



Rochefort-en-Terre Tourisme
Pays de Questembert

BRETAGNE 

Assemblée Générale - 31 mai 2017
Rapport d'activité 2016





	Page
Rapport moral.....	3
Organigramme.....	5
Conseil d'Administration.....	6
Fonctionnement.....	7
• Financement	
Village Préféré des Français.....	8
Accueil et fréquentation.....	10
• Quelques chiffres pour 2016	
• Evolution du nombre de visiteurs et demandeurs	
• Demandeurs par origine géographique et nature des demandes	
• Etude Reflet Bretagne : enquête tourisme 2016	
Visites guidées.....	15
Animation du réseau de partenaires.....	16
• Les rendez-vous numériques	
• L'espace pro / groupe Facebook et éductours	
• Taxe de séjour	
Promotion - Communication.....	18
• Site internet	
• Réseaux sociaux / avis clients	
• Nos éditions	
• Relation avec les médias, blogueurs et les salons	
Animations 2016.....	25
Rapport financier 2016.....	26
Projets 2017.....	28
Prévisionnel 2017.....	30



C'est la première fois que nous réunissons notre Assemblée Générale à Limerzel et nous sommes ravis d'être ici ce soir. Nous remercions vivement Gilbert Perrion, Maire de la commune, de bien vouloir nous accueillir.

Cette année restera une année exceptionnelle dans les annales de notre Office de Tourisme après l'élection de **Rochefort-en-Terre** comme **Village Préféré des Français en 2016**. Je remercie très sincèrement Morgane Production et Stéphane Bern d'avoir sélectionné une commune de notre territoire pour l'édition 2016 de leur émission diffusée sur France 2. Etre remarqué d'une chaîne de télévision et bénéficier d'un direct sur antenne (4M téléspectateurs) est une véritable aubaine qui nous fournit là une occasion inespérée de communiquer. Merci également à Jean-François Humeau, Maire de Rochefort-en-Terre, et à son conseil municipal, d'avoir saisi cette chance en acceptant de concourir à cette élection.

Notre participation à cette manifestation, dès son annonce, a immédiatement engendré **une grande émulation au sein de notre équipe de salariés** qui s'est mobilisée pour gagner. Tous ont spontanément fait preuve de disponibilité et de réactivité pour adapter leur planning de travail et leurs tâches ; tous ont témoigné d'initiative et de créativité. Au nom du Conseil d'Administration, je tiens à les remercier d'avoir géré cet événement, et ses conséquences, sans aucune enveloppe budgétaire mais avec professionnalisme et ingéniosité. Leur relationnel, leur connaissance et leur maîtrise des nouveaux outils de communication se sont avérés particulièrement efficaces dans la conception et la mise en ligne de vidéos ou dans la rédaction de publications sur les réseaux sociaux pour inciter au vote. Leurs efforts ont été **relayés par le réseau des professionnels du tourisme et notamment par les offices de tourisme**. Saluons aussi **le soutien des partenaires et l'assistance des institutionnels** - MORBIHAN TOURISME et le C.R.T. BRETAGNE - qui valorisent notre destination et nous accordent plus de visibilité (ex : Les Incontournables, Escales Morbihan,...). Merci à tous de votre coopération et de votre solidarité. De notre côté, nous constatons que, depuis cet événement, notre office a gagné en légitimité auprès des professionnels comme des institutionnels, sur notre territoire et à l'extérieur.

L'impact médiatique de cette manifestation a des conséquences indéniables sur **l'activité touristique du Pays de Questembert et au-delà** avec une forte **hausse de fréquentation de nos visiteurs** alors que, selon l'enquête de conjoncture Atout France, le bilan touristique est plutôt mitigé cet été en France. Plusieurs offices voisins nous assurent avoir comptabilisé une fréquentation record en 2016 et en attribuent la cause à cette élection (La Roche Bernard, La Gacilly, Damgan,...) ! Cette année nous avons donc eu le plaisir d'être au cœur de l'actualité et d'en faire bénéficier les territoires voisins !

Dans nos bureaux, dès le lendemain de l'émission du 7 juin, la fréquentation et la demande explosent (demandes au guichet, par mail, téléphone, etc...). Ce flux restera soutenu pendant tout le 2ème semestre, voire difficilement gérable en plein été. En août, par exemple, c'est près de 12 000 passages accueillis à Rochefort-en-Terre, soit une moyenne journalière de 400 personnes avec des pics atteignant les 600. C'est essentiellement la clientèle de proximité et française qui fait gonfler nos chiffres, la clientèle internationale ayant tendance à baisser (15 % en 2015 et 10 % en 2016).

Afin de continuer d'assurer nos missions d'accueil correctement malgré une telle affluence, nous avons recruté Amandine Hervé dès le 4 juillet. Nous avons escompté sur une hausse des recettes des visites guidées pour nous aider à financer ce poste qui, bien sûr, n'avait pas été budgétisé. **Nos visites guidées** connaissent un franc succès en été et se développent pendant les illuminations de Noël à Rochefort-en-Terre. Les autocaristes sont plus nombreux (130 cars en 2016) et leur demande est croissante (200 en 2017). Elle exige la mise en place d'un programme à la journée qui **valorise tout le territoire**. Nos suggestions : découverte de Rochefort-en-Terre, Questembert, La Vraie Croix, déjeuner à Limerzel,... Au final, une visite guidée ne se résume pas uniquement à l'accompagnement d'un groupe. C'est toute une organisation et une gestion administrative : en aval, solliciter les autocaristes, proposer un programme, se documenter,



puis, gérer des plannings, éditer des devis, relancer, facturer, etc... En 2016, nous avons réalisé un C.A. de 17 000 € (5 000 participants). Un coup de chapeau à tous pour ce beau résultat.

Nous avons mis en place deux nouveautés sur le territoire cette année :

- des **balades gourmandes** à Questembert ou La Vraie Croix ;
- 3 circuits de **géocaching** (Étang de Célac, Moulin Neuf, la Vallée de l'Arz). Cette activité ludique s'adresse aussi bien aux passionnés qu'aux familles avec enfants ou aux scolaires. Quelques améliorations seront à prévoir, notamment pour la gestion des GPS. J'espère aussi que nous pourrons proposer d'autres circuits prochainement.

Des nouveautés également dans nos éditions 2016 :

- en partenariat avec MORBIHAN TOURISME, nous avons réalisé :
 - un **reportage photos**
 - une **carte touristique** plaçant Rochefort-en-Terre au centre du territoire et indiquant les incontournables dans un rayon d'environ 30 km autour de la cité.
- et, en interne : des **guides «à la demande»** répondant à des thématiques (patrimoine, hébergements...) ou à des besoins saisonniers (les animations, les activités de loisirs).

L'élection «Village Préféré des Français en 2016» a posé, de suite, un certain nombre de questions et de réflexions. A court terme, Questembert Communauté, les professionnels et les institutionnels ont travaillé ensemble pour faire face et apporter des solutions pratiques et urgentes (parkings, signalétique,...). A plus long terme, une réflexion s'impose notamment sur la gestion des flux ou l'accueil, mais aussi sur les retombées économiques escomptées sur l'ensemble du territoire. Je citerai Mme Martin, Maire de Questembert, dans l'édito de juin 2016 du bulletin municipal : *«le tourisme sur notre territoire doit désormais être considéré comme un des possibles moteurs de l'économie locale et son développement comme un axe de construction de l'identité de notre territoire»*. Nous sommes ravis que nos élus communautaires aient développé une réflexion sur ce point et qu'ils aient décidé de mettre en place un **contrat d'attractivité touristique** (C.A.T). Après avoir défini une stratégie de développement du tourisme de notre pays autour de certains axes ou thèmes, nous pourrions prétendre bénéficier d'aides départementales pour réaliser des projets de développement. La structuration de l'offre touristique autour du Moulin Neuf est un des maillons de cette stratégie. A partir de ce site, nous devrions **développer un pôle touristique fort** pour ensuite **optimiser les retombées économiques sur tous** (capter les visiteurs et les faire rayonner sur l'ensemble du territoire). En même temps, l'idée est de proposer une complémentarité avec le littoral et une offre qui nous caractérise par rapport aux territoires de proximité. Merci aux élus de s'appuyer sur les compétences de l'Office de Tourisme et de son directeur pour participer aux travaux d'aménagement du Moulin Neuf ou pour rédiger ce C.A.T. Ce choix témoigne de leur confiance. Il implique bien évidemment quelques redistributions des tâches au sein de notre équipe.

Enfin, développer notre offre touristique nécessite d'ajuster nos stratégies aux nouveaux comportements des touristes. Nous remercions Mme Jessica VISCART, responsable du Pôle Observatoire du Comité Régional Tourisme Bretagne, d'avoir bien voulu se joindre à nous ce soir pour nous exposer l'objet de l'étude «REFLET» mise en place par le CRT Bretagne. Le contenu de ce travail et ses conclusions pourront nous aider à définir nos stratégies, notamment en matière de marketing ou de commercialisation.

Merci à André Fégeant, Président de QUESTEMBERTE COMMUNAUTE, à son bureau et à son équipe de la confiance qu'ils nous accordent pour diriger notre Office de Tourisme et de l'aide financière qu'ils nous apportent - aide indispensable à notre fonctionnement.

