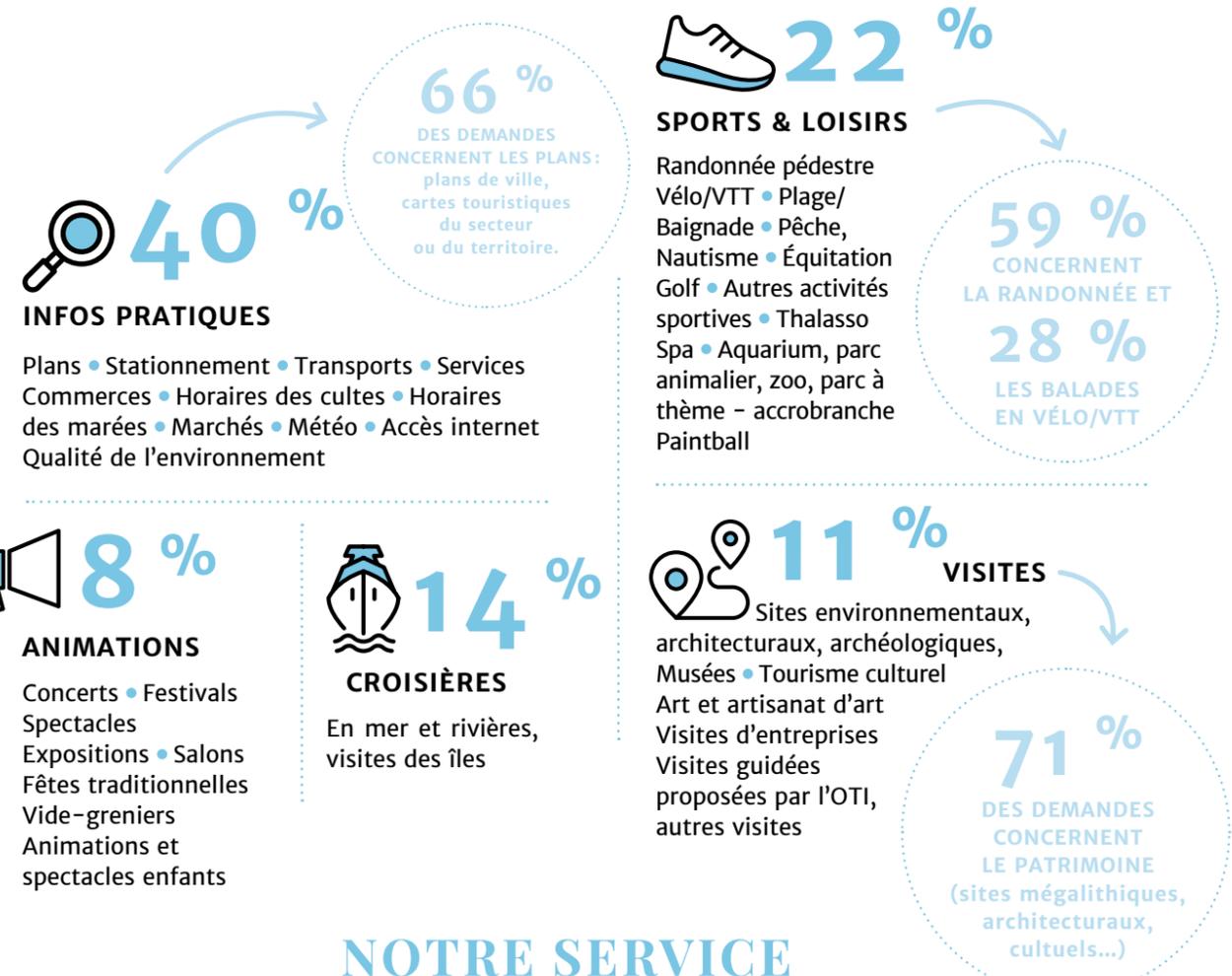
Le principal département dont sont issus nos visiteurs est le Morbihan pour près de 16 % de notre clientèle française. De la 1^{re} à la 4^e place, les régions du podium sont les mêmes depuis 3 ans et malgré le covid: Bretagne (26%), Île-de-France (17%), Pays de Loire (13%), et Auvergne Rhône Alpes (8%). Les Bretons sont venus plus nombreux qu'en 2021, enregistrant une hausse de 3%. En 2019 cette clientèle était venue plus nombreuse encore, la comparaison affiche -14%. La Nouvelle Aquitaine arrive en 5^e place comme en 2021 avec 7% de la clientèle, suivie de la Normandie et des Hauts de France avec 6%. Les clients de la Nouvelle Aquitaine et du Pays de Loire sont venus plus nombreux qu'en 2021 mais également plus nombreux qu'en 2019.

LES CLIENTÈLES ÉTRANGÈRES

10 047 demandeurs en 2022, près du double de 2021 elles représentent 10% des clientèles totales. L'Allemagne, la Belgique, le Royaume-Uni, la Suisse et l'Espagne composent le top 5 des clientèles étrangères en 2022. Ce podium est identique à celui de 2019. La Belgique, qui occupait la 1^{re} place depuis 2 ans a été dépassée par l'Allemagne et occupe en 2022 la 2^e place. Les visiteurs britanniques ont repris la 3^e place comme en 2019 après 2 ans de baisse liée au covid et au Brexit (4^e place en 2020 et 5^e place en 2021). En 2022 la clientèle étrangère est en hausse de 95% comparé à 2021 mais toujours en retrait par rapport à 2019 (-15%).



LE TOP 5 DES THÉMATIQUES FORMULÉES PAR LES VISITEURS (ACCUEIL AU GUICHET DES OT)



NOTRE SERVICE D'ACCUEIL À DISTANCE

Non ce n'est pas un robot qui répond aux messages reçus sur le chat. Oui ce sont des conseillers en séjour de l'office de tourisme qui répondent au téléphone... et en direct de la Baie de Quiberon!

87 % des appels reçus à l'office de tourisme sont traités par le service d'Accueil à Distance

Près de **2800 chats et formulaires web**

Satisfaction de **82 %**

Les contacts à distance sont en légère baisse de -1.6% par rapport à 2021 dont :

- +61 % de mails
- +2 % chats & formulaires web
- 1 % de courriers
- 4 % de téléphones
- 6 % de demandes sur les réseaux sociaux

Baisse de -2% : expliquée par la réouverture des bureaux aux horaires normaux d'avant covid-19, entraînant plus de personnes aux guichets et moins de contacts à distance

RÉPARTITION DES FLUX

FRÉQUENTATION TOURISTIQUE DES BUREAUX



À RETENIR!



L'ACCUEIL DIGITAL



ET AUSSI...

