



Rochefort·en·Terre Tourisme
P a y s d e Q u e s t e m b e r t

BRETAGNE ^{BE}

Assemblée Générale - 14 avril 2015
Rapport d'activité 2014





	Page
Rapport moral.....	3
Organigramme.....	5
Conseil d'Administration.....	6
Fonctionnement.....	7
• Financement	
• Classement et convention d'objectifs	
Fréquentation touristique.....	8
• Quelques chiffres pour 2014	
• Evolution du nombre de visiteurs et demandeurs	
• Demandeurs par origine géographique	
• Nature des demandes	
Visites guidées.....	13
Animation du réseau de partenaires.....	14
• Les rendez-vous numériques	
• Création d'un espace pro / groupe et newsletters	
• Eductours, formations	
• Taxe de séjour	
Promotion - Communication.....	19
• Site internet	
• Réseaux sociaux	
• Nos éditions	
• Relation avec les médias, blogueurs et les salons	
Animations 2014.....	29
Rapport financier 2014.....	31
Projets 2015.....	33
Prévisionnel 2015.....	36



L'Office intercommunal ROCHEFORT-EN-TERRE TOURISME a choisi cette année de présenter son Assemblée Générale Ordinaire à Pluherlin. Nous remercions son maire et l'ensemble du Conseil Municipal de nous recevoir aujourd'hui dans sa toute nouvelle salle.

L'activité de notre office vous est présentée de façon très détaillée dans le document préparé par l'ensemble du personnel. Sans anticiper sur ce qui va vous être exposé, je voudrais juste relever quelques points essentiels qui caractérisent cette saison 2014.

Notre fréquentation touristique est en hausse constante (+ 18 % depuis 2 ans dont + 5 % depuis l'an dernier). La politique de communication de nos partenaires - le Comité Régional du Tourisme de Bretagne, Morbihan Tourisme, Le Pays Touristique de Vannes Lanvaux, Les Petites Cités de Caractère,... - à laquelle on s'associe, semble porter ses fruits.

Cette fréquentation est soutenue de juin à septembre : plus de 75% de la fréquentation est réalisée sur ces 4 mois. Le mois d'août, à lui seul comptabilise 30 % des passages, et le mois de septembre arrive en 3ème position avec près de 4 000 visiteurs. Il est donc important d'être encore présent et mobilisé en fin de saison pour satisfaire cette population à fort pouvoir d'achat.

On notera également une hausse de la fréquentation étrangère - principalement britannique et espagnole. Pour nous adapter à cette évolution, l'essentiel de notre documentation est désormais disponible en anglais et en espagnol. En été, notre équipe de salariés est également renforcée par deux stagiaires étrangers parfaitement trilingues. Il est souhaitable que l'ensemble du personnel des offices de tourisme maîtrise et pratique des langues étrangères.

Enfin, les demandes d'hébergement de plein air sont en hausse. La formule est-elle plus souple ? Moins onéreuse ? Plus spontanée ? Est-ce une nouvelle tendance ? Une nouvelle clientèle ? Ou simplement une météo favorable ?

Nous l'avons déjà développé ici, la notion d'accueil nous concerne tous : population, élus, prestataires, etc... De notre côté, nous essayons d'aller au devant de la demande en adaptant nos horaires de travail ou nos supports : circuit découverte du patrimoine et circuit de randonnées téléchargeables, impression à la volée, visites guidées individuelles, etc...

Dans sa lettre d'information d'avril, Jean Burtin, Président d'Offices de Tourisme de France réfléchit aux nouvelles dimensions de nos structures à partir d'un constat : ... *«l'activité touristique a beaucoup évolué, ces vingt dernières années. La fragmentation et l'accentuation du temps disponible, le développement massif de l'utilisation du numérique et des nouvelles technologies, ont radicalement transformé le comportement du seul acteur jamais interrogé : le VISITEUR...*

... Nous devons donc nous interroger sur la plus-value de notre intervention, la définition des nécessaires compétences des acteurs salariés touristiques devront être en phase avec l'attente de nos clientèles principales : les visiteurs et les acteurs socio-professionnels qui incarnent les produits de nos destinations...

... La fin de l'intermédiation traditionnelle, assurée par l'Office de Tourisme entre les visiteurs et les professionnels du tourisme, nécessaire lorsque l'offre dominait la demande, nous impose de redessiner notre rôle, nos missions...»

La « pérennité » de notre structure passe par notre capacité à répondre aux nouveaux comportements des visiteurs et des socio-professionnels. Nous sommes amenés



- à redéfinir nos missions et trouver des synergies avec nos partenaires ;
- à réorganiser nos locaux pour optimiser leur surface avec des espaces bien définis (espace numérique, WiFi, billetterie, boutique,...) ;
- à mettre en place un programme d'accompagnement auprès des professionnels de notre territoire.

L'an dernier, nous vous informions de notre projet de déplacer l'espace accueil de Rochefort-en-Terre vers les anciennes halles. Ce projet est toujours d'actualité. Avec la Communauté de Commune et la municipalité de Rochefort-en-Terre, nous étudions la mise en place d'un ensemble plus moderne, plus vaste, plus lisible, accessible... J'espère que ce projet aboutira rapidement maintenant.

A Questembert, à la demande de la municipalité, nous allons devoir, dans quelques semaines, quitter l'Hôtel Belmont - qui abritait l'office depuis 1993 - pour nous installer dans le bâtiment voisin, l'Hostellerie Le Guennego. L'espace réservé à l'accueil y sera moins vaste mais devra être optimisé pour continuer à générer un service de qualité.

Depuis trois ans, nous nous sommes engagés dans une démarche d'accompagnement auprès de nos prestataires. Sandrine Dando et Véronique Van Den Broek ont bénéficié d'une formation pour leur permettre d'animer ateliers numériques et réunions de sensibilisation. Cette prestation implique une réorganisation du travail de l'équipe et une disponibilité pour pouvoir dégager du temps pour ce service auprès de nos professionnels mais répond à un besoin des socio-professionnels et correspond à l'attente exprimée par Jean Burtin.

« L'office de tourisme devra toujours plus donner envie aux visiteurs de découvrir la destination, donner envie aux professionnels d'améliorer la qualité de leurs services et prestations... » Plusieurs structures touristiques ont déjà anticipé l'évolution du comportement du visiteur et se sont penchées sur la mise en place d'un Schéma d'Accueil et de Diffusion de l'Information (S.A.D.I.). L'un des objectifs principaux de ce schéma est de définir comment aller au devant des 90 % des touristes qui ne passent pas dans nos offices. L'office de tourisme LORIENT BRETAGNE SUD s'est penché sur cette question et son Directeur Manuel Houvenaeghel a bien voulu nous rejoindre ce soir pour nous exposer l'avancée de leur réflexion sur ce sujet et je le remercie.

Avant de passer au rapport de l'activité de ROCHEFORT EN TERRE TOURISME en 2014, je voudrais remercier la Communauté de Communes du Pays de Questembert et son Président qui nous octroient une subvention nous permettant de maintenir et développer l'activité de l'office de tourisme. Un grand merci également à l'ensemble des socio-professionnels, à l'intérieur et hors territoire, qui adhèrent à notre association et nous soutiennent.

Notre association fonctionne grâce à la disponibilité et à l'implication de l'ensemble des membres du Conseil d'Administration (bénévoles, professionnels et élus communautaires) et du bureau et je les remercie sincèrement.

Enfin, l'activité de l'office de tourisme repose sur nos six salariés qui forment une belle équipe de travail. Leurs qualités professionnelles et personnelles sont remarquables. S'investir bénévolement auprès d'eux est une réelle satisfaction et je les remercie vivement.

Bonne soirée et bonne saison 2015.

La Présidente,
Colette Lherault



Le Conseil d'Administration

Constitué en commissions
(pages suivantes)

Le Bureau

est élu par le Conseil d'Administration :

La Présidente : Colette LHÉRAULT - LIMERZEL

La Vice-présidente : Annie MUNOZ - ROCHEFORT-EN-TERRE

Le Vice-président : Mohand AIT-ABDELMALEK - QUESTEMBERT

La Secrétaire : Sylvie STACHOWSKI - QUESTEMBERT

Le Trésorier : Jean-Pierre KIEKEN - LARRE

Le Personnel de l'Office de Tourisme



Mélanie LE GLAUNEC, Sandrine DANDO, Laurence GOETINCK, Véronique MALRY, Véronique VAN DEN BROEK et Nicolas GICQUEL

Crédit photo : Alessandro Gui (séance photo à l'office de tourisme - novembre 2014).



23 membres répartis en 3 collèges + 1 membre de droit

Le collège des professionnels

est élu en assemblée générale et renouvelables par tiers

Alain FOURNIER - PLUHERLIN
Violaine FRAPPESAUCE - PLUHERLIN
Bénédicte LAMBERT - ROCHEFORT-EN-TERRE
Jacques LETUÉ - LIMERZEL
Frédéric ORILLAC - QUESTEMBERT
Yannick THOMAZIC - LA VRAIE-CROIX
Dominique RIVAL - LIMERZEL

Le collège des bénévoles

est élu en assemblée générale et renouvelables par tiers

Mohand AIT-ABDELMALEK - QUESTEMBERT
Michel CHANTEPIE - ROCHEFORT-EN-TERRE
Josiane CIVEL - MOLAC
Jean-Pierre KIEKEN - LARRÉ
Colette LHÉRAULT - LIMERZEL
Annie MUNOZ - ROCHEFORT-EN-TERRE
Sylvie STACHOWSKI - QUESTEMBERT

