



Rochefort-en-Terre Tourisme
Pays de Questembert

BRETAGNE 

Assemblée Générale - 28 avril 2016
Rapport d'activité 2015



Photo : Naïa Museum - Rochefort-en-Terre



	Page
Rapport moral.....	3
Organigramme.....	5
Conseil d'Administration.....	6
Fonctionnement.....	7
• Financement	
• Classement	
• Marque Bretagne	
Accueil et fréquentation.....	8
• Nouvel espace d'accueil à Questembert	
• Quelques chiffres pour 2015	
• 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	
• L'espace pro / groupe et newsletters	
• Formations	
• Taxe de séjour	
Promotion - Communication.....	17
• Site internet	
• Réseaux sociaux	
• Nos éditions	
• Relation avec les médias, blogueurs et les salons	
Animations 2015.....	25
Rapport financier 2015.....	26
Projets 2016.....	28
Prévisionnel 2016.....	30



Nous remercions vivement André Fegeant, Président de la Communauté de Communes et Maire de Berric, de recevoir l'Assemblée Générale 2015 de l'Office de Tourisme du Pays de Questembert.

Pour les professionnels du tourisme 2015 se définit comme « **un bon cru** » et **78 % des professionnels se disent satisfaits** de la saison 2015 (65 % en 2014). Nous ne contredirons pas cette remarque puisque nous enregistrons une **hausse de 5 % de notre fréquentation** (+/- 1800 visiteurs en plus par rapport à 2014) avec un flux remarquable dès les vacances de printemps ou au tout début de l'été. Cette hausse de fréquentation est significative depuis 3 ans.

Nous avons bénéficié d'une **météo particulièrement clémente** qui a été favorable aux loisirs et activités de plein air. Soulignons également la présence de quelques **événements** dans le département qui ont probablement incité les visiteurs à venir jusque chez nous : la marée du siècle, le Tour de France, la vidange du lac de Guerlédan,... Ces quelques exemples confirment bien que nous sommes tous acteurs du dynamisme et des retombées de notre destination.

Les **actions de communication du Comité Départemental du Tourisme** (campagne d'affichage dans le métro,...) et du **Comité Régional du Tourisme** (ViensEnBretagne, Be Breizh sur France Télévision et la TNT,...), ainsi que l'importante médiatisation et la présence de notre région sur divers salons en France et à l'étranger ont contribué à faire connaître notre destination. Nous remercions le C.R.T. et le C.D.T. pour ces actions. Merci également aux labels et à leurs réseaux de communication : Petites Cités de caractère, Plus beaux villages de France, Villages fleuris, Stations Vertes,...

Si les chiffres concernant les **demandes** dans nos bureaux sont en **baisse sensible**, c'est plus précisément la **demande téléphonique** (- 18 % par rapport à 2014) qui est touchée. Celle-ci peut être liée au déménagement des bureaux de Questembert puisque nous avons été privé de ligne téléphonique pendant près d'un mois en juin. Il faut néanmoins préciser que la nouvelle organisation en « libre-service » de nos espaces accueil et la mise à disposition d'informations en ligne sur notre site peuvent répondre aux attentes du public d'où moins de demandes exprimées.

Près d'un tiers des demandes formulées concerne le **patrimoine bâti** (visites de sites architecturaux, monuments,...). Les **visites guidées** sont un excellent moyen de satisfaire cette demande. Elles connaissent un succès croissant (environ 3000 participants au total) et ont généré près de 10 000 € de recettes. Une nouveauté en 2015 : la mise en place de **visites « flash »** d'une durée de 45 mn et ciblées sur un site ou un monument.

Compte-tenu de ces remarques, il nous semble important à l'avenir de maintenir et développer cette activité à l'ensemble des communes du territoire et de l'élargir à d'autres thématiques (faune et flore, zone humide, Natura 2000...).

L'analyse de la demande étrangère (15 % de la demande totale) met en évidence une augmentation de la **fréquentation espagnole** (1er pays devant le Royaume Uni). Sa demande est essentiellement axée vers la culture et le patrimoine (près de 800 demandes). A ce titre, en été, une étudiante espagnole vient renforcer l'équipe des conseillers en séjour et sa présence est très appréciée. Pour satisfaire à l'attente de cette population étrangère, la plupart de nos documents sont disponibles en anglais, espagnol, allemand et italien et le site internet est désormais traduit en anglais et prochainement en espagnol.

Un fait marquant dans la vie de notre Office de Tourisme en 2015 : le déménagement, fin mai, du bureau de Questembert. Installé depuis 1993 dans l'Hôtel Belmont, restauré en 2005, ce déplacement vers l'Hostellerie Le Guénégo a constitué un événement pour l'équipe de salariés et de bénévoles. Ce déménagement répondait au souhait des élus de Questembert. Un petit bouleversement qui a impacté ponctuellement l'activité du bureau en début de saison.



Je tiens à remercier ici l'architecte de la ville, Philippe Guyon, les agents de la commune et l'ensemble de l'équipe de l'office de tourisme. Tous se sont démenés pour que les choses se passent au mieux et que nous puissions assurer au plus vite notre fonction. Nous sommes maintenant installés dans des locaux rénovés avec goût, dotés d'outils numériques ou d'écrans pour faciliter l'accueil et répondre aux nouveaux comportements des visiteurs.

Nous espérons emménager dans nos bureaux de Rochefort-en-Terre au printemps 2017. Les contraintes imposées par les Bâtiments de France ont joué sur notre calendrier : la difficulté étant de concilier la fonctionnalité de l'accueil avec le respect de l'architecture et du patrimoine de la ville.

Notre mission et nos travaux ne se limitent pas uniquement à la **promotion et à la diffusion de l'information touristique**. A l'échelon de notre territoire, l'Office de Tourisme, de part ses compétences et ses connaissances, est associé à la réflexion des élus dans le domaine du développement de l'économie touristique.

La nouvelle organisation territoriale amène beaucoup de changements. La loi NOTRe (Nouvelle Organisation Territoriale de la République) le stipule, le tourisme reste, certes, une compétence partagée mais l'organisation vers des destinations plus larges que les territoires communaux se précise en renforçant le rôle des intercommunalités et des marques territoriales notamment. Depuis la définition des destinations touristiques par la région, nous sommes rattachés à la destination **Bretagne Sud, Golfe du Morbihan**. Nous espérons des réunions de travail pour définir ensemble des stratégies communes de communication, d'offre, de thématiques de travail,...

Les **contrats d'attractivité touristique** souhaités par le Conseil Départemental peuvent nous inciter à structurer notre offre et nous aider dans des projets à venir. Le 19 avril dernier nous avons assisté à une présentation de cet outil, qui se veut un véritable soutien aux collectivités. A partir de la rénovation du site du Moulin Neuf, nous pourrions définir une véritable stratégie de développement touristique du territoire. L'offre pourrait être organisée autour de différents thèmes pour renforcer la qualité de nos infrastructures, valoriser nos communes et générer des retombées économiques sur ces dernières. Aujourd'hui, compte-tenu des enjeux actuels, il est urgent de se doter d'une offre structurée pour exister dans une destination plus large.

Le rôle de notre office a bien évolué au cours des dernières années. Sa professionnalisation passe par une augmentation non négligeable du budget. Nous sommes très reconnaissants à l'ensemble de nos partenaires qui nous soutiennent par leur adhésion. Nous remercions vivement Questembert Communauté et son Président de nous permettre de réaliser nos objectifs grâce au versement d'une subvention de 297 000 €. La taxe de séjour perçue par la collectivité vient aider ce financement, mais nous sommes conscients qu'il nous faut aussi développer des recettes propres. Nous avons demandé à l'Office de Tourisme de Brocéliande de venir nous présenter sa stratégie de commercialisation et d'autofinancement de la structure. Nous remercions Loïc Aubin, Président de la Communauté de Communes de Brocéliande de 2008 à 2014 et Président d'honneur de la SPL Brocéliande Développement Tourisme et Louis Mickaël Grall, Directeur de l'Office de Tourisme de Brocéliande, d'être parmi nous ce soir.

Enfin, et pour conclure, merci à vous tous, élus, professionnels et bénévoles du Conseil d'Administration de vous mobiliser pour le développement de l'Office de Tourisme. Mais nos objectifs ne peuvent être atteints que grâce à notre équipe de six salariés, tous investis dans nos projets. Je les remercie très sincèrement pour leurs qualités humaines et professionnelles.

Bonne soirée et bonne saison 2016.