44 800 abonnés Facebook

16 000 abonnés Instagram

1 200 abonnés LinkedIn

777 900 € Chiffre d'affaires TTC réalisé au bénéfice des professionnels

L'ACCUEIL HORS LES MURS

ACCUEIL EN MOBILITÉ

Du 04/07 au 27/08.
13 sites / semaine.
99 présences assurées.
2300€ de ventes pour nos partenaires.
4600 visiteurs sur l'été.
Parmi les lieux sur lesquels les visiteurs pouvaient nous retrouver: des marchés (Penthièvre, Locmariaquer, Plouharnel, Crac'h, Pluvigner), des plages (Erdeven), des sites d'intérêt touristique (St Cado, St Goustan, chapelle de St Philibert, alignements de Kerzerho) et aussi à l'arrivée du Napoléon Express à Lambel-Camors, au village de Ker Fétan à Landaul, à Forêt Adréaline à Carnac,

à la gare d'Auray, sur la placette d'Alré'O à Auray et dans les supermarchés du territoire.

ACCUEIL SUR ÉVÈNEMENTS

- **SPI Ouest France**: 14 au 18 avril. Stand dans le village de l'évènement. 331 demandes d'information.
- **Morbihan Paddle Trophy**: 29 avril au 01 mai. Stand dans le village de l'évènement. 64 demandes d'information.
- **Tour de Bretagne à vélo**: 30 avril. Stand dans le village de l'évènement. 32 demandes d'information.
- **Cap Martinique**: 1^{er} mai. Stand dans le village de l'évènement. 4 demandes d'information.



LES VENTES EN BUREAUX D'INFORMATION

TOTAL 777 900 €

RÉPARTITION PAR SECTEUR D'ACTIVITÉ:



AUGMENTATION DU CHIFFRE D'AFFAIRE DEPUIS 2021
+14,6 %

LA SAISON CHEZ LES PROS! QU'EN ONT DIT LES PROFESSIONNELS?

Depuis 6 ans, un baromètre permet de mesurer sur une échelle de 0 à 10 le taux moyen d'activité observé durant la haute saison dans les établissements du territoire. 280 professionnels ont fait part de leurs ressentis en termes de flux et de chiffre d'affaires.



MÉDIATION ET BILAN

DÉTOUR D'ART

DÉTOUR D'ART 2022 / 16^E ÉDITION
Du 4 juillet au 18 septembre, Détour d'Art invitait à sortir des sentiers battus à la découverte des chapelles, église et autres patrimoines religieux, sur onze communes du Pays d'Auray. Au programme : visites libres, guidées, jeux de piste, concerts, animations, randonnées.



NOUVELLES ACTIONS

- Intégration de la commune de Plouharnel
- Ouverture à la visite de deux nouveaux sites : la chapelle ND des Fleurs à Plouharnel et la chapelle St Fiacre à Pluvigner
- Programmation de 2 ateliers créatifs
- Création d'un jeu de piste en breton
- Programmation de concerts, soirées conte en partenariat avec l'ADMAS et Ti Douar Alré

CHIFFRES CLÉS



34 930

visiteurs en visite libre
dont 385 en visite guidée



19

monuments
ouverts à la visite



6

jeux de piste en circulation



25

visites guidées
ont été animées



6

concerts et animations
ont été programmés



100

bénévoles investis

FRÉQUENTATION

La fréquentation estimée s'élève à 35 700 visiteurs soit 22 % de plus qu'en 2021. Une grande majorité d'entre eux, Morbihannais ou originaires du Grand Ouest, sont venus dans le cadre d'une visite libre dans un des 19 monuments ouverts à la visite à l'exception de la Chartreuse de Brec'h toujours fermée au public.

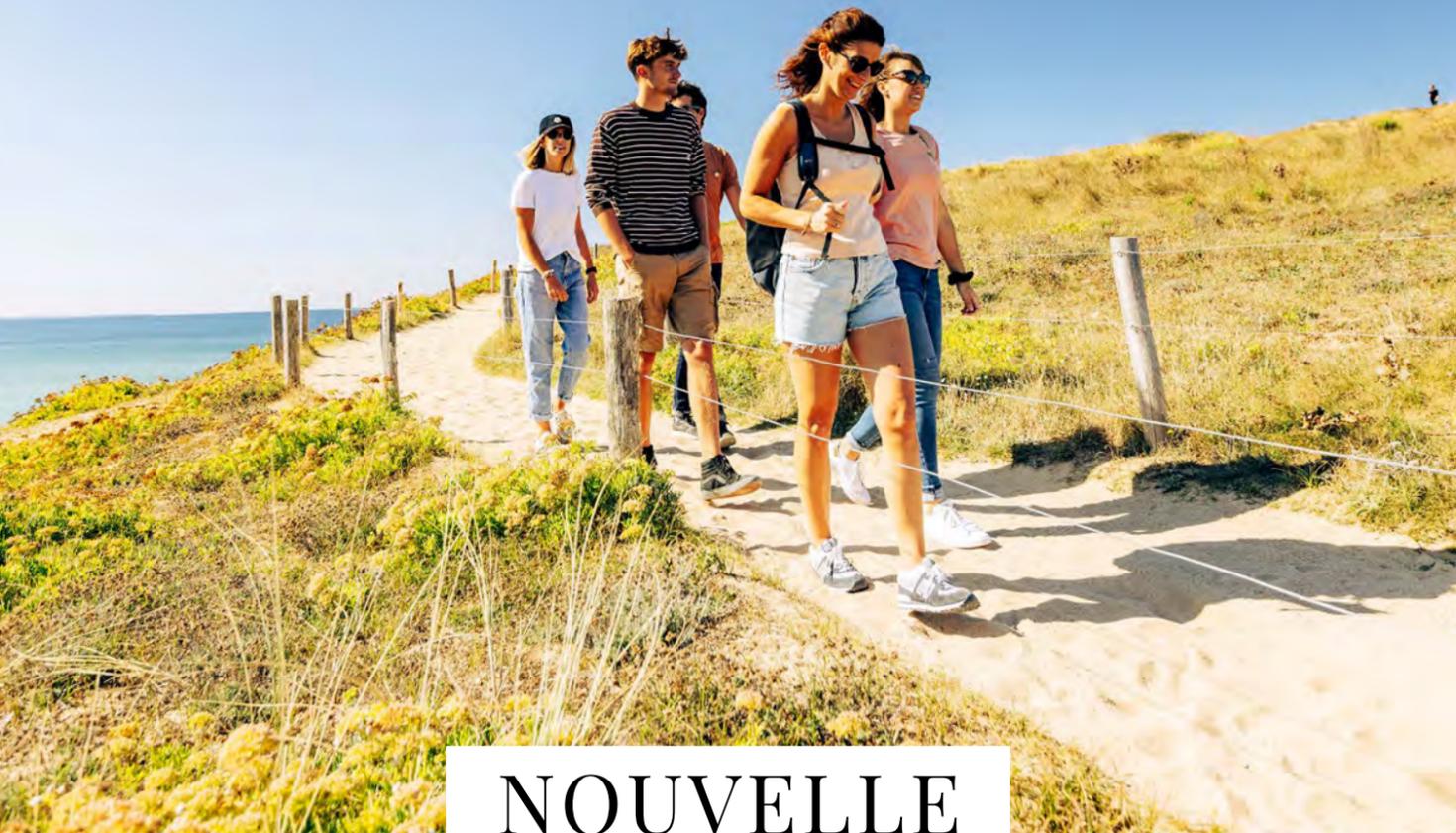


METTRE EN SCÈNE NOTRE TERRITOIRE

En 2022, la programmation habituelle des visites guidées à destination des individuels et des groupes a été reconduite en avril ainsi qu'en juillet et août.