Le collège des élus communautaires

est désigné en conseil de Communauté de Communes

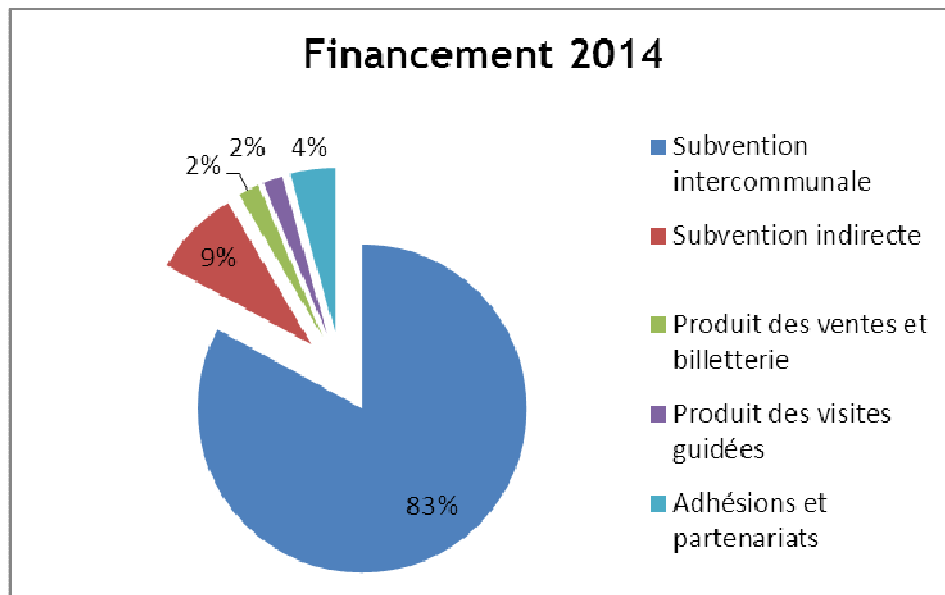
Jacques DELAIGUE - MALANSAC
François HERVIEUX - MALANSAC (suppléant)
Pascal HEUDE - QUESTEMBERT
Jean-François HUMEAU - ROCHEFORT-EN-TERRE
Marie-Annick MARTIN - QUESTEMBERT (suppléante)
Régis LE PENRU - MOLAC
Annabelle ROBIO - QUESTEMBERT
Dominique ROUILLE - LA VRAIE-CROIX
Joël TRIBALLIER - LE COURS

+ Un membre de droit

André FEGEANT - Président de la Communauté de Communes.



Financement



Subvention intercommunale	271 000 €
Subvention indirecte	28 000 €
Produit des ventes et billetterie	6 800 €
Produit des visites guidées	6 400 €
Adhésions et partenariats	14 450 €
BUDGET TOTAL 2014	326 650 €

Classement et convention d'objectifs

Classement de l'Office de Tourisme

Pour permettre aux deux communes classées « Communes touristiques » du territoire, à savoir Questembert et Rochefort en Terre, de préserver cette dénomination, l'Office de Tourisme a déposé un dossier en préfecture et obtenu le classement en catégorie 3.

Ce classement est obtenu pour 5 ans sauf si un déménagement d'un des sites d'accueil intervient durant cette période.



Convention d'objectifs Questembert Communauté - Office de Tourisme

Cette convention, obligatoire pour tous les Offices de Tourisme classés, permet avant tout de définir les objectifs, missions et niveaux de performance que la communauté de communes fixe à l'office de tourisme et de transparence des financements publics.

Cette convention a été signée en décembre 2014 pour trois ans.



Quelques chiffres pour 2014

Un bilan mitigé en France

La plupart des destinations dressent un bilan mitigé voir négatif de la saison estivale 2014.

A l'image de la météo médiocre, la fréquentation touristique a été variable d'une région à l'autre, selon un bilan des professionnels. La partie Nord-Ouest du pays s'en tire mieux que la partie méridionale, largement impactée par les conditions météorologiques dégradées, selon les Offices du Tourisme et Atout France.

C'est principalement la baisse de la demande française qui explique ces résultats mitigés, car la clientèle internationale est toujours au rendez-vous. Italiens et Espagnols ont fait leur grand retour, avec les visiteurs nord-américains.

La Bretagne plébiscitée

Calendrier favorable, météo ensoleillée mais aussi présence accrue de la région dans les médias et offres de qualité sont autant d'éléments qui ont permis à la région d'afficher de bons résultats. Pour la période estivale 2014, on note une hausse d'environ 3% par rapport à celle de 2013 qui renouait avec la croissance après 2 années successives de baisse.

65% des
professionnels
satisfaits

+4% de nuitées
dans les héb. marchands

A noter également le retour de la clientèle étrangère, avec +3% environ de nuitées étrangères enregistrées dans la région.

Le Morbihan tire son épingle du jeu !

Le bilan de la saison estivale 2014 en Morbihan est satisfaisant, ponctué par un bon mois de septembre. Ce constat est partagé dans l'ensemble du département.

Après un début de saison plutôt mitigé, la fréquentation touristique amorce une bonne dynamique dès juin, l'ensoleillement généreux en juin et juillet participe à l'obtention de bons résultats. Malgré une météo plus capricieuse en août, les touristes sont aux rendez-vous. Le niveau de satisfaction des professionnels atteint alors son plus haut niveau (70%).

Reflet de la bonne fréquentation du département, les sites de loisirs et culturels du Morbihan ont enregistré de bon résultats cette saison (Branféré +10%, Tropical Parc + 15%...)

Seul bémol à ce bon bilan, les professionnels signalent la tendance au raccourcissement de la durée de séjour, ainsi que des clientèles attentives à leur budget et qui consomment moins. Ces facteurs pèsent sur le chiffre d'affaires des entreprises touristiques.

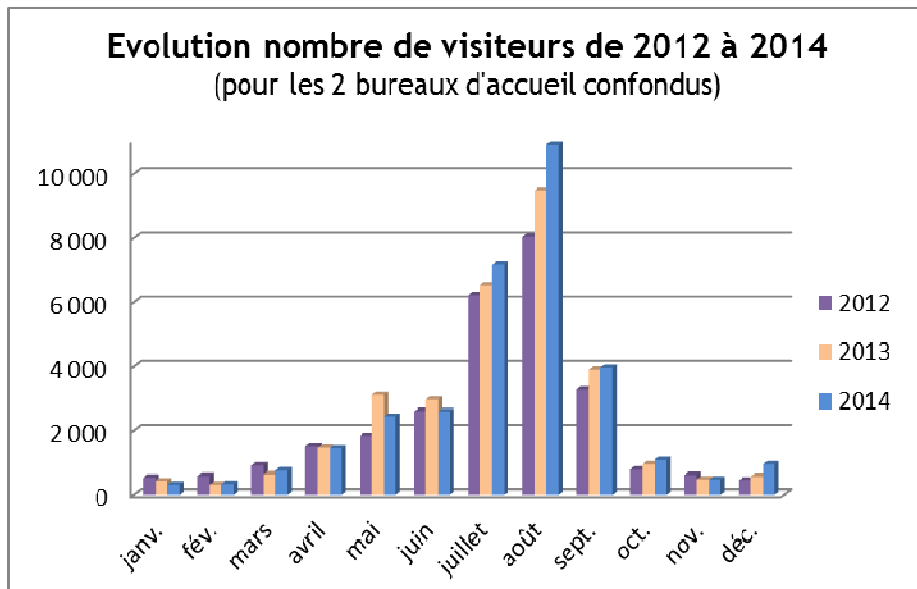
NB : Données issues des observatoires Atout France, CRTB, CDT 56

L'activité touristique de l'office de tourisme est estimée à travers différentes statistiques. Ces données sont transmises au Comité Départemental du Tourisme via le logiciel Constellation et à l'Observatoire Régional du Tourisme en Bretagne.



Fréquentation touristique Rochefort-en-Terre Tourisme

Evolution du nombre de visiteurs



Mois	2012	2013	2014
janv.	544	428	317
fév.	577	320	336
mars	905	633	749
avril	1 508	1 466	1 446
mai	1 833	3 103	2 446
juin	2 602	2 958	2 594
juillet	6 229	6 541	7 158
août	8 043	9 472	10 883
sept.	3 272	3 902	3 967
oct.	780	950	1 076
nov.	609	483	477
déc.	455	569	944
TOTAL	27 357	30 825	32 393

En 2014, on note une hausse du nombre de visiteurs par rapports aux années précédentes : +5% par rapport à 2013 avec 1568 visiteurs en plus et +18% par rapport à 2012.

On remarque une légère baisse de la fréquentation en avant saison (d'avril à juin), à l'inverse la période estivale a connu une hausse du nombre de visiteurs, + 9% en juillet et +15% en août par rapport à 2013.

D'après le dispositif régional d'observation, la fréquentation des offices de tourisme bretons* a progressé sur la quasi-totalité de la saison exception faite du mois de mai où le nombre de passages a reculé de 9% par rapport à 2013. On retrouve cette même tendance pour nos bureaux d'accueil.

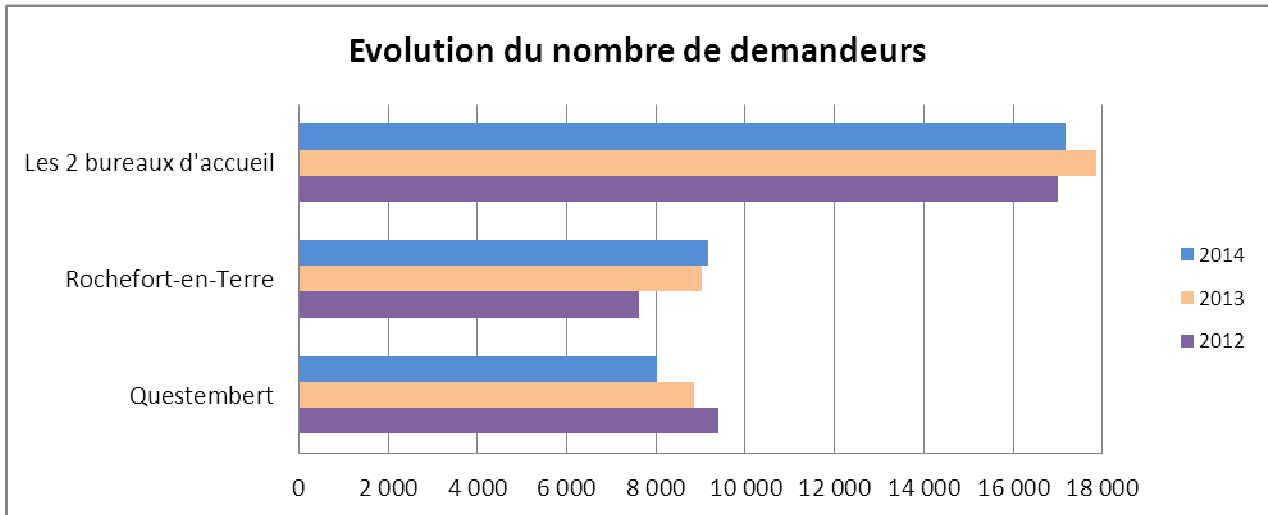
(* Offices de tourisme équipés de compteurs)