Voilà, brièvement présentés les « moments forts » de l'année 2016. Aux remerciements déjà formulés, je voudrais terminer en saluant la confiance et le soutien des administrateurs autour de moi et les remercier de consacrer du temps à la bonne marche de notre Office de Tourisme.

Colette Lherault, Présidente



Le Conseil d'Administration

constitué en collèges
(page suivante)

Le Bureau

est élu par le Conseil d'Administration :

Présidente : Colette LHÉRAULT - LIMERZEL

Vice-présidentes : Annie MUNOZ - ROCHEFORT-EN-TERRE

: Bénédicte LAMBERT - ROCHEFORT-EN-TERRE

Secrétaire : Jean-Pierre BOYER - QUESTEMBERT

Trésorier : Jacques LETUÉ - LIMERZEL

Le Personnel de l'Office de Tourisme



Nicolas GICQUEL
Directeur



Mélanie LE GLAUNEC
Chargée des
visites guidées et
des hébergements



Sandrine DANDO
Chargée de
l'animation numérique
de territoire



Véronique VAN DEN BROEK
Chargée de la
communication



Laurence GOETINCK
Chargée
d'accueil et
de comptabilité



Véronique MALRY
Chargée des
éditions et
des animations



Amandine HERVE
Chargée de
la boutique et
des visites guidées



22 membres répartis en 3 collèges + 1 membre de droit

Le collège des professionnels

est élu en Assemblée Générale et renouvelable par tiers

Manu CHOUVELLON - Domaine de Bobéhec à La VRAIE-CROIX
Violaine FRAPPESAUCE - Epicerie Chez Violaine à PLUHERLIN
Bénédicte LAMBERT - Camping Au Gré des Vents à ROCHEFORT-EN-TERRE
Jacques LETUÉ - Auberge Limerzélaise à LIMERZEL
Dominique RIVAL - Gîte la Ferme de Brespan à LIMERZEL
Yannick THOMAZIC - Crêperie l'Aubépine à LA VRAIE-CROIX
Aline VERSCHUREN - Jak Curly à PLUHERLIN

Le collège des bénévoles

est élu en assemblée générale et renouvelable par tiers

Stéphane BATIGNE - QUESTEMBERT
Jean-Pierre BOYER - QUESTEMBERT
Alain BOZZATO - LIMERZEL
Michel CHANTEPIE - ROCHEFORT-EN-TERRE
Josiane CIVEL - MOLAC
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 - QUESTEMBERT
Jean-François HUMEAU - ROCHEFORT-EN-TERRE
Régis LE PENRU - MOLAC
Marie-Annick MARTIN - QUESTEMBERT (suppléante)
Dominique ROUILLÉ - LA VRAIE-CROIX
Joël TRIBALLIER - LE COURS

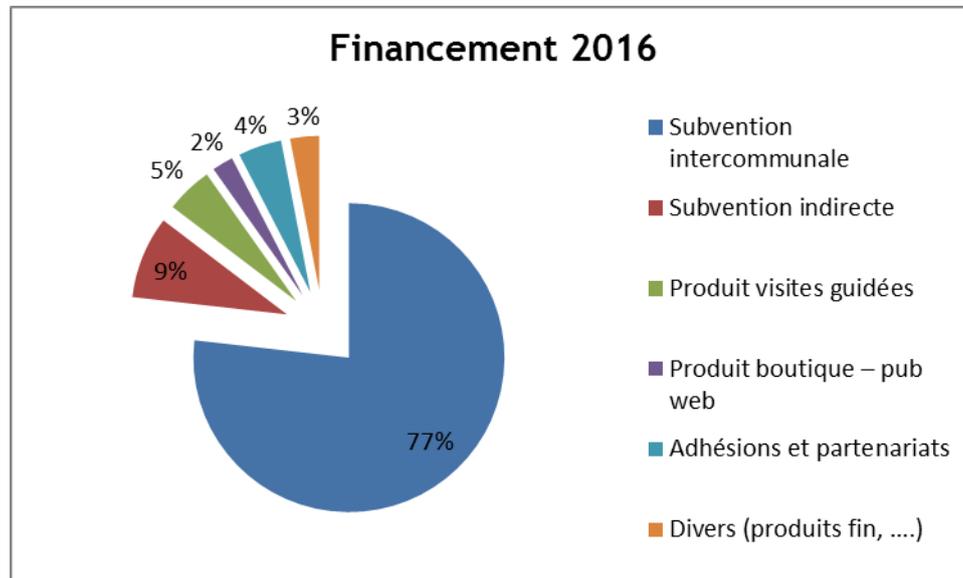


+ Un membre de droit

André FEGEANT - Président de la Communauté de Communes



Financement



Subvention intercommunale	272 000,00 €
Subvention indirecte	30 500,00 €
Produit Visites guidées	17 200,00 €
Produit boutique - pub web	7 800,00 €
Adhésions et partenariats	16 000,00 €
Divers (produits fin, ...)	10 700,00 €
BUDGET TOTAL 2016	354 200,00 €

NB : Taxe de séjour incluse dans la subvention de la collectivité (20 000€/an)

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 mais est à renouveler à chaque changement d'adresse.





Village Préféré des Français

2016 une année exceptionnelle

Les atouts de notre petite cité de caractère, retenue parmi les 13 villages en compétition, ont su séduire les internautes, qui ont voté en nombre pour Rochefort-en-Terre. L'implication de l'équipe de l'Office de Tourisme et sa capacité à fédérer a permis d'arriver en tête des votes. Après Ploumanac'h, élu « village préféré des français » en 2015, la BRETAGNE et le MORBIHAN ont de nouveau été à l'honneur.



Grâce à l'émission de Stéphane Bern diffusée sur France 2, Rochefort-en-Terre a gagné en notoriété dans les médias nationaux et internationaux, les chaînes de télévisions mais aussi dans la presse généraliste et spécialisée.

Toute l'équipe de l'Office de Tourisme a fortement contribué à cette belle réussite. Une véritable campagne de communication a été menée tout le mois de mai :

- Communication sur l'ensemble de nos réseaux sociaux (Facebook, Instagram, Twitter, Google +...)
- Création d'articles et bouton appel au vote sur notre site
- Rédaction d'une newsletter envoyée à 620 contacts
- Création d'un lien <http://bit.ly/JeVoteRochefort-en-Terre> (14 482 clics comptabilisés)
- Création et distribution d'un flyer (20 000 exemplaires)
- Création de 2 vidéos :
 - <http://bit.ly/votez-rochefort-en-terre> (2 885 vues Youtube/24 257 pers. atteintes Facebook)
 - <http://bit.ly/votez-rochefort-en-terre-2> (plus de 50 000 pers. atteintes sur Facebook)
- Gestion de l'accueil de presse (interviews, envoi photos et rédactionnel pour articles...)
- Coordination avec la société de production (Morgane Production)
- Mobilisation de l'ensemble de nos partenaires : le CDT du Morbihan, le CRT Bretagne, Le Conseil Départemental 56, les Offices de Tourisme bretons, Gîtes de France Morbihan, les croisiéristes, le Bagad de Vannes et celui d'Elven, le groupe Plantec, les artisans et commerçants du territoire... Nous les remercions tous pour leur implication.





Village Préféré des Français

Les réseaux sociaux, de puissants outils de communication :

Bilan des publications Facebook
de l'Office de Tourisme :
31 publications liées au village préféré
240 000 personnes atteintes au total
18 300 réactions, commentaires et partages
Budget : 300€ (2 publications sponsorisées)

Quelques exemples :

Rochefort-en-Terre Tourisme
Publié par Véronique van den Broek [?] · 27 mai 2016 ·

Vous êtes déjà nombreux à avoir voté, mais est-ce que ce sera suffisant? Alors, votez, parlez-en à vos amis et partagez ! (lien ci-dessous)
<http://bit.ly/JeVoteRochefort-en-Terre>

Rochefort-en-Terre sera-t-il le Village préféré des français 2016?
Nous sommes très fiers de représenter la Bretagne et nous vous invitons à voter :
<http://bit.ly/JeVoteRochefort-en-Terre> pour que...

YOUTUBE.COM

50 848 personnes atteintes

Afficher les résultats

621

50 commentaires 407 partages

J'aime Commenter Partager Hootlet

Fans de Bretagne
Publié par Eric de FansdeBretagne [?] · 27 mai, 17:57 ·

Jusqu'au 3 juin, pour l'émission "le Village préféré des français", toute la Bretagne est à fond derrière Rochefort-en-Terre :
► <http://bit.ly/JeVoteRochefort-en-Terre>
Un avant-goût, grâce à la vidéo de France 2...
#rochefortterre #villageprefere #villagepreferedesfrancais #bretagne #france2 #francetelevision #fansdebretagne #miamorbihan #jaimelafrance #jaimelabretagne #destinationbretagne #bzh #plusbeauxvillagesdefrance #petitecité... Afficher la suite

LE VILLAGE PRÉFÉRÉ DES FRANÇAIS 2016

Rochefort-en-Terre, village préféré des français 2016 ?
00:57

Plus de J'aime, de commentaires et de partages

Organique Payé
221 174 268 545

Booster la publication

4,7 K 215 commentaires 2,4 K partages

J'aime Commenter Partager

Publication Facebook Fans de Bretagne :
489 545 personnes atteintes
2 404 partages et 4 700 « j'aime »

Suite à l'élection du 7 juin, toute l'équipe de l'Office de Tourisme a fait preuve d'organisation et de réactivité en :

- augmentant les jours d'ouvertures afin de répondre à la forte affluence quasi immédiate
- développant le nombre de visites guidées pour les individuels en période estivale
- répondant aux sollicitations de la presse (envoi photos, rédactionnels, interview)



L'Office de Tourisme a également rencontré en 2016 l'Office de Tourisme de Perros Guirec-Ploumanac'h dans l'optique de créer un club des villages préférés bretons afin de mener des actions de communication conjointes dans les années à venir.