La Présidente,
Colette Lhéruault



Le Conseil d'Administration

constitué en collèges
(page suivante)

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 - QUESTEMBERG

Le Secrétaire : Jean-Pierre BOYER - QUESTEMBERG

Le Trésorier : Jean-Pierre KIEKEN - LARRE

Le Personnel de l'Office de Tourisme



Photo : Alessandro Gui

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



22 membres répartis en 3 collèges + 1 membre de droit

Le collège des professionnels

est élu en Assemblée Générale et renouvelable par tiers

Jean-Pierre BOYER - QUESTEMBERG
Alain FOURNIER - PLUHERLIN
Violaine FRAPPESAUCE - PLUHERLIN
Bénédicte LAMBERT - ROCHEFORT-EN-TERRE
Jacques LETUÉ - LIMERZEL
Dominique RIVAL - LIMERZEL
Yannick THOMAZIC - LA VRAIE-CROIX

Le collège des bénévoles

est élu en assemblée générale et renouvelable par tiers

Mohand AIT-ABDELMALEK - QUESTEMBERG
Stéphane BATIGNE - QUESTEMBERG
Michel CHANTEPIE - ROCHEFORT-EN-TERRE
Josiane CIVEL - MOLAC
Jean-Pierre KIEKEN - LARRÉ
Colette LHÉRAULT - LIMERZEL
Annie MUNOZ - ROCHEFORT-EN-TERRE

Le collège des élus communautaires

est désigné en conseil de Communauté de Communes

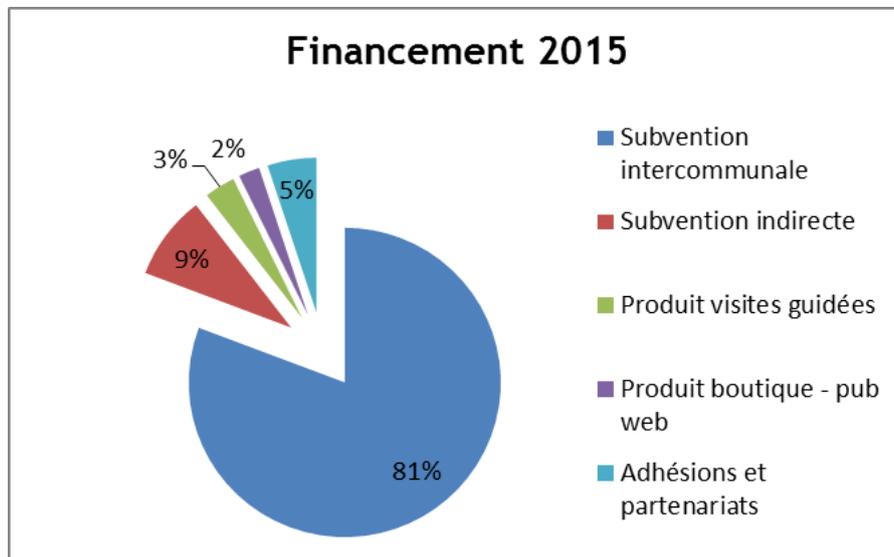
Jacques DELAIGUE - MALANSAC
François HERVIEUX - MALANSAC (suppléant)
Pascal HEUDE - QUESTEMBERG
Jean-François HUMEAU - ROCHEFORT-EN-TERRE
Marie-Annick MARTIN - QUESTEMBERG (suppléante)
Régis LE PENRU - MOLAC
Dominique ROUILLÉ - LA VRAIE-CROIX
Joël TRIBALLIER - LE COURS

+ Un membre de droit

André FEGEANT - Président de la Communauté de Communes



Financement



Subvention intercommunale	268 000,00 €
Subvention indirecte	29 200,00 €
Produit Visites guidées	10 600,00 €
Produit boutique - pub web	7 300,00 €
Adhésions et partenariats	16 800,00 €
BUDGET TOTAL 2015	331 900,00 €

Classement

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 obtenu le classement en catégorie 3 en mars 2015.

Ce classement est obtenu pour 5 ans.



Marque Bretagne

L'Office de Tourisme a renouvelé la MARQUE BRETAGNE en mars 2015. Cette marque renforce la notoriété de notre territoire et le fort attachement aux valeurs de la Bretagne.

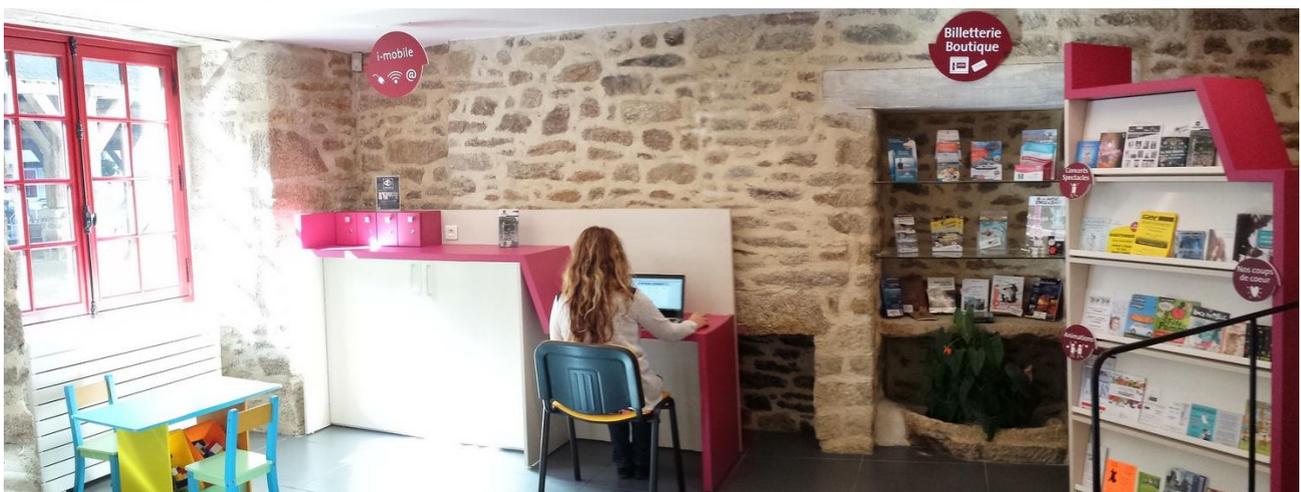
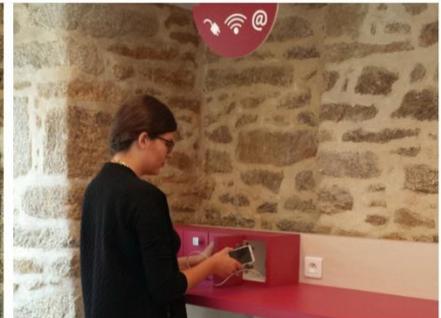


Un nouvel espace d'accueil

Depuis fin mai 2015, l'accueil et les bureaux de l'Office de Tourisme à Questembert ont migré du n° 15 au n° 13 de la rue des Halles.

Nos visiteurs bénéficient désormais d'un nouvel espace d'accueil avec :

- deux écrans TV : l'un dédié à l'agenda des animations et l'autre aux vidéos promotionnelles du territoire et de la destination Morbihan - Bretagne
- une carte murale recensant l'offre touristique du Morbihan. Un zoom sur l'offre dans un rayon de 30 km permet de valoriser la richesse touristique à proximité de Questembert
- un espace wifi sécurisé avec des casiers fermés à clé et équipés d'une prise permettant de recharger des téléphones portables
- une signalétique d'information améliorant la visibilité de l'offre touristique
- du mobilier extérieur pour se poser, se connecter, échanger



A l'étage, une salle de réunion et deux bureaux complètent l'installation.

Des outils numériques extérieurs compléteront l'équipement.



Quelques chiffres pour 2015

La Bretagne plébiscitée

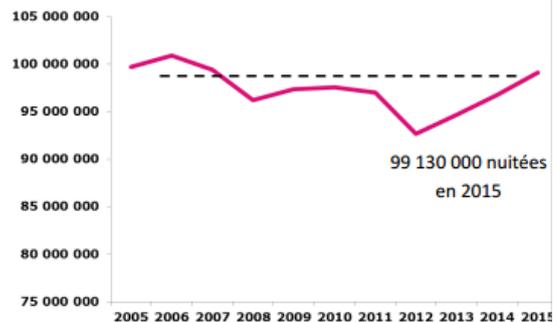
L'année 2015 fait définitivement oublier les années grises du début des années 2010. Pour la 3^{ème} année consécutive, la fréquentation touristique affiche une progression, permettant à la Bretagne de retrouver le niveau de fréquentation d'il y a une 10aine d'années, soit près de 100 millions de nuitées annuelles.

La météo exceptionnelle du printemps et du début d'été conjuguée à un calendrier des jours fériés et des ponts ne sont pas étrangers à ces résultats.

