Bédée · Breteil · Iffendic · La Nouaye · Montfort-sur-Meu · Pleumeleuc · Saint Gonlay · Talensac

OFFICE DE TOURISME
MONTFORT COMMUNAUTÉ

BILAN DES ACTIONS 2017

Destination Brocéliande

PRÉAMBULE

L'office de tourisme communautaire, continuellement en veille sur l'évolution du secteur concurrentiel et du comportement des visiteurs, qu'ils soient excursionnistes, touristes, habitants ou prestataires, a décliné **un nouveau positionnement touristique** stratégique qu'il devra déployer en 2018 en concordance avec la promotion touristique de Destination Brocéliande.

Le site majeur représenté par le Lac de Trémelin (440 000 visiteurs en 2017) doit continuer d'attirer les visiteurs et charge à l'office de tourisme de faire rayonner les visiteurs sur le territoire et la Destination Brocéliande de manière plus exhaustive. Ce schéma doit se décliner en version « accueil physique » mais aussi et surtout sur internet et les réseaux sociaux.

Le déménagement de l'office de tourisme au bord du Lac de Trémelin à Iffendic pour la saison 2018 est une des actions de cette nouvelle stratégie, qui permet également de répondre aux critères de la station classée de tourisme pour la commune d'Iffendic

En effet l'office de tourisme sera ainsi situé au cœur des flux touristiques du territoire pour les personnes arrivant en Bretagne mais aussi ceux qui sillonnent la Destination Brocéliande. La signalétique routière depuis les grands axes routiers sera opérationnelle en cours d'année.

Le développement touristique communautaire au sein de Destination Brocéliande : un nouveau positionnement pour la mise en scène du territoire.

Parallèlement, l'office de tourisme devra **déployer un accueil touristique au cœur de la Petite Cité de Caractère de Montfort** dans le cadre de son classement à la marque qui devrait être effectif courant 2020. Des nouveaux supports de communication travaillés en lien avec l'association régionale (guide de découverte, application "Guidigo", borne tactile, site internet dédié …) et les relais sur la ville : commerçants, médiathèque, centre culturel etc. L'objectif de l'office de tourisme étant d'intégrer l'accueil du visiteur dans sa globalité territoriale, comme c'est le cas avec la labellisation de Bédée, Village Etape.

L'échelle Destination Brocéliande, représentée par cinq offices de tourisme (depuis le 1er janvier 2017 suite aux fusions de communautés de communes sur la partie morbihannaise), a été retenue **la plus pertinente** par les cinq territoires communautaires pour la promotion touristique de l'offre. Ainsi la notoriété de la Destination en sera renforcée et ce en mutualisant des moyens techniques et humains. Le site www.broceliande-vacances.com devra évoluer courant 2018, plusieurs scénarios sont déjà envisagés.

Avec des sites produits, comme celui du **Lac de Trémelin** concernant le territoire de Montfort Communauté, ou demain la Petite Cité de Caractère, les incontournables du territoire sont aujourd'hui structurés pour pouvoir bénéficier d'une promotion unique. Sur les réseaux sociaux, la démarche à déployer est identique ; entamée fin 2017, elle sera renforcée en 2018.

En 2018, l'office de tourisme devra **renouveler son classement et la Marque Qualité Tourisme**. Le travail de **coordination, d'accompagnement, de promotion et d'animation pour les prestataires touristiques** de Montfort Communauté devra perdurer en 2018, mais aussi entre les différents acteurs du site de Trémelin, toujours dans le but d'améliorer la qualité des prestations offertes.

A l'échelle de la Destination Brocéliande, si le travail de mutualisation en terme de promotion se structure entre les offices de tourisme, la gouvernance peine à se mettre en place entre les territoires communautaires pour faire émerger de nouveaux projets structurants. Montfort Communauté s'est également engagée à participer aux réflexions et avancées du projet **Avalonys** qui pourrait voir le jour sur la commune de Guipry Messac.