L'objectif est de créer une véritable dynamique autour du titre « *Village préféré des français* » afin de faire durer le succès. Exemples d'actions :

- participation commune lors de salon du tourisme
- création d'un flyer commun
- projet de monter des circuits de mise en valeur entre les deux villages lauréats...



Quelques chiffres pour 2016

France : baisse de 2,5% des nuitées marchandes

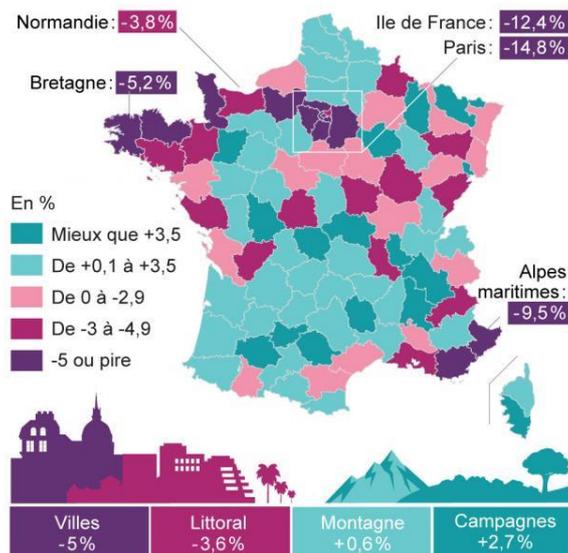
Le contexte difficile de l'année 2016 : conjoncture économique, insécurité ... a eu un impact négatif notamment sur la clientèle étrangère, et dans une moindre mesure sur la clientèle française.

Selon une étude de Protourisme, le tourisme en France enregistre une baisse de 2,5% des nuitées marchandes dont -1,5% pour les nuitées françaises et -5% pour les nuitées étrangères. La perte de chiffre d'affaires est estimée à 3 milliards d'euros en 2016.

La très légère hausse du taux de départ des CSP+ et globalement des urbains des grandes villes (+ de 100 000 habitants) n'a pas comblé la forte baisse du taux de départ des habitants des communes moyennes ou rurales, des retraités et des familles modestes.

TOURISME | L'ÉTÉ 2016

Variation du nombre des nuitées par rapport à l'été 2015, en % par département



Source: Insee (novembre 2016).



Événements marquants en Bretagne :

Contexte social difficile (vagues d'attentats, grèves dépôts de carburants...)

Le Brexit touche notre principale clientèle étrangère

Un calendrier moins favorable en mai (ponts et j. fériés)

Des Vacances de la Toussaint moins favorables (étalées sur 3 semaines)

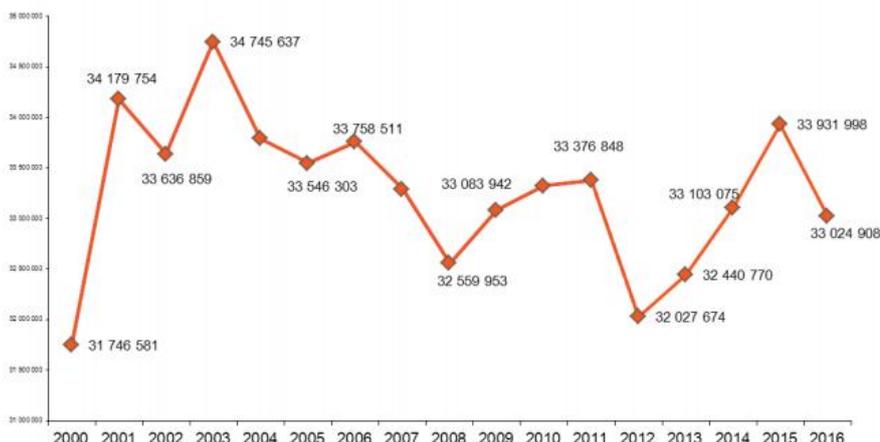
Bretagne : fréquentation touristique en baisse
Peu d'événements majeurs par rapport à 2015
En mai et juin (températures fraîches et précipitations)

Retour à un niveau de fréquentation proche de 2014

On observe en 2016 un recul identique au niveau national de la fréquentation touristique en Bretagne de 2,7% par rapport à 2015, soit 96,4 millions de nuitées.

Morbihan : baisse de la fréquentation départementale en 2016

Evolution annuelle des nuitées en Morbihan entre 2000 et 2016



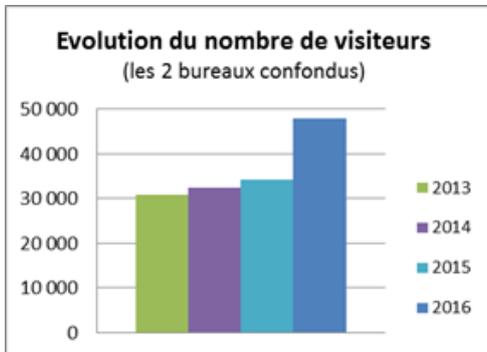
Le Morbihan enregistre également une baisse de 2,7% des nuitées entre 2015 et 2016.

56% des nuitées sont réalisées en juillet et août. Septembre est le 3^{ème} mois le plus important.

NB : Données issues des observatoires CRTB, CDT 56 et Insee



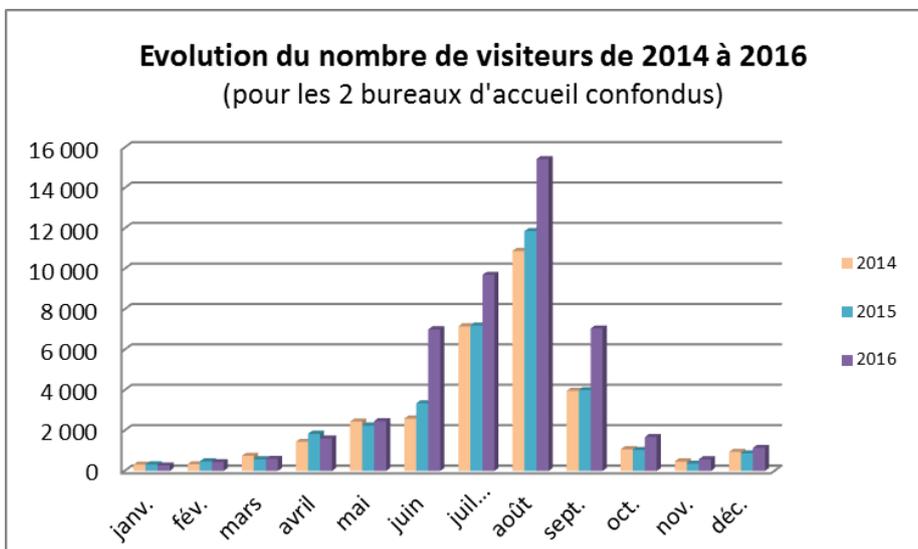
Evolution du nombre de visiteurs



Depuis l'élection de Rochefort-en-Terre « Village Préféré des Français 2016 » début juin la fréquentation touristique explose.

Grâce à l'émission de Stéphane BERN sur France 2, Rochefort-en-Terre a gagné en notoriété dans les médias nationaux et internationaux : télévisions, presse généraliste spécialisée ...

En 2016, on note une forte hausse du nombre de visiteurs : +40% par rapport à 2015



Mois	2014	2015	2016
janv.	317	327	273
fév.	336	475	444
mars	749	581	599
avril	1 446	1 841	1 608
mai	2 446	2 248	2 471
juin	2 594	3 350	7 008
juillet	7 158	7 194	9 699
août	10 883	11 869	15 427
sept.	3 967	3 998	7 046
oct.	1 076	1 039	1 680
nov.	477	368	580
déc.	944	879	1 145
TOTAL	32 393	34 169	47 980

On constate une très forte hausse du nombre de visiteurs dans notre bureau d'accueil de Rochefort-en-Terre +58% par rapport à 2015 soit quasiment 14 000 visiteurs en plus.

Plus de 100% de hausse pour les mois de juin, septembre et novembre et près de 50% en juillet et août.

Selon le dispositif régional d'observation, la fréquentation des Offices de tourisme bretons* a baissé de 2,5% par rapport à 2015, en adéquation avec la baisse de fréquentation globale.