Nombre de visiteurs par bureau d'accueil

Année 2014	janv.	fév.	mars	avril	mai	juin	juillet	août	sept.	oct.	nov.	déc.	TOTAL
Rochefort-en-Terre	102	79	305	981	1 756	1 804	4 955	7 422	2 869	552	164	620	21 609
Questembert	215	257	444	465	690	790	2 203	3 461	1 098	524	313	324	10 784
													32 393



Evolution du nombre de demandeurs

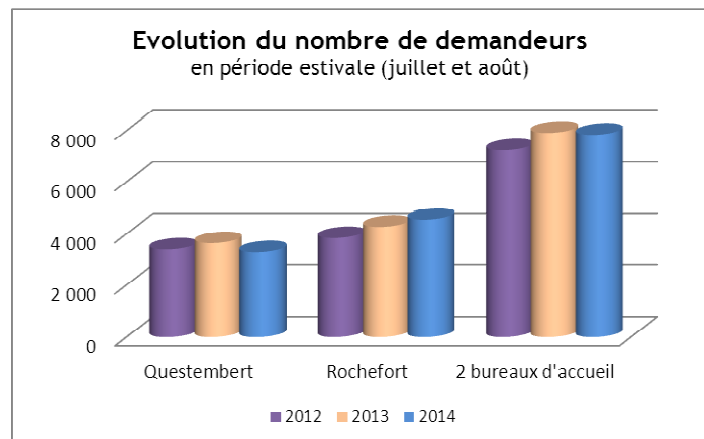


On note une légère baisse du nombre de demandeurs d'informations (guichet, mail, téléphone ...) de 4% entre 2013 et 2014, pour les 2 bureaux confondus.

+2% à Rochefort-en-Terre
-9% à Questembert

Pour la période estivale :

+6% à Rochefort-en-Terre
-10% à Questembert



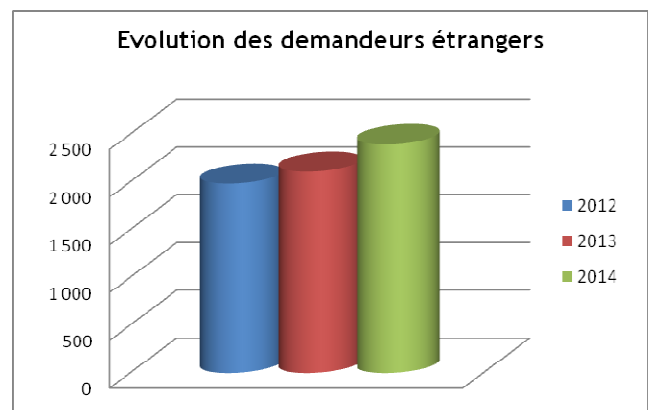
Une meilleure diffusion de l'information est une des raisons de cette baisse dans nos bureaux

Demandeurs par origine géographique

	2013	2014
Français	15 764	14 783
Etrangers	2 111	2 398
TOTAL	17 875	17 181

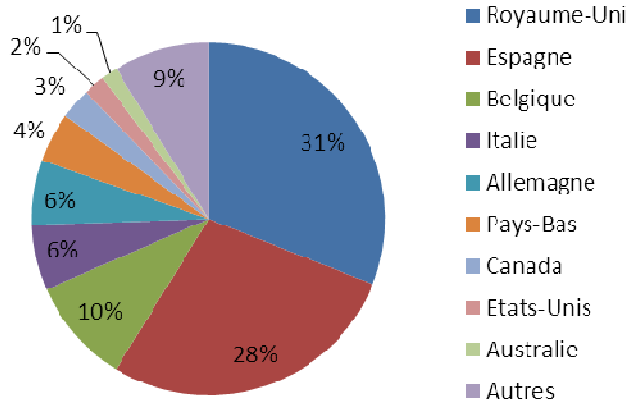
Les étrangers représentent 14% des demandeurs

On note une nette augmentation du nombre de demandeurs étrangers + 14% par rapport à 2013 pour les 2 bureaux d'accueil confondus, cela s'explique entre autre par des opérations de communication ciblées de nos partenaires CDT et CRT sur les médias et salons étrangers.





Origine des demandeurs étrangers 2014



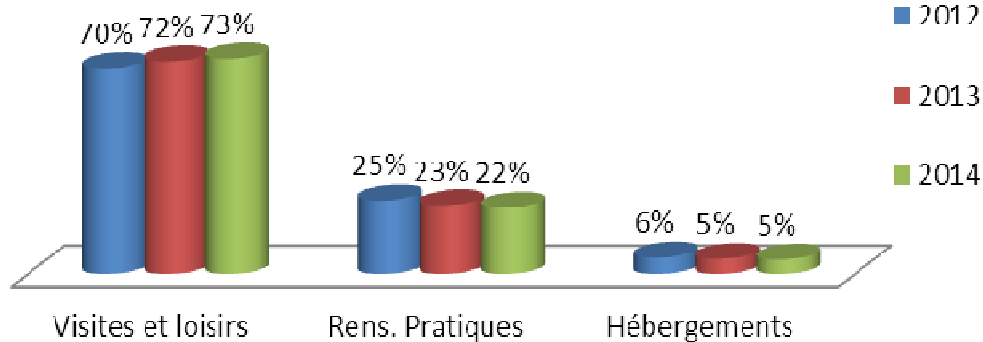
Parmi nos demandeurs étrangers, le Royaume-Uni arrive en 1^{ère} position avec 31%, suivi de près par L'Espagne avec 28% (en net hausse par rapport à 2012 + 8 points).

Comme les années précédentes, la Belgique arrive en 3^{ème} position et représente 10% de nos demandeurs étrangers.

Enfin l'Italie passe de la 6^{ème} à la 4^{ème} place à égalité avec l'Allemagne.

Nature des demandes

Evolution des demandes par thème



La grande majorité des demandes concerne les visites du patrimoine et loisirs (73 %) loin devant les renseignements pratiques (22 %) et les hébergements (5%). Cette tendance se confirme d'année en année.

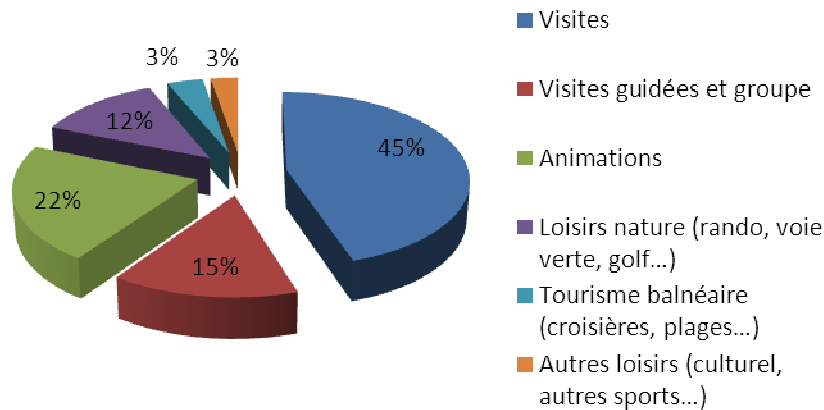
On note, en effet, une légère hausse depuis 2012 (+ 3 points) pour la part des demandes "visites et loisirs". Tendance inverse pour les demandes de "renseignements pratiques" (- 3 points).

Les demandes "hébergements" restent stables par rapport à 2013 avec une augmentation lors des illuminations de Noël.

L'accès à l'information « de base » de type météo, marées ... sur les outils numériques et l'évolution des comportements de plus en plus autonomes dans leurs recherches, peuvent expliquer ces tendances tandis que les besoins en conseils personnalisés d'activités de loisirs thématiques sont toujours aussi importants et appréciés.



Demandes de visites et loisirs 2014



Parmi les demandes de loisirs, les visites (circuits, du patrimoine, établissement de loisirs...), arrivent en 1^{ère} position comme les années précédentes. On note que les visites guidées représentent 15% des demandes.

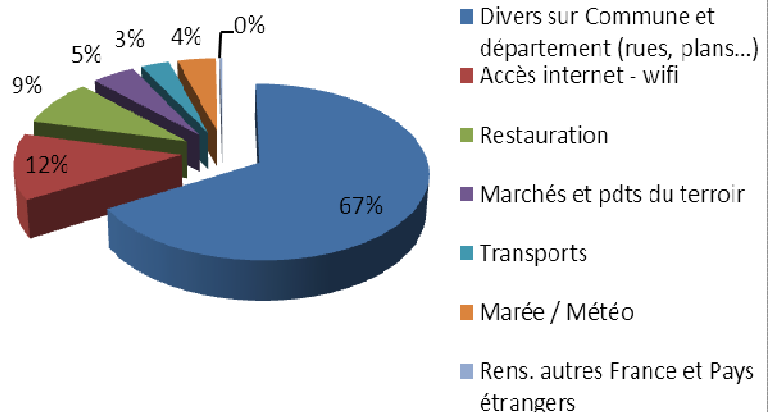
Ensuite, arrivent les demandes d'animations qui représentent 22% des demandes loisirs (+ 2 points par rapport à 2013). Les parts des demandes loisirs nature et balnéaire sont stables par rapport à 2013.

Parmi les demandes de renseignements pratiques, les informations sur le territoire (plans, localisation commerce ou service, horaires d'ouvertures...) arrivent largement en tête des demandes.