78 visites grand public (54 en 2021) ont été proposées sur 7 sites valorisant la richesse de notre patrimoine: balnéaire à Quiberon, militaire (Mur de l'Atlantique à Plouharnel), maritime (île de St Cado à Belz, port St Goustan à Auray), mégalithique (alignements de Kerzhero à Erdeven et les sites de Locmariaquer) et sylvestre en forêt de Camors. 1 069 personnes ont été accueillies au cours de l'été. 21 visites de groupes ont été assurées (2 en 2021).





NOUVELLE STRATÉGIE MARKETING

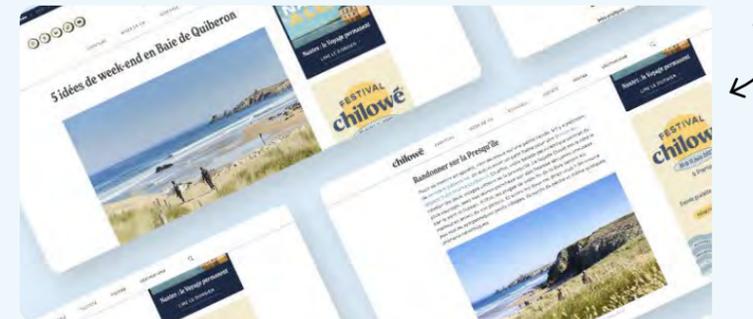


- Valorisation des Ailes de saison > Printemps et Automne
- Rajeunissement des cibles (priorité aux 25-40 ans)
- Un logo modernisé et une nouvelle charte graphique

CAMPAGNE PROMOTIONNELLE

VALORISATION DES AILES DE SAISON AUTOMNE 2022 :

- Article sur **Chilowé**, le média référence de la micro-aventure



- Une page de publicité dans **Le Routard Magazine** de l'automne 2022



- Une **campagne sponsorisée** sur Facebook et Instagram > Idées de balades et activités automnales



1 SITE WEB



1 MAGAZINE DE DESTINATION

3 GUIDES THÉMATIQUES

1 GUIDE PARTENAIRE



7 CARTES TOURISTIQUES

1 CARTE DESTINATION



1 PHOTOTHÈQUE

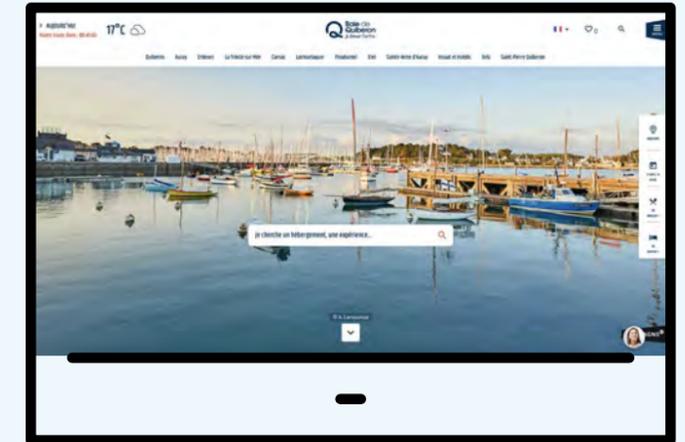
1 PAGE FACEBOOK, 1 COMPTE INSTAGRAM ET 1 COMPTE LINKEDIN

NOTRE SITE WEB

WWW.BAIEDEQUIBERON.BZH

CHIFFRES 2022

- 1.2 million de visites en 2022 (+8 % vs 2021)
- Contenus disponibles en 6 langues
- 36.000 prises de contact avec les professionnels partenaires depuis le site



PODCAST EN PARTENARIAT AVEC LE COMITÉ RÉGIONAL DU TOURISME

Enregistrement en juin d'un épisode sur la Presqu'île, avec les humoristes Marine Baousson et Nadia Roz

Pour écouter l'épisode:



VIDÉOS « ET SI ON... » ?

Vidéos courtes d'1m30 max sur 5 thématiques (Gastronomie, Patrimoine, Activités, Hébergements et Événements) avec plus de 263 000 vues et 427 000 personnes touchées. 12 partenaires mis en avant dans 3 vidéos



PARTENAIRES

Au total, ce sont plus de **120** partenaires de l'office de tourisme valorisés par le biais de ces activités promotionnelles.



ACTIONS 2022

MISE EN LIGNE
des 950 partenaires 2022 de l'office de tourisme, par catégorie : restaurants, commerces, hébergeurs, etc

NOUVELLE BASE DE DONNÉES
pour la collecte des informations touristiques : Tourinsoft

APPLICATION
de la nouvelle charte graphique

SEO & SEA : accompagnement par une agence sur l'optimisation du référencement naturel, la mise en place de campagnes Adwords, prestation de netlinking... pour une valorisation optimale des partenaires via le site web.

CHAT EN LIGNE : 2 748 chats baiedequiberon.bzh

RELATIONS PRESSE

Un accompagnement à l'année avec l'agence Hémisphère Sud, en partenariat avec l'Office de tourisme de Carnac.

Objectif: assurer une belle couverture médiatique de la Baie de Quiberon et valoriser les ailes de saison.



4 journalistes de la presse française et belge à la découverte de la Baie de Quiberon durant 48 heures.