NB : *Offices de tourisme équipés du système de comptage automatique

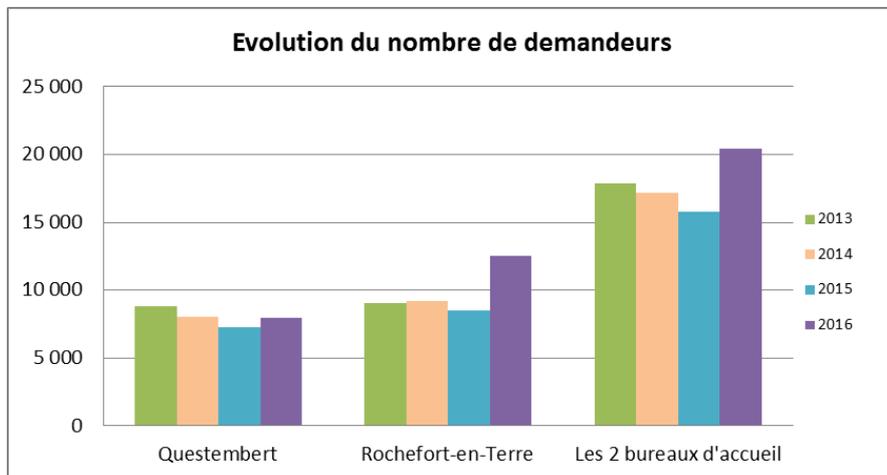
Nombre de visiteurs par bureau d'accueil

Année 2016	janv.	fév.	mars	avril	mai	juin	juillet	août	sept.	oct.	nov.	déc.	TOTAL
Rochefort-en-Terre	62	143	268	1065	1 798	6 025	7 504	11 825	5 844	1197	363	904	36 998
Questembert	211	301	331	543	673	983	2 195	3 602	1 202	483	217	241	10 982
													47 980



Accueil et fréquentation

Evolution du nombre de demandeurs



+30% de demandeurs (guichet, mail, tél...) entre 2015 et 2016, pour les 2 bureaux confondus.

Rochefort-en-Terre + 47%
Questembert + 10%

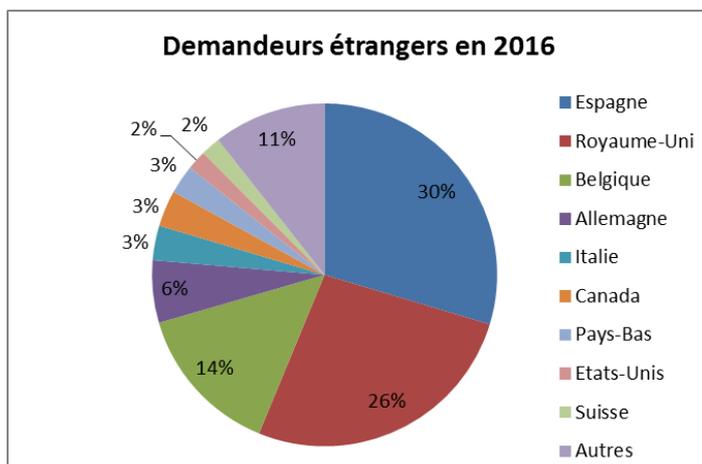
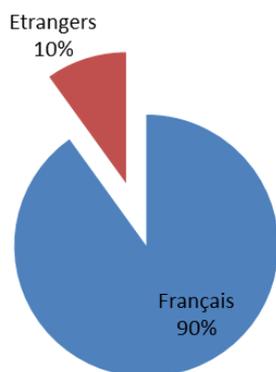
Les mois qui ont connu les plus fortes hausses sont :

- juin : +74%
- novembre : +80%

On note que le nombre d'appels téléphoniques pour les illuminations de Noël a été multiplié par deux au mois de novembre 2016.

Tous les autres mois sont également en hausse juillet (+24%), août (+26%) et septembre (+46%)... Seuls les mois de janvier, mars et avril sont en baisse.

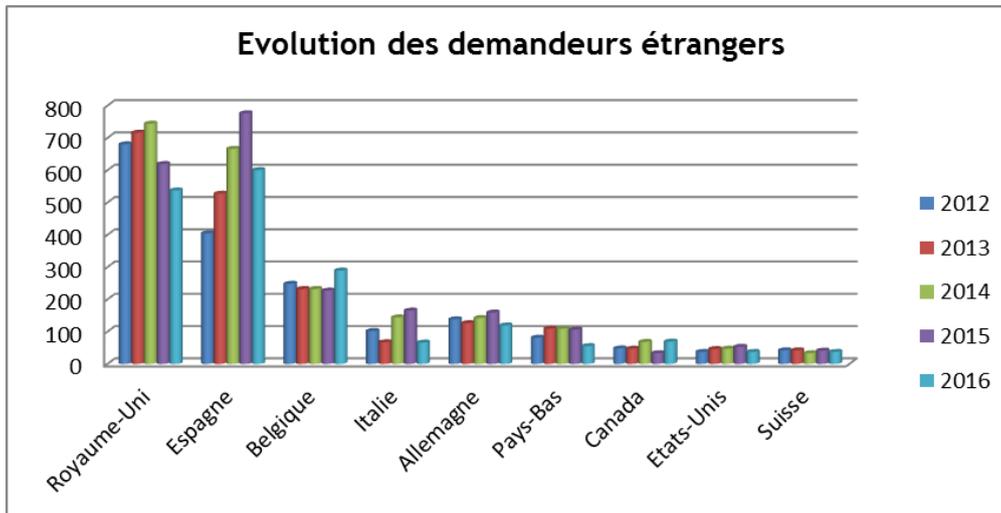
Demandeurs par origine géographique



Les touristes étrangers représentent 10% des demandeurs. Cette part est en baisse de 5 points par rapport à 2015.

Parmi nos demandeurs étrangers, l'Espagne arrive désormais en 1^{ère} position depuis 2015, devant le Royaume-Uni.

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



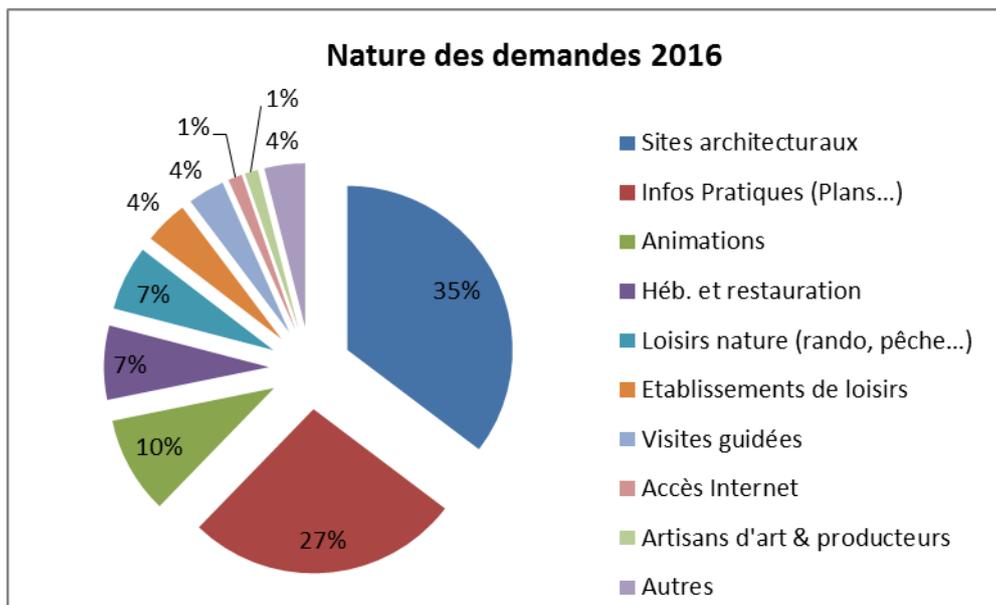
En baisse :

- Royaume-Uni : - 13%
- Espagne : - 23%
- Italie : - 60%
- Allemagne : - 25%

En hausse :

- La Belgique : + 27%
- Le Canada : + 109%

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 forte augmentation).

En 5^{ème} position, on retrouve les demandes de loisirs nature (randonnées pédestres, VTT et équestre).



Reflet : enquête tourisme 2016

Plus de 10 ans après MORGOAT enquête Tourisme 2005, REFLET permet aux acteurs du tourisme de disposer d'une « photographie » actualisée et détaillée des visiteurs séjournant en Bretagne, de leurs profils, de leurs pratiques et leurs motivations. Autant d'éléments nécessaires pour ajuster aux mieux les stratégies marketing, de communication, de commercialisation...



Les 1ers résultats de cette enquête sont disponibles sur le site dédié aux acteurs du tourisme du Comité régional du tourisme de Bretagne.

Que nous révèlent-ils ?

En 10 ans le tourisme s'est métamorphosé...