Le plan d'action 2018 de l'office de tourisme est en téléchargement sur pays-montfort-pro.fr

L'ACCUEIL ET L'INFORMATION

Ouverture au public en 2017 :
A Montfort-sur-Meu
toute l'année
Janvier à mars :
du lundi au vendredi
10h-12h30 13h30-17h30
(fermé lundi matin)
Déménagement de l'office de tourisme rue Saint Nicolas au 1er avril
Depuis avril + le samedi :
10h-12h30 13h30-17h30
A Iffendic
les dimanches et jours fériés en mai et juin
et 7 j/7 en juillet et août
13h30 - 17h30
En juillet et août présence 7 j/7 de 11h à 13h et de 14h à 18h

Merci à Angélique Grossi qui nous a rejoint cet été au Bureau d'Informations Touristiques au Lac de Trémelin

Qui sont les visiteurs de l'office ?

L'office de tourisme a renseigné **5 487 personnes** (3 075 à Montfort et 2 412 au Lac de Trémelin) et viennent d'Ille-et-Vilaine à 82,86%.
L'office de tourisme a connu un pic de fréquentation en avril, lié à l'effet nouveauté suite au déménagement rue Saint Nicolas à Montfort.

La **borne tactile de Trémelin** a enregistré 5 060 visites (-8%) et la borne tactile de Bédée 709 consultations (-12%)

Et quelles sont leurs demandes ?

1. Fêtes et manifestations (22%)
2. La randonnée (11%)
3. Lac de Trémelin (11%)
4. Billetterie (10%)
5. Boutique (6%)
6. Patrimoine culturel (5%)
7. Patrimoine naturel (4%)
8. Plans (3%)
9. Commerces (3%)
10. Forêt de Brocéliande (2%)

Le budget de l'office de tourisme est un budget annexe du budget principal de Montfort Communauté, s'élevant à
177 499 €
en 2017

Les indicateurs qualité pour la Marque Qualité Tourisme :
Cette réponse vous a-t-elle plu ?
Insertion d'un questionnaire qualité dans la réponse des demandes par mail
Oui à 100 %

En 2017, l'office de tourisme a enregistré 29 remarques clients à l'oral et a dû traiter 1 réclamation écrite. Concernant plus spécifiquement la filière randonnée, 7 remarques de visiteurs ont été répertoriées par l'office de tourisme nécessitant un suivi.

La boutique :

Dans ses nouveaux locaux, l'office de tourisme a déployé un espace boutique mettant en valeur les savoirs-faire et produits locaux. Les visiteurs ont beaucoup apprécié cette mise en avant qui a suscité de nombreuses félicitations même si le chiffre d'affaires généré ne représente que **7 285 € (+2%)**. La billetterie pour des spectacles représente 78% du chiffres d'affaires annuel (saison culturelle de Montfort, Iffendic, visites en canoë, associations Théâtre et Animation de Breteil).

Espace randonnée

7 162 clics sur les fiches PDF depuis le site de l'office de tourisme et donc potentiellement de téléchargements et **965 clics sur fichier GPX** qui donnent les traces des circuits proposés. À l'accueil 459 fiches papier ont été vendues (0.20 cts l'unité).

Le hors les murs de l'office de tourisme

Le Lac de Trémelin : **439 775 personnes** *(source eco compteur véhicules entrants)*

Autour du Lac :
- 118 823 piétons
- 27 543 vélos
- 1 323 cavaliers

Maison d'école de Saint Gonlay : **1 296 personnes** *(836 en animation de groupes et 460 visiteurs individuels accueillis à la mairie ou à la Barakafé)*

Domaine de Boutavent : **7 400 personnes** *(826 en animation de groupes et 6 574 individuels)*

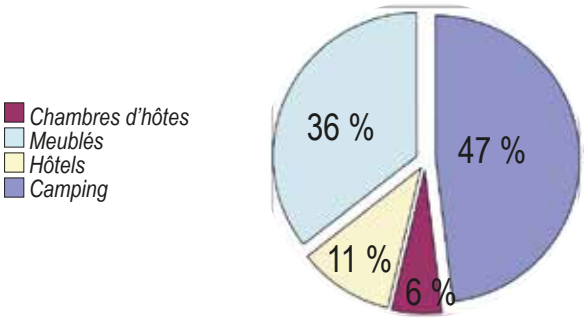
Réserve ornithologique de Careil : environ **20 000 personnes** / an depuis 2014 *(source ecocompteur)*

Parc aquatique Océlia : pas de chiffre pour cause de fermeture pour travaux une partie de l'année.