RELATIONS PRESSE

En 2022
78 retombées médias
3,5 millions d'€
d'équivalence publicitaire

PHOTOOTHÈQUE

Nouvelle photothèque de l'office de tourisme : baiedequiberon.piwigo.com



1800 photos du territoire
Dont 400 à disposition des partenaires
Et 180 à disposition des médias

Plateforme mise à jour tout au long de l'année avec de nouvelles photos

SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX

44 800 abonnés Facebook

16 000 abonnés Instagram

1 200 abonnés LinkedIn



CHIFFRES CLÉS

285 publications

16 millions de personnes touchées

979 000 interactions

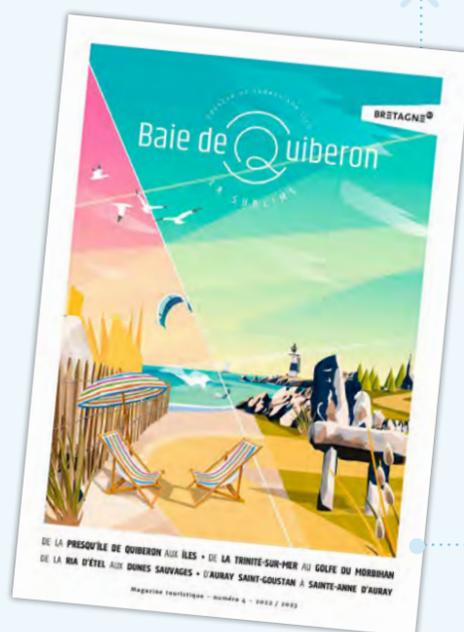
Baie de Quiberon Tourisme dans le baromètre We Like Travel: 45^e sur 400 destinations (moyenne 2022)

1^{er} des OTs bretons mars, juin, juillet, septembre, novembre et décembre 2022



**SÉDUIRE & INFORMER
FAIRE VIVRE LE TERRITOIRE**

Une première de couverture réalisée par l'agence La Loure
Des portraits d'habitants, ambassadeurs de la destination
Les incontournables et des idées de visites hors des sentiers battus. La mise en avant des ailes de saison, les dégustations d'huîtres, hébergements et activités insolites ...



Réalisations en interne : guide du partenaire, horaires de marées et le guide billetterie

**MAGAZINE DE DESTINATION
65 000 exemplaires**

• 64 pages

Un magazine de destination, en langues anglaise et allemande, est également réalisé et mis à disposition de la clientèle étrangère.



COLLECTION PRINT 2022

GUIDES PRATIQUES

Une collection présentant la richesse des offres des professionnels du territoire. Activités nautiques, galeries d'art, restaurants et bars, boutiques de déco...

GUIDE LOISIRS
45 000 exemplaires

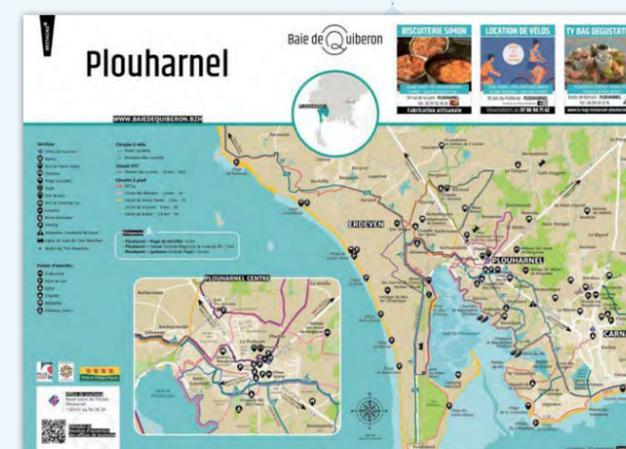
GUIDE COMMERCE
25 000 exemplaires

Les guides pratiques changent de format ! Un format plus attrayant et plus économique : 14,5 cm x 20 cm.



GUIDE GOURMAND
40 000 exemplaires

SOUS-MAIN CARTES TOURISTIQUES

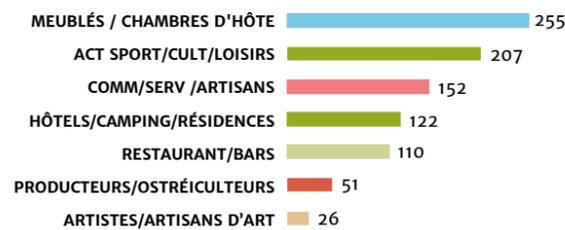


Deux nouvelles cartes touristiques « sous-mains » des communes Locmariaquer à Crac'h et de Plouharnel sont réalisées afin de répondre à des besoins dans les offices de tourisme.

LES PARTENAIRES, PIERRE ANGULAIRE DU PROJET

LA FORCE DU RÉSEAU: PRÈS DE 1 000 PARTENAIRES EN BAIE DE QUIBERON

NOMBRE DE PARTENAIRES PAR TYPOLOGIE D'ACTIVITÉS



LE SAVIEZ-VOUS

En 2022, nous avons publié 15 Newsletters Pro destinées à nos professionnels partenaires. Le taux moyen d'ouverture est d'environ 40 %.

RDV PROS

Un plan d'accompagnement dimensionné aux besoins des pros orienté vers des ateliers :

- **Web marketing** (réseaux sociaux, campagne Google Ads, Google My Business)
- **Commercialisation** pour développer les ventes en ligne
- **Optimisation** de la visibilité et des réunions d'information thématiques
- **Restitution** d'une enquête « Nouvelles attentes des clientèles françaises et étrangères » et « Résidents secondaires »

RAPPEL OBJECTIFS

Fédérer l'ensemble des acteurs locaux autour de la destination « Baie de Quiberon le Grand Souffle »

Coordonner et soutenir les partenaires prestataires du réseau

Inciter à la montée en compétences via des ateliers de formation en web marketing

Déployer des opérations mutualisées en termes de produits et de communication

Développer la qualification de l'offre touristique
> conseil et accompagnement des professionnels: qualité, classement, communication

Diversifier l'offre de services pour stimuler la montée en gamme des acteurs
> veille et prospection, adéquation de l'offre et de la demande

Assurer la veille et l'observation des marchés et des comportements de nos clientèles touristiques

2

LA VISIBILITÉ

Pour valoriser la diversité de l'offre touristique à destination des visiteurs à l'échelle de 24 communes via nos supports de communication Print et Web.

1

LA NOTORIÉTÉ

Pour capitaliser collectivement sur la notoriété de la Baie de Quiberon, 1^{re} Destination touristique du Morbihan.

3

LE RÉSEAU

Pour appartenir et contribuer à un réseau diversifié d'acteurs touristiques impliqués dans une dynamique collaborative économique.
> Newsletter Pro

4

LE PROJET

Pour contribuer au développement touristique en participant à la co-construction de la politique touristique de notre territoire (schéma d'accueil et de développement touristique intercommunal, ateliers de réflexion...)

DEVENIR PARTENAIRE POURQUOI?

5

L'EXPERTISE

Pour bénéficier d'un accompagnement professionnel (ateliers numériques, réunions thématiques ou de secteur, Eductour...) et personnalisé (veille, données statistiques...).