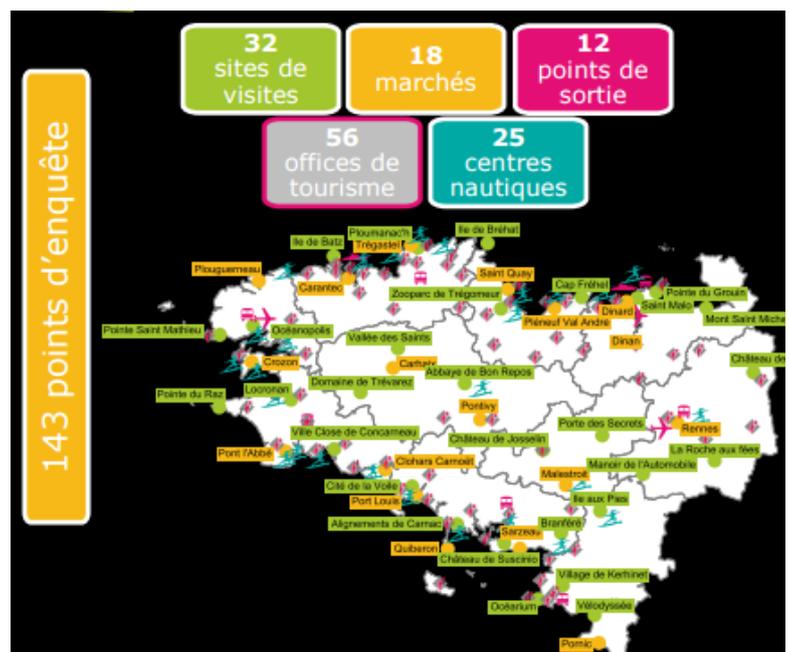
- L'explosion du numérique avec de nouveaux outils est bien sûr le plus marquant (réseaux sociaux, plate-forme de résa...),
- la multiplication des liaisons aériennes,
- l'impact direct des crises économique, financière, géopolitique
- la naissance du développement durable,
- la structuration des canaux et voies vertes de Bretagne...

Autant d'éléments qui ont impacté les choix de destination et les modes de consommation des visiteurs.

L'étude s'est basée sur **15 712 questionnaires** collectés sur le territoire breton.

Pour consulter l'étude :

<http://acteurs.tourismebretagne.com/vous-informe/chiffres-du-tourisme-observatoire/reflet-20162/tourisme>





Visites guidées

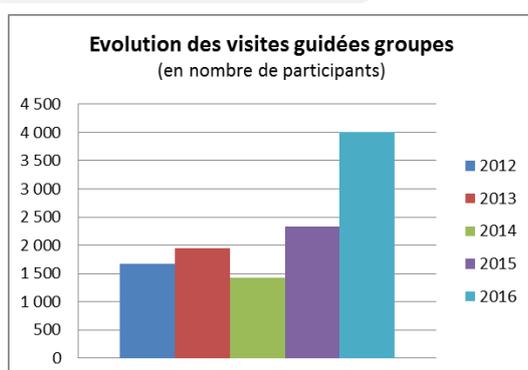
Le nombre de visites guidées est en constante hausse depuis 2012 passant de 60 à près de 200 visites.

Le nombre de visites guidées (groupe et individuel) a fortement augmenté par rapport à 2015. 195 visites réalisées (85 visites en 2015) soit une hausse de **129%**.

Cela représente 5 135 participants au total (2 700 participants en 2015).



Pour les groupes



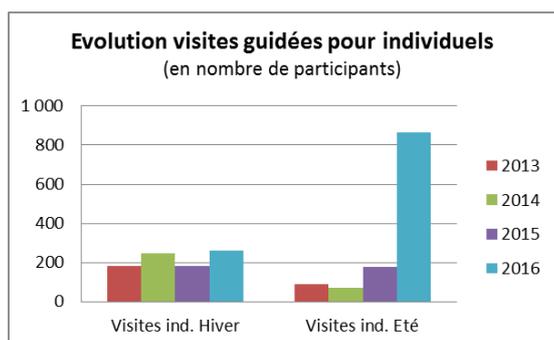
L'Office de Tourisme propose des visites guidées pour les groupes tout au long de l'année sur réservation.

En 2016, le nombre de visites guidées groupe a été multiplié par deux avec 127 groupes pour 4004 participants soit une augmentation de **71%** par rapport à 2015.

Le chiffre d'affaire généré s'élève à 15 749€.

Pour les individuels

Période estivale :



Le nombre de visites guidées pour les individuels a été multiplié par trois avec 5 visites par semaine. Le nombre de participants est passé de 179 à 867 personnes (+384%).

Le chiffre d'affaire généré s'élève à 4 429€ (1 107€ en 2015).

Nouveauté 2016 : lancement des « Balades gourmandes » à Questembert (5 visites/66 participants) et La Vraie-Croix (4 visites/51 participants) les mercredis après-midis.

Durant les illuminations à Rochefort en Terre : 11 visites guidées organisées représentant 263 participants soit une hausse de **45%** par rapport à 2015.





Animation du réseau de partenaires

Les rendez-vous numériques

Depuis 5 ans, l'Office de Tourisme a engagé une démarche de sensibilisation et d'accompagnement des professionnels du tourisme sur le numérique.

Pendant 3 ans, l'Office de Tourisme a organisé des ateliers en groupe. Désormais, un accompagnement individualisé est proposé sous la forme de rendez-vous personnalisés afin de mieux répondre aux attentes des professionnels.

Avantages de cette 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 profit des avis clients
- optimiser sa communication sur les réseaux sociaux
- améliorer sa relation client par l'e-mail
- réaliser une campagne d'e-mailing
- optimiser son référencement en créant une page Google + local
- créer son site web et améliorer ses contenus web
- 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>

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 consulter des contenus sur : la taxe de séjour, les labels, les rdv numériques (tutoriels), des liens vers les observatoires partenaires ...



Cet espace permet également d'améliorer la lisibilité des actions de l'Office de Tourisme. Enfin, cet espace permet aussi aux associations du Pays de Questembert d'annoncer leurs animations.

On comptabilise 5 100 connexions en 2016 (chiffre quasi identique à 2015).



Animation du réseau de partenaires

Groupe Facebook

Créée en 2015, le groupe Facebook « Partenaires Rochefort-en-Terre Tourisme » est ouvert à tous les partenaires de l'Office : 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.

A ce jour ce groupe compte : 189 membres.

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

Eductour

En nov 2016, l'Office a organisé un EDUCTOUR pour ses partenaires (visite chez des prestataires de l'office dans le but de découvrir leurs prestations).

Au programme :

- Café d'accueil et visite du Domaine de Bobéhec à la Vraie-Croix par Manu CHOUVELLON
- Présentation de La Vraie-Croix (fleurissement et agenda 21) par D. Rouillé (adjoint au maire)
- Visite de l'éco-site de la Croix Irtelle où l'entreprise Charrier traite les déchets banals
- Déjeuner à la crêperie L'Aubépine, chez Anne-Marie et Yannick Thomazic
- Visite guidée de La Vraie-Croix par Mélanie Le Glaunec
- Découverte de l'activité d'équitation western à Molac chez Alanna Hulsman



C'est une occasion conviviale d'échanger et de tisser une relation entre partenaires.

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 2015-2016, les recettes s'élèvent à :

- Période Hiver (1er octobre 2015 à 31 mars 2016) : 3 000 €
- Période Été (1er avril au 30 septembre 2016) : 17 000 €

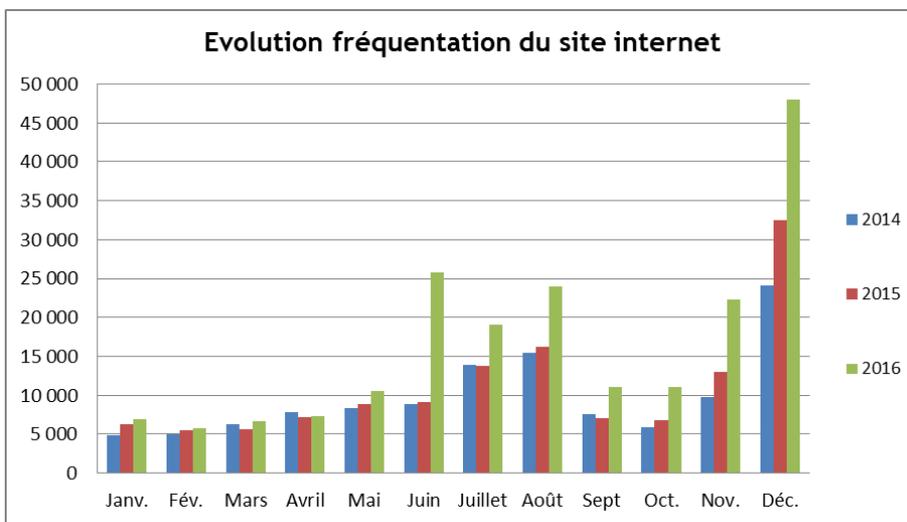
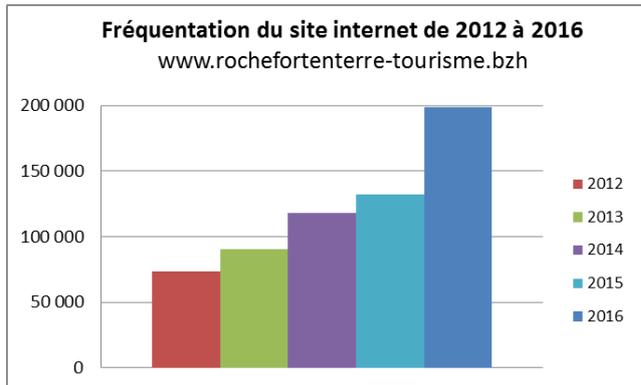
60% des hébergeurs ont perçu et reversé la taxe de séjours sur cette période. La perception de cette taxe de séjour peut donc être optimisée pour envisager des actions d'intérêt touristique sur le territoire.



Le site internet

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

En 2016, on observe une augmentation exceptionnelle **+50%** par rapport à 2015 avec **200 000 connexions** et **565 000 pages vues**.



