

# 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

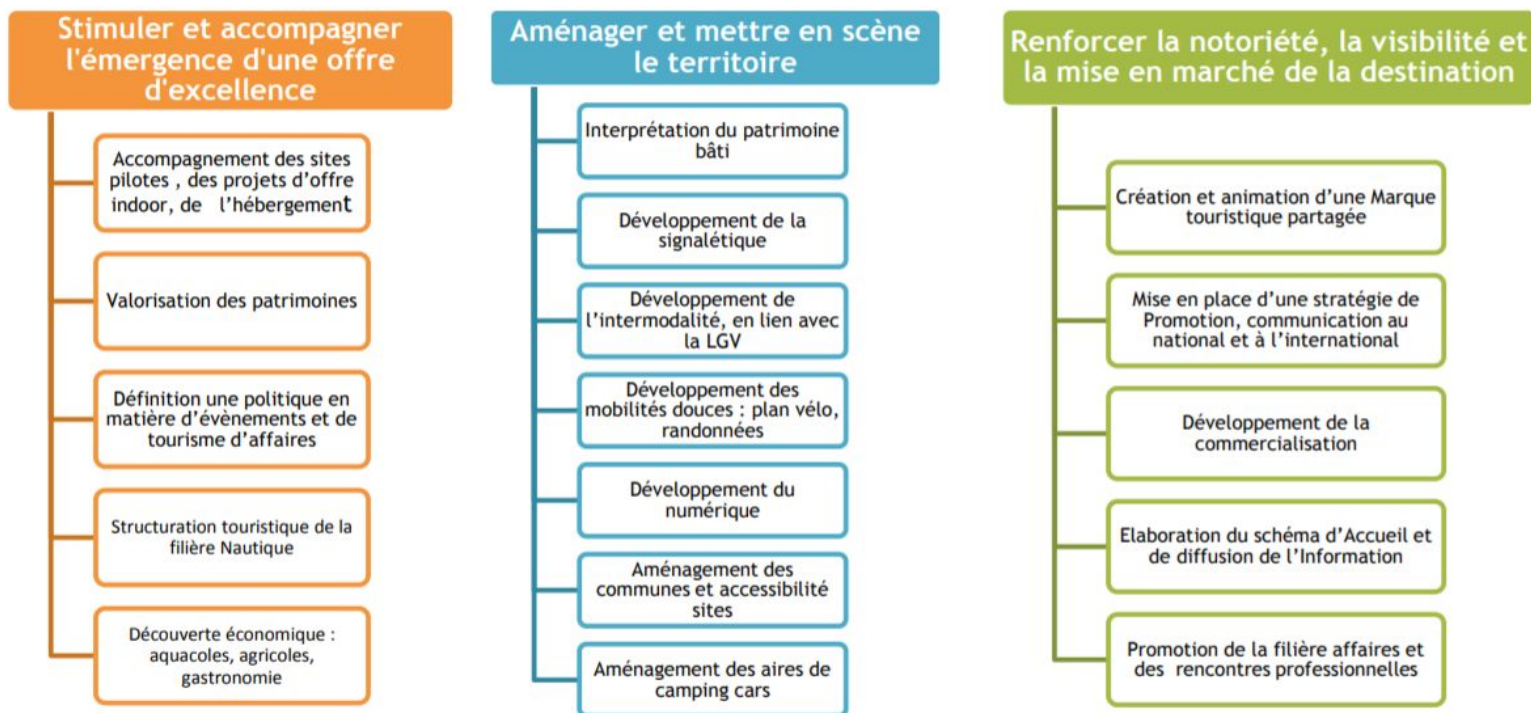
- > Le renforcement de la notoriété et de l'image de la destination : devenir une destination bretonne incontournable et la destination phare de Bretagne Sud
- > La captation de nouvelles clientèles, primo visiteurs, pour des séjours, des week-ends, des escales
- > La participation du tourisme à l'attractivité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

Golfe du  
Morbihan  
Vannes  
TOURISME

( OFFICE DE TOURISME )  
Golfe du Morbihan Vannes Tourisme

### 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<sup>er</sup> janvier 2017 (contre 5 000 habitants avant).

Au 1<sup>er</sup> 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.

## CARTE IDENTITÉ DE L'OFFICE DE TOURISME



### NOM

Golfe du Morbihan Vannes Tourisme



### ZONE DE COMPÉTENCE

Golfe du Morbihan Vannes Agglomération



### STATUT

EPIC (Etablissement Public à caractère Industriel et Commercial)



