

Golfe du Morbihan Vannes Tourisme



(OFFICE DE TOURISME)
Golfe du Morbihan Vannes Tourisme



LE SCHÉMA DE DÉVELOPPEMENT TOURISTIQUE 2017-2021



RAPPEL : En 2016, dans le cadre de la fusion de la communauté de communes du Loc'h, de la communauté de communes de la presqu'île de Rhuys et de Vannes agglomération (01.01.2017), une étude a été lancée et confiée au groupement SCET-MMAP afin de définir un Schéma de développement touristique à l'échelle de la nouvelle agglomération (diagnostic, positionnement et enjeux).

Les objectifs stratégiques de développement du tourisme validés par le Comité de Pilotage du 7 novembre 2016 reflètent la volonté de porter un niveau d'ambition fort pour la destination.

LE POSITIONNEMENT : LA RENCONTRE AVEC L'EXCEPTIONNEL

« Au sein d'un espace protégé et préservé où se mêlent intimement l'océan et la terre, Vannes et le Golfe du Morbihan constituent une destination source d'émerveillement, forgée au cours des siècles par l'homme et les éléments, riche de son patrimoine naturel, architectural et culturel, de son caractère résolument breton, et que chacun peut découvrir et vivre selon ses envies (nautisme, randonnée, culture...) et à son propre rythme, dans une parenthèse hors du temps. »

L'AMBITION

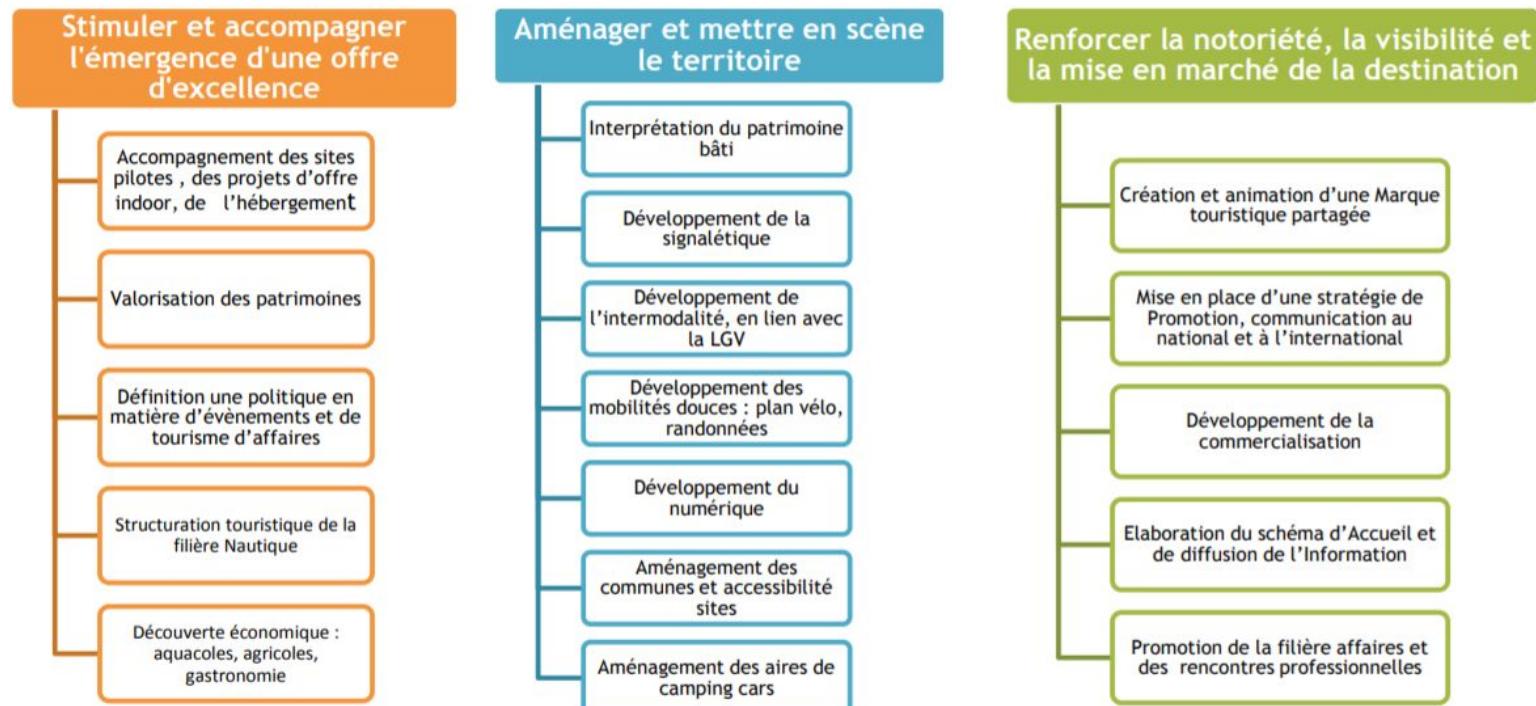
- > Le renforcement de la notoriété et de l'image de la destination : devenir une destination bretonne incontournable et la destination phare de Bretagne Sud
- > La captation de nouvelles clientèles, primo visiteurs, pour des séjours, des week-ends, des escales
- > La participation du tourisme à l'attractivité territoriale, économique, résidentielle

LE SCHÉMA DE DÉVELOPPEMENT TOURISTIQUE 2017-2021



PRÉSENTATION DES AXES ET DES THÉMATIQUES D'INTERVENTION

Etre une collectivité leader et développeuse, qui initie et porte, en partenariat avec les acteurs privés, les communes et les institutions, la dynamique touristique autour de l'exception





L'OFFICE DE TOURISME COMMUNAUTAIRE

LES ÉTAPES DE LA FUSION CONTEXTE : LOI NOTRE

La loi n° 2015-991 du 7 août 2015 portant nouvelle organisation territoriale de la République, également connue en tant que Loi NOTRe fait partie de l'acte III de la décentralisation et vise notamment à renforcer les compétences des régions et des établissements publics de coopération intercommunale. Les intercommunalités doivent regrouper au moins 15000 habitants depuis le 1^{er} janvier 2017 (contre 5 000 habitants avant).

Au 1^{er} janvier 2017, Vannes agglo, la Communauté de communes de la Presqu'île de Rhuys et Loc'h Communauté ont fusionné pour former une seule

intercommunalité : Golfe du Morbihan Vannes Agglomération. Cette nouvelle communauté d'agglomération, composée de 34 communes, représente un bassin de vie pour près de 170 000 habitants. La compétence tourisme est exercée sur l'ensemble du nouveau périmètre.

Les offices de tourisme Presqu'île de Rhuys Golfe du Morbihan, Vannes Golfe du Morbihan et des Landes de Lanvaux ont fusionné au 6 avril 2017 pour former l'office de tourisme communautaire Golfe du Morbihan Vannes Tourisme, présidé par M. Roland Tabart, maire d'Arzon et dirigé par Arnaud Burel.



(OFFICE DE TOURISME)
Golfe du Morbihan Vannes Tourisme

Carte d'identité

Golfe du
Morbihan
Vannes
TOURISME

CARTE IDENTITÉ DE L'OFFICE DE TOURISME



NOM

Golfe du Morbihan Vannes Tourisme



STATUT

EPIC (Etablissement Public à caractère Industriel et Commercial)



ORGANE DÉLIBÉRANT

LE COMITÉ DE DIRECTION.