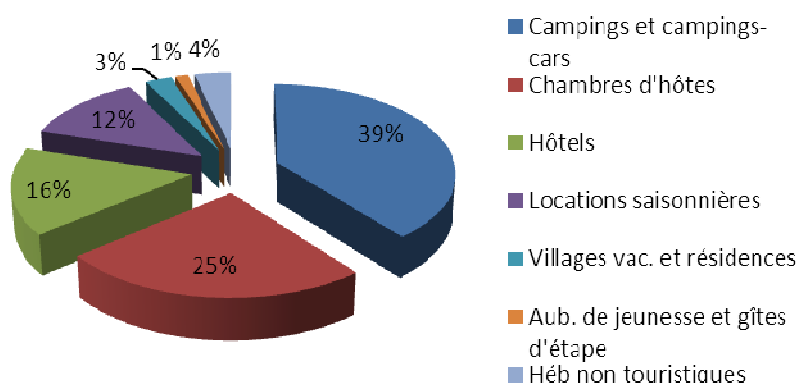
L'accès à internet/wifi arrive en 2^{ème} position avec 12% comme en 2013.

Les demandes de restauration (9%) est en légère hausse (+2 points) par rapport à 2013 alors que celle sur les marchés et produits du terroir restent stables.

Demandes rens. pratiques 2014



Demandes d'hébergements 2014



Concernant les hébergements, les campings et campings-cars arrivent en 1^{ère} position et représentent 39% des demandes d'hébergements. Elles sont en hausse par rapport à 2012 (+40%) et 2013 (+10%).

Celles des chambres d'hôtes sont en légère baisse, arrivent en 2^{ème} position devant les hôtels (demande stable) et les locations saisonnières en très légère hausse par rapport à 2013.



➤ Pour les groupes

BILAN	Nombre de visites	Nombre de participants	Période de la demande
2014	43	1421	Mars à Novembre
2013	54	1953	Mars à Novembre
2012	50	1666	Février à Octobre



Les visites guidées pour les groupes se concentrent principalement sur Rochefort-en-Terre ; 43 visites guidées ont été réalisées à Rochefort-en-Terre, 3 à La Vraie-Croix et 1 à Questembert. Le chiffre d'affaire généré s'élève à 4638 €

L'association Bretagne Buissonnière est régulièrement sollicitée pour compléter les prestations non exécutées par Rochefort en Terre Tourisme

➤ Pour les individuels, en juillet et août :

BILAN	Nombre de visites	Nombre de participants
2014	9	69 dont 9 enfants
2013	9	87
2012	1	9



Programmées les jeudis à 10h30 en juillet et août, ces visites guidées répondent à une attente croissante.

Prêt de 80 personnes ont participé à ces visites pour un chiffre d'affaire de 300€.

➤ Pour les individuels, en décembre :

BILAN	Nombre de visites	Nombre de participants
2014	9	249 dont 27 enfants
2013	9	183 dont 38 enfants
2012	6	111 dont 21 enfants



Ces visites ont eu lieu les vendredis et samedis à 17h30 pendant les illuminations.

Prêt de 300 personnes ont participé à ces visites pour un chiffre d'affaire de 1000€.

La communication auprès de la **presse locale, radio et TV** ainsi qu'un **relais sur les supports numériques** (vidéo, sites internet, réseaux sociaux...) de l'Office et des partenaires (CDT et CRT) ont permis d'améliorer la notoriété de Rochefort en Terre durant la période des illuminations. Rochefort en Terre a fait la UNE sur la page d'accueil du site de CDT 56 tout le mois de décembre (80 000 visites en déc 2014) ainsi que sur le site du CRTB.

Des reportages TV début décembre sur la France 3 Région Bretagne, Poitou Charente et Pays de Loire ainsi que sur France 2 (Télé Matin) ont eu un impact indéniable avec des retours directs sur l'ensemble du territoire de la CCPQ notamment sur l'hébergement et la restauration. Ces deux rubriques étaient les plus consultées www.rochefortenterre-tourisme.com durant cette période.



Les rendez-vous numériques



Depuis 2011, Rochefort-en-Terre Tourisme, s'est engagé dans l'Animation Numérique de Territoire, une mission importante pour l'Office de Tourisme.

Pourquoi ?

Aujourd'hui plus de 80% des touristes européens préparent leur séjour sur internet et plus de 70% réservent en ligne. Face aux évolutions et attentes des clients, le rôle de l'Office de Tourisme est d'accompagner les professionnels du tourisme.

Les « rendez-vous numériques » (programme d'accompagnement au numérique) sont devenus un temps fort incontournable de pratique et d'échanges.

Le programme complet, a été présenté lors d'une réunion de lancement le 16 octobre 2014 à la mairie de Questembert. Environ 25 personnes ont répondu présent à l'invitation.

Ce programme d'accompagnement, se compose de :

- **réunions de sensibilisation** : réunions d'information gratuite, accessible à tous, permettent de faire le tour d'une thématique web
- **ateliers pratiques** : séances de travail en petit groupe (8 participants maximum) pour se familiariser avec les outils

Nous avons choisi cette année de mettre l'accent sur 2 thématiques :

Les Avis Clients

La Gestion Relation Client par l'e-mail

Cette 3ème édition en quelques chiffres :

- 2 réunions de sensibilisation / 30 participants
- 4 ateliers numériques (complet)

Plus d'informations sur : <http://bit.ly/rdv-numeriques-saison3>

Ces rendez-vous ont été animés par Sandrine Dando assistée par Véronique Van Den Broek, toutes les deux formées à l'Animation Numérique de Territoire.





Animation du réseau de partenaires

Un bilan satisfaisant

La qualité de ce programme est reconnue et appréciée par les participants. 90% d'entre eux se sont déclarés satisfaits des rendez-vous numériques.

Concernant les réunions de sensibilisation, 88% des participants se disent satisfaits, dont 63% très satisfaits.

Le contenu très concret et la mise en application lors des ateliers sont encore plus appréciés, 92% des participants ont déclarés être satisfaits, dont 76% très satisfaits.

A la question : « Après les ateliers, vous sentez-vous en mesure de mettre en application seul ce qui a été vu ? », 83% des participants répondent « oui ».

Les supports des ateliers sont consultables à tout moment dans la rubrique e-tourisme de notre espace pro : <http://bit.ly/supports-rdvnumeriques-rett>



Perspectives

Des participants ont exprimé l'idée qu'il serait préférable de réunir les gens par catégories (restaurateurs, hôtelier, gîtes, équipement loisirs ...) et en fonction du niveau de connaissances car les besoins ne sont pas les mêmes pour tous. Une remarque pertinente dont l'office de tourisme tiendra compte dans sa réflexion pour la prochaine saison.

Afin de répondre au mieux aux besoins et attentes des professionnels du tourisme, Rochefort-en-Terre Tourisme souhaite poursuivre l'accompagnement au numérique en 2015-2016.



Animation du réseau de partenaires

Création d'un espace pro

L'animation du réseau des professionnels et partenaires étant une des priorités de Rochefort-en-Terre Tourisme, un site dédié à ces derniers a été créé. Ce lieu d'échange est aussi un centre de ressources et permettra d'améliorer la lisibilité des actions de l'Office de Tourisme.

The screenshot shows the website interface for Rochefort-en-Terre Tourisme. At the top left is the logo with 'SITE PRO' and 'Pays de Questembert'. Navigation links include 'Rochefort-en-Terre Tourisme', 'Hébergement', 'L'E-tourisme', 'Labels', 'Communication', and 'Pratique'. A search bar is on the right. The main content area features a prominent orange button labeled 'ANNONCER VOTRE MANIFESTATION'. Below it, text asks if the user is a tourist structure or association and offers assistance. A 'Dates à retenir' section lists '14 avril 2015' for the 'Assemblée Générale de Rochefort-en-Terre Tourisme'. A 'VOIR TOUTES LES DATES' link is also present.

Le groupe Facebook « Partenaires Rochefort-en-Terre Tourisme »

C'est un groupe privé ouvert à tous les partenaires de l'Office de Tourisme qui en font la demande: prestataires touristiques, élus du Pays de Questembert, institutionnels et à toute personne intéressée par la vie et les actions de l'association...

L'objectif est de mieux communiquer, échanger et partager nos informations.



Rejoignez nous vite : www.facebook.com/groups/partenaires.rochefortenterretourisme



Animation du réseau de partenaires

Newsletters



Chers partenaires,

3 lettres d'informations à destination des professionnels du tourisme et partenaires de Rochefort-en-Terre Tourisme ont été envoyées en 2014.

Taux d'ouverture d'environ 50%

Retrouvez toutes les newsletters sur notre espace pro :

www.rochefortenterre-tourisme.bzh/site-pro/category/communication/newsletters

Eductours

Ce sont des journées de visites chez des professionnels pour l'ensemble de l'équipe avec pour but de mieux connaître l'offre touristique du territoire et de rencontrer les professionnels sur leur lieu de travail. C'est l'occasion d'approfondir la relation avec les prestataires adhérents.

L'objectif étant de connaître l'offre de destination et de ne plus se contenter des territoires administratifs.



Formations

Les formations mutualisées : un programme de plus de 50 formations accessible à tous les acteurs du tourisme en Bretagne, est proposé par différents organismes en Bretagne. Celles-ci concernent : l'accueil, l'e-tourisme et la commercialisation, le management, les langues...

Plus d'info : <http://acteurs.tourismebretagne.com/vous-informe/formation-tourisme>

Ces formations sont relayées par l'office de tourisme qui en bénéficie également en complément du plan de formation proposé par OTB (Office de Tourisme de Bretagne).