### CRÉÉ LE

06.04.2017



### 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...).



**PRÉSIDENT** : Roland Tabart

**DIRECTEUR** : Arnaud Burel



### BUDGET

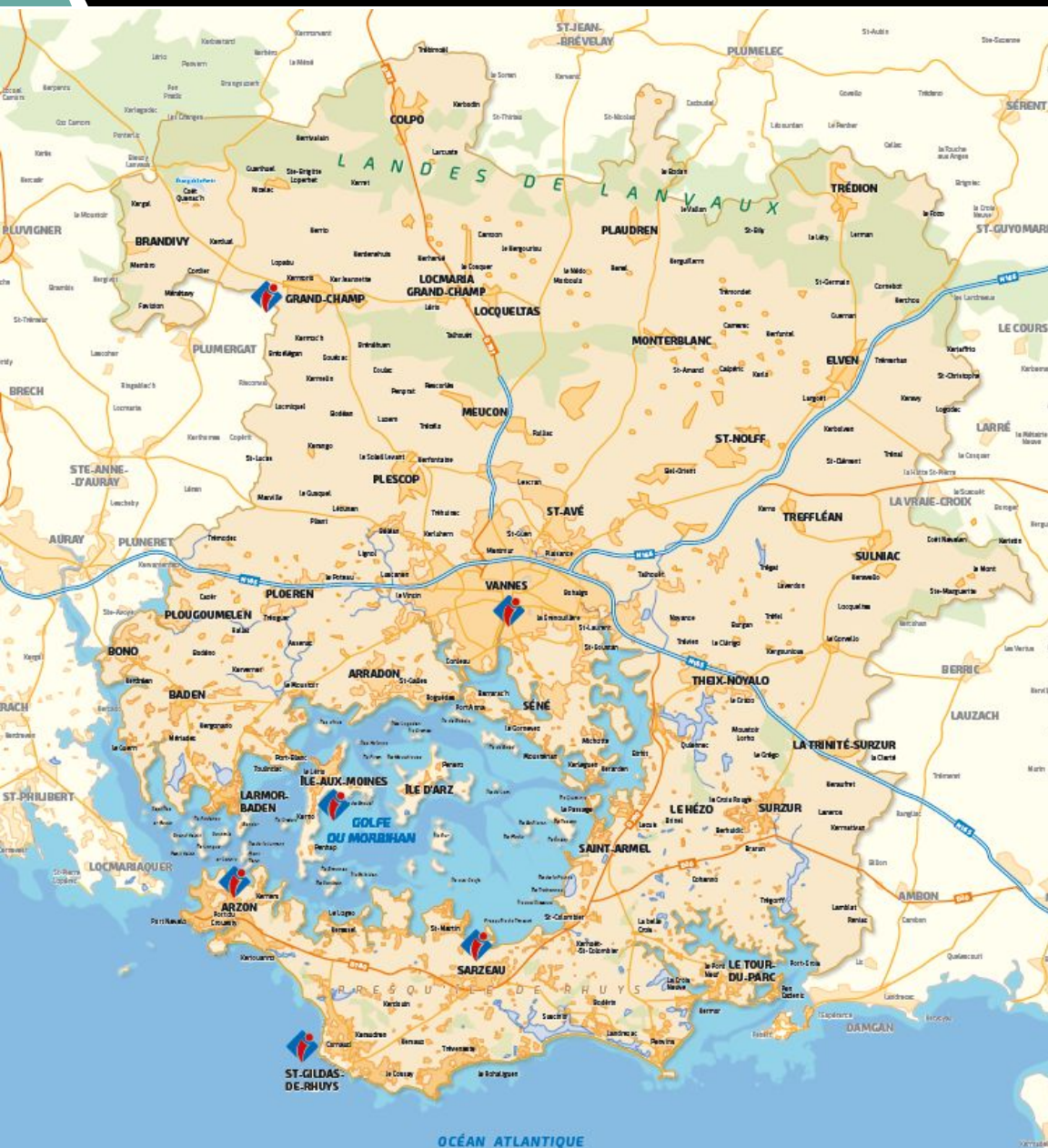
3 millions €



# Notre territoire de compétence

Golfe du  
Morbihan  
Vannes  
TOURISME

34 COMMUNES



OCTOBRE 2020

# Notre territoire de compétence

Golfe du  
Morbihan  
Vannes  
TOURISME



**173 000**  
habitants

**34**

communes  
dont 15 communes  
littorales



Le classement  
en Parc Naturel  
Régional du Golfe  