Cette forte hausse s'explique principalement par l'élection de Rochefort-en-Terre « Village Préféré des Français 2016 ».

- juin : +181%
- juillet, août, déc : + 50%

Les connexions via les réseaux sociaux ont également fortement augmenté de 87% entre 2015 et 2016.

Les pages les plus consultées :

Après la page d'accueil, les pages les plus consultées en 2016 sont :

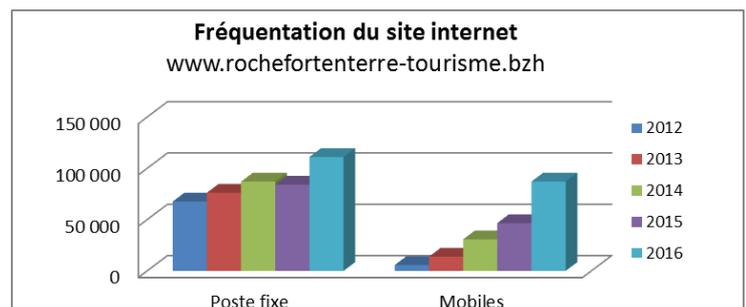
- | | |
|--|-------------------------------|
| 1- Illuminations de Noël (55 500 vues) | 6- Artisans d'art et artistes |
| 2- Sortir / agenda des festivités | 7- Manger / restaurant |
| 3- Dormir / Chambres d'hôtes | 8- Randonnées pédestres |
| 4- Dormir / Hôtels | 9- Visites guidées |
| 5- Dormir / Aires d'accueil camping-cars | 10- Pratique accès/transports |

Fréquentation du site sur les mobiles

Les connexions via les mobiles (portable et tablette) sont en forte croissance sur la version responsive de notre site internet puisque nous enregistrons une **hausse de 87%** entre 2015 et 2016 (+ de 87 000 connexions).

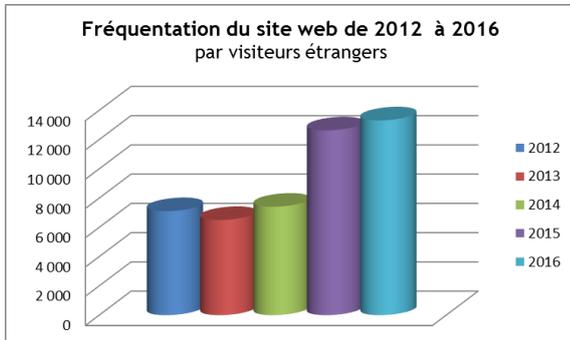


Les connexions depuis un poste fixe sont également en hausse + 32%





Fréquentation du site internet par origine géographique



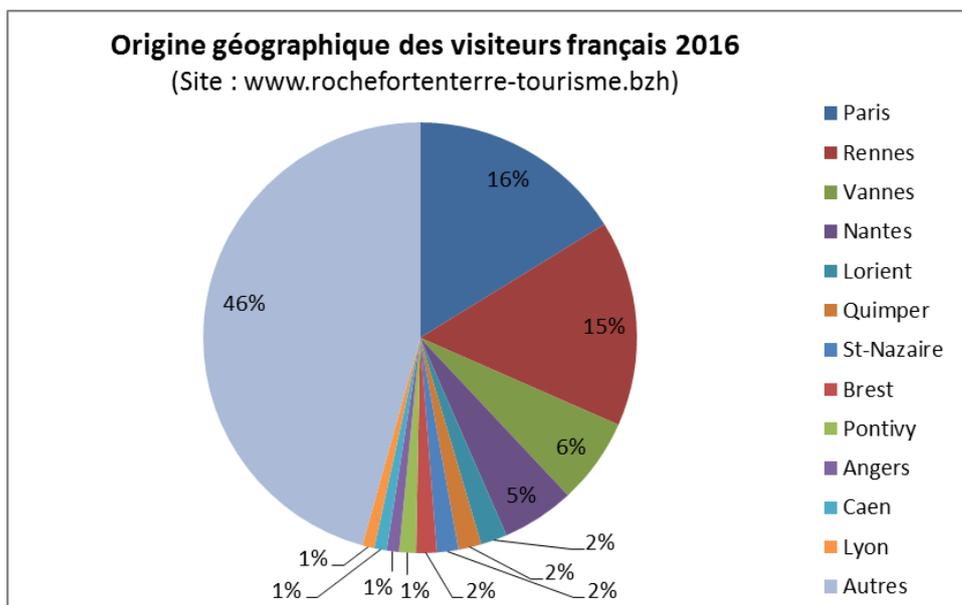
Les connexions d'internautes étrangers représentent 7% de la fréquentation du site internet.

On note une légère augmentation du nombre de visiteurs étrangers en 2016 passant de 12 629 à 13 314 connexions soit une hausse de 5% par rapport à 2015.

La Belgique retrouve la 1^{ère} place et représente 23% des visiteurs étrangers.

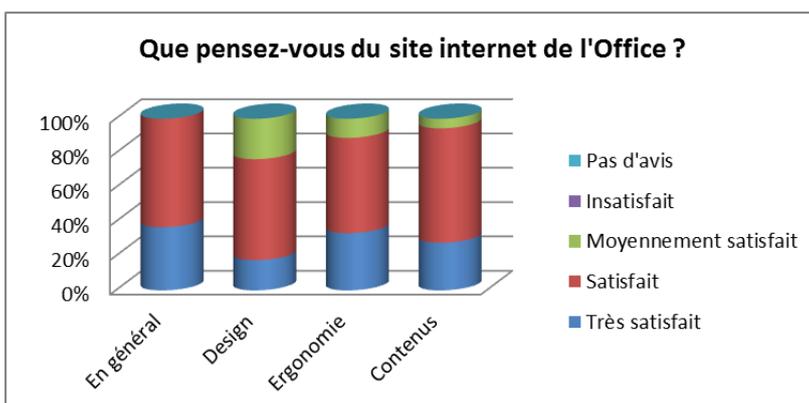
En 2^{ème} position, on trouve le Royaume-Uni (13%) devant les Etats-Unis (10%) et l'Espagne qui représente 6% des internautes étrangers.

Les connexions des visiteurs français a augmenté de 57%



Avis des prestataires sur le site internet

Un questionnaire en ligne a été envoyé fin 2016 à l'ensemble des prestataires du territoire afin d'avoir leur avis sur nos différents supports de communications.



Les points forts du site :

- 63% sont satisfaits et 37% très satisfaits.
- Ergonomie du site, menu clair et navigation intuitive.
- contenu actualisé et complet
- Site pro : riche en contenu et informations pratiques

Les points faibles :

- qualité des visuels
- nombre de vidéos
- design vieillissant

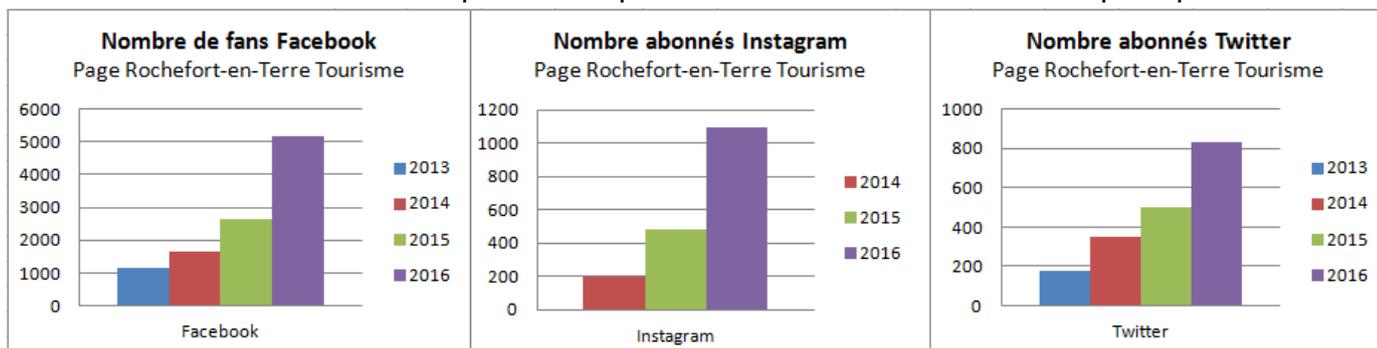


Les réseaux sociaux

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

Objectifs : tisser des liens réguliers avec les visiteurs internautes, promouvoir notre destination, accroître la visibilité, développer les partenariats...

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



Facebook

www.facebook.com/rochefortenterretourisme



fait partie des réseaux sociaux les plus fréquentés et les plus puissants. Le positionnement de l'Office de Tourisme sur cet outil est de valoriser le territoire et mieux le vendre.

On note une très belle progression du nombre de fans sur notre page Facebook **+97%** passant de 2620 fans en 2015 à plus de 5 164 fans fin 2016 soit **+ 2545 fans en un an**.

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

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

Selon cet outil d'analyse, avec une note de 88, la page facebook de l'Office de Tourisme se situe globalement au-dessus de la moyenne des marques similaires (60) et celles du le secteur du tourisme et des loisirs (62).

Fin décembre 2016, la page Rochefort-en-Terre Tourisme est arrivée dans le top du classement, **3ème place** dans la catégorie « Tourisme et loisirs » en France. Juste derrière les Arcs et Val d'Isère.