Véloroutes et Voies Vertes + 6% d'usagers dans les héb. marchands

On note une hausse de la fréquentation sur les itinéraires cyclables de Bretagne. La fréquentation des Voies Vertes de Bretagne intérieure s'est améliorée sur la saison estivale 2015.

Le niveau de 2005 retrouvé + 2,5 % de nuitées



Source : BET F. Marchand

L'importante médiatisation de la Bretagne depuis plusieurs années, porte également ses fruits. Les campagnes de promotion partenariales ont jouté les reportages sur les Marées du siècle ou encore sur l'Assec du Lac de Guerlédan et le Tour de France, ainsi que les émissions nationales comme des Racines et des Ailes.

78% des professionnels satisfaits de la saison estivale 2015

Ces bons résultats s'inscrivent dans une tendance nationale positive, mais de moindre mesure par rapport à la Bretagne.

Morbihan : la fréquentation touristique 2015 est un bon cru

Qu'ils soient professionnels de l'hébergement ou de loisirs, les résultats enregistrés en 2015 sont jugés satisfaisants par les professionnels du tourisme morbihannais.

- ✓ Un bon début de saison : d'avril à juin la fréquentation touristique est globalement en hausse par rapport à 2014
- ✓ De bons résultats en haute saison, avec une 1^{ère} quinzaine de juillet qui démarre très fort.

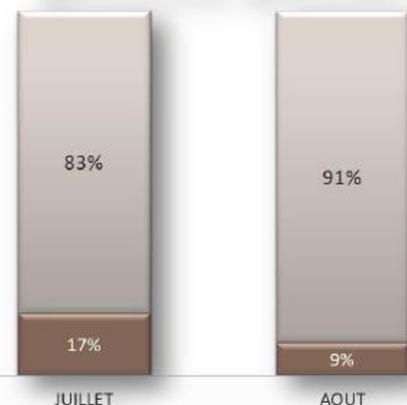
Seul bémol à ce bon bilan, les professionnels signalent, comme en 2014, une tendance au raccourcissement de la durée de séjour quel que soit le mode d'hébergement, ainsi qu'une baisse de consommation lors du séjour (restauration, bar, épicerie, souvenirs...).

NB : Données issues des observatoires 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.

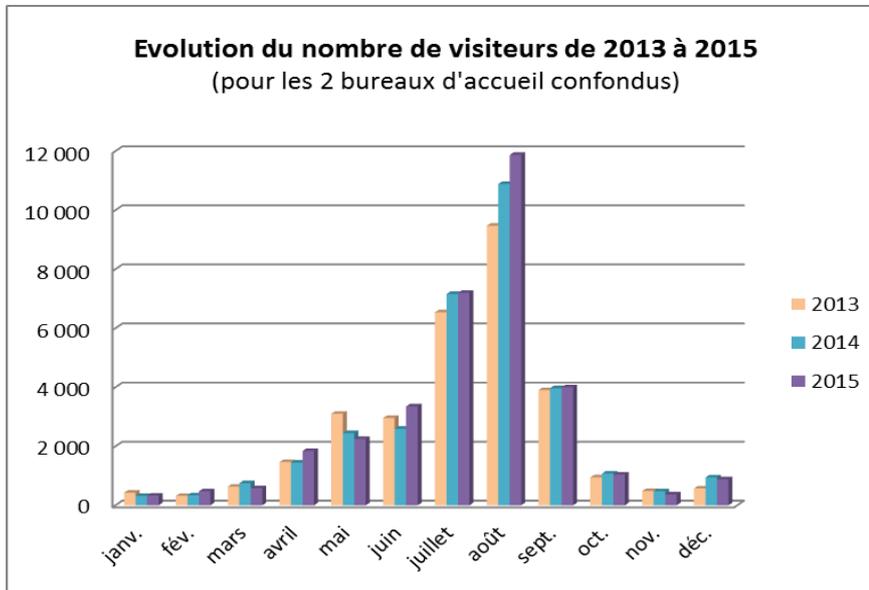
Niveau de satisfaction des professionnels morbihannais en juillet et août 2015

■ Plutôt pas satisfait ■ Plutôt satisfait



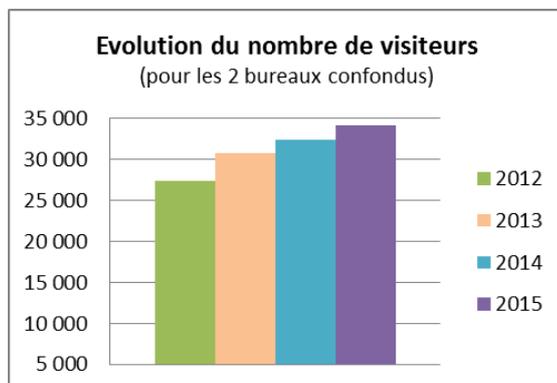


Evolution du nombre de visiteurs



Mois	2013	2014	2015
janv.	428	317	327
fév.	320	336	475
mars	633	749	581
avril	1 466	1 446	1 841
mai	3 103	2 446	2 248
juin	2 958	2 594	3 350
juillet	6 541	7 158	7 194
août	9 472	10 883	11 869
sept.	3 902	3 967	3 998
oct.	950	1 076	1 039
nov.	483	477	368
déc.	569	944	879
TOTAL	30 825	32 393	34 169

En 2015, on note une hausse du nombre de visiteurs par rapports aux années précédentes : +5% par rapport à 2014 avec 1776 visiteurs en plus et +11% par rapport à 2013.



La baisse de la fréquentation en mai s'explique par la fermeture du bureau d'accueil de Questembert durant le déménagement, à l'inverse le mois de juin et août ont connu une nette hausse du nombre de visiteurs, + 29% en juin et + 9% en août par rapport à 2014.

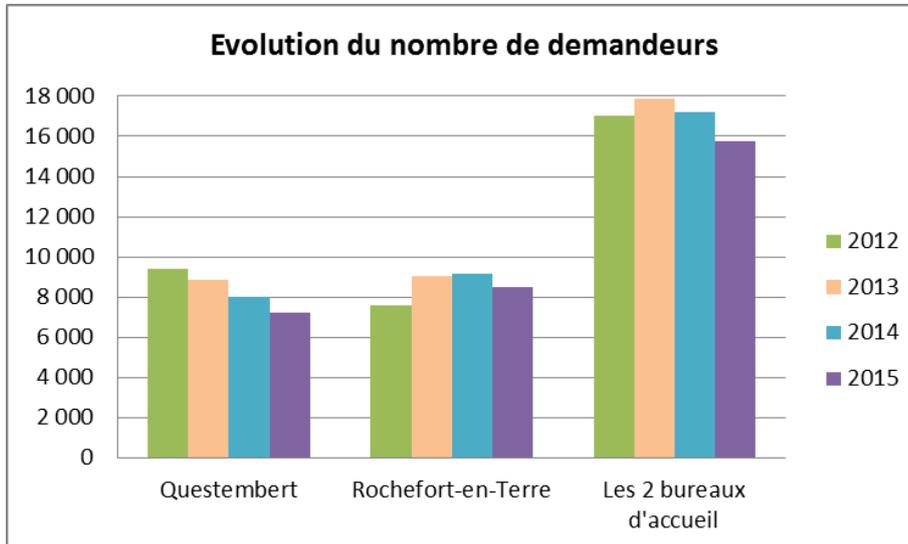
D'après le dispositif régional d'observation, la fréquentation des Offices de tourisme bretons* est en hausse de 9% par rapport à 2014. Sur la période d'avril à septembre 2015, près de 2 millions de passages ont été comptabilisés (* Offices de tourisme équipés du système de comptage automatique)

Nombre de visiteurs par bureau d'accueil

Année 2015	janv.	fév.	mars	avril	mai	juin	juillet	août	sept.	oct.	nov.	déc.	TOTAL
Rochefort-en-Terre	96	149	268	1 227	1 757	2 368	5 022	8 405	2 805	613	138	549	23 397
Questembert	231	326	313	614	491	982	2 172	3 464	1 193	426	230	330	10 772
													34 169



Evolution du nombre de demandeurs



On note une baisse du nombre de demandeurs d'informations (guichet, mail, téléphone ...) de 8% entre 2014 et 2015, pour les 2 bureaux confondus.