Sans compter les nombreux visiteurs qui se déplacent sur les nombreuses fêtes et manifestations sur le territoire toute l'année.

LA TAXE DE SÉJOUR

21 946.35 € collectés en 2017 auprès des hébergeurs du territoire (+5% par rapport à 2016) soit 43 690 nuitées touristiques (+17,30%) et on compte 1013 lits touristiques sur le territoire répartis ainsi :



LA PROMOTION ET LA COMMUNICATION

Les éditions papier :

Réalisées en interne et dans une démarche de développement durable, imprimées sur papier recyclé ou PEFC, par des imprimeurs labellisés Imprim'vert. Le nombre d'exemplaires est calibré et elles respectent la charte graphique de l'office de tourisme qui a été relookée fin 2017, adapté au nouveau positionnement du territoire.

Guide hébergement impression en interne

Brochure Lac de Trémelin 18000 ex dont 10 000 en diffusion par clap(co financement par les prestataires et distribués largement en Bretagne par Clap Service)

Carte des incontournables 7500 ex

Guide restaurants / loisirs (12 pages) 750 ex.

Les éditions mutualisées Destination Brocéliande :

En 2018, au-delà des éditions mutualisées Destination Brocéliande, Montfort Communauté va déployer une collection de parcours identitaires du territoire autour des sites incontournables (Careil, Boutavent, Bédée, Montfort, Saint-Gonlay, la chambre au loup…)

Le guide découverte : 22 500 ex. (dont 1750 ex pour l'OT)

Agenda de l'été : 10 000 ex (dont 1000 ex pour l'OT), financé en régie pub

Carte randonnée : 18 000 ex (dont 2000 ex pour l'OT), financée en régie pub

Carte des incontournables de la DB (région) : 20 500 ex dont 250 pour l'OT

Newsletters :

8 newsletters ont été envoyées en 2017 à 993 abonnés, des newsletters appréciées avec un bon taux d'ouverture (30 %).
Un nouveau format est adopté depuis les vacances de la Toussaint avec une version plus visuelle et qui se poste sur les réseaux sociaux. Le nombre de vues a considérablement augmenté.

Presse :

L'office de tourisme communique via la presse locale et les journaux communaux ou communautaire. Quelques chroniques radio sur France Bleu qui ouvre la parole aux offices de tourisme ou encore Chérie FM ont été réalisées ainsi que quelques articles gratuits dans la presse écrite.

SUR LA TOILE

La réservation en ligne

124 ventes d'hébergement effectuées *(dont 109 ont été réalisées sur les sites internet des prestataires)*
soit un chiffre d'affaires de 24 647 €

En fin d'année, 15 loueurs de meublés sont inscrits sur la plateforme AirBnB, non connu des services de l'office de tourisme. Une démarche d'information envers ces loueurs va être entreprise pour faire connaître le rôle de l'office de tourisme mais aussi pour leur expliquer la procédure de déclaration en mairie obligatoire et celle concernant la collecte de la taxe de séjour sur le territoire de Montfort Communauté.