Assemblée représentative de la destination répartie en deux collèges :

- 15 membres élus représentant la destination (littoral, urbain, rural)
- 14 représentants des professionnels du tourisme (hébergeurs, loisirs, nautisme, commerçants...).



ZONE DE COMPÉTENCE

Golfe du Morbihan Vannes Agglomération



CRÉÉ LE

06.04.2017



PRÉSIDENT : Roland Tabart

DIRECTEUR : Arnaud Burel



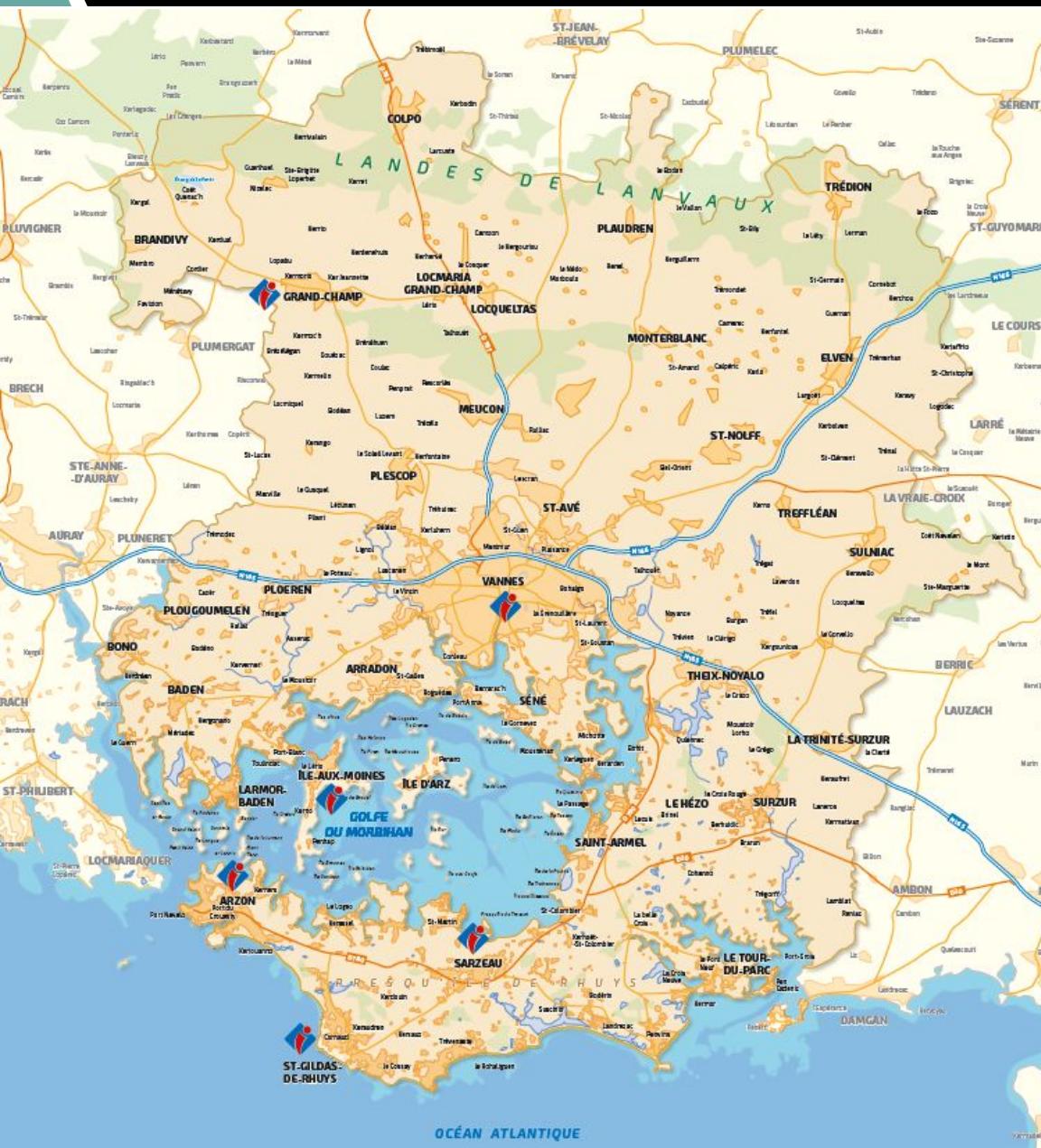
BUDGET

3 millions €

Notre territoire de compétence



34 COMMUNES



OCTOBRE 2020

Notre territoire de compétence



173 000 habitants



+ 15 ports et zones de mouillages
dont 5 en gestion par La Compagnie des
Ports du Morbihan (Arradon, Port Blanc-
Baden, Ile aux Moines, Port du Crouesty,
Vannes).

CLASSEMENTS PREFECTURE & MINISTERES



1 ville historique centre Vannes,
labelisée Ville d'Art et d'Histoire et
classée station de tourisme



1 commune classée station
de tourisme : Arzon



2 communes touristiques (en cours de
renouvellement) : St Gildas de Rhuys,
Sarzeau