-7% à Rochefort-en-Terre
-10% à Questembert

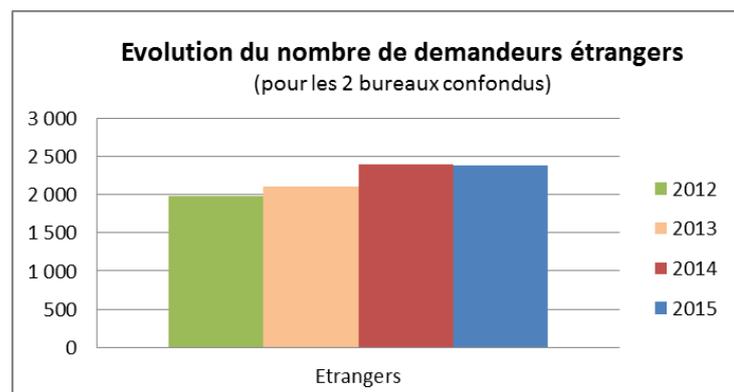
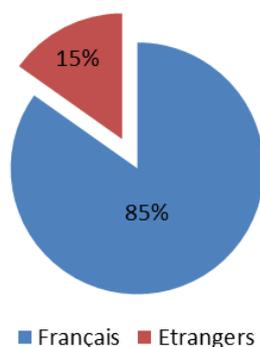
Ces chiffres peuvent s'expliquer en partie par :
- une réorganisation des espaces d'accueil, à Rochefort-en-Terre avec une mise à disposition en

libre-service du parcours découverte du patrimoine et une signalétique d'information plus cohérente sur Questembert

- des périodes de fermetures (déménagement en mai à Questembert, travaux en juin et juillet)

Le déménagement a également impacté les demandes téléphoniques (-18% par rapport à 2014) avec l'absence de ligne téléphonique pendant presque 1 mois suite au déménagement de l'Office de Tourisme de Questembert.

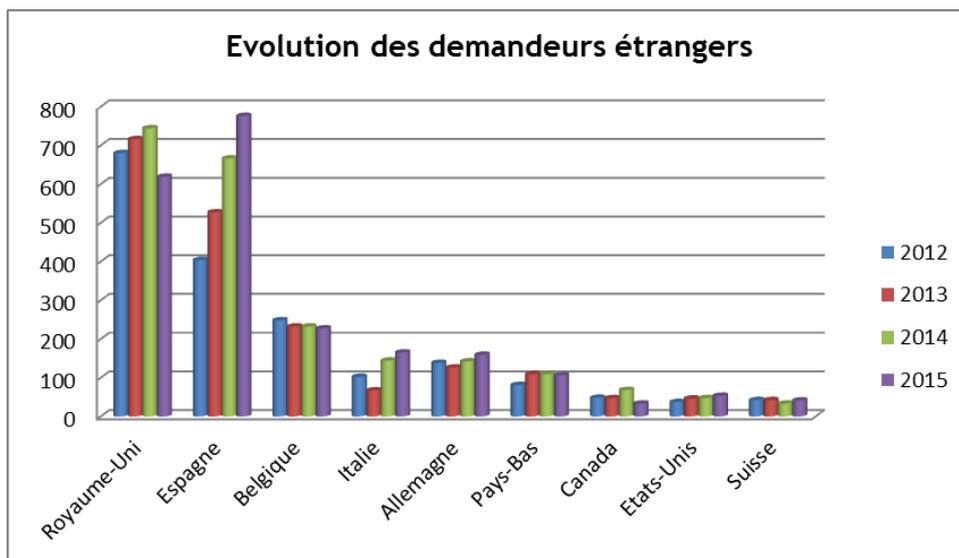
Demandeurs par origine géographique



Les touristes étrangers représentent 15% des demandeurs, cette part est en légère hausse + 1 point par rapport à 2014 et + 3 points par rapport à 2012.

Le nombre de demandeurs étrangers est stable par rapport à 2014.

L'importante médiatisation de la Bretagne/Morbihan (média et salons étrangers) depuis plusieurs années, porte ses fruits depuis 2014.



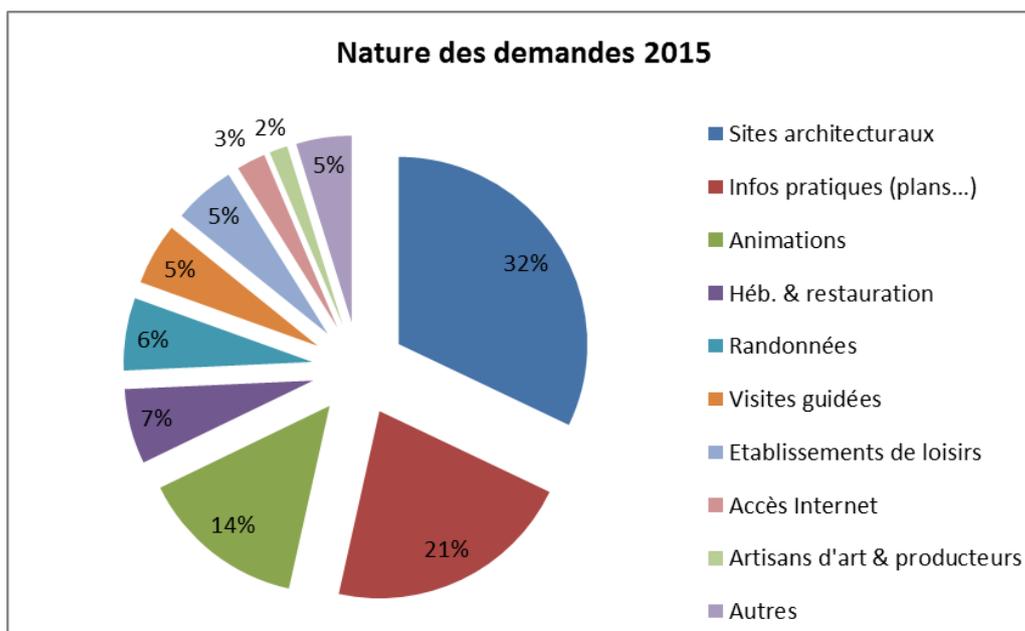
Parmi nos demandeurs étrangers, l'Espagne arrive désormais en 1^{ère} position, devant le Royaume-Uni.

Depuis quelques années, on observe une nette progression des demandeurs Espagnols, +17% en 2015 par rapport à 2014 (+92% par rapport à 2012).

A l'inverse, les demandeurs du Royaume-Uni sont en baisse en 2015, -17% par rapport à 2014.

Comme les années précédentes, la Belgique arrive en 3^{ème} position, devant l'Italie et l'Allemagne.

Nature des demandes

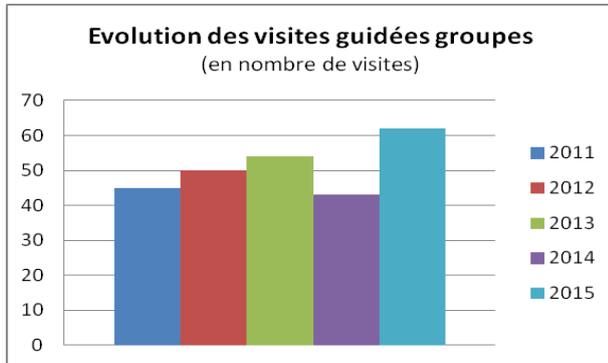


Comme les années précédentes, une grande partie des demandes concerne les visites du patrimoine (architecture, monuments historiques...), devant les renseignements pratiques (plans de ville, transport...). En 3^{ème} position arrivent les demandes d'animations (spectacles, fêtes, vide-greniers...) suivi des demandes d'hébergements et restauration. En 5^{ème} position, on retrouve les demandes de randonnées (pédestre, VTT et équestre), puis les visites guidées.



Pour les groupes

L'Office de Tourisme propose des visites guidées pour les groupes tout au long de l'année.

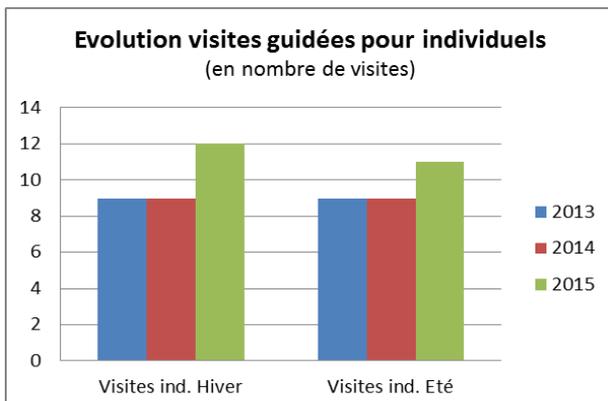


En 2015, on observe une nette augmentation du nombre de visiteurs accueilli en visites guidées, **+44%** par rapport à 2014 (+15% par rapport à 2013).

On comptabilise 62 visites pour les groupes en 2015, soit 2 338 participants (1 421 participants en 2014) et un CA de 9 372€.

Bretagne Buissonnière est régulièrement sollicitée pour compléter les prestations en doublon ou certains week-ends.

Pour les individuels



En 2015, on note une hausse du nombre de visiteurs accueillis en visites guidées effectuées pour les individuels **+28%** par rapport à 2014. Le CA atteint 1 107€.