6

LES SERVICES ET LES CONSEILS

Pour mieux orienter, positionner et mettre en marché votre offre (plateforme Elloha, labellisation, classement, taxe de séjour...).

Six bonnes raisons de rejoindre l'Office de tourisme

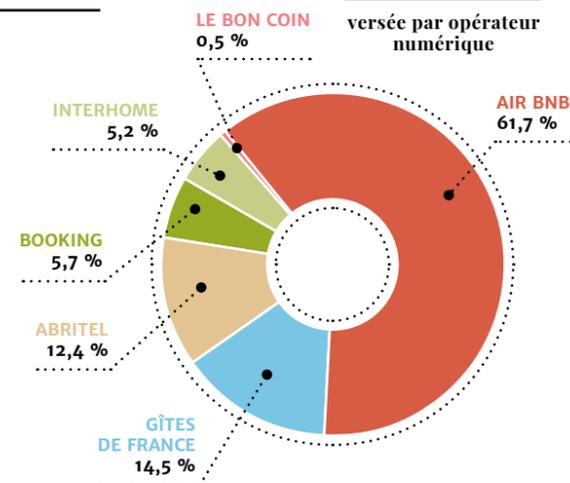
OBJECTIF ULTIME

Offrir aux visiteurs une expérience de séjour optimale, qualitative et fluide, fidéliser et renouveler les clientèles françaises et étrangères.



TAXE DE SÉJOUR

RÉPARTITION DE LA TAXE DE SÉJOUR



RECETTES PAR ORIGINE

1 967 079 €
DÉCLARÉS EN 2022*

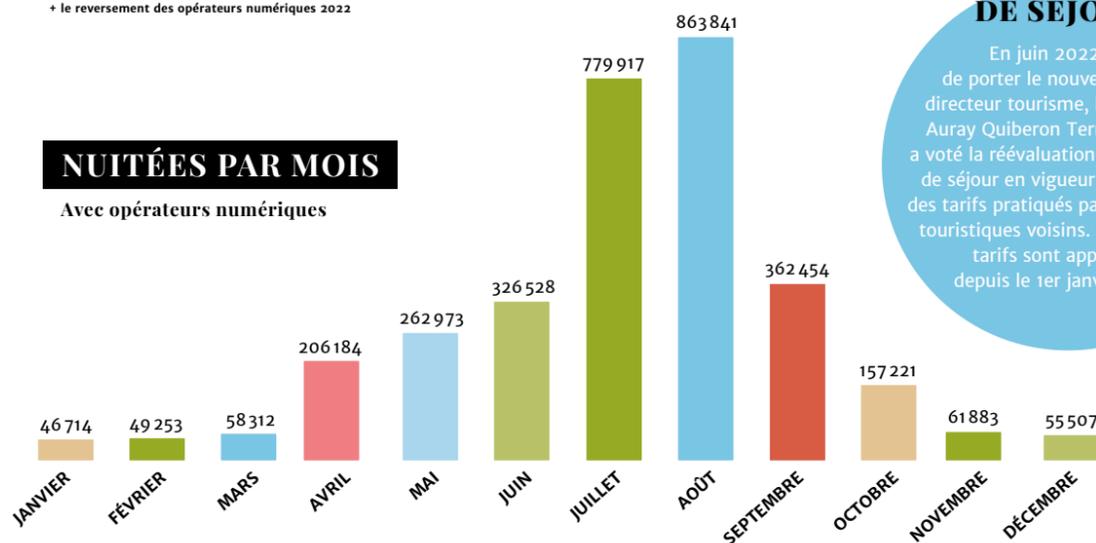
1304 219 €
déclarés en collecte directe soit
66,5 %
DE LA COLLECTE TOTALE

662 860 €
VIA DES OPÉRATEURS NUMÉRIQUES, SOIT
33,5 %
DE LA COLLECTE TOTALE

*Chiffres intégrant la TS déclarée sur 2022
+ le reversement des opérateurs numériques 2022

NUITÉES PAR MOIS

Avec opérateurs numériques



INFOS TAXE DE SÉJOUR

En juin 2022, afin de porter le nouveau schéma directeur tourisme, la collectivité Auray Quiberon Terre Atlantique a voté la réévaluation des tarifs taxe de séjour en vigueur, à l'identique des tarifs pratiqués par les territoires touristiques voisins. Ces nouveaux tarifs sont applicables depuis le 1er janvier 2023.

A QUOI SERT LA TAXE DE SÉJOUR INTERCOMMUNALE ?

- **Améliorer l'accueil touristique** : Été 2022 : un nouvel accueil touristique itinérant (13 sites par semaine)
- **Etoffer l'offre touristique et l'offre habitants** : Valorisation et entretien des sentiers de randonnée : cheminement, balisage, signalétique (210 panneaux installés). Accompagnement à la création de la ligne ferroviaire touristique de Camors à Pontivy « le Napoléon express »
- **Développer les conditions d'accueil et préserver le cadre de vie** : Création de logements pour les saisonniers (Quiberon, La Trinité sur Mer...). Animations et sensibilisation au tri des déchets et des ressources comme l'eau

NOUVEAUTÉS 2022 !

- Belz a intégré la collecte de la taxe de séjour intercommunale au 1^{er} janvier 2022.
- Déploiement de l'outil DéclaLoc Cerfa numérique (ancien CERFA des meublés touristiques.)
- Nouveaux tarifs taxe de séjour votés en juin 2022 par AQTA, à effet au 1^{er} janvier 2023.

3 230 787

NUITÉES MARCHANDES RÉALISÉES EN 2022

Nuitées 2022 déclarées en direct + nuitées 2022 opérateurs numériques

+30,5 %

DE NUITÉES DE 2022 PAR RAPPORT À 2019

64 317

LITS marchands

5

LIEUX DE COLLECTE (siège de l'OTI et les 4 Offices de Pôle)

5

PERMANENCES QUOTIDIENNES et 5 sous régisseurs au service des hébergeurs

3 663

STRUCTURES identifiées en 2022

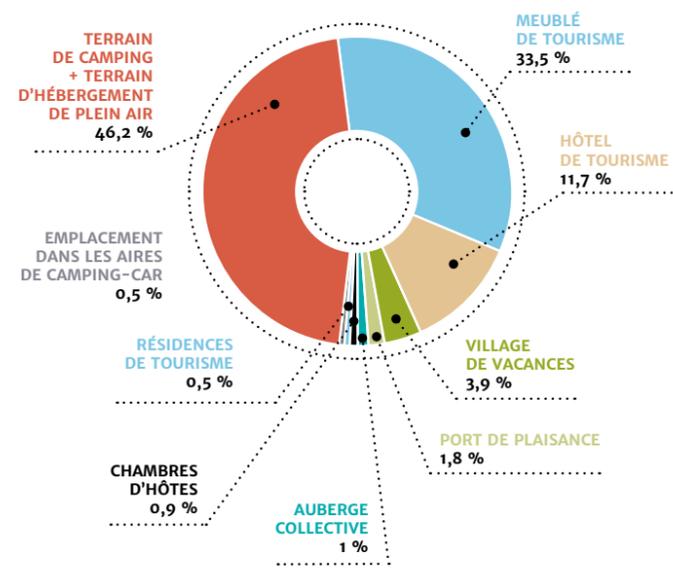
LA TAXE DE SÉJOUR PAR CATEGORIE D'HÉBERGEMENT

La part des campings représente **46 % des nuitées** touristiques marchandes effectuées. Le camping reste le type d'hébergement le plus plébiscité par nos visiteurs. Il contribue fortement aux nuitées touristiques mais plus faiblement aux recettes de la taxe de séjour : **25 % de la collecte**.