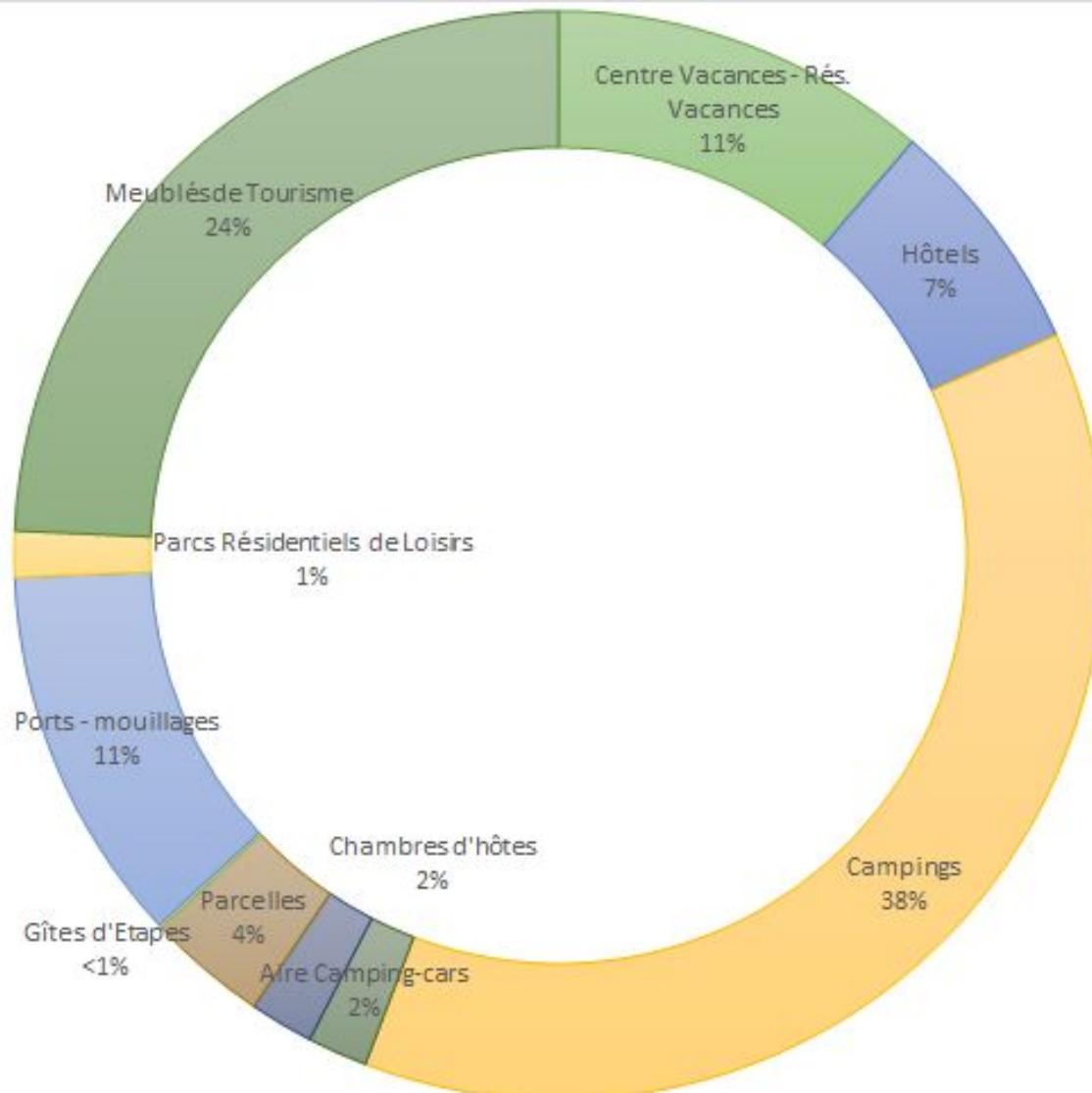


Le classement
en Parc Naturel
Régional du Golfe
du Morbihan



Notre territoire de compétence

REPARTITION DES LITS TOURISTIQUES MARCHANDS PAR TYPOLOGIE D'HEBERGEMENTS



TOTAL LITS TOURISTIQUES MARCHANDS : 55 673

- >30 Centres de vacances - Rés. : 6271 lits
- >60 Hôtels : 3954 lits
- >41 Campings : 20826 lits
- >13 Aire Camping-cars : 996 lits
- >132 Chambres d'hôtes: 1057 lits
- >631 Parcelles : 1977 lits
- >2 Gîtes d'Etapes : 59 lits
- >9 Ports - mouillages : 6256 lits
- >3 Parcs Résidentiels de Loisirs : 760 lits
- >2186 Meublés de tourisme : 13517 lits

TOTAL LITS TOURISTIQUES NON MARCHANDS : 95 850

La taxe de séjour

RÉPARTITION DU MONTANT COLLECTÉ PAR COMMUNE du 1/12/2018 au 30/11/2019*

TOTAL 2019*:
1 943 584 €



*Les déclarations de décembre 2019 sont traitées en janvier 2020

La taxe de séjour

RÉPARTITION DES NUITÉES PAR TYPE D'HÉBERGEMENT MARCHAND

VILLAGES DE VACANCES

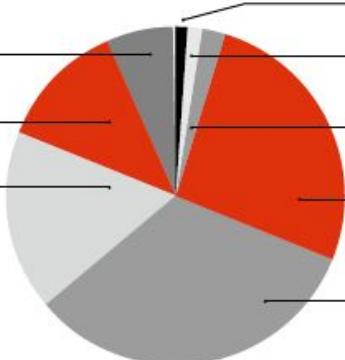
197 138 • 6,01 %

RÉSIDENCES DE VACANCES

376 037 • 11,47 %

HÔTELS

527 915 • 16,11 %



CHAMBRES D'HÔTES

37 168 • 1,15 %

AIRES DE CAMPING CAR

39 890 • 1,22 %

PLACES DE PORTS
ET MOUILLAGES

73 332 • 2,24 %

LOCATIONS DE VACANCES

729 065 • 24,42 %

CAMPINGS

(avec PRL parcelles)

1 004 023 • 30,64 %

RÉPARTITION DES NUITÉES PAR PÉRIODE

DÉCEMBRE 2018 À MARS

381 526 • 11,64 %

AVRIL-JUIN

648 915 • 21,74 %

SEPTEMBRE-NOVEMBRE

808 757 • 24,68 %

JUILLET-AOÛT

1 145 822 • 34,96 %

RÉPARTITION DU MONTANT COLLECTÉ PAR COMMUNE

8-PLESCOP

47 977,04 € • 2,47 %

7-LARMOR-BADEN

53 737,82 € • 2,77 %

6-ARRADON

70 399,50 € • 3,62 %

5-ST GILDAS DE RHUYS

76 827,61 € • 3,95 %

4-BADEN

136 943,39 € • 7,05 %

3-SARZEAU

276 342,54 € • 14,22 %

1 - VANNES

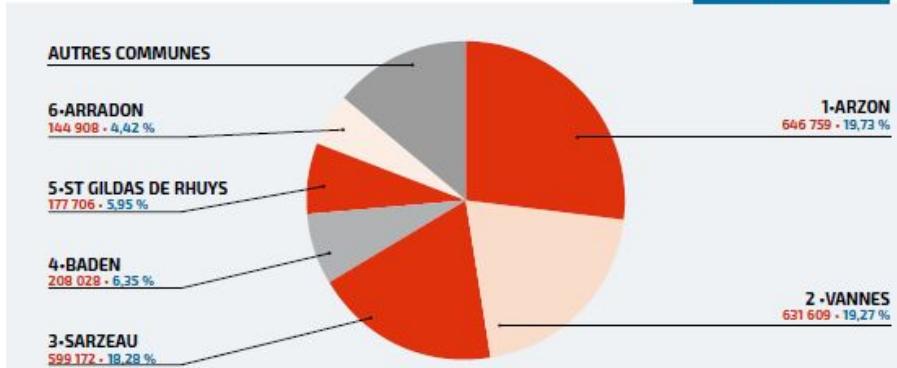
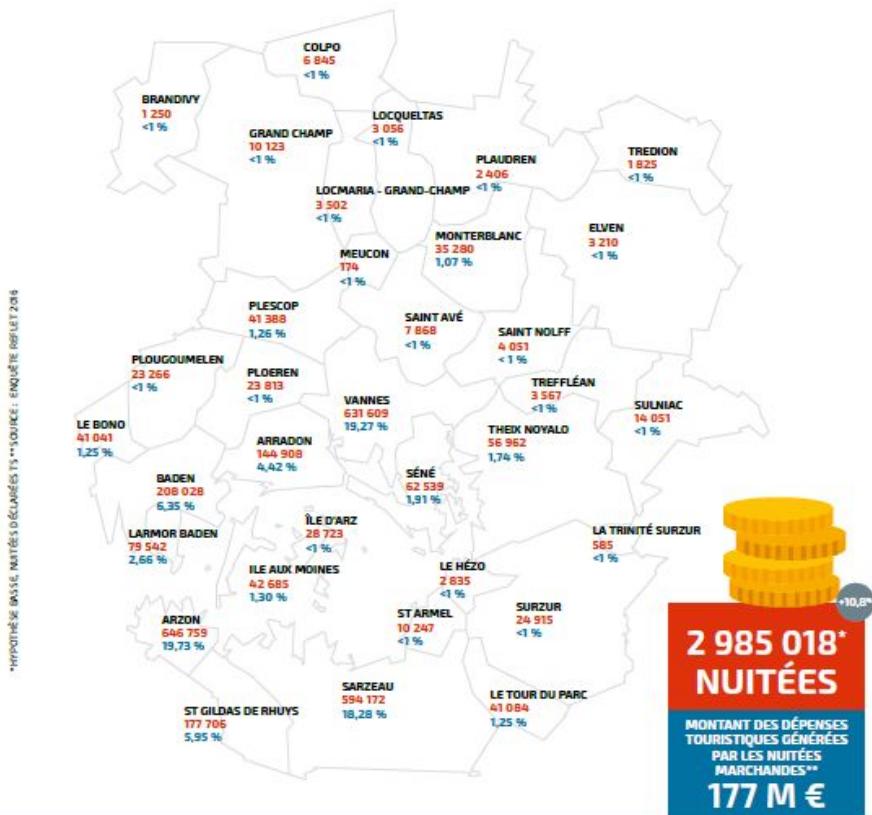
650 856,29 € • 33,49 %