Dans ce cadre, en 2014, 25 jours de formations ont été effectués par les 6 salariés de l'office de tourisme :

- Animation numérique de territoire
- Accueil numérique
- Management numérique de destination
- Initiation à la démarche qualité
- Créer un esprit de destination
- Circuit de France
- Gestion du temps de travail
- Anglais
- Réseaux sociaux
- Google analytics
- Mailjet
- Rédiger son document unique



Taxe de séjour

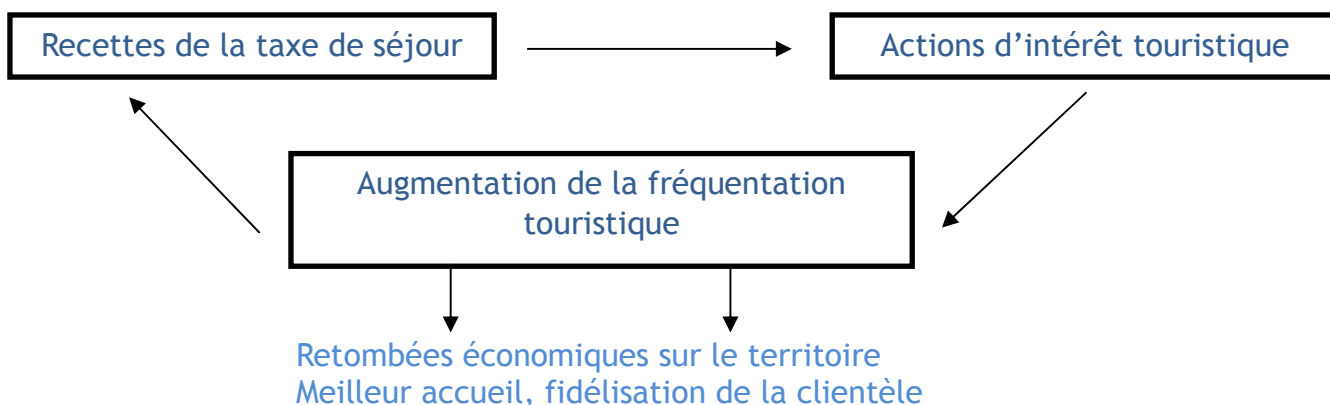
La concurrence touristique accrue au niveau mondial et entre les territoires, associée à une évolution constante des comportements touristiques notamment avec le développement des outils numériques, nécessitent des moyens financiers plus conséquents.

➔ La taxe de séjour peut donc être une source de financement importante.

Le 12 décembre 2011, par délibération, la CCPQ a voté la mise en place de la Taxe de Séjour sur le territoire. L'animation de cette démarche est à la charge de Rochefort-en-Terre Tourisme.

La CCPQ a fait le choix de la taxe au réel pour les raisons ci-dessous :

- elle est payée directement par le visiteur et n'apparaît donc pas dans les charges de l'établissement.
- elle n'est pas assujettie à la TVA.
- l'hébergeur ne devient plus qu'un simple collecteur et reverse à la collectivité la taxe perçue.



➔ C'est une participation du visiteur au développement et à la structuration touristique du territoire.

Sur la période de perception 2013-2014, les recettes s'élèvent à :

- Période Hiver (1er octobre 2013 à 31 mars 2014) : 2 675.56 € (+5% / 2013)
- Période Été (1er avril au 30 septembre 2014) : 18800 € (+10%/2013)

61% des hébergeurs ont perçu et reversé la taxe de séjours sur cette période.

La perception de cette taxe de séjour peut donc être optimisée pour envisager des actions d'intérêt touristique sur le territoire.



Le tourisme en ligne, un secteur mature et concurrentiel

Malgré la conjoncture et la géopolitique pour le moins instable en 2014, le tourisme a continué de croître. Il représente 1300 milliards de \$ selon l'Organisation Mondiale du Tourisme (OMT), avec un croissance de 4,3 % en un an. En incluant les produits annexes tels que les activités de loisirs, PhoCusWright estime le marché supérieur à 1450 milliards de \$. L'Europe et les Etats-Unis représentent à eux deux la moitié du marché mais la croissance se situe ailleurs et plus particulièrement en Asie-Pacifique (+5% en un an selon OMT) et au Moyen-Orient (11% selon PhoCusWright).

Les ventes en ligne représentent plus de 35% du marché en 2014.

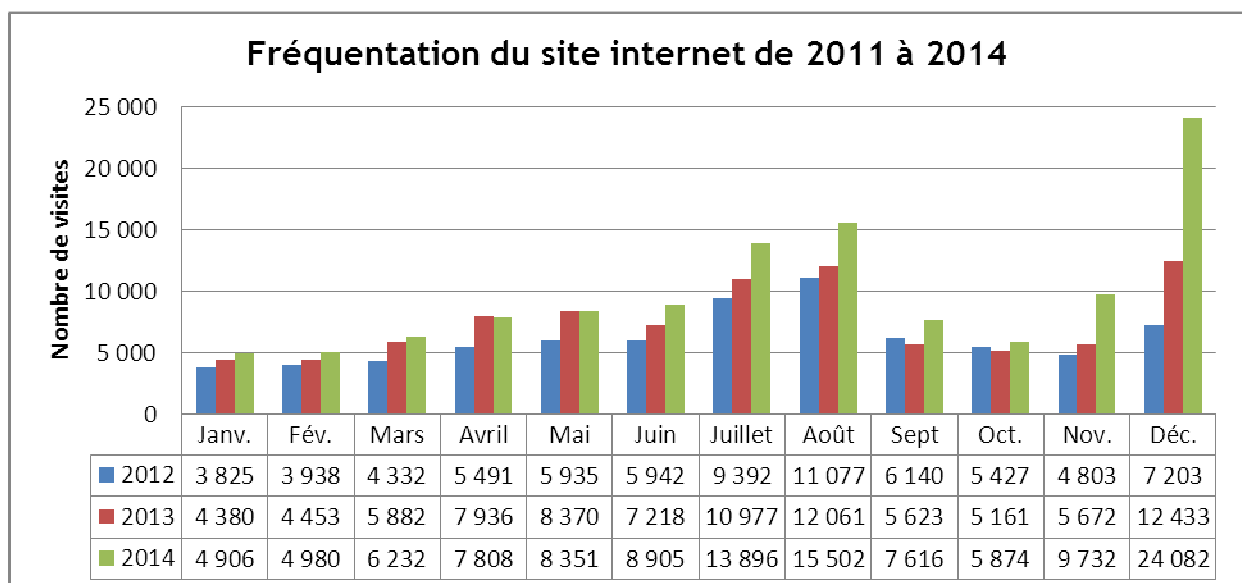
Sans grande surprise les ventes en ligne ont augmenté de 10%, soit une croissance plus importante que le marché du tourisme dans son ensemble (+4,3 %). L'Europe est ainsi le continent où les ventes en ligne représentent 35% du volume d'affaires global, contre 31 % en Amérique du Nord.

La croissance n'est plus portée par les mêmes régions. Entre 2011 et 2015, le taux de pénétration du e-tourisme ne devrait croître que de 8% en Europe et 7% aux Etats-Unis, alors qu'il devrait augmenter de 25% dans l'Europe de l'Est, et de 24% au Moyen-Orient !

Tous les pays ne réservent pas encore obligatoirement sur Internet. Les Etats-Unis, les pays scandinaves et le Royaume-Uni, sont les pays avec le plus haut pourcentage de voyages achetés en ligne. La Chine, les Emirats arabes unis et la Russie sont les pays où la croissance est la plus rapide.

Les terminaux mobiles sont plus importants pour la génération Y dans toutes les phases du cycle décisionnel. 36% de la génération Y utilise son mobile au moment du choix d'une destination contre 6% pour les générations précédentes. C'est également très marqué au moment de l'achat. 23% réservent sur mobile contre 5% pour les anciennes générations.

Le site internet



La fréquentation du site internet www.rochefortenterre-tourisme.com est en forte hausse +31% par rapport à 2013 (+60% par rapport à 2012) avec quasiment 120 000 connexions, correspondant à 450 100 pages vues.



On note une belle progression pour les mois de juillet (+27%) et août (+28%) par rapport à 2013.



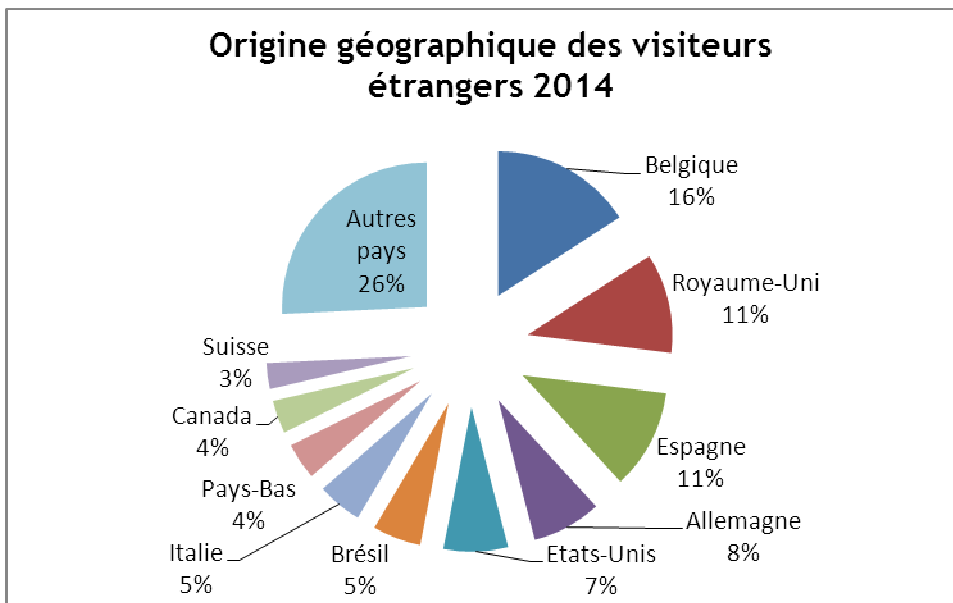
Les animations de fin d'année, tout particulièrement la Fête de Noël à Rochefort-en-Terre, ont contribué à la forte hausse de fréquentation du site en novembre (+72%) et décembre (+94%)

L'animation des réseaux sociaux (Facebook, Twitter, Google+) ainsi que le bon travail en réseau avec les CDT, CRT participent également à améliorer la visibilité du territoire sur le web.

Les connexions via ces réseaux ont augmenté de 150% entre 2013 et 2014.

Fréquentation du site internet par origine géographique

93% des internautes sont français. La traduction du site www.rochefortenterre-tourisme.com en anglais et espagnol devrait faciliter l'accès à l'information à la clientèle étrangère.



Sur les 10 premières villes françaises, 7 font parties du Grand-Ouest. La Bretagne étant la première destination courts-séjours en avant saison, notre territoire en bénéficie pleinement.