Instagram

Objectifs : excellent pour l'image de marque, la notoriété et la relation-client, surtout depuis l'apparition d'une messagerie privée sur ce réseau social très visuel <https://instagram.com/rochefortenterretourisme>



Depuis août 2014, Rochefort-en-Terre Tourisme est présent sur Instagram, le compte de l'Office de Tourisme comptabilise **plus de 1 130 abonnés** fin 2016 (485 abonnés fin 2015) soit 645 abonnés de plus en un an. Une très belle progression (+126%).





Cible : les passionnés de photos (photographes pro et amateurs), les blogueurs

En plus des publications, la veille quotidienne permet d'interagir avec les visiteurs et passionnés de photos prises sur notre territoire.

Twitter

Objectifs : favorise de meilleures positions sur les recherches personnalisées et les requêtes chaudes. Excellent moyen de développer la notoriété de la marque, surveiller son e-réputation et générer du trafic



https://twitter.com/RET_TOURISME

Fin 2016, notre compte Twitter comptabilise **830 followers** (500 fin 2015) soit 330 abonnés de plus en un an (+ 66%).

Rochefort-en-Terre Tourisme est également présent sur



Les avis clients

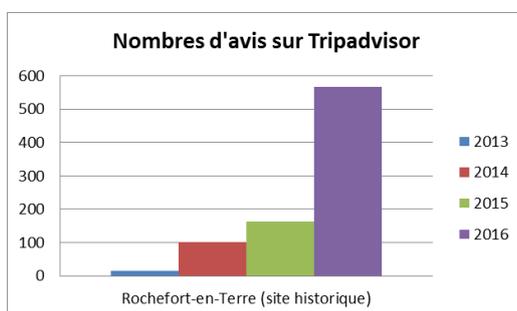
Tripadvisor

<http://bit.ly/tripadvisor-rochefortenterre>

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 les fiches Tripadvisor suivantes :

- Rochefort-en-Terre ([site historique](#)) 570 avis
- Rochefort-en-Terre Tourisme ([office de tourisme](#) et visites guidées) 32 avis



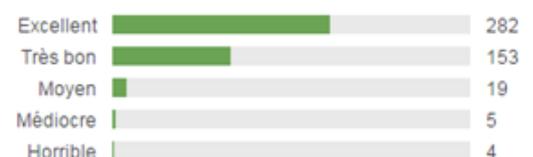
2016, c'est 400 avis supplémentaires pour Rochefort en Terre.

Une réponse à tous les avis, positifs ou négatifs, contribue à fidéliser le visiteur, améliorer la visibilité et l'image du territoire.

La **gestion** de ces **avis** est un point crucial pour soigner la e-réputation du territoire et fait désormais partie du cycle de réservation d'un séjour.

Les avis sont globalement très positifs. Les avis négatifs portent principalement sur le stationnement (parkings payants à la journée et pas assez nombreux) et l'accueil chez certains socio-professionnels.

Évaluation de visiteur





Nos éditions

La valorisation du patrimoine de notre territoire



Le parcours découverte regroupe les circuits du patrimoine bâti de Rochefort-en-Terre, Questembert et La Vraie-Croix et présente les principales thématiques du territoire : marchés, activités de loisirs nature...

Ce document, édité à 35 000 exemplaires, est diffusé dans nos bureaux d'accueil, sites touristiques, lieux publics et commerçants....

Près de 400 sites du Morbihan reçoivent cette brochure.

Nous disposons aussi de circuits du patrimoine de Rochefort-en-Terre, La Vraie-Croix et Questembert, traduits en langues étrangères



La promotion des hébergements et restaurants



Héb. à la semaine



Héb. à la nuitée



Campings



Restauration

Guides diffusés à la demande toute l'année dans nos bureaux d'accueil et chez nos partenaires.

La promotion des animations



Pour la 4ème année, l'Office de Tourisme a édité un **agenda des animations estivales** de juin à septembre. Avec 28 000 exemplaires, il a été diffusé dans les commerces, hébergements, 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.

En 2016, l'Office de Tourisme a édité **2 sets de table** : une version été (30 000 ex) et une version hiver (8 000 ex) proposées gratuitement aux restaurateurs du territoire.

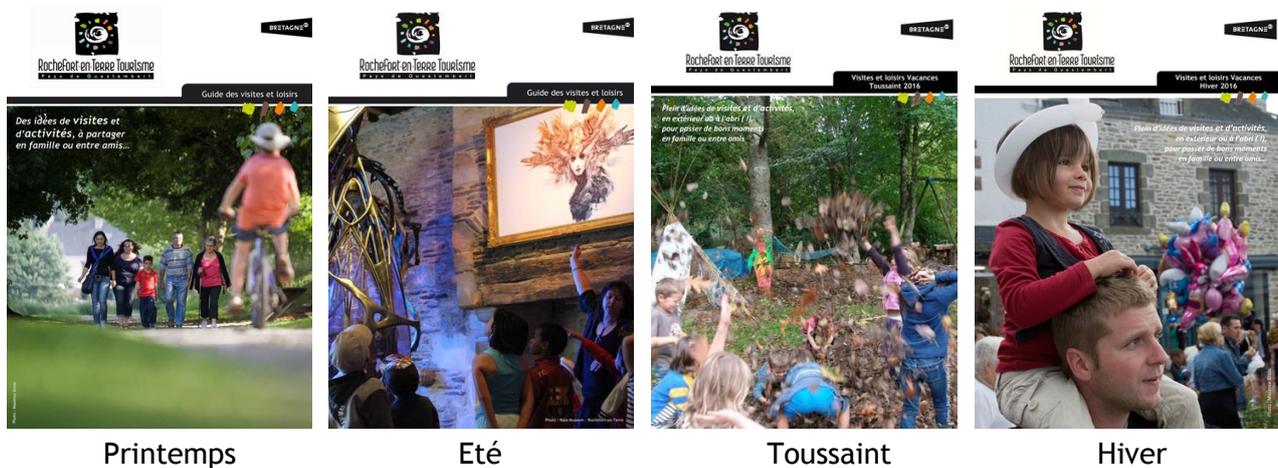
L'objectif de ces documents est de montrer un territoire dynamique en valorisant les animations, aussi bien auprès des locaux que des visiteurs.





La promotion des activités de loisirs

Pour chaque période de vacances scolaires, nous éditons un guide visites et loisirs afin de promouvoir l'offre de loisirs du territoire et des partenaires de l'Office de Tourisme.



La promotion du Géocaching (chasse aux trésors du 21^{ème} siècle)



Création d'un guide Géocaching en Pays de Questembert en partenariat avec Tytoutiti (Regis Latreuille) géocacheur. Ce guide pratique illustré présente 3 circuits géocaching de niveaux différents :

- le circuit de l'étang de Célac à Questembert
- le circuit de l'étang du Moulin Neuf
- le circuit de la Vallée de l'Arz à Pluherlin

Avec un GPS (loué à l'Office de Tourisme), cette activité nature ludique, pour les petits et les grands, qui permet de découvrir le Pays de Questembert et son patrimoine.

Enfin une vidéo de présentation a été également réalisée pour promouvoir cette activité.

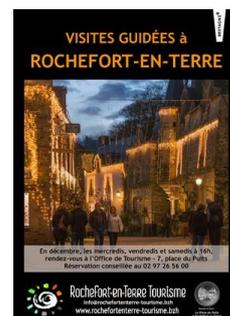


La promotion des visites guidées (groupes et individuels)



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.





Partenariat édition

Nouveauté 2016 :

Un set de table « Les incontournables à 30mn de Rochefort-en-Terre » a été édité en partenariat avec le CDT (50 000 ex). Diffusion à l'accueil, sur demande chez les restaurateurs, les commerçants...

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.

2016 a été particulièrement riche en relation presse avec la médiatisation liée au Village préféré des Français 2016 : France 2, 3, 5, Tébé Sud, France Info ...

Relation avec les blogueurs

Les blogueurs, des relais efficaces dans la communication

Cette année encore, de nombreux blogueurs et photographes ont communiqué sur 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 à retrouver sur Be Breizh Blog : <http://www.bebreizh-blog.bzh/?s=rochefort>



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 Lyon** : présence sur le stand des Petites Cités de Caractère de Bretagne les 4, 5 et 6 février : bassin de clientèle à fort potentiel attiré par les loisirs nature, le patrimoine et l'événementiel

Visibilité sur les sites partenaires



L'Office de Tourisme contribue 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.



Les «Soirées Estivales»



Du vendredi 22 juillet au samedi 13 août Questembert

Concerts gratuits organisés par l'Office de Tourisme à partir de 21h sous les Halles de Questembert, «écran» historique du 16^{ème} siècle, en plein cœur de ville. Une programmation variée afin de satisfaire un large public.

Vendredi 22 juillet - Fest-Noz Musique et danse bretonne sous les Halles avec les groupes Fariell et Aelnoz. Participer à un fest noz ou «fête de nuit», c'est découvrir la culture bretonne, à travers la musique, le chant et la danse. Dès 21h.