2 - ARZON

388 278,28 € • 19,98 %

La taxe de séjour

RÉPARTITION DES NUITÉES PAR COMMUNE



HYPOTHÈSE DESSÉ, MATÉS DÉLAÎTÉS ET "SOURCE : ENQUÊTE RÉFUTÉ 2016

OCTOBRE 2020

Nos missions

L'ACCUEIL & L'INFORMATION - QUALITÉ

- > Gestion des bureaux d'information touristique (à l'année, saisonniers, mobiles...) et valorisation des prestataires touristiques
- > Accueil et information des visiteurs dans le cadre de la marque nationale QUALITÉ TOURISME™
- > Définition et mise en œuvre d'un plan de diffusion de l'information
- > Relations avec les professionnels de la destination
- > Gestion de la base de données d'informations touristiques.

L'office de tourisme s'est engagé vers le **déploiement d'un Schéma d'Accueil et de Diffusion de l'Information (SADI)** afin de repenser collectivement les services et ainsi garantir des services performants et une relation clientèle optimale à chaque étape du parcours client, sur Internet comme sur le territoire touristique. Exemples d'actions : WIFI territorial, Accueil Hors les murs (Le Breizh Mobile Tour)...

LA PROMOTION TOURISTIQUE

- > Définition du programme annuel d'actions de promotion (plan marketing)
- > maîtrise d'œuvre des actions de promotion
- > Réalisation des salons/éductours/opérations de communication grand public et professionnels
- > Représentation de l'agglomération au titre de sa compétence tourisme en France et à l'étranger.

LE MARKETING & COMMUNICATION TOURISTIQUE & COMMERCIALISATION

- > Conception d'un plan marketing annuel dans une logique d'innovation
- > Définition de la stratégie de communication (actions, supports, bilans et évaluations)
- > Définition et mise en œuvre du plan média (relations presse et médias)
- > Opérations de relations publiques et politique de séduction d'ambassadeurs de la destination
- > Gestion et développement du site web et des outils numériques (médias sociaux)
- > Gestion des dossiers de partenariat, publicité, sponsoring et co-branding
- > Gestion de la communication touristique auprès des professionnels du tourisme
- > Conception de produits touristiques et recherche des circuits de distribution de commercialisation (publics et privés, web et print...). Immatriculation au registre national des Opérateurs de Voyages et de Séjours (IMO 56130003)
- > Service congrès
- > Promotion des animations et évènements de la destination
- > Représentation de l'agglomération au titre de sa compétence tourisme en France et à l'étranger.

Nos chantiers stratégiques

Golfe du
Morbihan
Vannes
TOURISME

5 GRANDS CHANTIERS STRATÉGIQUES



ACCUEILLIR

Être visible avant, pendant et après le parcours client, valoriser le savoir-faire et les traditions, et poursuivre la politique des ambassadeurs, des habitants et des résidents : investir sur l'accueil numérique et s'engager sur l'accueil et l'hospitalité.



CONQUÉRIR

Passer d'un tourisme de cueillette à un tourisme de conquête : qualifier la destination, réhabiliter les sites, gagner des parts de marché, renouveler les clientèles françaises et doper les clientèles étrangères, mieux commercialiser notre destination d'exception.



STRUCTURER

Accompagner la démarche Qualité globale de l'offre pour favoriser la montée en gamme : générer des retombées économiques pour valoriser la fréquentation traduite dans la consommation touristique.



DÉVELOPPER

Réaliser collectivement le tourisme des 4 saisons autour de la thématique du bien-être : développer l'accroche de « destination à haute qualité de vie » et séduire les investisseurs



INNOVER

Donner du sens au développement touristique : approche sociétale et durable en lien avec le Parc Naturel Régional, internationaliser la destination avec la démarche Unesco Paysages de Mégalithes.



OBJECTIF GÉNÉRAL

Développer une politique de marketing territorial « Golfe du Morbihan Vannes Tourisme » permettant d'accroître et de diversifier la fréquentation touristique de la destination.



LES 3 PRIORITÉS DE « GOLFE DU MORBIHAN VANNES TOURISME »

> ACCOMPAGNER

et tirer profit du triptyque de l'offre : rural, urbain et littoral (paysan, citadin, marin).

> AFFIRMER

la marque Golfe du Morbihan et la référencer au catalogue France et à l'international.

> COMMERCIALISER

la destination comme réflexe city-break et week-end 4 saisons.

Chantiers et projets structurants de 2017 à 2020

ACCUEIL INFORMATION

- > SADI
- > Marque Qualité Tourisme
- > Classement Catégorie 1
- > Marque Tourisme & Handicap

COMMUNICATION / MARKETING

- > Guide de marque
- > Collection d'éditions
- > Communication digitale : site internet, webmarketing, médias sociaux
- > Relations Presse
- > Plan de promotion

COMMERCIALISATION

- > City Pass
- > Vente en ligne
- > Groupes Loisirs & Affaires

GESTION & MANAGEMENT

- > RH - Fusion des équipes
- > Mise en place du CSE
- > Outils de communication interne
- > Logiciels métiers

INGÉNIERIE

- > Démarche sports outdoor (trail, marche nordique, vélo)
- > Les Hippocampes
- > Charte du voyageur
- > Deiz Confidences Tour
- > Mise en scène du territoire

La Marque

Golfe du
Morbihan
Vannes
TOURISME

LA MARQUE GOLFE DU MORBIHAN VANNES... LA RENCONTRE AVEC L'EXCEPTIONNEL

LA RENCONTRE AVEC
l'exceptionnel

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

OBJECTIF : développer une marque dynamique de territoire

LE GUIDE DE MARQUE

OBJECTIF : appropriation de la marque
par les entreprises et institutions

Ce guide de marque est un outil conceptuel. Il a généré une boîte à outils à consulter sur l'espace pro de golfedumorbihan.bzh. Il détaille la personnalité graphique, l'identité visuelle, photographique et même littéraire à adopter dans sa communication.