Les rubriques les plus consultées :

Avec plus de 600 animations saisies en 2014 sur la base de données, les rubriques les plus visitées sont les suivantes :

1. Sortir-festivités
2. Chambres d'hôtes
3. Restaurant gastronomique
4. La carte interactive
5. Hôtels
6. Locations



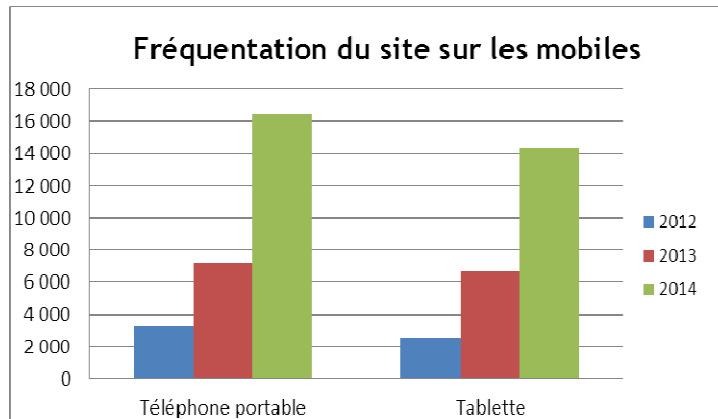
Durant le mois de décembre, 76 000 visites, les pages les plus consultées sont légèrement différentes :

1. Sortir-festivités
2. Féerie de Noël
3. Visites Guidées
4. Manger
5. Artisans d'art
6. Dormir

Fréquentation de www.rochefortenterre-tourisme.com sur les mobiles



Les connexions via les appareils mobiles (téléphone portable et tablette) sont en forte croissance sur la version responsive de notre site internet puisque nous enregistrons une hausse de 122% entre 2013 et 2014, (+400% par rapport à 2012) avec quasiment 31 000 connexions.



Les connexions via :

- un téléphone portable sont en très forte augmentation +129% avec 16 464 connexions.
- une tablette sont également en forte hausse + 113% avec 14 335 connexions.

Valorisation des courts séjours

Les courts séjours proposés par l'office de tourisme sont commercialisés par la société FunBreizh (agence de voyages événementielle) www.funbreizh.com

En 2014, près de 50 produits vendus.

Les courts séjours sont également mis en avant sur notre site : www.rochefortenterre-tourisme.bzh/weekend-et-sejours-bretagne

Loisirs

Week-end au Domaine de Bobéhec



Plongez en pleine nature avec cette offre vous invitant à découvrir la 'Vraie Croix' et le pays de Questembert. Au programme de votre escapade : une nuit dans une charmante longère bretonne, la balade culturelle et ludique de la Petite Cité de Caractère de Rochefort-en-Terre et le choix entre une location de canoë biplace ou un circuit guidé de Questembert à Rochefort-en-Terre (à réaliser en voiture), pour tomber définitivement sous le charme de l'argost (pays des bois en breton...)

Nos conditions générales de vente

Le forfait comprend : - la nuit en chambre d'hôtes - le petit déjeuner - la location d'un canoë biplace sur une 1/2 journée ou le circuit guidé de Questembert à Rochefort-en-Terre - l'Aventure en poche de Rochefort-en-Terre 50 € par personne

A partir de **50,00 €** par pers.



Visibilité du territoire sur les sites partenaires :

L'office de tourisme intervient également sur l'enrichissement des sites partenaires et différents labels (Les Petites Cités de Caractères, Les Plus Beaux Villages de France, Villes et Villages Fleuris, Stations Vertes...) afin d'améliorer la visibilité et l'attractivité du territoire.



Dans le cadre de la démarche d'Office de Tourisme de France « Voyagez en France avec les Offices de Tourisme », l'Office de Tourisme anime la page dédiée à la structure et au territoire. L'objectif étant de rendre notre territoire visible sur le site national www.tourisme.fr

tourisme.fr Voyagez en France avec **les Offices de Tourisme**

Accueil > Nord-ouest > Bretagne > Office de Tourisme ROCHEFORT EN TERRE TOURISME

OFFICE DE TOURISME ROCHEFORT EN TERRE TOURISME

La Vraie-Croix, superbe village classé 4 fleurs

Rochefort-en-Terre Tourisme : 2 bureaux d'accueil ouverts à l'année, à 20 minutes du Golfe du Morbihan. Rochefort-en-Terre est classé parmi les "Plus Beaux Villages de France" venez découvrir un patrimoine exceptionnel (château, collégiale, maisons de caractère...). A votre disposition : accès wifi gratuit dans nos 2 bureaux d'accueil, service billetterie...

CONTACT **INFOS PRATIQUES**

Infos pratiques

Langues parlées :

Equipements

Wifi gratuit
Billetterie
Visites guidées



Les réseaux sociaux

Développer une stratégie sur les réseaux sociaux est devenue incontournable pour les marques.

Objectifs : Tisser des liens réguliers avec les visiteurs internautes, développer les partenariats, accroître sa visibilité, diffuser des messages... Les avantages sont nombreux.

Rochefort-en-Terre Tourisme est présent sur :



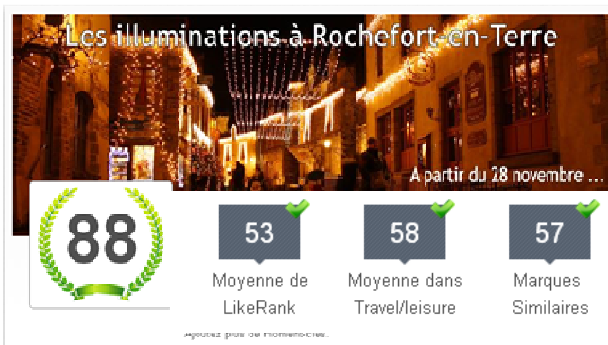
Facebook fait partie des réseaux sociaux les plus fréquentés, il est incontournable en terme de communication.

C'est un outil gratuit, puissant et très intéressant pour faire connaître et valoriser une destination.



On note une belle progression du nombre de « j'aime » (fans) sur la page Facebook Rochefort-en-Terre Tourisme + 42% en un an, passant de 1157 fans en janvier 2014 à 1640 fans fin 2014.

Avoir une page Facebook dynamique implique une animation et une veille quotidienne (création de contenus, publication de photos, vidéos, partage d'informations...)



Nous mesurons et analysons régulièrement la performance de notre page Facebook via le site <http://likealyzer.com/>

Notre travail quotidien nous permet d'obtenir de très bons résultats.

Nos notes (entre 80 et 93) se situent bien au dessous de la moyenne 58 dans le secteur du tourisme et des loisirs.

Fin décembre 2014, la page Rochefort-en-Terre Tourisme est arrivé dans le top du classement, 2^{ème} place dans la catégorie « Tourisme et loisirs » en France

Rejoignez nous vite : www.facebook.com/rochefortenterretourisme



Instagram

Cette application permet de partager **photos et vidéos**, avec plus de 300 millions d'utilisateurs actifs depuis fin 2014. Le réseau social dépasse désormais Twitter.

Instagram est le réseau social qui a le plus progressé en 2014 (+50%)

Une image vaut 1000 mots

Depuis août 2014, Rochefort-en-Terre Tourisme est présent sur Instagram, nous comptons à ce jour 238 abonnés.

Rejoignez nous : <https://instagram.com/rochefortenterretourisme>



Twitter

Ce réseau social met l'accent sur l'**information en temps réel** et l'**instantanéité**, c'est un moyen d'instaurer le dialogue avec les visiteurs.

L'Office de Tourisme utilise Twitter principalement comme un **outil de veille**.

A ce jour, notre compte Twitter comptabilise **368 followers** (abonnés). On note une hausse de 87% en un an, soit 172 abonnés de plus.

Suivez-nous sur : https://twitter.com/RET_TOURISME



Google +

A ce jour la page Google + de Rochefort-en-Terre Tourisme comptabilise : **168 abonnés / 63 203 consultations**

Google reconnaît et indexe directement le contenu publié sur Google + dans son moteur de recherche ; le réseau social Google + peut donc nous aider à **optimiser notre stratégie de positionnement naturel**.

Suivez-nous sur : <https://plus.google.com/+rochefortenterretourisme>



YouTube

Rochefort-en-Terre Tourisme dispose d'une chaîne YouTube avec 2 vidéos :
- « Illuminations de Noël à Rochefort-en-Terre » 20 992 vues
- « A la rencontre des artistes » 569 vues

L'Office est également présent sur  : <https://fr.pinterest.com/rochefortenterr/>



Nos éditions

Parcours découverte

Pour répondre à la majorité des demandes des visiteurs et pour valoriser le patrimoine de notre territoire, Rochefort en Terre Tourisme a édité, fin 2013, un nouveau document. Il regroupe des circuits découverte de Rochefort en Terre, Questembert, Malansac et La Vraie Croix et présente les principales thématiques du territoire : marché, équipement et loisirs, activités de loisirs nature

25 000 exemplaires édités et diffusés dans notre bureau d'accueil, lieux publics, commerçants... Ce document a également été traduit en anglais et en espagnol et a été édité à 1000 exemplaires dans chaque langue.



Le Guide Hébergement-Restauration 2014 :



a été édité à 4000 exemplaires.

La fréquentation de notre site internet, pour les rubriques correspondantes :

- « dormir » : 89 000 pages vues (soit 19 %) et 61 000 visiteurs uniques (+ 21% / 2013)
- « manger » : 40 000 pages vues (soit 8,8%) et 27 500 visiteurs uniques (+25% / 2013)

Agenda des festivités

Pour la 2ème année, Rochefort-en-Terre Tourisme, a sorti un agenda des animations estivales du 15 juin au 15 septembre.

Édités à 15 000 exemplaires et décrivant près de 200 animations, il a été diffusé dans les commerces, hébergements, restaurants, mairies, équipements culturels du territoire et communes limitrophes





Sets de table

Pour la 4ème année, 20 000 exemplaires ont été imprimés permettant de valoriser les animations du territoire communautaire.

Il a été proposé gratuitement aux restaurateurs partenaires de Rocheport-en-Terre Tourisme.

Ce support valorisant les animations du territoire touche aussi bien une cible locale que des visiteurs durant les mois de juillet et août.



Nouveauté 2014 le set de table est désormais imprimé recto-verso (1 côté juin-juillet et 1 côté août-sept), cela a permis d'intégrer plus d'animations tout en gagnant en lisibilité.