En période estivale :

Le nombre de visites a augmenté ainsi que le nombre de participants qui est passé de 69 à 179 personnes. Nouveauté 2015 : lancement des visites flash (45 min.), les mardis à 10h30 avec la découverte d'un seul monument : « Collégiale » ou « parc du château ». La visite complète avait lieu les jeudis comme les années précédentes.

En hiver, pendant les illuminations :

L'Office de Tourisme a effectué 3 visites par semaine les mercredis, vendredis et samedis. Le nombre de visites a augmenté contrairement au nombre de participants -27%. Le changement d'horaire, 16h30 au lieu de 17h30 pour éviter la foule, a impacté cette fréquentation.



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 contribué à améliorer la notoriété de Rochefort-en-Terre.

Des reportages TV ont eu un impact indéniable avec des retours directs sur l'ensemble du Pays de Questembert notamment sur l'hébergement et la restauration.

Voir vidéo « Suivez le guide à Rochefort-en-Terre » juillet 2015 : <http://bit.ly/youtube-VG-2015>



Animation du réseau de partenaires

Les rendez-vous numériques

Depuis 4 ans, l'Office de Tourisme a engagé une démarche de sensibilisation et d'accompagnement des professionnels du tourisme sur le numérique.

Nouveauté : formule à la carte

Pendant 3 ans, l'Office de Tourisme a proposé des ateliers en groupe. Cette année, l'OT propose un accompagnement **plus individualisé** sous la forme de rendez-vous personnalisés afin de mieux répondre aux attentes des professionnels.

Avantages de cette nouvelle formule : plus ciblée sur les besoins, plus de flexibilité, possibilité à domicile...



Un service 100% personnalisé



Tarifs :

- 1 rendez-vous personnalisé : 60€
 - 2 rendez-vous personnalisés : 100€
 - 3 rendez-vous personnalisés : 150€
- (1 rdv = 3h30 d'accompagnement personnalisé)

Nombreuses thématiques proposées :

- maîtriser sa e-réputation et tirer profits des avis clients (Tripadvisor)
- optimiser sa communication sur les réseaux sociaux (Facebook, Instagram, Twitter... au choix)
- améliorer sa relation client par l'e-mail (signature pro, réponses standardisées)
- réaliser une campagne d'e-mailing (Mailjet)
- optimiser son référencement en créant une page Google + local
- créer son site web avec Jimdo (au moins 2 à 3 rdv)
- améliorer ses contenus web (photos, vidéos, rédaction web... au choix)
- suivre la fréquentation de son site avec Google Analytics
- Autres thématiques possibles à définir...

Rappel :

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



Animation du réseau de partenaires

Espace pro

L'animation du réseau des professionnels et partenaires étant une des priorités de l'Office de Tourisme, un site dédié à ces derniers a été créé et mis en ligne début 2015. Ce lieu d'échange et d'information permet aux professionnels de trouver des contenus pratiques sur : la taxe de séjour, les labels, les rdv numériques, des liens vers les observatoires partenaires ... Cet espace permet également d'améliorer la lisibilité des actions de l'Office de Tourisme.

The screenshot shows the 'Espace pro' website for Rochefort-en-Terre Tourisme. The header includes the logo, 'SITE PUBLIC | NOUS CONTACTER | DEVENIR PARTENAIRE', and 'BRETAGNE'. A search bar is located on the right. The navigation menu includes 'Rocheport-en-Terre Tourisme', 'Hébergement', 'L'E-tourisme', 'Labels', 'Communication', and 'Pratique'. A prominent button reads '> ANNONCEZ VOTRE MANIFESTATION'. Below it, text asks if the user is a tourist structure or association in the Pays de Questembert and offers assistance. An orange button says 'Annoncez votre animation'. A section titled 'DATES À RETENIR' shows 'Pas d'événements actuellement' and a link '> VOIR TOUTES LES DATES'. The Questembert Communauté logo is also visible.

Enfin, cet espace permet aussi aux associations du Pays de Questembert d'annoncer leurs animations. 5 000 visites totalisées en 2015.

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

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

L'objectif est d'informer, de partager et d'échanger sur les actions, les missions de l'Office.



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



Animation du réseau de partenaires

Newsletters



Chers partenaires,

Trois lettres d'informations à destination des professionnels du tourisme et partenaires de Rochefort-en-Terre Tourisme ont été envoyées en 2015.

Taux d'ouverture d'environ 50%

Retrouvez toutes les newsletters sur notre espace pro :

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

Formations

Les formations mutualisées : un programme de plus de 50 formations accessibles 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 2015, 22 jours de formations ont été effectués par les 6 salariés de l'Office de Tourisme :

- Créer son activité commerciale
- GPEC
- Accueil et force de vente
- Positiver dans son environnement
- Reporter de territoire
- Rédaction web
- Tourisme et Handicap
- Développer sa créativité : des idées aux projets

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 l'Office de Tourisme.

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

Sur la période de perception 2014-2015, les recettes s'élèvent à :

- Période Hiver (1er octobre 2014 à 31 mars 2015) : 2 265.20 €
- Période Été (1er avril au 30 septembre 2015) : 18 800 €

60% des hébergeurs ont perçu et reversé la taxe de séjours sur cette période.

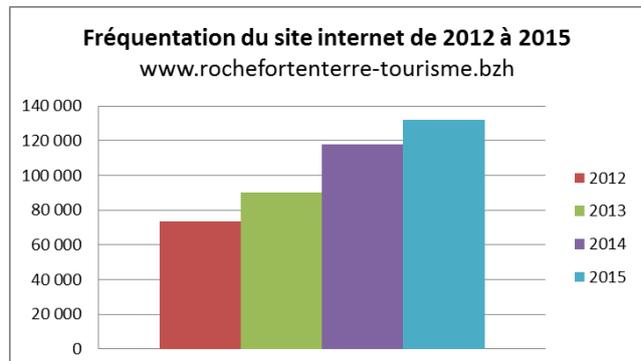
La perception de cette taxe de séjour peut donc être optimisée pour envisager des actions d'intérêt touristique sur le territoire.



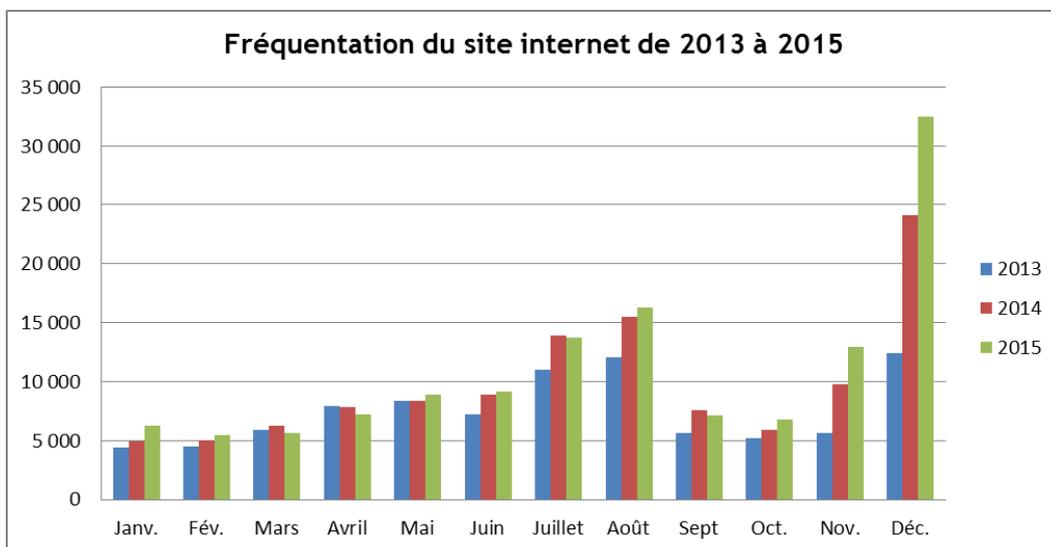
Le site internet

La fréquentation du site internet de l'Office : www.rochefortenterre-tourisme.bzh est en hausse constante depuis 2012.

En 2015, on observe une augmentation de 12% par rapport à 2014 (+80% par rapport à 2012) avec quasiment 135 000 connexions, correspondant à 430 000 pages vues.



Le passage du .com au .bzh a pénalisé le référencement naturel du site sur les moteurs de recherche impactant la fréquentation en début d'année.