L'équipe de l'Office de Tourisme

Golfe du
Morbihan
Vannes
TOURISME

UNE ÉQUIPE DE PROFESSIONNELS AU SERVICE DE LA DESTINATION

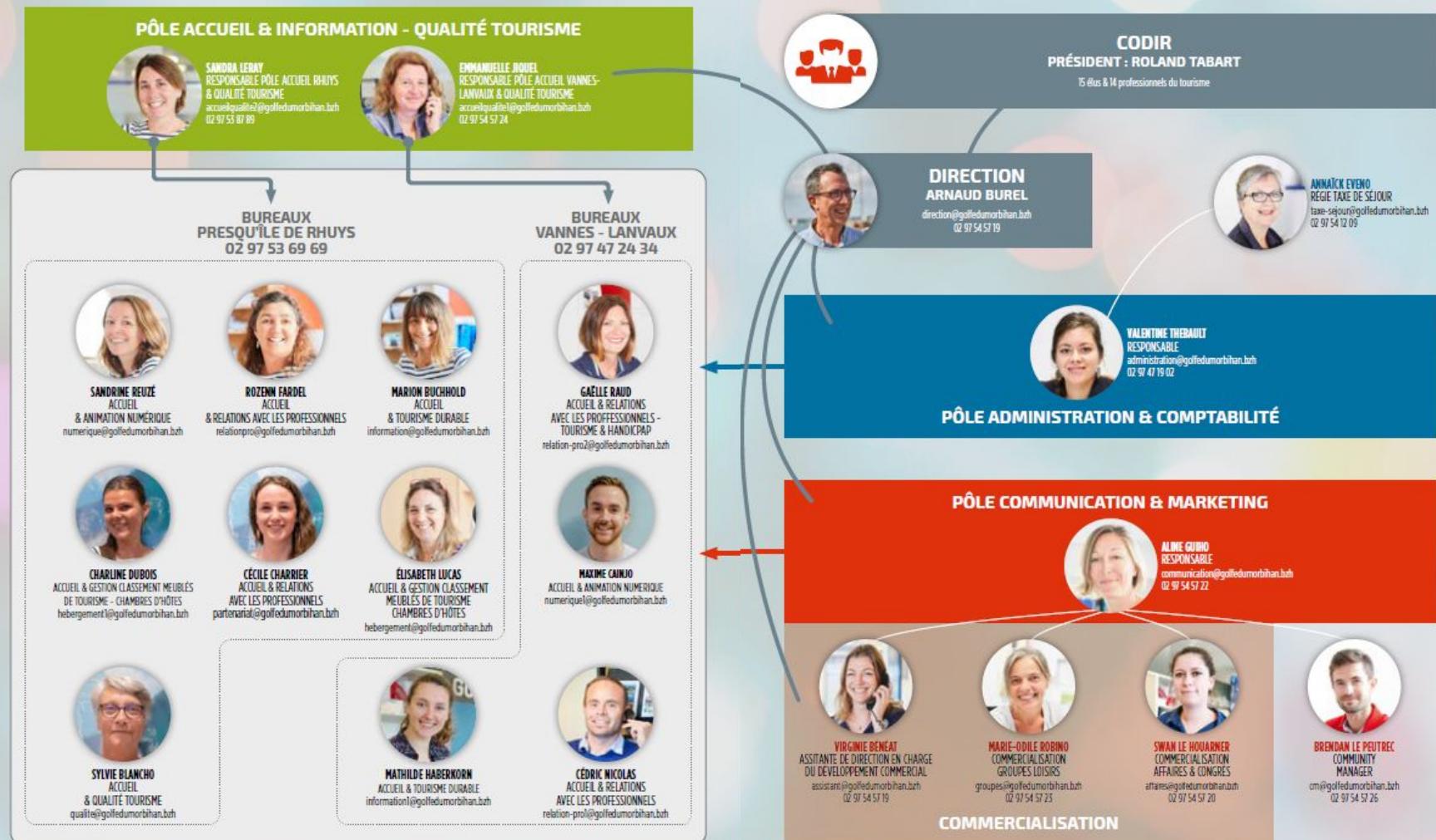
L'ENGAGEMENT QUALITÉ LE FIL CONDUCTEUR DES ACTIONS DE L'OFFICE DE TOURISME



PARTENAIRE SITE RELAIS
PARC NATUREL RÉGIONAL



1^{re} CHARTRE DU VOYAGEUR DE FRANCE
ÉDITÉE PAR UN OFFICE DE TOURISME



LE SADI : SCHÉMA D'ACCUEIL ET DE DIFFUSION DE L'INFORMATION

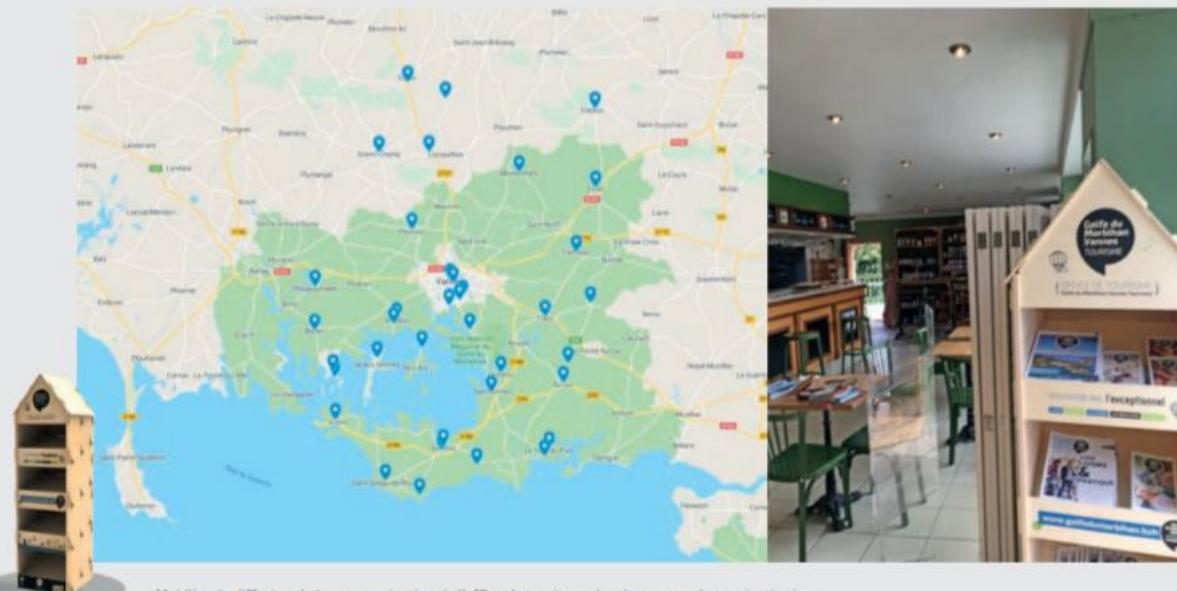
En 2019, l'OT Golfe du Morbihan Vannes Tourisme a continué de travailler à l'élaboration d'un SADI sur l'ensemble du territoire (axe d'intervention défini au sein du Schéma de développement touristique GMVA).

OBJECTIF : s'adapter aux nouveaux comportements des visiteurs, notamment en terme d'hospitalité numérique (smartphone, médias sociaux).

Nos actions :

- réfléchir à tous les moyens susceptibles d'informer et de conseiller : accueil numérique (déploiement d'écrans dynamiques au sein des bureaux, en vitrine, à la gare de Vannes...), wifi territorial, accueil hors les murs (Breizh Mobile Tour)...
- animer une nouvelle stratégie d'accueil sur le territoire en étroite collaboration avec nos partenaires : éductours, déploiement cabanes présentoirs, points info partenaires...

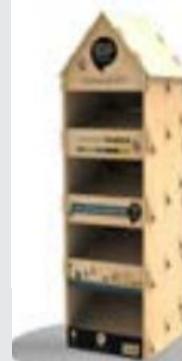
38 CABANES DÉPLOYÉES CHEZ LES PARTENAIRES, MAIRIES...



Mobilier de diffusion de la communication de l'office de tourisme chez les partenaires et institutions

LES CABANES PRÉSENTOIRES

En 2018, l'OT s'est doté d'une quarantaine de mobiliers de diffusion à l'effigie de la marque « Golfe du Morbihan Vannes... la rencontre avec l'exceptionnel ».