Le Guide de balades et randonnées « Sentiers de Pays : Questembert et Rocheport-en-Terre »



Ce guide, édité à 4 000 exemplaires depuis 2009, présente les 20 circuits de la CCPQ plus un circuit sur Pleucadeuc.

300 exemplaires vendus en 2014 au tarif de 7€

Compte tenu des demandes, des photocopies des fiches ont été vendues à l'unité 0,50€. Les principaux circuits demandés sont ceux de Rocheport-en-Terre et Questembert.

La mise en ligne de l'offre sur www.cirkwi.com, avec téléchargement et impression des itinéraires, complète la communication.

Randonnée en Pays de Vannes

Les loisirs nature étant structurés sur notre territoire de campagne et complémentaires de l'offre du littoral, les Pays de Vannes Lanvaux et Rhuis Vilaine en partenariat avec les Offices de Tourisme du territoire ont édité une carte des loisirs nature.

Cette offre est l'une des principales demandes de nos clients.

Plus d'info : www.rando-paysdevannes.com





Relation avec les médias

Toute l'année, Rochefort-en-Terre Tourisme communique son actualité via des communiqués destinés à la presse écrite, radios et TV locales.

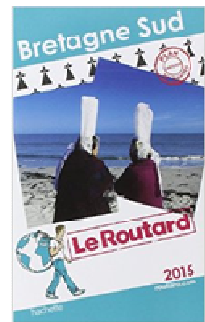
Au cours de l'année 2014, dans le cadre d'un partenariat avec le Comité départemental du Tourisme (CDT) et le Comité régional du Tourisme (CRT), Rochefort-en-Terre Tourisme a pu mettre en avant certaines thématiques du territoire

- en juin, une demande de Elle Magazine sur les restaurants et bars (demande relayée par le CDT)

- en août, un accueil d'un journaliste anglais qui travaille pour le Daily Telegraph à Rochefort-en-Terre (en partenariat avec le CRT)

- en septembre, une demande du Figaro Magazine sur les chambres d'hôtes de charme (demande relayée par le CDT)

L'office de tourisme a également été sollicité pour la mise à jour du Guide du Routard 2015.



Relation avec les blogueurs

Les blogueurs, des relais efficaces dans la communication.

Cette année, la communication sur la féerie des illuminations a partiellement été assurée par quelques blogueurs en visite à Rochefort-en-Terre. Ce sont souvent des particuliers qui écrivent des articles, mais surtout, publient de nombreuses photos qui ont un impact certain.

Du 9 au 26 décembre, on dénombre au moins 4 publications sur les illuminations sur les blogs suivants :

www.wonderfulbreizh.fr (le 09/12/2014)

<http://lalydo.com> (le 12/12/2014)

<http://lesnuancesdebaglis.blogspot.fr> (le 23/12/2014)

<http://madeleinemiranda.com> (le 26/12/2014)

La Féerie Des Illuminations De Rochefort-En-Terre

12 déc 2014 by lalydo

Lorsque je vous ai présenté, il y a quelques semaines, Rochefort-en-Terre cité de caractère je vous parlais des illuminations qui embellissent la ville lors des fêtes de fin d'année. Chose promise, chose due... j'y suis retournée et voici les photos!



Et tout au long de l'année, des blogueurs français et étrangers assurent aussi la mise en avant de Rochefort-en-Terre.



Salons

Les participations de Rochefort-en-Terre Tourisme à un salon correspondent à une cible clientèle définie, à une thématique forte de notre territoire ou à une action de sensibilisation et de découverte de nos actions.

- **Salon du tourisme de Lyon**

les 06, 07 et 08 février 2014 (sur le stand des Petites Cités de Caractère de Bretagne) : bassin de clientèle à fort potentiel attiré par les loisirs nature, le patrimoine et l'évènementiel

- **Salon International du tourisme de Nantes**

les 14, 15 et 16 février 2014 (sur le stand des Petites Cités de Caractère de Bretagne) : bassin de clientèle de proximité, valorisation des courts séjours



- **Salon de la Randonnée à Paris :**

Les 27, 28 et 29 mars 2014 : valorisation des activités de pleine nature auprès du plus gros bassin de clientèle français

Partage de la banque avec le Pays Touristique Vannes -Lanvaux sur le stand du Morbihan



Soirées Estivales à Questembert

26 juillet - Fest Noz : Blev Gwen
et Beurbis Gallèses

02 août - Tzardas

09 août - Contes et concert avec Les
Embobineuses

16 août - Flamenco avec Qita Pena -

Animations intercommunales

Mardis de Pays - 6^{ème} édition sur 12
communes de la Communauté de
Communes du 8 juillet au 26 août
(atelier artistique, veillées contées,
balade nature, vannerie, expo, fest-noz...)
en après-midi ou soirée.
Environ 1500 personnes ont participé
à ces animations.

Journées Européennes du Patrimoine -
thème 2014 : « Patrimoine culturel,
patrimoine naturel »
les 20 et 21 septembre 2014 sur tout
le territoire circuits découverte
du patrimoine, expositions,
visites guidées, randonnées...

Nouveauté 2014 : Les Ateliers ouverts

Sous l'impulsion de Rochefort-en-Terre
Tourisme, une vingtaine d'artistes de
Questembert Communauté et Arc Sud
Bretagne ont ouverts leurs ateliers au
public durant les JEP de septembre.
L'objectif étant de faire découvrir
leurs univers, connaître et démocratiser
leur travail





Partenariats

Avec la commune de Questembert :

Festives Halles le 30 août :

Gestion des inscriptions au concours d'effouche-pichons, recherche de lots, grille de notation...

Avec le Pays Touristique de Vannes-Lanvaux :

Journées du patrimoine de pays et des moulins en Bretagne les 21 et 22 juin

Avec l'Asphodèle, l'Office Municipal de la Culture et des Loisirs et divers :

Billetterie : concerts, spectacles, festival...



OFFICE DE TOURISME

7, Place du Puits

56220 ROCHEFORT EN TERRE

COMMENTAIRE DES COMPTES 2014

1) **Le budget global** de l'office se présente ainsi :

Produits.....	334 253 €
Charges.....	- 307 353 €
Excédent	- 26 900

2) **La trésorerie** et divers actif se situent à 116 919 €
pour des dettes à couvrir de - 47 098 €
Ce qui ressort un fonds de roulement positif de.....69 821 €

3) **L'évolution du fonds de roulement s'explique ainsi :**

Fonds de roulement au 31/12/2013	+ 42 117 €
Bénéfice de l'exercice 2014	+ 26 900 €
Dotations aux amortissements.....	+ 1 614 €
Achat Ordinateur	- 809 €
Fonds de roulement au 31/12/2014	+ 69 821 €

4) **Observations :**

Le fonds de roulement positif de 69 821 euros permet à l'Office de restaurer une situation financière sécurisée après avoir été grevée par les 2 déficits 2010 et 2011.

Cette situation correspond au budget 2014 dont l'objectif permet une gestion plus régulière de l'Office (la réserve correspond à 85 jours de charges)

Fait à Questembert
Le 02 Mars 2015

Sébastien NOGRE
Expert-Comptable

Sébastien NOGRÉ
Expert - Comptable
13, rue Le Brun & Malard
BP 40032 - 56220 QUESTEMBERT
Tél. 02 97 26 68 76 - Fax 02 97 26 68 69



ROCHFORT EN TERE TOURISME COMPTE DE RESULTAT ANALYTIQUE 2014

	ANNEE 2014		ANNEE 2013	
	CHARGES (€)	PRODUITS (€)	CHARGES (€)	PRODUITS (€)
FONCTIONNEMENT	274 649	311 453	262 982	307 570
Adhésions (CAPLE, associations, écoles)		6 328		6 777
Ventes comptoir-billetterie-produits divers		2 499		3 060
Subvention fonctionnement		271 000		271 000
Salaires et charges	189 378		171 913	
Salaires et charges (personnel CDC)	28 231		25 895	
Subvention indirecte (Mme MALRY)		28 231		25 895
Déplacements Personnel (6 salariés+stagiaires)	6 578		6 302	
Déplacements Membres du CA	85		119	
Taxes déclarées - Agefos ...	1 421		9 844	
Formations et stagiaires	5 741		4 993	
Matériel, fournitures, maintenance photocopieur	11 425		11 887	
Telephone, affranchissement Doc	5 416		5 251	
Honoraires cabinet de gestion	3 486		3 319	
Assurances	940		914	
Cotisations	1 446		1 460	
Loyer versé à la municipalité	14 066		14 315	
Charges locatives (Eau,EDF,Poubelles)	3 429		3 303	
charges divers ,amort / produits fin. / prod. Except.	3 008	3 394	3 467	838
ANIMATIONS	8 021	9 584	7 499	9 207
Soirées estivales	4 556		4 106	
Couleurs de Bretagne				
Visites guidées		6 474		8 207
prestatons Visites guidées	1 062		1 053	
Animations Intercommunales Mardis de Pays	2 403		2 340	
Autres Frais Animations				
Pack numérique + pub web		3 110		1 000
PROMOTION/COMMUNICATION	24 682	13 216	27 104	9 873
Guide hébergement	3 651		2 674	
Adhésions hébergements + Com Référentiel - CH		8 874		6 977
Achat monnaie Paris/Ventes		2 040	5 740	1 109
Édition guide touristique topoguide	5 929	2 202	1 816	1 787
Promotion OT (Radio, encart pub, salons etc)	7 987		9 082	
Banderole Crédit Agricole		100		
Création - mise à jour du site Internet	3 550		5 292	
Reportage photos	3 565		2 500	
TOTAUX CHARGES -PRODUITS	307 352	334 252	297 585	326 650
EXCEDENT ANNUEL		26 900		29 065



Etre plus visible, mieux informer les visiteurs... et surtout mieux ACCUEILLIR

Promotion - Communication - Mise en marché

Réflexion sur un Schéma d'accueil et de diffusion de l'information (SADI) :

En moyenne, moins de 10% des visiteurs passent dans les locaux des Offices de Tourisme en France pour se documenter. Comment renseigne-t-on les 90% restant ?