du Morbihan



**+ 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 & MINISTÈRES



**1** ville historique centre Vannes,  
labellisée 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 Rhuy, Sarzeau

**+300**

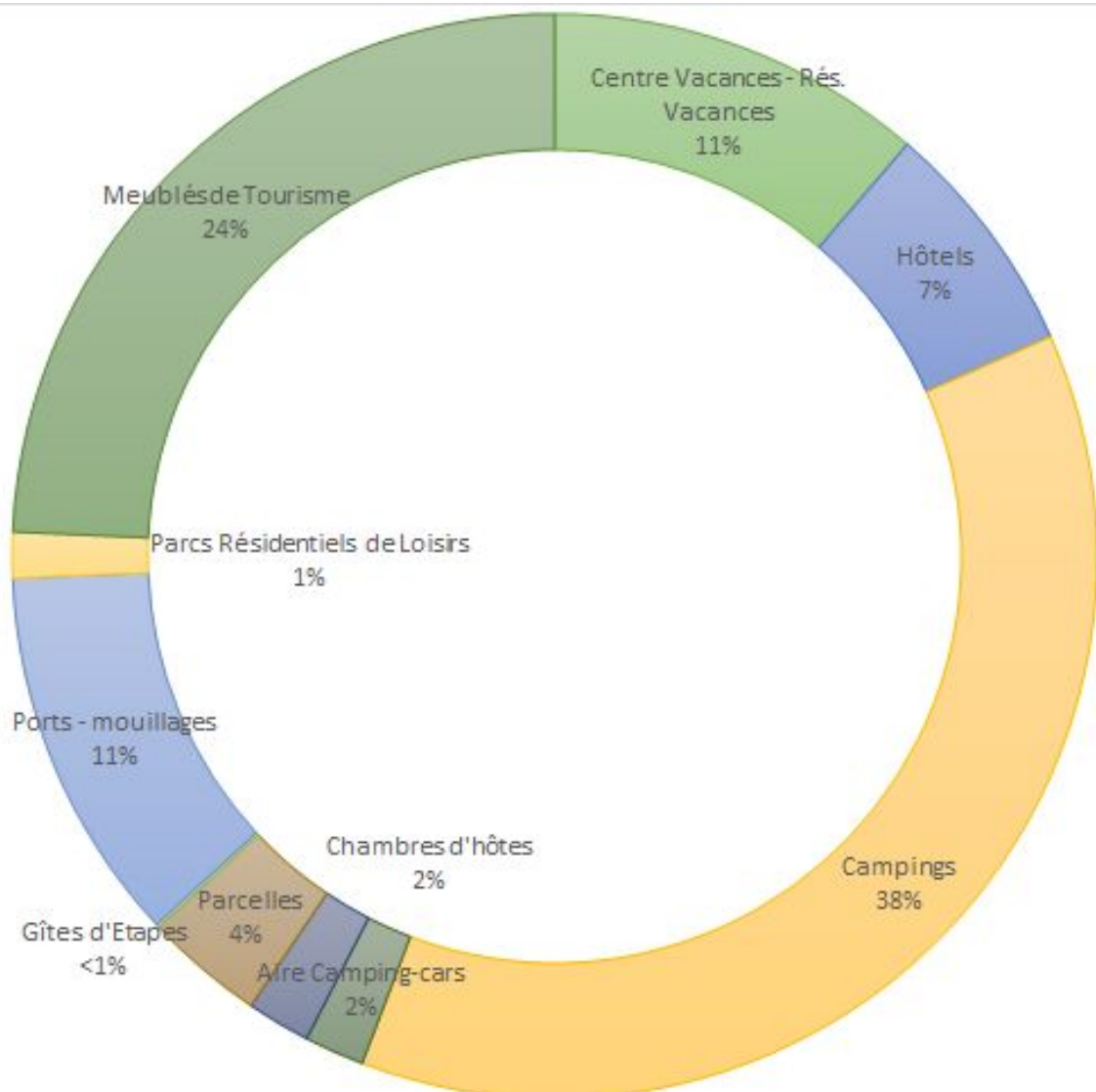
entreprises de loisirs,  
dont des équipements  
structurants

**1** gare TGV

**1** aéroport

# 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

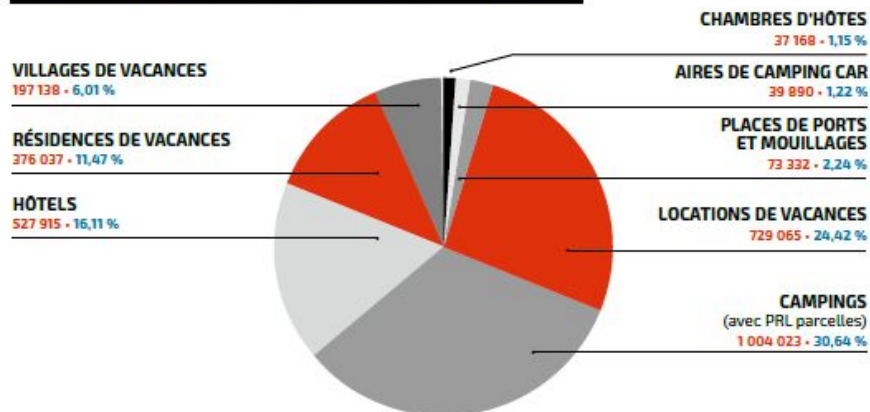
RÉPARTITION DU MONTANT COLLECTÉ PAR COMMUNE du 1/12/2018 au 30/11/2019\*