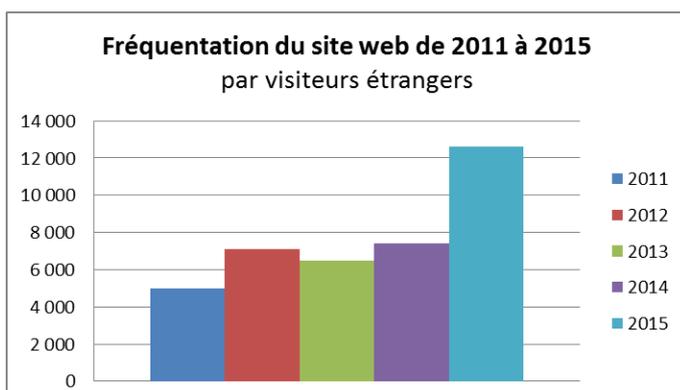


On observe une légère hausse pour le mois d'août (+5%) par rapport à 2014.

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 (+33%) et décembre (+35%). La page www.rochefortenterre-tourisme.bzh/feerie-noel-rochefort-en-terre/ comptabilise plus de 29 000 vues en 2015 (6 300 vues en 2014).

Les connexions via les réseaux sociaux ont augmenté de 10% entre 2014 et 2015.

Fréquentation du site internet par origine géographique



En 2015, les étrangers représentent 10% de la fréquentation du site internet.

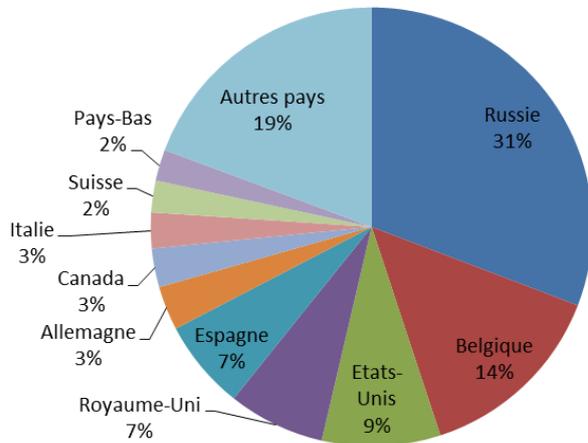
On note une forte hausse du nombre de visiteurs étrangers en 2015 passant de 7 412 à 12 629 connexions soit une hausse de 70% par rapport à 2014.

La plus forte augmentation concerne les visiteurs russes passant de 134 à 3 893 connexions entre 2014 et 2015.



Origine géographique des visiteurs étrangers 2015

(Site : www.rochefortenterre-tourisme.bzh)



Pour la 1^{ère} fois, La Russie arrive en 1^{ère} position des internautes étrangers, loin devant la Belgique (en 1^{ère} place habituellement) qui représente 9% des visiteurs étrangers.

En 3^{ème} place, on trouve les Etats-Unis juste devant le Royaume-Uni et l'Espagne qui représentent chacun 7% des internautes étrangers.

La traduction du site en Espagnol devrait permettre d'attirer plus d'internautes hispanophones et surtout mieux répondre à leurs attentes (patrimoine...).



Sur les 10 premières villes françaises, 8 font partie du Grand-Ouest.

La Bretagne étant la première destination courts-séjours en avant saison, notre territoire en bénéficie pleinement.

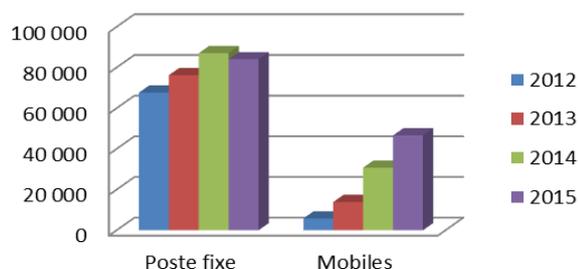
Les pages les plus consultées :

En 2015, on comptabilise 430 000 pages vues, les plus consultées sont :

- | | |
|-------------------------|---------------------------|
| 1. Féerie de Noël | 6. Restaurants |
| 2. Sortir/Agenda | 7. Hôtels |
| 3. Artisans d'art | 8. Locations |
| 4. Chambres d'hôtes | 9. Marchés et producteurs |
| 5. Randonnées pédestres | 10. Boutiques |

Fréquentation du site sur les mobiles

Fréquentation du site internet



Les connexions via les appareils mobiles (tél. portable et tablette) sont en forte croissance sur la version responsive de notre site internet puisque nous enregistrons une **hausse de 51%** entre 2014 et 2015, (+700% par rapport à 2012) avec quasiment 47 000 connexions.

A l'inverse les connexions depuis un poste fixe sont en légère baisse (-3%).



En 2015, les connexions via les tél portables sont en forte augmentation **+77%*** (28 558 connexions) ainsi que celles des tablettes avec **+ 26%*** (18 093 connexions).

*Evolution par rapport à l'année 2014.



Visibilité 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.



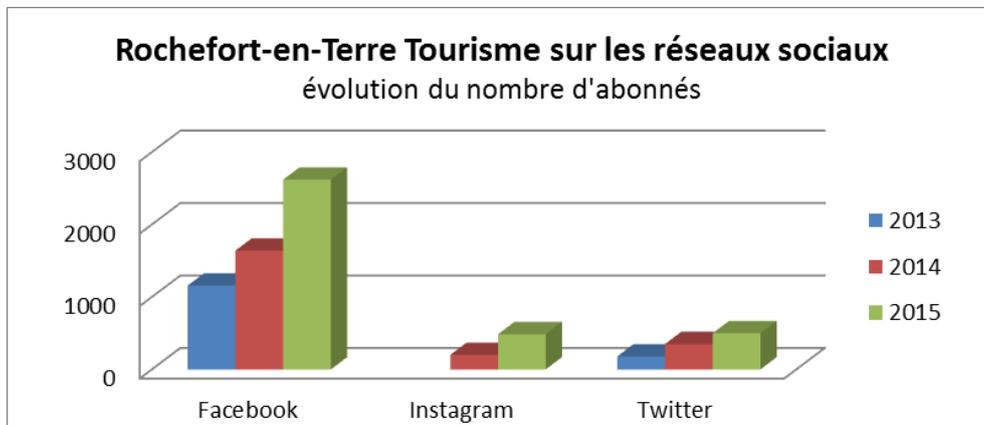
Dans le cadre de la démarche d'Office de Tourisme de France « Voyagez en France avec les Offices de Tourisme », l'Office de Tourisme anime la page dédiée à la structure et au territoire. L'objectif étant de rendre notre territoire visible sur le site national www.tourisme.fr

Les réseaux sociaux

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

Objectifs : tisser des liens réguliers avec les visiteurs internautes, développer les partenariats, accroître sa visibilité, diffuser des messages...

Rochefort-en-Terre Tourisme est présent sur plusieurs réseaux sociaux dont les 3 principaux :



Facebook fait partie des réseaux sociaux les plus fréquentés et les plus puissants.

Sachant que la plupart des messages Facebook portent sur les voyages et les vacances, le positionnement de l'Office de Tourisme sur cet outil est à renforcer pour valoriser le territoire et mieux le vendre.

On note une belle progression du nombre de fans sur la page Facebook Rochefort-en-Terre Tourisme avec + 60% en un an, passant de 1640 fans en janvier 2015 à 2619 fans fin 2015.



Avoir une page Facebook dynamique implique du contenu, des publications de photos, vidéos, partage d'informations...

Rejoignez nous vite : www.facebook.com/rochefortenterretourisme



Instagram



Cette application permet de partager **photos** et **vidéos**, avec plus de 400 millions d'utilisateurs actifs depuis fin 2015. Le réseau social dépasse désormais Twitter.

Instagram c'est 80 millions de photos partagées chaque jour !
Une image vaut 1000 mots

Depuis août 2014, Rochefort-en-Terre Tourisme est présent sur Instagram, le compte de l'Office de Tourisme comptabilisait 485 abonnés fin 2015 soit une hausse de 143% par rapport à 2014.

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**. Fin 2015, notre compte Twitter comptabilisait **500 followers** (abonnés). On note une hausse de 43% en un an, soit 150 abonnés de plus. Suivez-nous sur :

https://twitter.com/RET_TOURISME

Rochefort-en-Terre Tourisme est également présent sur :



Les avis clients



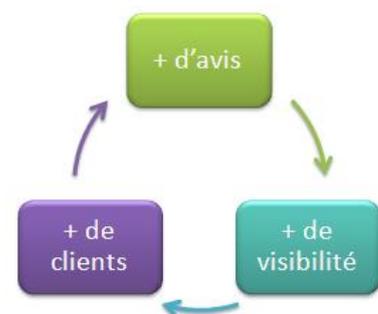
De nombreuses études montrent que les avis clients influencent fortement les touristes dans leur choix de destination c'est pourquoi la gestion des avis fait désormais partie des nouvelles missions de l'Office de Tourisme.