OBJECTIF : Installés dans des lieux de flux, ces mobiliers sont au service des habitants, visiteurs et résidents et permettent de diffuser la collection d'éditions de l'office de tourisme : Magazines de voyage, Guides Hébergements, Guides Loisirs, Guides Gourmands, Journaux des animations « GOLFE AND YOU, LE GOLFE ET VOUS »

- Deux partenariats avec des professionnels (Point info partenaire) permettent d'informer sur des sites touristiques stratégiques : L'Escale en Arz, Ile d'Arz et le bureau du Cairn de Gavrinis, Larmor-Baden.

Les chiffres clés 2020

Golfe du
Morbihan
Vannes
TOURISME



56 600
contacts fichier
GRC newsletters



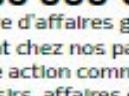
520 000 €
investis chaque année
dans la promotion
et la communication



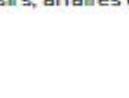
330 000 €*
de chiffre d'affaires générés
directement chez nos partenaires
par notre action commerciale
groupes loisirs, affaires et congrès



BUDGET : 3 MILLIONS EUROS



62 %
Taxe de séjour



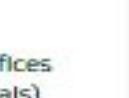
70
retombées presse identifiées tous
médias confondus suite aux accueils
et relations presse



800
partenaires



498 748*
visiteurs dans nos bureaux
d'information touristique



1 194 956*
visiteurs sur le site web
golfedumorbihan.bzh
4 405 830 pages vues



2 985 018* nuitées touristiques marchandes
177 MILLIONS €* de dépenses touristiques
générées par les nuitées marchandes



13 149 Igers Instagram
(Top 10 des Offices de tourisme)



5 370 followers Twitter
(Top 10 des Offices de tourisme
littoral français)



City Pass :
60 partenaires,
+500 City Pass vendus
en 2020



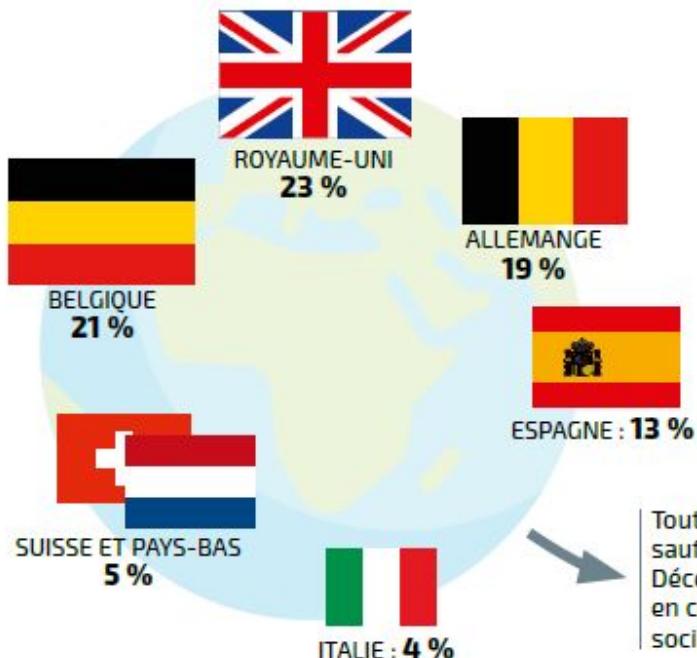
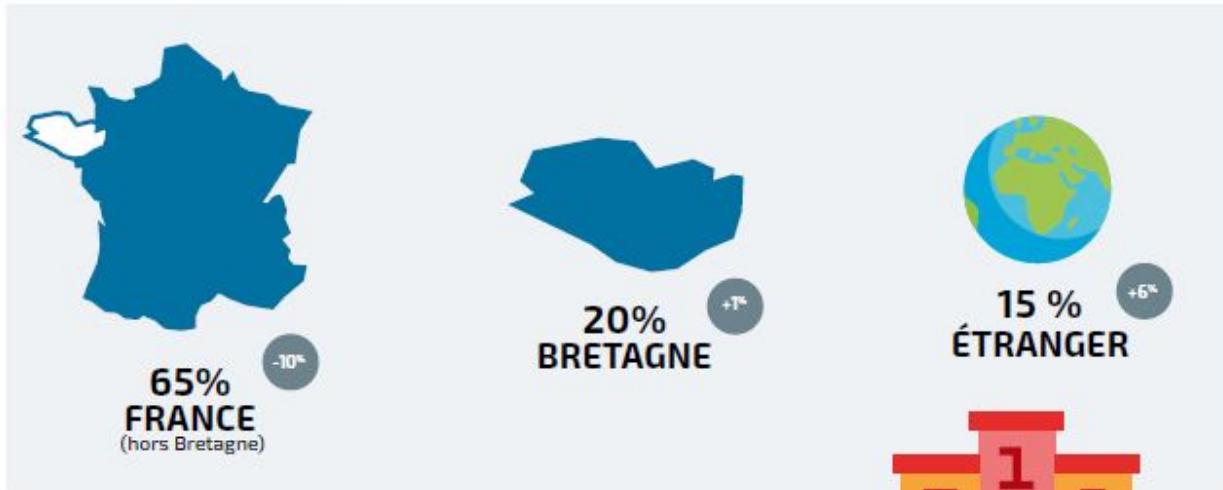
543 750 €*
de chiffres d'affaires billetteries
loisirs générés pour nos partenaires
à l'accueil de nos bureaux



98 209
fans Facebook (Top 10 des Offices
de tourisme du littoral français)

Profil des visiteurs

ORIGINES DE LA CLIENTÈLE



Toutes les clientèles étrangères sont en hausse, sauf la clientèle espagnole en baisse de 3 %. Décembre 2018 : baisse de la clientèle étrangère en comparaison à décembre 2017 (mouvement social Gilets Jaunes).

La communication digitale



SITE INTERNET

www.golfedumorbihan.bzh

- 900 383 VISITES (-10%)

TOP 3 PAGES (NB SESSIONS)

- Webcams : 496 290 (+9%)
- Ile aux Moines : 41 302 (+2%)
- Croisières et traversées : 40 388 (stable)

NOUVEAUTÉ 2020 : VENTE EN LIGNE (02/06 au 30/09)

- CA : 6310 €
- 264 dossiers
- Panier moyen : 23 €



1 nouveau site web illustrant les nouvelles tendances, en terme :

- D'ergonomie et d'utilisabilité : mobile first, vente en ligne, approche SEO...
- De contenus éditoriaux immersifs (approche magazine)
- D'hospitalité numérique des clientèles étrangères : mise en ligne de quatre versions du site en langues étrangères

Les relations presse

Golfe du
Morbihan
Vannes
TOURISME

LES RELATIONS PRESSE

ACCUEILS ET COLLABORATIONS



70 JOURNALISTES DONT 15 GROUPES ÉTRANGERS

Suisse, Allemagne, Espagne, Québec,
Belgique, Grande-Bretagne, Pays-Bas,
Australie

74 RETOMBÉES IDENTIFIÉES TOUS MÉDIAS CONFONDUS

journaux, magazine, guides, blogs,
TV, radio etc

DOSSIERS ET COMMUNIQUÉS DE PRESSE :
visibilité dans les 8 DP marchés étrangers CRT (Italie, GB,
Irlande, Suisse, Espagne, USA, Canada FR, Australie),
CP Sensation Bretagne, DP Morbihan Tourisme

PHOTOTHÈQUE & VIDEOTHÈQUE

OBJECTIF : mutualisation

➤ Mission photos Alexandre Lamoureux. Les prises de vues ont été réalisées courant d'été 2018 sur les 34 communes de Golfe du Morbihan Vannes agglomération.