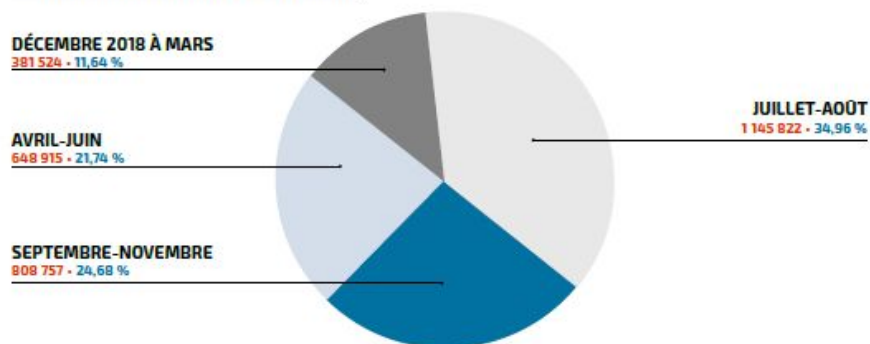
\*Les déclarations de décembre 2019 sont traitées en janvier 2020

# La taxe de séjour

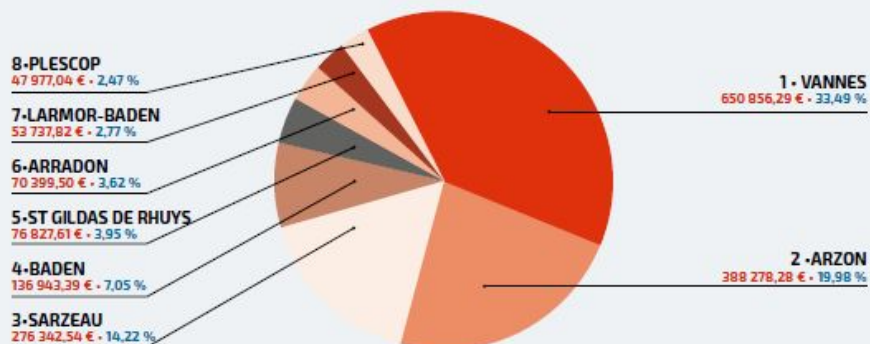
## RÉPARTITION DES NUITÉES PAR TYPE D'HÉBERGEMENT MARCHAND



## RÉPARTITION DES NUITÉES PAR PÉRIODE

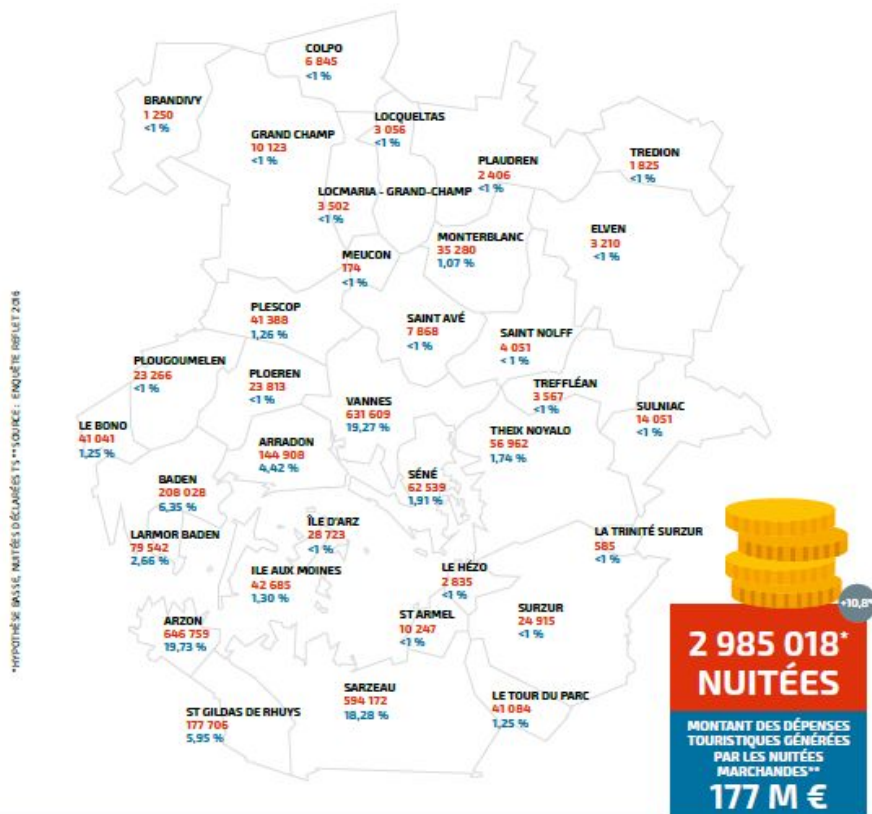


## RÉPARTITION DU MONTANT COLLECTÉ PAR COMMUNE



# La taxe de séjour

## RÉPARTITION DES NUITÉES PAR COMMUNE



### AUTRES COMMUNES

#### 6-ARRADON

144 908 • 4,42 %

#### 5-ST GILDAS DE RHUYS

177 706 • 5,95 %

#### 4-BADEN

208 028 • 6,35 %

#### 3-SARZEAU

594 172 • 18,28 %

#### 1-ARZON

646 759 • 19,73 %

#### 2-VANNES

631 609 • 19,27 %



## 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 événements 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... 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](http://golfedumorbihan.bzh). Il détaille la personnalité graphique, l'identité visuelle, photographique et même littéraire à adopter dans sa communication.