La structuration touristique, les nouveaux usages, supports, outils de communication et les missions mêmes des offices de tourisme nous poussent à réfléchir au maillage de l'accueil sur les territoires. En parallèle, la démultiplication des lieux physiques et virtuels pour recueillir de l'information marque une réelle opportunité pour repenser dans sa globalité, à l'échelle d'un territoire, les pratiques d'accueil, les moyens de diffusion de l'information et la valeur ajoutée de l'office de tourisme avec le conseil en séjour.

En ce sens, une réflexion est actuellement en cours sur l'accueil du territoire aussi bien dans les locaux des Offices de Tourisme que « hors les murs ». Ce travail aboutira également sur une refonte de la communication de l'office de tourisme vers des cibles affinitaires définies.

Éditions :

Guide hébergement/restauration : réactualisation de l'ensemble des prestations.

Réactualisation d'un agenda des animations estivales recensant les manifestations de juin à septembre 2015.

Réédition de la carte découverte du patrimoine en Français en 35 000 ex avec une présentation du territoire et les circuits de Rochefort en Terre, Questembert et La Vraie Croix.

Site Internet : www.rochefortenterre-tourisme.bzh

Achat de l'extension .bzh, la 1ère extension internet régionale française, afin d'être mieux référencé dans les requêtes liées à la Bretagne et de participer à la valorisation de la région.

Développement des liens avec les partenaires départementaux et régionaux afin d'améliorer la visibilité du territoire.

- Traduction partielle du site en Espagnol.

Réflexion sur une refonte globale en lien avec le SADI. Une présentation des partenaires et du territoire par cible et groupes affinitaires devrait permettre de faciliter les recherches par les internautes et une meilleure visibilité des thématiques du territoire

Reportage photos / vidéos :

Compte tenu de l'importance actuelle des visuels et des vidéos et de leur capacité à séduire voire à déclencher l'acte d'achat, il est devenu prioritaire pour notre territoire d'avoir des visuels de qualité en organisant des reportages photos.

Des réflexions sur des partenariats pour cofinancer des reportages photos est en cours. Des échanges sont également engagés avec les Petites Cités de Caractère pour la création de vidéos sur les artistes, artisans d'art ...



Salons :

- Au salon de la randonnée et des loisirs à Rennes.

Cette opération thématique de communication est organisée sous l'impulsion du Pays de Vannes-Lanvaux. Rochefort-en-Terre Tourisme partagera une banque avec ce dernier et le Loch

- Au Salon du Tourisme de Nantes.

En partenariat avec les Petites Cités de Caractère et Cités d'Art, Rochefort en Terre Tourisme assurera une permanence une journée sur le stand des PCC

- au Salon de Lille

En partenariat avec les Petites Cités de Caractère et Cités d'Art, Rochefort-en-Terre Tourisme partagera une banque avec l'Office de Tourisme de Concarneau

L'objectif étant de capter de nouvelles clientèles dans des bassins à fort potentiel.

« Rendre le territoire plus consommable » :

- Cours-Séjours : Poursuivre la structuration de produits courts séjours en travaillant notamment sur les thématiques, famille et pêche, voire avec des prestataires du littoral.

- Développer de l'offre « Visites guidées » en proposant en juillet et août une date supplémentaire pour les individuels sous forme de visites flash sur le patrimoine : Collégiale et Parc du Château de Rochefort en Terre et Halles et marché de Questembert. Ce travail se poursuivra sur d'autres sites et thématiques.

« Démarche Groupe » de Morbihan Tourisme:

Morbihan Tourisme, pour accompagner les professionnels dans une démarche de promotion et de commercialisation sur le marché groupe, propose de les référencer dans un **Manuel de Ventes Groupes Morbihan 2015/2016**.

Principalement destiné aux **autocaristes Français**, ce manuel recensera l'ensemble des professionnels pouvant accueillir des groupes et répondant à une **charte de qualité** élaborée en collaboration étroite avec ces derniers.

Rochefort en Terre Tourisme, en plus d'animer la démarche auprès de ses partenaires, proposera des visites guidées, visites d'artistes et artisans d'art

Déménagement de l'OT de Questembert et réflexion sur celui de Rochefort en Terre

Suite à la décision de la municipalité de Questembert d'implanter un commerce au 15 rue des Halles, il est demandé à l'Office de Tourisme de déménager au 13 de la Rue des Halles pour le printemps 2015. Cette décision engendrera une refonte du bail et des contrats ...

Par ailleurs, à Rochefort en Terre, compte tenu de l'état du bâtiment actuel, une réflexion est en cours avec Questembert Communauté, la municipalité et l'Office de Tourisme pour déplacer le bureau de la place du Puits à la place des halles. Ce projet devra permettre, en plus d'une meilleure visibilité et d'un meilleur accès à l'information pour les visiteurs, d'intégrer des outils numériques en cohérence avec le SADI et l'évolution des comportements des clients.



Destinations Touristiques de Bretagne

La Région Bretagne a mené un travail auprès des vacanciers qui fréquentent la Bretagne pour mettre au jour une dizaine d'espaces bien identifiés par les touristes : Brocéliande, Terre Océane ...

Ces destinations touristiques forment une carte de Bretagne qui se détache des contours administratifs.

Un groupe de travail en cours de constitution permettra de définir des objectifs à cette nouvelle entité de réflexion « Bretagne Sud - Golfe du Morbihan » dont fait partie le Pays de Questembert.

Eductours :

Valeur ajoutée d'un office de Tourisme, la connaissance du territoire par l'ensemble de l'équipe de l'Office de Tourisme est essentielle pour répondre aux demandes personnalisées des clients de plus en plus exigeants. Afin de valoriser notre territoire au mieux, 2 dates sont prévues en 2015 en plus des actions similaires organisées par le CDT

Poursuite de la Démarche Qualité :

La phase III de la démarche se poursuit en 2015 avec le début de rédaction du Manuel Qualité Tourisme, la définition de procédures afin d'améliorer la gestion de la documentation, l'intégration des nouveaux venus (stagiaires, saisonniers...) et la professionnalisation des actions de la structure.

Poursuite des ateliers numériques :

Compte-tenu de l'importance du numérique et de la visibilité de l'offre sur les moteurs de recherche, Rochefort-en-Terre Tourisme, en partenariat avec le Pays Touristique Vannes-Lanvaux, souhaite poursuivre l'accompagnement des professionnels du tourisme.

Après trois années de recul, un nouveau programme plus personnalisé est en cours de réflexion en cohérence avec le SADI.



	CHARGES (€)	PRODUITS (€)
FONCTIONNEMENT	289 300,00	0,00
Salaires et charges (salariés et stagiaires)	-	
<i>Salaires</i>	200 000,00	
<i>Saisonniers ERASMUS</i>	2 000,00	
<i>Stagiaire « Communication »</i>	3 000,00	
Salaire (Véronique)	26 000,00	
Frais de déplacements	-	
<i>Personnel</i>	8 000,00	
<i>Membres du CA et bénévoles</i>	500,00	
Frais réceptions, cadeaux	-	
<i>AG, pots départs stagiaires</i>	500,00	
Formation		
<i>Frais inscription</i>	2 000,00	
<i>Cotisations Agefos/Fongecif</i>	1 500,00	
Matériel, fournitures, maintenance photocopieur + internet	-	
<i>Petit équipement</i>	2 500,00	
<i>Amortissement matériel</i>	1 400,00	
<i>Fournitures administratives et location hébergement site</i>	2 000,00	
<i>Papeterie chartée (cartes de visites, enveloppes, badges...</i>	500,00	
<i>Loyers photocopieurs</i>	3 000,00	
Téléphone, affranchissement, presse	-	
<i>Frais téléphone et internet</i>	4 500,00	
<i>Frais postaux</i>	2 500,00	
<i>Documentation générale et technique</i>	300,00	
Honoraires cabinet de gestion	3 500,00	
Assurances	1 000,00	
Cotisations (CDT, OTB, OTF, PVL, ...)	-	
<i>Cotisations Réseaux Touristiques</i>	1 600,00	
Aménagement des locaux	1 500,00	
Charges Locaux	-	
<i>Loyers</i>	15 500,00	
<i>Charges locatives</i>	3 500,00	
<i>Ménages</i>	2 500,00	



FMA et Animations prestataires	9 700,00	
Frais Soirées Estivales		
<i>Coûts musiciens</i>	4 500,00	
<i>Communication</i>	500,00	
Patrimoine (Journées Nationales, expositions...)	200,00	
Animations Intercommunales		
<i>Mardis de Pays</i>	3 000,00	
<i>Communication</i>	500,00	
<i>Diverses (Noël ...)</i>	500,00	
Animation numérique des prestataires	500,00	
Promotion - Communication	25 400,00	
Éditions		
<i>Réédition topoguide rando</i>	4 500,00	
<i>Agenda détaillé des animations estivales</i>	3 700,00	
<i>Carte découverte du territoire du territoire</i>	2 000,00	
<i>Présentoirs doc (comm, équipements CCPQ...)</i>	3 000,00	
<i>Sets de table</i>	2 100,00	
<i>Encart pub Presqu'île de Rhuys</i>	800,00	
<i>Autres impressions</i>	1 500,00	
Salons (Tourisme Nantes et Lyon)	1300,00	
Site internet	2500,00	
Reportage photos et vidéos		
<i>Photos</i>	2000,00	
<i>Vidéos</i>	2000,00	
Subventions		296 000,00
Subvention fonctionnement		270 000,00
Subvention indirecte (Véronique)	-	26 000,00
Recettes propres à l'OT		28 400,00
Adhésions (CAPLE, associations, écoles)		5 000,00
Adhésions PACK numérique		800,00
Adhésions hébergements		8 000,00
Vente guide Randonnée		1 800,00
Publicités		3 500,00
Monnaie de Paris		1 800,00
Comptoir		1 500,00
Visites guidées		6 000,00
TOTAL	324 400,00	324 400,00



Rochefort-en-Terre Tourisme
P a y s d e Q u e s t e m b e r t

ROCHEFORT-EN-TERRE TOURISME

15, rue des Halles 56230 Questembert

Tél 02 97 26 56 00 / info@rochefortenterre-tourisme.bzh

www.rochefortenterre-tourisme.bzh

Retrouvez aussi Rochefort-en-Terre Tourisme sur



Nous vous accueillons...

À Rochefort-en-Terre
7 Place du Puits



À Questembert
15 rue des Halles