➤ **Nouveau :** vidéothèque libre de droit.

L'OT s'est doté de fichiers vidéos libres de droit du Golfe du Morbihan et de Vannes (vues du ciel, drônes...).



VIDÉOS

OBJECTIF : promotion / 5 vidéos d'ambassadeurs

Dans le cadre de sa communication 2018 et du Magazine de voyage, l'OT a réalisé 5 vidéos de passionnés qui parlent de leur Golfe du Morbihan. Ces vidéos sont diffusées sur les réseaux sociaux, le site golfedumorbihan.bzh, les écrans dynamiques, par les partenaires...

- Mathieu Feurprier, skipper Pen Duick
- Eugène Riguidel, Les Guépards
- Cidreries du Golfe
- Bernard Hinault
- Guy Zimmer, aérostier



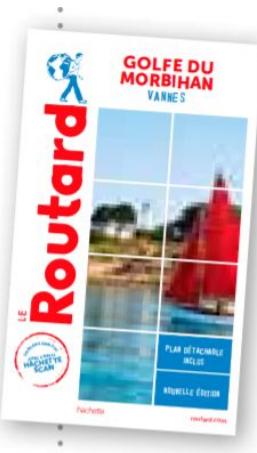
Nos éditions - Guide du Routard

Golfe du
Morbihan
Vannes
TOURISME

Le Guide du Routard du Golfe du Morbihan

Ce projet repose sur 5 réflexions

- Développer la citation et la visibilité du nom « **Golfe du Morbihan** » sur le marché français
- Renforcer l'image qualitative du Golfe
- Générer des retombées économiques auprès des professionnels
- Valoriser notre destination sur les périodes de Printemps et d'Automne
- Développer et stimuler un esprit « **Golfe du Morbihan** ».



GUIDE DU ROUTARD GOLFE DU MORBIHAN VANNES

En vente en librairie, à l'office de tourisme et chez nos partenaires. 12.90 €
Sortie avril 2020.

NOS ÉDITIONS À VOTRE SERVICE :

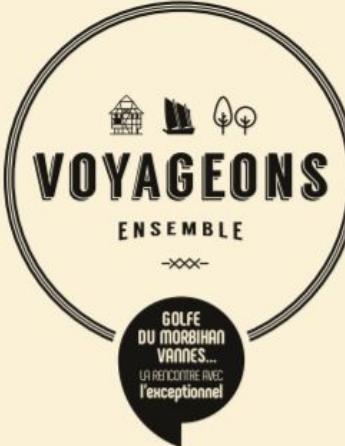
A grid of images showing various travel guides and brochures for the Golfe du Morbihan.

- LE MAGAZINE DE VOYAGE :**
Découvrez le Golfe du Morbihan Vannes, une destination d'exception
- LE GUIDE LOISIRS & PRATIQUE :**
Mode d'emploi de la destination avec les activités de visites, loisirs, sports, commerces et services
- LE GUIDE HÉBERGEMENTS :**
Réservez votre hébergement parmi plus de 500 adresses
- LE GUIDE GOURMAND :**
Restaurants, bars, dégustations d'huîtres, produits régionaux, commerces gourmands, marchés
- GUIDES DE BIENVENUE**
UK, DE, ES flags
- LES PLANS :**
Plans touristiques de la destination. Vannes, Nord de Vannes - Landes de Lannaux, Presqu'île de Rhuys, Golfe du Morbihan
- LE JOURNAL DES ANIMATIONS GOLFE AND YOU :**
Trois éditions : printemps, été, automne-hiver

Charte du Voyageur & Hippocampes

Golfe du
Morbihan
Vannes
TOURISME

CHARTE DU VOYAGEUR



“

**SUR CE TERRITOIRE MARIN. URBAIN. PAYSAN
ON MURMURE QUE...**



Les voyageurs ne comptent pas pour du beurre.
La côte se montre plus sauvage que les habitants.
On reçoit des vagues d'émotions, même en pleine tempête.
On grave chaque instant dans sa mémoire, pas sur les pierres.
On ramasse ses déchets parce que c'est pas la mer à boire.
On consomme local aussi naturellement que l'on savoure une crêpe.
On pose volontiers la bolée pour danser au fest-noz.
On contemple les ballets d'aigrettes sur la pointe des pieds.
On retrouve sa liberté sans s'échapper des sentiers de randonnée.
La rencontre avec l'exceptionnel se partage avec fierté.

”

Golfe du Morbihan Vannes TOURISME

« La Charte du voyageur s'inscrit dans une démarche de tourisme responsable. Elle est issue d'une réflexion menée par l'Office de Tourisme auprès des associations, ONG, élus, institutions, professionnels, habitants... Elle souhaite la bienvenue aux voyageurs et invite à un séjour encore plus responsable ». Roland Tabart, président de l'Office de Tourisme Golfe du Morbihan Vannes Tourisme

(OFFICE DE TOURISME) Golfe du Morbihan Vannes Tourisme

“ Les hippocampes du Golfe du Morbihan, conférences économiques à Vannes



#leshippocampes

Projet Rossignol - Sport Outdoor



LE CONTEXTE

Le projet porté par l'Office de Tourisme communautaire s'inscrit dans la logique du Schéma de développement touristique créé par Golfe du Morbihan Vannes Agglomération.
Le projet a vocation à accompagner l'image sportive de notre territoire portée par de nombreuses communes.

LE PROJET

La Station de Trail, NordiK Walk et la création d'un Espace R-Bikes permettent de compléter l'offre sportive de notre destination.

Rejoindre un réseau européen et profiter de l'expertise du groupe Rossignol et de la force de communication du réseau.

OBJECTIFS

- > Construire et vendre de nouvelles offres
- > Mettre en scène le territoire (notamment sur les Landes de Lanvaux)
- > Diversifier notre clientèle
- > Favoriser l'image sportive de notre destination
- > Doper l'itinérance sur notre territoire
- > Lisser la fréquentation à l'année : tourisme des 4 saisons