Le  
Terroir...

LA RENCONTRE AVEC  
l'exceptionnel

La  
Nature...

LA RENCONTRE AVEC  
l'exceptionnel

La  
Mer...

LA RENCONTRE AVEC  
l'exceptionnel

Les  
Mégalithes...

LA RENCONTRE AVEC  
l'exceptionnel

La  
Culture...

LA RENCONTRE AVEC  
l'exceptionnel



# L'équipe de l'Office de Tourisme

Golfe du  
Morbihan  
Vannes  
TOURISME

## UNE ÉQUIPE DE PROFESSIONNELS AU SERVICE DE LA DESTINATION

### PÔLE ACCUEIL & INFORMATION - QUALITÉ TOURISME



**SANDRA LEBAY**  
RESPONSABLE PÔLE ACCUEIL RHUYS  
& QUALITÉ TOURISME  
accueilqualite@golfedumorbihan.bzh  
02 97 53 87 89



**EMMANUELLE BODEL**  
RESPONSABLE PÔLE ACCUEIL VANNES-  
LANVAUX & QUALITÉ TOURISME  
accueilqualite@golfedumorbihan.bzh  
02 97 54 57 24

#### BUREAUX PRESQU'ÎLE DE RHUYS 02 97 53 69 69



**SANDRINE REUZÉ**  
ACCUEIL  
& ANIMATION NUMÉRIQUE  
numerique@golfedumorbihan.bzh



**ROZENN FARDEL**  
ACCUEIL  
& RELATIONS AVEC LES PROFESSIONNELS  
relationpro@golfedumorbihan.bzh



**MARION BUCHHOLD**  
ACCUEIL  
& TOURISME DURABLE  
information@golfedumorbihan.bzh



**CHARLINE DUBOIS**  
ACCUEIL & GESTION CLASSEMENT MEUBLES  
DE TOURISME - CHAMBRES D'HÔTES  
hebergement@golfedumorbihan.bzh



**CÉCILE CHARRIER**  
ACCUEIL & RELATIONS  
AVEC LES PROFESSIONNELS  
partenariat@golfedumorbihan.bzh



**ÉLISABETH LUCAS**  
ACCUEIL & GESTION CLASSEMENT  
MEUBLES DE TOURISME  
CHAMBRES D'HÔTES  
hebergement@golfedumorbihan.bzh



**STYLVIE BLANCHO**  
ACCUEIL  
& QUALITÉ TOURISME  
qualite@golfedumorbihan.bzh



**MATHILDE HABERKORN**  
ACCUEIL & TOURISME DURABLE  
information@golfedumorbihan.bzh



**CÉDRIC NICOLAS**  
ACCUEIL & RELATIONS  
AVEC LES PROFESSIONNELS  
relation-pro@golfedumorbihan.bzh

#### BUREAUX VANNES - LANVAUX 02 97 47 24 34



**GAËLLE RAUD**  
ACCUEIL & RELATIONS  
AVEC LES PROFESSIONNELS -  
TOURISME & HANDICAP  
relation-pro2@golfedumorbihan.bzh



**MAXIME CAUJO**  
ACCUEIL & ANIMATION NUMÉRIQUE  
numerique@golfedumorbihan.bzh



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



PARTENAIRE SITE RELAIS  
PARC NATUREL RÉGIONAL



1<sup>re</sup> CHARTE DU VOYAGEUR DE FRANCE  
ÉDITÉE PAR UN OFFICE DE TOURISME



### CODIR PRÉSIDENT : ROLAND TABART

15 élus & 14 professionnels du tourisme



### DIRECTION ARNAUD BUREL

direction@golfedumorbihan.bzh  
02 97 54 57 19



**ANNICK EVENO**  
REGIE TAXE DE SEJOUR  
taxe-sejour@golfedumorbihan.bzh  
02 97 54 12 09



**VALENTINE THIÉRAULT**  
RESPONSABLE  
administration@golfedumorbihan.bzh  
02 97 47 19 02

### PÔLE ADMINISTRATION & COMPTABILITÉ



**ALINE GUINO**  
RESPONSABLE  
communication@golfedumorbihan.bzh  
02 97 54 57 22

### PÔLE COMMUNICATION & MARKETING



**VIRGINIE BÉNEAT**  
ASSISTANTE DE DIRECTION EN CHARGE  
DU DÉVELOPPEMENT COMMERCIAL  
assistan@golfedumorbihan.bzh  
02 97 54 57 19