Bye Bye paysdemontfort.com

Au deuxième semestre 2017 l'office de tourisme a fait le choix de revoir son positionnement pour concorder avec les attentes des visiteurs. Le contenu de l'offre touristique figurant sur paysdemontfort.com a donc migré vers lacdetremelin.com et broceliande-vacances.com

Une baisse de fréquentation avec 25 826 visiteurs uniques, - 42% (par rapport à l'année dernière une diminution normale au vu du travail effectué sur lacdetremelin.com)

Les derniers chiffres de www.paysdemontfort.com
- 95 548 pages vues
- les internautes ont visité en moyenne 3 pages par visite
- la page d'accueil est la plus consultée : 7 806 vues
- la page randonnée à pied : 6 688 vues
- la page des sites légendaires : 5 392 vues
- l'agenda 2 976 vues

Welcome lacdetremelin.com !

Un travail de redirection des pages les plus vues a été engagé et le site www.lacdetremelin.com a connu une refonte en fin d'année 2017 afin de mieux organiser et hiérarchiser l'offre touristique.

Quelques chiffres pour 2017 :
- 60 029 pages ont été vues
- les internautes visitent en moyenne 2,7 pages par visite
- consultation majoritairement avec un smartphone (53%)

La fréquentation a atteint 18 297 visiteurs uniques +405% par rapport à l'année dernière

Les sites internet en anglais (brittanybroceliande.jimdo.com) et en espagnol (bretanabroceliande.jimdo.com), qui sont obligatoires pour conserver la marque qualité, ont enregistré respectivement 173 (- 39%) et 58 visiteurs uniques (-25%). À notre échelle, la clientèle étrangère n'est pas une cible prioritaire.

L' office de tourisme alimente des sites internet touristiques grand public :

Site internet Destination Brocéliande :
www.broceliande-vacances.com
- 241 831 visiteurs uniques (+14%)
- 1 039 279 pages vues (+2%)

Les pages les plus visitées sont :
- la randonnée à pied (74 329 vues),
- la page d'accueil (63 706 vues),
- la page randonnée en Brocéliande (43 643 pages vues)
- la page la forêt de Brocéliande (33 475 pages vues)
- la page hébergements insolites (25 810 pages vues)

Site internet du comité départemental du tourisme Ille-et-Vilaine :
www.bretagne35.com
- 730 118 visites (+2%)
- 1 857 561 pages vues (+2%)

Les pages les plus visitées sont :
Sites remarquables et Agenda , devant la page d'accueil.
En 2017, l'audience du site est un peu supérieure à celle de 2016 (+ 2 %), mais elle doit être complétée avec le trafic reporté sur le blog dans le cadre des campagnes de communication menées sur Facebook (+ 15 % au total).

SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX

Facebook :

2 pages ont été alimentées par l'office de tourisme :
- Office de tourisme du pays de Montfort
- Lac de Trémelin

Une stratégie éditoriale a été mise en place au cours du troisième trimestre (formation d'un agent au cours de l'année) en relation avec la **redéfinition du positionnement de la communication**. Les deux pages ont été fusionnées.
Des campagnes de **sponsoring** (publicité) pour promouvoir la page "Lac de Trémelin" ont été réalisées et quelques publications ont bénéficié d'une mise en avant (budget 150€ de juin à décembre).

Page Lac de Trémelin :
4 613 fans
au 31 décembre
En moyenne, une vingtaine de publications par mois sont publiées

Instagram

C'est le réseau de l'image, le compte "Lac de Trémelin" est alimenté par des photos attractives du lac et des environs prises par des visiteurs ou l'office de tourisme. Le partage sur le compte «Lac de Trémelin» de publication des instagramers qui jouent le rôle d'ambassadeur est très apprécié.
Instagram fait vivre le hashtag **#tremelin.**
- 261 abonnés au 31 décembre (+143% en un an).
- 86 publications sur l'année.

Twitter : un compte Lac de Trémelin existe afin d'éviter le "name squatting", il permet d'être propriétaire du nom et d'assurer la veille.
Google+ : permet d'être référencé sur Google, le compte est alimenté seulement par des vidéos provenant de Youtube.