Samedi 30 juillet - Concert Morrigan & Co Morrigan & Co c'est la rencontre de trois musiciens, une même passion pour tout ce qui est celtique, un humour débordant et une remarquable bonne humeur. Les compositions sont nées de souvenirs rapportés d'Irlande. Les reprises restent fidèles à la tradition festive des pubs, à la fois énergiques et mélodiques, avec cette pointe d'originalité couleur blues que donne l'harmonica. Dès 21h.

Vendredi 5 août - Concert Lampridic Bluegrass Band Le Bluegrass est une musique traditionnelle d'Amérique du nord - de la région des Appalaches précisément - jouée par cinq instruments de la famille des cordes : une guitare, un banjo, une mandoline, un violon et une contrebasse. Dès 21h.

Samedi 13 août - Concert LYA DIA Musicien auteur compositeur, LYA DIA a créé son propre style : la Fusion Ethnic, mélange de Jazz et de musiques ethniques Africaines. Considéré comme le Bobby McFerrin africain, virtuose vocal, guitariste et percussionniste d'exception, il excelle dans l'art de l'improvisation et des mélodies. Dès 21h.

ZOOM SUR...

Les Mardis de Pays



Du mardi 19 juillet au mardi 23 août

Rendez-vous à thèmes gratuits tout public organisés par l'Office de Tourisme visant à faire découvrir aux petits comme aux plus grands la culture et le patrimoine de la région : balades nature, musique et contes, vannerie, poterie, veillées contées, danse bretonne et fest noz... En partenariat avec les mairies et les associations, sur les communes du Pays de Questembert tous les mardis.

Mardi 19 juillet balade nature et création de jouets «buissonniers» à Berric et Fest Noz (danse et musique bretonne) à La Vraie-Croix

Mardi 26 juillet démonstration de poterie à Rochefort-en-Terre et veillée contée à Questembert

Mardi 2 août initiation à la vannerie à Limerzel et Fest Noz (danse et musique bretonne) à La Vraie-Croix

Mardi 9 août conte à Caden et veillée contée à Questembert

Mardi 16 août pique-nique géant/musique et jeux de plein-air à Larré et portes ouvertes « Atelier des Kachinas » à Questembert

Mardi 23 août démonstration de poterie à Rochefort-en-Terre



PORTES OUVERTES
ATELIERS D'ARTISTES

26 artistes

3^{ème} édition

1^{er} et 2 octobre 2016

artistes-morbihan.com

Rzazé Bégonne Berric Caden Damgan La Roche-Bernard Le Guerno Limerzel Marzan Muzillac Pénaule Questembert

02 97 41 53 04



Les Journées Européennes du Patrimoine

Thème 2016 : « Patrimoine et Citoyenneté »
Les 17 et 18 septembre sur tout le territoire.

Ateliers d'artistes

Les 1^{er} et 2 octobre 2016
sur tout le territoire, en
partenariat avec Arc Sud Bretagne



OFFICE DE TOURISME

7. Place du Puits

56220 ROCHEFORT EN TERRE

COMMENTAIRE DES COMPTES 2016

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

Produits.....	354 191 €
Charges.....	- 342 409 €
Excédent	11 782

2) **La trésorerie** et divers actif se situent à 123 873 €
pour des dettes à couvrir de..... - 23 621 €
Ce qui ressort un fonds de roulement positif de.....100 252 €

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

Fonds de roulement au 31/12/2015	+ 88 237 €
Bénéfice de l'exercice 2016	+ 11 782 €
Dotations aux amortissements.....	+ 3 027 €
Achats Vélos	- 2 794 €

Fonds de roulement au 31/12/2016 + 100 252 €

4) **Observations :**

Le fonds de roulement positif de 100 252 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 2016 dont l'objectif permet une gestion plus régulière de l'Office (la réserve correspond à 107 jours de charges)

Fait à Questembert
Le 23 Mars 2017

Sébastien NOGRE
Expert-Comptable



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

Promotion - Communication - Mise en marché - Ingénierie

Développement des visites guidées

Pour que l'ensemble du territoire bénéficie de la notoriété de Rochefort en Terre, des « fiches produits » à la journée seront élaborées et proposées à des agences d'autocaristes. Des procédures, conditions de vente... permettront de professionnaliser ce service.

Éditions :

Réactualisation d'un agenda des animations estivales recensant les manifestations de juin à septembre 2017. Un nombre d'exemplaires supplémentaire sera réalisé pour une diffusion mutualisée avec les bulletins municipaux 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

Refonte de la page d'accueil en lien avec le SADI (Schéma d'Accueil et de Diffusion de l'Information).

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





Salons

- Salon de Lille, Paris et Rennes (Loisirs nature) ainsi que Toulouse en partenariat avec Perros-Guirec (Village préféré des Français 2015)
L'objectif étant de capter de nouvelles clientèles dans des bassins à fort potentiel.

« **Rendre le territoire plus consommable** »

- Organiser un programme de **visites guidées nature** sur la zone Natura 2000 avec Bretagne Vivante, la Réserve de Séné et l'Association Saute Ruisseaux
- 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, la réflexion entamée en 2012 aboutira à un déménagement en juin 2017 place des Halles avec :

- un espace de consultation wifi
- une boutique avec pour priorité de valoriser les savoir-faire locaux
- un espace d'accueil
- une borne interactive extérieure 24h/24...

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.

Rédaction du contrat d'attractivité touristique (CAT) :

Dans le cadre d'un programme innovant de soutien aux territoires, le Conseil Départemental du Morbihan a engagé une démarche dénommée « contrat d'attractivité touristique ». Celle-ci s'adresse aux destinations touristiques incontournables, dont le territoire de Questembert Communauté fait partie.

Ce nouveau dispositif départemental est une démarche transversale qui vise à mener à bien des actions structurantes sur l'ensemble du territoire signataire.

Il s'agit de permettre aux acteurs locaux de définir une stratégie et un plan d'actions pluriannuel (sur 4 ans).

La méthodologie est la suivante :

- Réalisation d'un état des lieux (point forts et points faibles)
- Formulation de préconisations et les grandes axes d'actions sur des thématiques diverses
- Mise en place d'une stratégie de développement à travers un programme opérationnel d'actions et d'un plan d'investissement arrêtés d'un commun accord entre les parties

L'Office de Tourisme est missionné par Questembert Communauté, signataire avec le Conseil Départemental, pour la formalisation de ce contrat.

Une des premières actions impactant l'Office sera la gestion d'activités de loisirs sur le site du Moulin Neuf durant la saison estivale.



	CHARGES (€)	PRODUITS (€)
FONCTIONNEMENT	329 000,00	0,00
Salaires et charges (salariés et stagiaires)	-	
<i>Salaires</i>	230 000,00	
<i>Complémentaire santé</i>	1 000,00	
<i>Saisonniers ERASMUS</i>	2 000,00	
<i>Stagiaire « structuration offre famille - scolaire »</i>	2 500,00	
Salaire (Véronique)	30 000,00	
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>	1 600,00	
<i>Cotisations Agefos/Fongecif</i>	1 600,00	
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>	2 500,00	
<i>Loyers photocopieurs</i>	5 500,00	
Téléphone, affranchissement, presse	-	
<i>Frais téléphone et internet</i>	5 500,00	
<i>Frais postaux</i>	2 500,00	
<i>Documentation générale et technique</i>	500,00	
Honoraires cabinet de gestion	4 000,00	
Assurances	1 100,00	
Cotisations (CDT, OTB, OTF ...)	-	
<i>Cotisations Réseaux Touristiques</i>	2 000,00	
Aménagement des locaux	1 500,00	
Charges Locaux	-	
<i>Loyers</i>	16 000,00	
<i>Charges locatives</i>	4 500,00	
<i>Ménages</i>	1 800,00	



FMA et Animations prestataires	9 000,00	
Patrimoine (Journées Nationales, expositions...)	1 000,00	
Animations Intercommunales		
<i>Mardis de Pays</i>	1 500,00	
<i>Estivales</i>	5 000,00	
<i>Communication</i>	500,00	
<i>Diverses (Noël ...)</i>	1 000,00	
Promotion - Communication	24 300,00	
Éditions		
<i>Réédition numérique topoguide rando</i>	800,00	
<i>Agenda détaillé des animations estivales</i>	3 500,00	
<i>Carte découverte du territoire</i>	3 000,00	
<i>Partenariat « candidats village préféré des français » (kakémono, dépliant de présentation des candidats...)</i>	3 000,00	
<i>Sets de table (Estivales et décembre)</i>	3 500,00	
<i>Autres impressions (circuits découverte, flyers)</i>	3 000,00	
Diffusion doc	2000,00	
Salons	2500,00	
Outils numériques (site internet, 2isr...)	2000,00	
Reportage photos et vidéos		
<i>Photos / Vidéos</i>	1000,00	
Subventions		302 700,00
Subvention fonctionnement		272 700,00
Subvention indirecte (Véronique)	-	30 000,00
Recettes propres à l'OT	16 500,00	76 100,00
Ingénierie Office de Tourisme (rédaction du Contrat d'attractivité Touristique)		8 000,00
Adhésions (CAPLE, associations, écoles)		5 500,00
Boutique	16 500,00	11 600,00
<i>Monnaie de Paris</i>	7500	
<i>Produits (cartes postales...)</i>	5 000	
<i>Logiciel</i>	4 000	
Adhésions hébergements		9 000,00
Publicités		7 000,00
Visites guidées		35 000,00
TOTAL	378 800,00	378 800,00



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

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