**MARIE-ODILE BOBINO**  
COMMERCIALISATION  
GROUPE LOISIRS  
groupes@golfedumorbihan.bzh  
02 97 54 57 23



**SWAN LE HOUDARNER**  
COMMERCIALISATION  
AFFAIRES & CONGRÈS  
affaires@golfedumorbihan.bzh  
02 97 54 57 20



**BRENDAN LE PEUTREC**  
COMMUNITY  
MANAGER  
cm@golfedumorbihan.bzh  
02 97 54 57 26

### COMMERCIALISATION

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

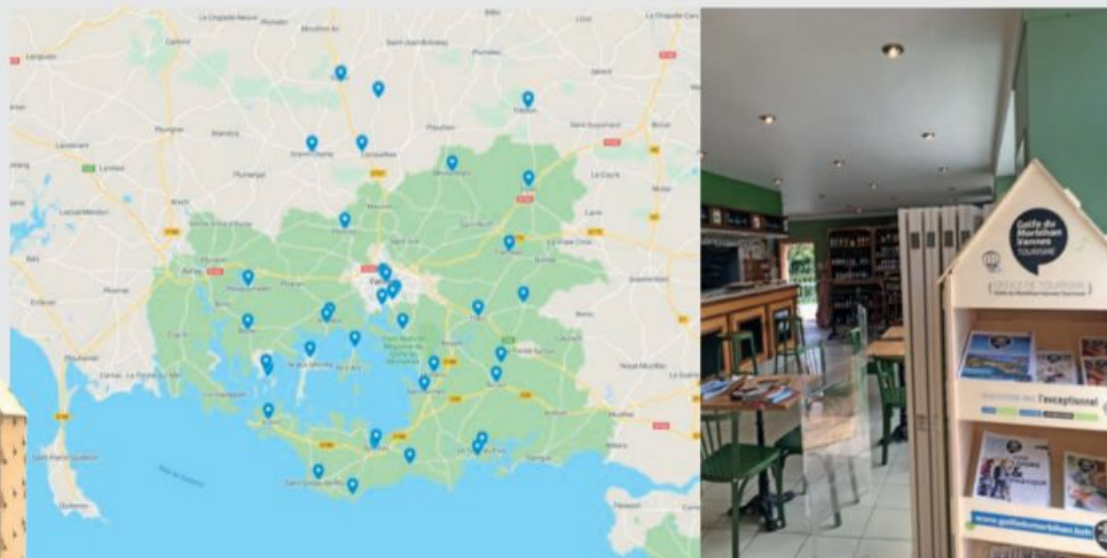
En 2019, l'OT Golfe du Morbihan Vannes Tourisme a continué de travailler à l'élaboration d'un SADI sur l'ensemble du territoire (axe d'intervention défini au sein du Schéma de développement touristique GMVA).

**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 présenteurs, 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 PRÉSENTOIRS

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



**62 %**

Taxe de séjour



**70**

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



**38 %**

Ressources propres  
(Billetteries, partenariats,  
promotion commerciale groupes)



**800**

partenaires



**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)



**498 748\***

visiteurs dans nos bureaux  
d'information touristique



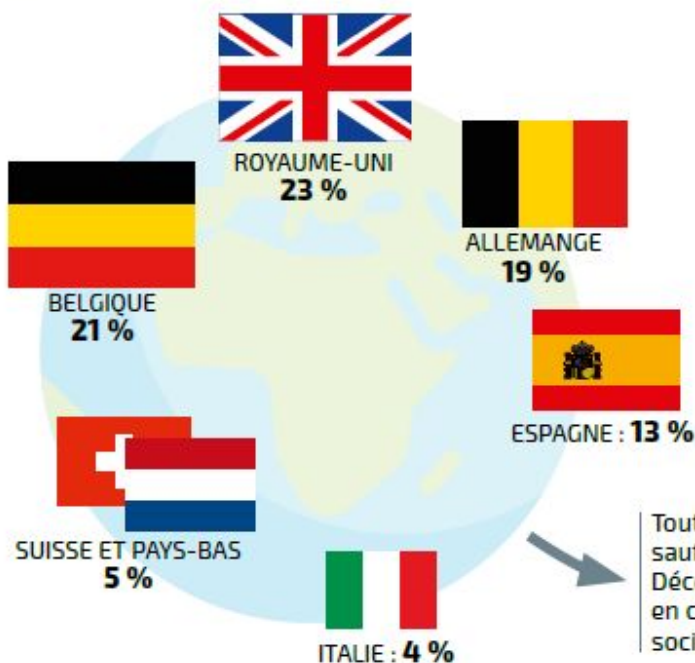
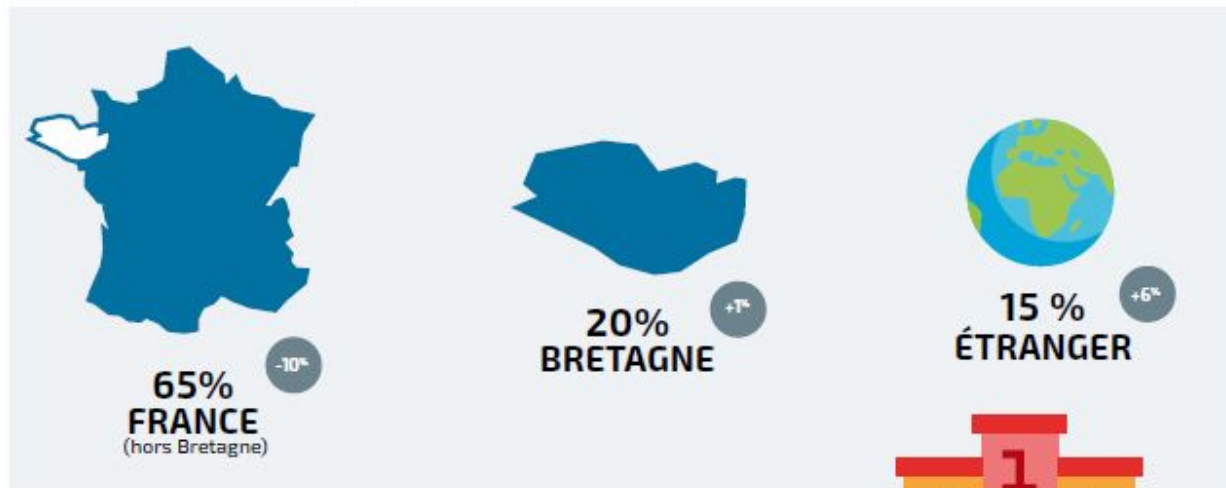
**1 194 956\***