La part des meublés, elle, représente moins de nuitées : **34 %** mais arrive en **1^{ère} place** en termes de **montants** reversés : **46 % de la collecte globale**. Cette catégorie explose via les séjours commercialisés sur les plateformes des opérateurs numériques, Ascension représentative d'un nouveau mode de consommation des visiteurs pour leurs vacances.

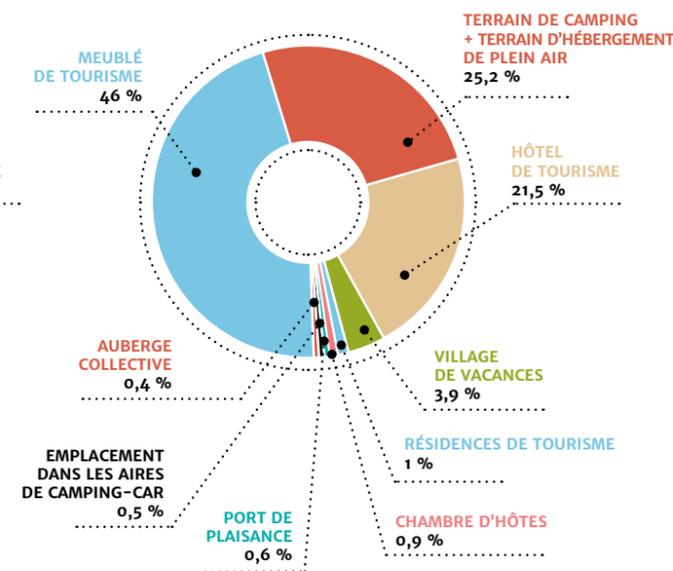
Les hôtels représentent **11% des nuitées** effectuées, pour **22% de la collecte** taxe de séjour.

NUITÉES PAR TYPE D'HÉBERGEMENT



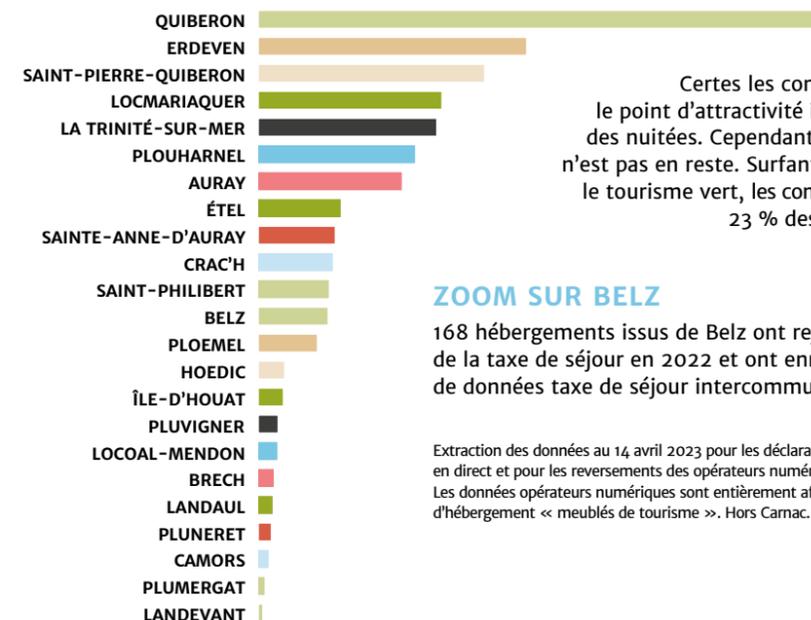
*/% du nombre de nuitées totales
Nuitées directes + nuitées opérateurs numérique

LES REVERSEMENTS PAR TYPE D'HÉBERGEMENT



*/% de la collecte totale
Montants collecte directe + opérateurs numériques

NUITÉES PAR COMMUNE



LE LITTORAL MAIS PAS QUE :

Certes les communes littorales restent le point d'attractivité initial du territoire avec + de 77% des nuitées. Cependant le rayonnement sur l'arrière-pays n'est pas en reste. Surfant sur l'engouement des visiteurs pour le tourisme vert, les communes du rétro littoral représentent **23 % des nuitées effectuées**.

ZOOM SUR BELZ

168 hébergements issus de Belz ont rejoint la collecte de la taxe de séjour en 2022 et ont enrichi la base de données taxe de séjour intercommunale.

Extraction des données au 14 avril 2023 pour les déclarations 2022 des hébergeurs en direct et pour les reversements des opérateurs numériques 2022. Les données opérateurs numériques sont entièrement affectées au mode d'hébergement « meublés de tourisme ». Hors Carnac.