Depuis 2015, l'Office de Tourisme gère la fiche Tripadvisor "Rochefort-en-Terre" (site historique). Il répond désormais à tous les avis clients qu'ils soient positifs ou négatifs. A ce jour, nous avons rédigés **une centaine de réponses personnalisées**.

On observe que les avis sur notre "Petite Cité" sont très positifs :

Évaluation de visiteur

Excellent	<div style="width: 80%;"></div>	195
Très bon	<div style="width: 30%;"></div>	104
Moyen	<div style="width: 5%;"></div>	5
Médiocre	<div style="width: 0%;"></div>	1
Horrible	<div style="width: 0%;"></div>	1



Inciter les visiteurs à laisser un avis et remercier ceux qui prennent le temps de le faire, contribue à fidéliser et à améliorer la visibilité de notre territoire sur le web. Les avis font désormais partie du cycle de réservation d'un séjour.

Consulter la fiche Tripadvisor : <http://bit.ly/tripadvisor-rochefortenterre>

NB : Tripadvisor est désormais le plus gros apporteur d'affaire des hôteliers



Nos éditions

Parcours découverte

Pour répondre à la majorité des demandes des visiteurs et pour valoriser le patrimoine de notre territoire, l'Office de Tourisme édite depuis fin 2013 un document nommé "Parcours découverte". Il regroupe les circuits du patrimoine bâti de Rochefort-en-Terre, Questembert et La Vraie-Croix, et présente les principales thématiques du territoire : marchés, équipements et loisirs, activités de loisirs nature...

Ce document est édité à 35 000 exemplaires et est diffusé dans notre bureau d'accueil, lieux publics, commerçants...



La diffusion sur les sites touristiques de proximité est planifiée lors de la bourse d'échange du CDT et complétée par le diffuseur OCTAVE. Près de 400 sites sont alimentés en brochures du territoire.

Les circuits du patrimoine de Rochefort-en-Terre, La Vraie-Croix et Questembert ont été traduits en langues étrangères (anglais et espagnol). Le circuit de Rochefort-en-Terre a également été traduit en italien.



Guide Hébergement-Restauration 2015

Le guide hébergement-restauration a été édité en 2015 à 4 000 exemplaires. Ce guide est diffusé tout au long de l'année dans nos bureaux d'accueil et chez nos partenaires.

Pour la période de Noël, l'Office de Tourisme réalise en interne une brochure intitulée « Où se restaurer ? décembre 2015 » afin de répondre aux nombreuses demandes lors des illuminations et faire en sorte que le territoire de proximité bénéficie de l'afflux de visiteurs sur Rochefort-en-Terre.



Agendas des festivités

Pour la 3ème année, Rochefort-en-Terre Tourisme, a sorti un agenda des animations estivales de juin à septembre.

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

L'Office de Tourisme édite également des agendas en interne pour les périodes d'automne, d'hiver et de printemps. Ils sont actualisés régulièrement.





Guide des visites et loisirs et guide des vacances

Cette édition est réalisée en interne et distribuée à la demande dans nos deux bureaux d'accueil ainsi que par courrier et mail. Il permet de valoriser les partenaires de l'Office de Tourisme :

- parcs de loisirs et zoos
- croisières dans le Golfe du Morbihan et sur la Vilaine
- musées
- centres équestres
- artistes et artisans d'art
- boutiques...

Cette brochure est également téléchargeable sur notre site internet.



Sets de table



En 2015, l'Office de Tourisme a édité 2 sets de table : une version été et une version hiver (nouveau).

L'objectif de ces sets de tables est de montrer un territoire dynamique en valorisant les animations, aussi bien auprès des locaux que des touristes.

Ils ont été proposés gratuitement aux restaurateurs du territoire et de proximité.

Été 2015 : set de table imprimé recto-verso (juin/juillet - août/sept).

Nombre : 30 000 exemplaires.

Hiver 2015 : "En attendant Noël" édité à 8 000 exemplaires, permet de valoriser les animations du territoire en cette période de l'année.

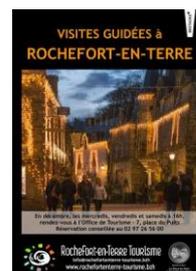


Promotion des visites guidées



L'Office de Tourisme réalise en interne une brochure pour les groupes avec une offre de visites guidées sur notre territoire. Celle-ci est diffusée auprès des autocaristes et sur demande.

L'Office crée également des affiches pour promouvoir les visites guidées proposées aux individuels en période estivale, ainsi que pendant la féerie de Noël à Rochefort-en-Terre.



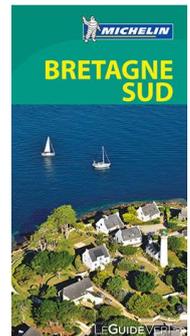


Relation avec les médias

Toute l'année, Rochefort-en-Terre Tourisme communique son actualité via des communiqués destinés à la presse écrite, radios et TV locales, mais assure aussi la mise à jour des guides touristiques.

Au cours de l'année 2015, dans le cadre d'un partenariat avec le Comité Départemental du Tourisme (CDT) et le Comité Régional du Tourisme (CRT), l'Office de Tourisme a pu mettre en avant certaines thématiques du territoire.

- en janvier, mise à jour des textes pour l'édition 2016 du Petit Futé (édition papier et Web)
- en mars, mise à jour des textes pour le Guide Vert Bretagne Sud 2016
- en avril, mise à jour des textes pour l'édition « La France à moto » du Petit Futé
- en mai, rédaction de textes pour le site internet Guide Tourisme France
- en juin, proposition de textes pour la publication « Guide estival Bretagne Sud » de l'Obs
- en novembre, mise à jour de textes et envoi de visuels pour le Guide Gallimard Bretagne 2017



Relation avec les blogueurs

Les blogueurs, des relais efficaces dans la communication

Cette année encore, quelques blogueurs et photographes ont communiqué sur la féerie des illuminations à Rochefort-en-Terre. Ce sont souvent des particuliers qui écrivent des articles, mais surtout, publient de nombreuses photos qui ont un impact certain.

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

Quelques exemples :

<https://carnetsdunebretonne.wordpress.com/2015/12/02/rochefort-en-terre-ses-illuminations/>

<https://dedecouvertesendecouvertes.wordpress.com/2016/02/02/rochefort-en-terre/>



www.bebreizh-blog.bzh/ est le blog officiel du Tourisme en Bretagne. A travers ce blog, retrouvez une sélection des meilleurs articles écrits par des blogueurs et qui traitent de la Bretagne. Chaque semaine une sélection d'articles à la une, classés par thématiques et destinations.



Salons

Les participations de l'Office de 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 Lille**

Les 23, 24, 25 janvier (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'événementiel

- **Salon International du Tourisme de Nantes**

Les 27 et 28 février et 1^{er} mars (sur le stand des Petites Cités de Caractère de Bretagne) :

- bassin de clientèle de proximité, valorisation des courts séjours



- **Salon de la Randonnée à Rennes :**

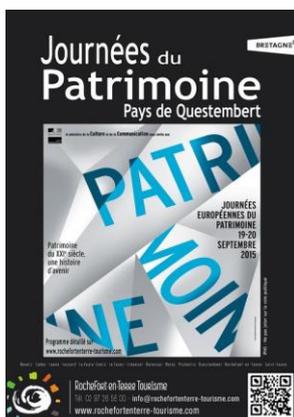
Les 6, 7 et 8 mars : valorisation des activités de pleine nature auprès du plus gros bassin de clientèle français. Partage de la banque avec le Pays Touristique de Vannes-Lanvaux sur le stand du Morbihan.



Partenariats

Avec la commune de Questembert :
Festives Halles le 29 août 2015 :
Gestion des inscriptions au concours
d'effouche-pichons, recherche de lots,
grille de notation...

**Avec l'Asphodèle, l'Office Municipal
de la Culture et des Loisirs et divers :**
Billetterie concerts, spectacles, festival...



Les Estivales

(samedis sous les halles de Questembert)

25 juillet - Journée balades, jeux,
contes et musique (à partir de 10h)

1^{er} août - Fest-Noz avec Diskuiz et Tan Noz

8 août - Musique et danse orientale avec
Sami Kassab et 2 danseuses orientales

22 août - Concert de flamenco mexicain
avec Paloma Negra

Animations intercommunales

Les Mardis de Pays

7^{ème} édition sur 7 communes
de la Communauté de Communes.
7 mardis du 7 juillet au 25 août 2015
(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 2015 : « Patrimoine du XXI^{ème}
siècle, une histoire d'avenir »
les 19 et 20 septembre 2015 sur tout
le territoire circuits découverte
du patrimoine, expositions,
visites guidées, randonnées...