visiteurs sur le site web  
golfedumorbihan.bzh  
4 405 830 pages vues



# Profil des visiteurs

## ORIGINES DE LA CLIENTÈLE



## TOP RÉGIONS FRANÇAISES

IDF : 16 %

PAYS DE LA LOIRE : 15 %

AUVERGNE RHÔNE ALPES  
ET NOUVELLE AQUITAINE : 7 %

HAUTS DE FRANCE : 6%

CENTRE VAL DE LOIRE : 5%

PACA : 2%

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).



## SITE INTERNET

[www.golfedumorbihan.bzh](http://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)

## 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

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

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



## 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, drones...).



### 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](http://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





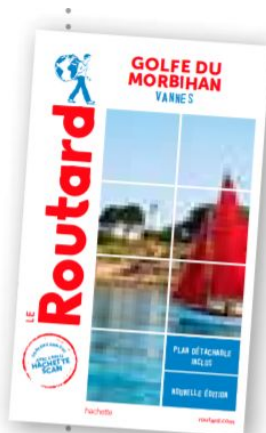
# Nos éditions - Guide du Routard

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 :



• **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**



• **LES PLANS :**

Plans touristiques de la destination.  
Vannes, Nord de Vannes - Landes de Lanvaux,  
Presqu'île de Rhuys, Golfe du Morbihan

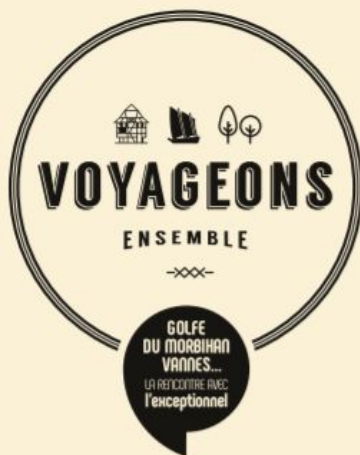


• **LE JOURNAL DES ANIMATIONS  
GOLFE AND YOU :**  
Trois éditions :  
printemps, été, automne-hiver

# 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



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



Université  
Europe Sud  
ubs:

GOLFE du  
MORBIHAN  
VANNES ASSOCIATION

#teshippocampes

# Projet Rossignol - Sport Outdoor

Golfe du  
Morbihan  
Vannes  
TOURISME

## 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

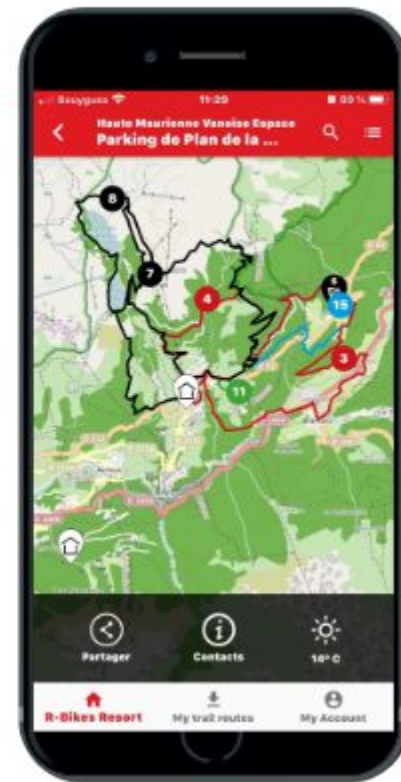
La Station de Trail, NordiK Walk et la création d'un Espace R-Bikes permettent de compléter l'offre sportive de notre destination.