04

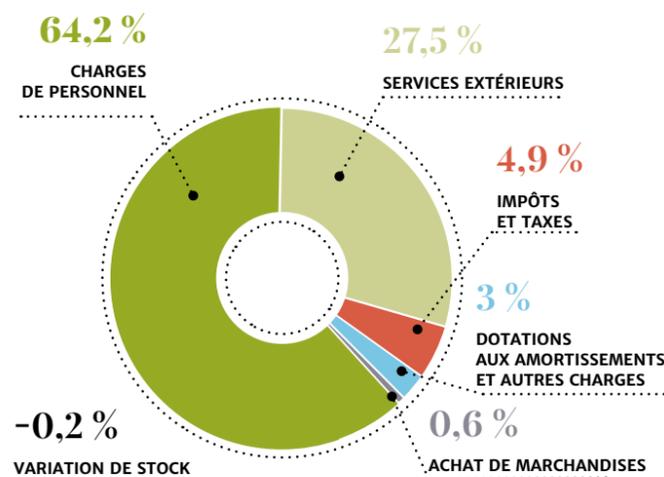
2022

LE BILAN FINANCIER

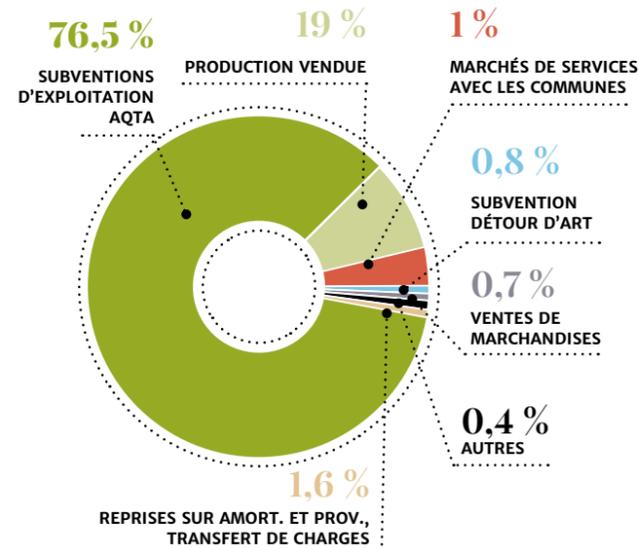
LE COMPTE DE RÉSULTAT 2022

Un budget de 2,132 millions d'euros
dont 1,630 million de subvention d'AQTA

LES DÉPENSES

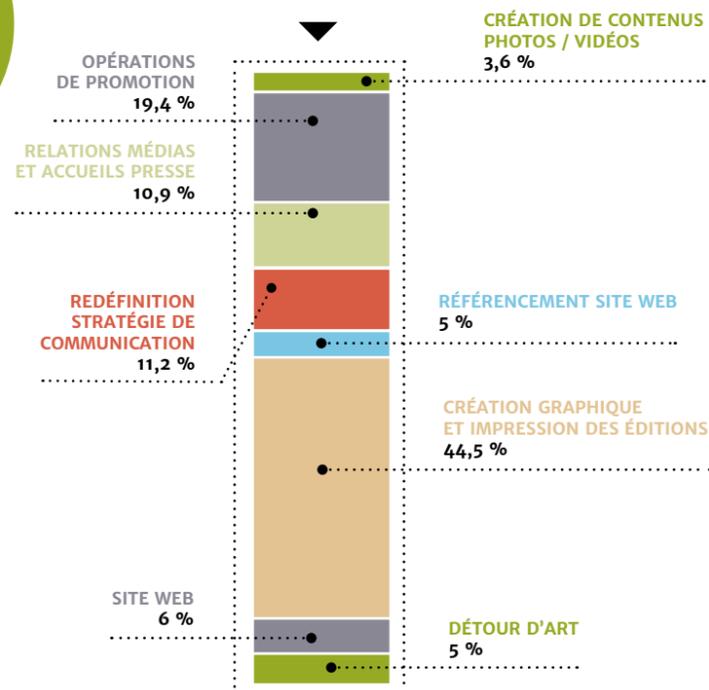


LES RECETTES



DONT
14,5 %
CONSACRÉS
AUX ACTIONS DE
COMMUNICATION

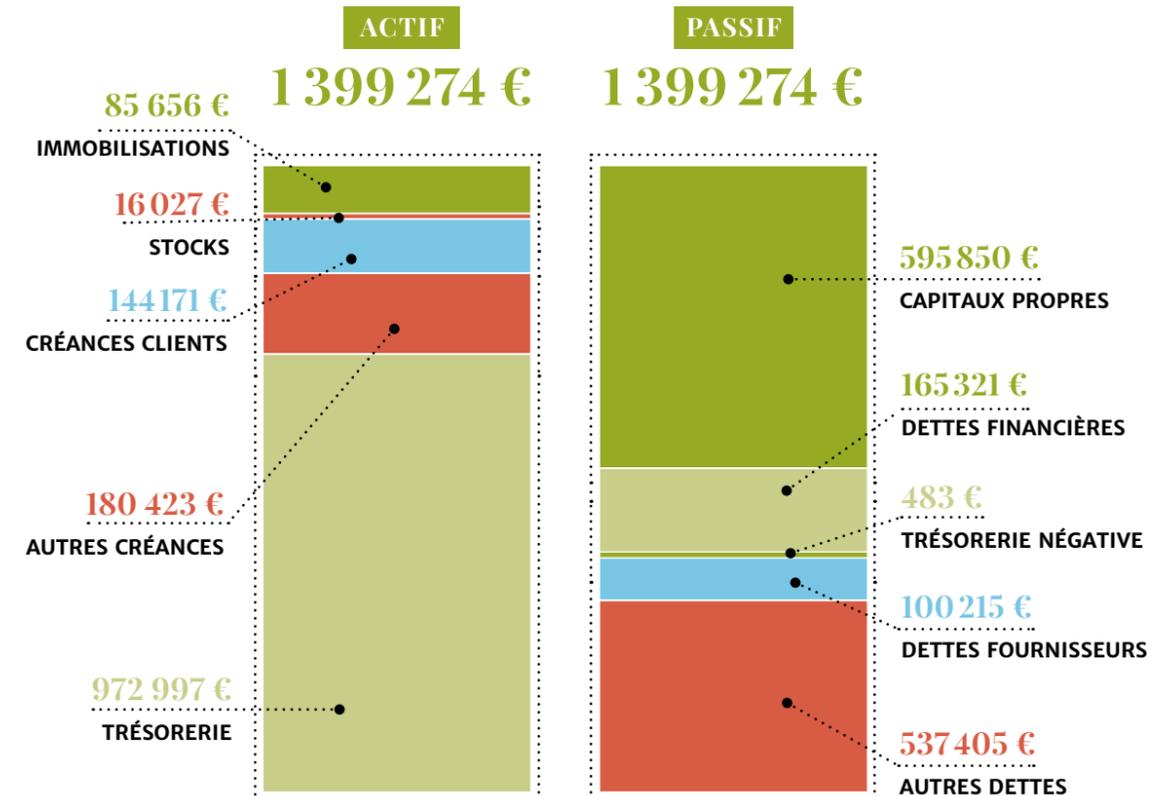
FOCUS SUR LES ACTIONS DE PROMOTION 2022



Chiffre d'affaires	440 481 €
Subventions d'exploitation	1 656 000 €
Reprises et Transfert de charges	34 709 €
Autres produits	101 €
TOTAL PRODUIT D'EXPLOITATION*	2 131 701 €
Autres achats et charges externes	630 862 €
Impôts et taxes	107 953 €
Charges de personnel	1 409 454 €
Dotations et provisions	47 387 €
TOTAL CHARGES EXPLOITATION	2 195 656 €
RÉSULTAT EXPLOITATION	- 63 955 €
RÉSULTAT FINANCIER	- 631 €
RÉSULTAT EXCEPTIONNEL	5 634 €
RÉSULTAT NET	-58 953 €