Ateliers d'artistes

Sous l'impulsion de Rochefort-en-Terre
Tourisme, une vingtaine d'artistes de
Questembert Communauté et Arc Sud
Bretagne ont ouvert leurs ateliers au public
durant le week-end du 3 et 4 octobre 2015.
L'objectif étant de faire découvrir
leurs univers et faire connaître
leur travail.



OFFICE DE TOURISME

7. Place du Puits

56220 ROCHEFORT EN TERRE

COMMENTAIRE DES COMPTES 2015

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

Produits.....	331 910 €
Charges.....	- 309 735 €
Excédent	22 175

2) **La trésorerie** et divers actif se situent à 124 519 €
pour des dettes à couvrir de - 36 282 €
Ce qui ressort un fonds de roulement positif de.....88 237 €

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

Fonds de roulement au 31/12/2014	+ 69 821 €
Bénéfice de l'exercice 2015	+ 22 175 €
Dotations aux amortissements.....	+ 1 739 €
Achats Ordinateurs	- 4 237 €
Achat appareil photo	- 771 €
Achat armoire + chaises	- 490 €
Fonds de roulement au 31/12/2015	+ 88 237 €

4) **Observations :**

Le fonds de roulement positif de 88 237 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 2015 dont l'objectif permet une gestion plus régulière de l'Office (la réserve correspond à 104 jours de charges)

Fait à Questembert
Le 02 Mars 2016

Sébastien NOGRE
Expert-Comptable



ROCHEFORT EN TERE TOURISME COMPTE DE RESULTAT ANALYTIQUE 2015

	ANNEE 2015		ANNEE 2014	
	CHARGES (€)	PRODUITS (€)	CHARGES (€)	PRODUITS (€)
FONCTIONNEMENT	283 518	305 020	274 649	311 453
Adhésions (CAPLE, associations, écoles)		5 160		6 328
Ventes comptoir-billetterie-produits divers		1 077		2 499
Subvention fonctionnement		268 000		271 000
Salaires et charges	190 725		189 378	
Salaires et charges (personnel CDC)	29 114		28 231	
Subvention indirecte (Mme MALRY)		29 114		28 231
Déplacements Personnel (6 salariés+stagiaires)	6 349		6 578	
Déplacements Membres du CA	-		85	
Taxes déclarées - Agefos ...	1 521		1 421	
Formations et stagiaires	6 814		5 741	
Matériel, fournitures, maintenance photocopieur	16 863		11 425	
Telephone, affranchissement Doc	5 660		5 416	
Honoraires cabinet de gestion	3 720		3 486	
Assurances	966		940	
Cotisations	1 668		1 446	
Loyer versé à la municipalité	13 928		14 066	
Charges locatives (Eau,EDF,Poubelles)	3 298		3 429	
charges divers ,amort / produits fin. / prod. Except.	2 893	1 669	3 008	3 394
ANIMATIONS	8 343	15 239	8 021	9 584
Soirées estivales	4 924		4 556	
Couleurs de Bretagne				
Visites guidées		10 609		6 474
prestations Visites guidées	2 095		1 062	
Animations Intercommunales Mardis de Pays	1 325		2 403	
Autres Frais Animations				
Pack numérique + pub web		4 630		3 110
PROMOTION/COMMUNICATION	17 874	11 651	24 682	13 216
Guide hébergement	-		3 651	
Adhésions hébergements + Com Référentiel - CH		10 064		8 874
Achat monnaie Paris/Ventes		1 232		2 040
Édition guide touristique topoguide	10 883	355	5 929	2 202
Promotion OT (Radio, encart pub, salons etc	6 414		7 987	
Banderoles Crédit Agricole		-		100
Création - mise à jour du site Internet	77		3 550	
Reportage photos	500		3 565	
TOTAUX CHARGES -PRODUITS	309 735	331 910	307 352	334 252
EXCEDENT ANNUEL		22 174		26 900



Etre plus visible, mieux informer les visiteurs, mieux accueillir... et surtout rendre le « territoire consommable »

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 même 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 :

Réactualisation d'un agenda des animations estivales recensant les manifestations de juin à septembre 2016. Un nombre d'exemplaires supplémentaire sera réalisé pour une diffusion mutualisée avec les bulletins municipaux/communautaire pour mieux informer la population locale.

Pour répondre plus précisément aux demandes, le guide hébergement-restauration sera décliné en typologies (restauration, hébergements à la nuitée, hébergements à la semaine, campings).

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

Réflexion sur une refonte de la page d'accueil 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 offrir une meilleure visibilité des thématiques du territoire.

Reportage photos / vidéos :

Compte-tenu de l'importance actuelle des visuels/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 ...

Accueil de Blogueurs :

Des accueils de blogueurs seront organisés en mai/juin et septembre voire en décembre.

Les blogueurs, instagramers sont d'importants relais de visibilité pour les marques, et apprécient les partenariats touristiques. Ils permettent aux destinations touristiques de toucher de nouveaux publics à travers la recommandation. En vivant une expérience immersive et inédite sur le territoire, les blogueurs deviennent de vrais ambassadeurs de la destination, tout en gardant leur indépendance et leur point de vue.



Salons

- Salon de Lyon

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 Pontivy.

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

« Rendre le territoire plus consommable »

- **Courts-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 sur Questembert au départ des Halles (avec dégustation du marché) et La Vraie-Croix (avec proposition de goûter à la crêperie l'Aubépine)
- Organiser un programme de **visites guidées nature** sur la zone Natura 2000 avec Bretagne Vivante, la Réserve de Séné et Mélanie CHOUAN
- Réflexion sur la structuration globale de l'offre de loisirs nature et de découverte en lien avec le projet du Moulin Neuf, Questembert : cité équestre, la base VTT

Déménagement de l'Office de Tourisme de 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 : borne extérieure, boutique ... Début des travaux programmés à l'automne 2016.

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, des rencontres seront organisées avec les professionnels.

Par ailleurs, pour faire connaître notre territoire aux partenaires des Offices de Tourisme limitrophes, un accueil est programmé avec ceux de La Gacilly, Josselin, Malestroit, Redon et Arc Sud Bretagne (Muzillac, Damgan, la Roche-Bernard).

Poursuite des ateliers numériques

Compte-tenu de l'importance du numérique et de la visibilité de l'offre sur les moteurs de recherche, l'Office de Tourisme met en place un accompagnement personnalisé des professionnels du tourisme.



	CHARGES (€)	PRODUITS (€)
FONCTIONNEMENT	294 200,00	0,00
Salaires et charges (salariés et stagiaires)	-	
<i>Salaires</i>	200 000,00	
<i>Complémentaire santé</i>	1 000,00	
<i>Saisonniers ERASMUS</i>	2 000,00	
<i>Stagiaire « Mise en Tourisme site NATURA 2000 / Ardoisières »</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>	1 500,00	
<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>	5 000,00	
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	3 800,00	
Assurances	1 000,00	
Cotisations (CDT, OTB, OTF, PVL, ...)	-	
<i>Cotisations Réseaux Touristiques</i>	2 000,00	
Aménagement des locaux	1 200,00	
Charges Locaux	-	
<i>Loyers</i>	15 500,00	
<i>Charges locatives</i>	6 500,00	
<i>Ménages</i>	1 500,00	



FMA et Animations prestataires	2 700,00	
Patrimoine (Journées Nationales, expositions...)	200,00	
Animations Intercommunales		
<i>Mardis de Pays</i>	1 500,00	
<i>Communication</i>	500,00	
<i>Diverses (Noël ...)</i>	500,00	
Promotion - Communication	27 300,00	
Éditions		
<i>Réédition numérique topoguide rando</i>	800,00	
<i>Agenda détaillé des animations estivales</i>	3 700,00	
<i>Carte découverte du territoire</i>	3 000,00	
<i>Présentoirs doc (comm, équipements CCPQ...)</i>	3 000,00	
<i>Sets de table (Estivales et décembre)</i>	3 300,00	
<i>Autres impressions (circuits découverte, flyers)</i>	3 000,00	
Diffusion doc	2000,00	
Salons avec PCC	800,00	
Outils numériques (site internet, 2isr...)	2500,00	
Achat produits dérivés (cartes postales, parapluies...)	2200,00	
Reportage photos et vidéos		
<i>Photos / Vidéos</i>	3000,00	
Subventions		296 000,00
Subvention fonctionnement		270 000,00
Subvention indirecte (<i>Véronique</i>)	-	26 000,00
Recettes propres à l'OT		28 200,00
Adhésions (CAPLE, associations, écoles)		5 000,00
Adhésions PACK numérique		800,00
Adhésions hébergements		9 000,00
Vente produits dérivés		300,00
Publicités		3 500,00
Monnaie de Paris		1 100,00
Comptoir		1 500,00
Visites guidées		7 000,00
TOTAL	324 200,00	324 200,00



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

13, 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
13 rue des Halles