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

GRUPE  
**ROSSIGNOL**



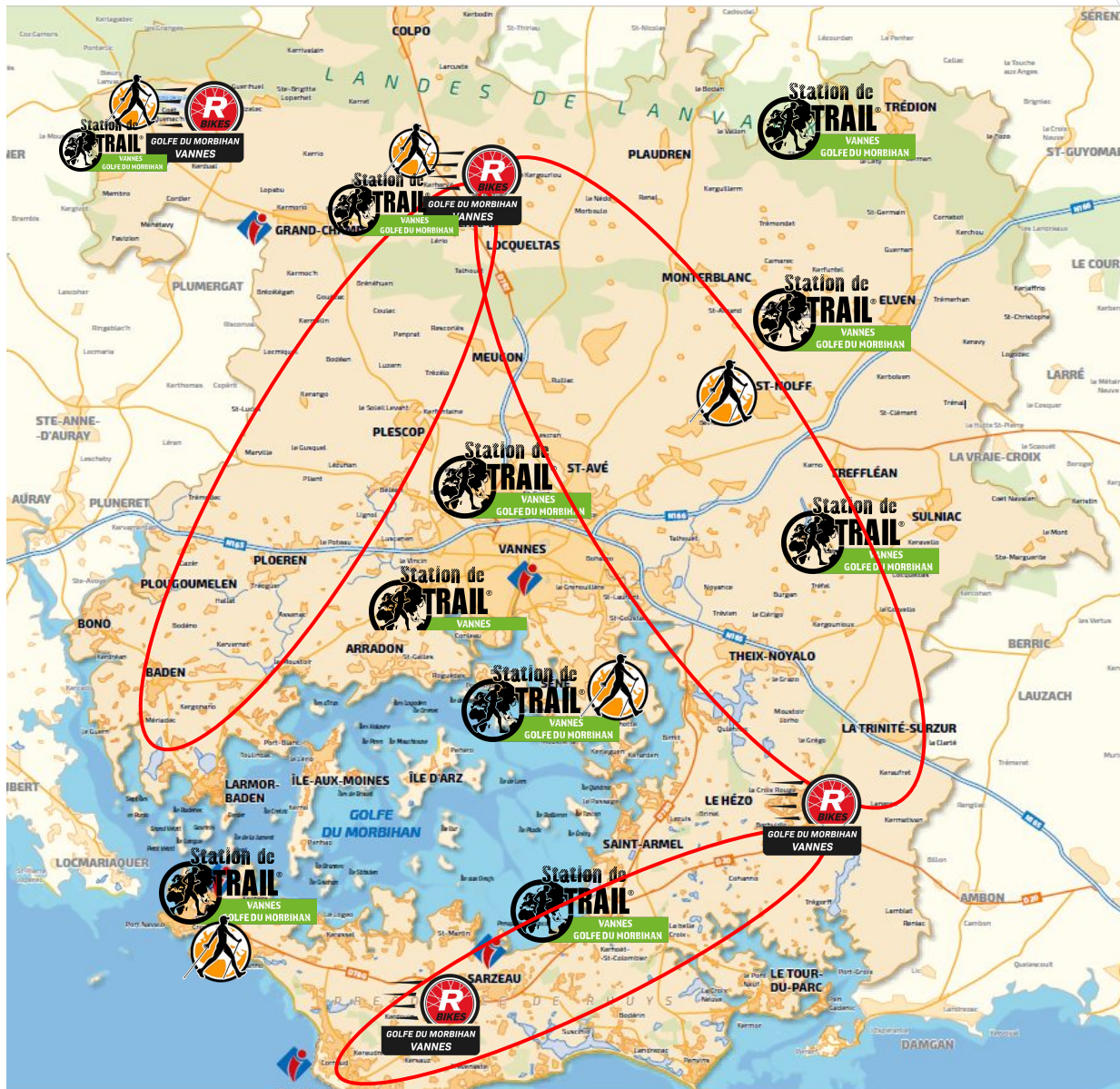


# La carto des parcours

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



**TOP 3 DES VISITES**





## NOS CHANTIERS PRIORITAIRES 2020

### ACCUEIL / INFORMATION

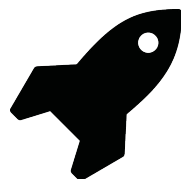
> Développement du SADI : écrans dynamiques, vitrophanie, wifi

> 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

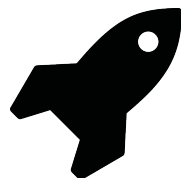




## NOS CHANTIERS PRIORITAIRES

### 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



## 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

Golfe du  
Morbihan  
Vannes  
TOURISME

GOLFE  
DU MORBIHAN  
VANNES...

LA RENCONTRE AVEC  
l'exceptionnel

“ Voyageons ensemble ”

0:01 / 4:34



OCTOBRE 2020



**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**

**Golfe du  
Morbihan  
Vannes  
TOURISME**

**( OFFICE DE TOURISME )  
Golfe du Morbihan Vannes Tourisme**