* Chiffres d'affaires, subventions d'exploitation, transferts et autres produits

LE BILAN AU 31/12/2022



● FONDS DE ROULEMENT 675 515 € ● EXCÉDENT EN F.R 297 482 € ● TRÉSORERIE 972 997 €



05

**PLAN
D'ACTION
& BUDGET
PRÉVISIONNEL
2023**

LA FEUILLE DE ROUTE ET LES PRIORITÉS 2023

LE BUDGET PRÉVISIONNEL

2 270 K€
BUDGET 2023

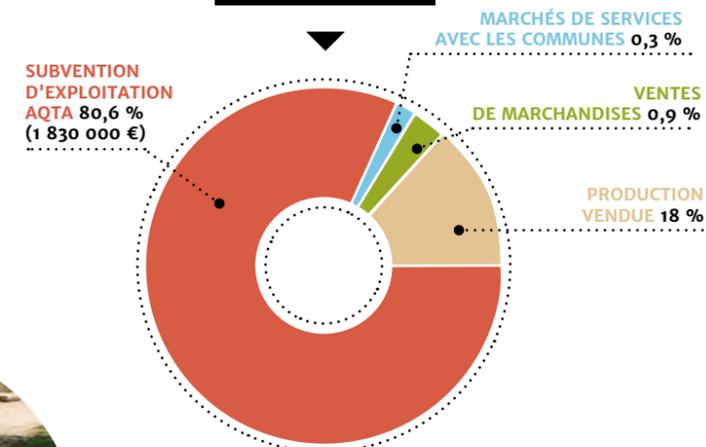
13,6 %
DE BUDGET TOTAL
(HORS RH)

LES GRANDS OBJECTIFS DE L'ANNÉE!

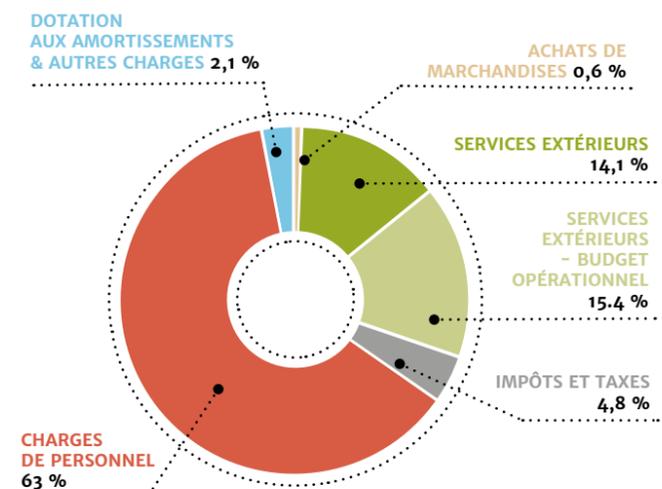
- Bien accueillir nos visiteurs dans les bureaux de l'Office de Tourisme, dans les accueils hors les murs et à distance, aménager des espaces boutique, faciliter leur séjour et leur faire vivre une expérience mémorable de vacances en Baie de Quiberon,
- Obtenir le classement en catégorie I au cours du 1^{er} trimestre 2023.
- Déployer progressivement le Schéma d'Accueil Touristique, voté au 1^{er} semestre 2022 et coconstruire la programmation des nouveaux Offices de Tourisme d'Erdeven (2023) et d'Auray (2024),
- Contribuer à la mise en œuvre du Schéma Directeur Tourisme 2022-2027 voté par la Communauté de communes en juin 2022, qui précise la feuille de route sur le tourisme par la mise en œuvre de 44 actions répondant aux enjeux du développement touristique,
- Mettre en œuvre la nouvelle Stratégie Marketing et Communication de la destination « Baie de Quiberon »,
- Déployer un plan annuel d'accompagnement des professionnels rattaché à leurs problématiques pour faire face aux changements et aux nécessaires adaptations,
- Analyser et faire évoluer notre modèle partenarial & la grille de prestations à destination des professionnels pour 2024,
- Poursuivre l'approfondissement de la relation avec les communes via l'animation du réseau de « Correspondants Locaux » et de la relation avec les professionnels via l'animation du « Comité Stratégique »,
- Optimiser la collecte Taxe de séjour 2023 (2 300 000 € de collecte) et préparer la mise en place du numéro d'enregistrement.



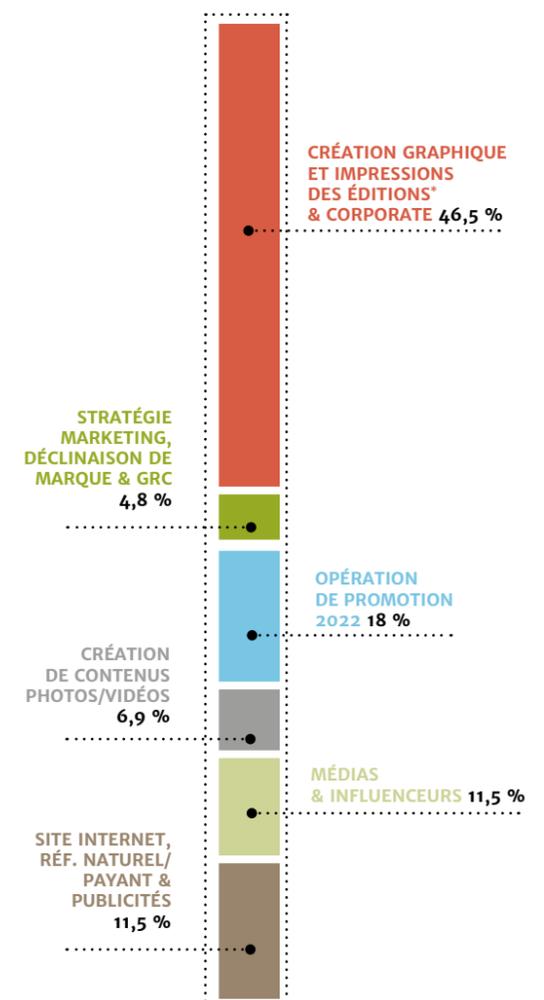
LES RECETTES



LES DÉPENSES



FOCUS SUR LES ACTIONS DE PROMOTION COMMUNICATION





Baie de Quiberon

Le GRAND SOUFFLE



CONTACT

Office de Tourisme Baie de Quiberon
Siège administratif: 31 avenue de l'océan
56340 PLOUHARNEL
02 56 54 81 74
bienvenue@baiedequiberon.bzh
www.baiedequiberon.bzh