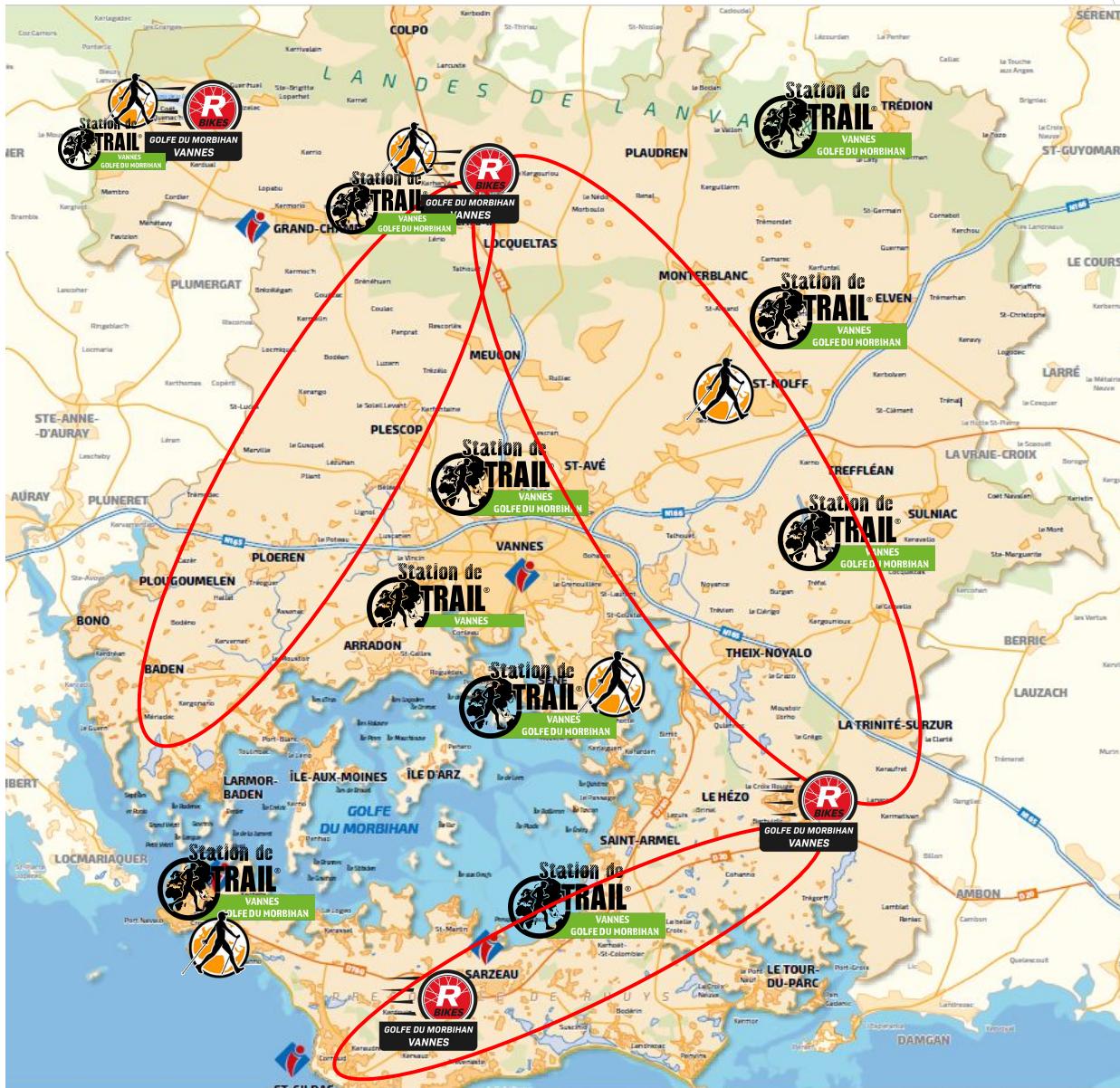


La carto des parcours

Golfe du
Morbihan
Vannes
TOURISME

- 13 parcours de Trail
- 5 parcours de Marche nordique
- 7 parcours de VTTAE
- 3 parcours de Gravel
- plus de 18 communes concernées
- plus de 10 associations impliquées

1 Base d'accueil principale située à l'Office de Tourisme de Grand Champ



City pass Golfe du Morbihan Vannes

Golfe du
Morbihan
Vannes
TOURISME

LE CONTEXTE

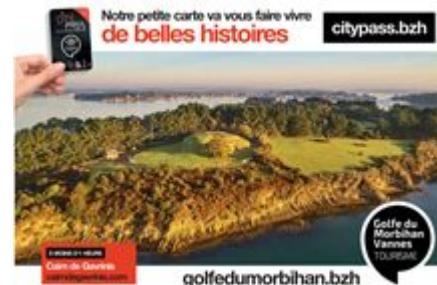
L'Office de Tourisme de Golfe du Morbihan Vannes
Tourisme a mis en place le City Pass Golfe du Morbihan
Vannes au printemps 2019.

Véritable outil innovant, il répond aux 3 priorités de l'office
de tourisme :
accompagner, affirmer la marque « Golfe du Morbihan
Vannes... la rencontre avec l'exceptionnel » et
commercialiser la destination auprès de la cible
individuelle et affaires.

OBJECTIFS

Le City Pass permet de :

- > promouvoir la destination et répondre aux usages numériques actuels (Pass numérique),
- > faciliter le parcours client, conquérir de nouvelles clientèles,
- > développer le tourisme des 4 saisons,
- > doper l'itinérance et la mobilité douce sur l'ensemble du périmètre de l'agglomération en valorisant les ressources des territoires urbains, littoraux et ruraux.



CITY PASS

**534 City Pass vendus
(+110 %)
en 3 mois (20/06 au 20/09)**

CA : 17 373 €

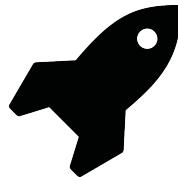


**2 570 entrées validées
chez nos partenaires**

Top 3 des sites visités :
Aquarium
Petit Train de Vannes
Domaine de Suscinio



Notre plan d'actions 2020

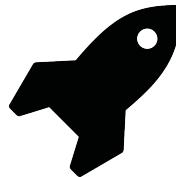


NOS CHANTIERS PRIORITAIRES 2020

ACCUEIL / INFORMATION

- > Développement du SADI : écrans dynamiques, vitrophanie, wifi
- > Charte du Voyageur et démarche de développement durable : réflexion, déploiement, appropriation
- > Agencement du BIT de Grand Champ et de Sarzeau en lien avec le classement en catégorie 1, la marque Qualité Tourisme, le label Tourisme & Handicap
- > Création de la boutique en lien avec notre marque

Notre plan d'actions 2020

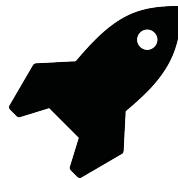


NOS CHANTIERS PRIORITAIRES

PROMOTION / COMMUNICATION / MARKETING

- > Nouveau site web traduit en 4 langues, stratégie de contenu, réservation en ligne
- > Poursuivre des actions de promotion, de conquêtes de clientèles sur les marchés français et étrangers
- > Valorisation de la marque sur les 4 saisons : Campagne TV - FRANCE TV / Opération Promotion Montgolfière
- > Structuration du service Affaires/Groupes
- > CITY PASS : développement commercial, itinérance sur notre destination

Notre plan d'actions 2020



NOS CHANTIERS PRIORITAIRES

INGÉNIERIE & MANAGEMENT DE PROJETS

- > Contribuer à la mise en scène du territoire en partenariat avec les services de GMVA et les collectivités : aménagements, investisseurs, itinérances, signalisation, randonnées...
- > Développer le travail de collecte d'indicateurs économiques en partenariat avec GMVA
- > Promotion des parcours Station de Trail & Nordik Walk

MANAGEMENT / ADMINISTRATIF / RESSOURCES HUMAINES

- > Réorganisation de l'équipe des Pôles dans une logique de relation clients
- > RGPD - accompagnement, mise en conformité
- > Réflexion sur la mise en place de la RSE

La rencontre avec l'exceptionnel



“ Voyageons ensemble ”

0:01 / 4:34



Merci de votre attention.

Arnaud BUREL

direction@golfedumorbihan.bzh



**DEVENEZ AMBASSADEUR
DU GOLFE DU MORBIHAN**

SUIVEZ-NOUS :

GOLFEDUMORBIHAN
GOLFEANDYOU

@GOLFEMORBIHAN
#GOLFEDUMORBIHAN

www.golfedumorbihan.bzh
 tourisme@golfedumorbihan.bzh



(OFFICE DE TOURISME)
Golfe du Morbihan Vannes Tourisme