En septembre un comité éditorial s'est crée à l'échelle de la **Destination Brocéliande** pour définir les publications à venir de manière homogène sur l'ensemble de la Destination.
Depuis juin, Destination Brocéliande a bénéficié de l'**accompagnement de l'agence We Like Travel** sur les réseaux sociaux. La page de la destination est passé **de 5 000 à 29 700 fans** grâce à une campagne de recrutement de fans.
Le taux d'engagement des posts est très bon.

L'OFFICE DE TOURISME : METTEUR EN SCÈNE DE TERRITOIRE

L'accompagnement des socio-professionnels

En 2017, le site internet à destination des professionnels **www.pays-montfort-pro.fr** a enregistré 461 visiteurs uniques (+12%) et 1266 pages vues. On y trouve toujours des **conseils pour les prestataires et porteurs de projets**, de la **réglementation** et une **boîte à outils pour les aider dans la promotion** de leur équipement.
L'office de tourisme communique aussi envers ses partenaires via une newsletter professionnelle pour les tenir informé des actualités en terme de veille et de développement ainsi que sur des missions de l'office de tourisme (2 newsletters).
L'office de tourisme a animé un atelier numérique en février dans le cadre du programme d'animation numérique de territoire. Il a été décidé de ne pas renouveler les ateliers numériques en 2018 afin de privilégier l'accompagnement individuel.

Un temps fort en 2017, le p'tit dèj de l'office de tourisme dans ses nouveaux locaux !

Des contenus à disposition des prestataires

Reportages photos :

• Portraits des producteurs et artisans présents dans la boutique de l'office de tourisme
• Reportage pour la Maison d'école, le gîte de l'étang de l'aune, l'activité pêche de Pêche Moderne.Com, au vallon de la Chambre au Loup, au lac de Trémelin et au domaine de Careil, travaux du futur office de tourisme.

Vidéos réalisées :

• gîte de l'étang de l'Aune
• domaine de Careil
• Nicola Glasdwin céramiste
• maison d'école de Saint-Gonlay
• Pêche Moderne
• EAPB Trail de Brocéliande
• buller au lac de Trémelin
• travaux du futur office de tourisme et coupe du bois local.

Pages web :

Du contenu web à valeur ajoutée pour une mise en page moderne et très visuelle qui se partage facilement sur les réseaux sociaux (Montfort Caractère, Se déconnecter au vallon de la chambre au Loup, Balade en famille au domaine de Careil, Récréation à la maison d'école de Saint-Gonlay.)

Avec la Destination Brocéliande

Le plan de communication année 2 a été marqué par :
• Actions envers les habitants : lancement d'un pass habitants, distribution boîtes aux lettres (87 000 exemplaires) avec des offres pour découvrir le territoire
• Actions envers les socioprofessionnels : événement lancement de saison aux Forges de Paimpont "be Broceliande".
• Actions à destination des visiteurs : campagne social medias (Facebook et community management accompagné par l'agence We Like Travel).
Mise en place d'un comité éditorial pour la programmation des posts sur les réseaux sociaux et travail avec des bloggeurs qualifiés.

Bienvenue
Destination Brocéliande

LES DOSSIERS 2017

La randonnée

Avec la clarification de l'intérêt communautaire des itinéraires de randonnée fin 2017, Montfort Communauté et ses communes membres vont ainsi faciliter l'entretien des circuits, certains ayant même été reconnus d'intérêt régional.
Ont été validés d'intérêt communautaire :
• La signalétique directionnelle dans le cadre de sa compétence tourisme (promotion)
• L'entretien et le balisage relève de la compétence des communes sauf sur les circuits :
n°117 : lac et landiers de Trémelin
n°112 : la porte de Brocéliande
n°11 : Circuit de la Roche Trébulente
n°6 : Boucle vélo de Trémelin à Montfort
n°10 : Circuit VTT de Trémelin
n°12 : Circuit VTT l'orée pourpre de Brocéliande
(non promu à ce jour)
n°3 : Circuit VTT Vallée du Serein et Chambre au loup
« les circuits équestres » (non promu à ce jour)
• L'écriture d'un règlement entre Montfort Communauté et ses communes membres, une réflexion sera portée sur un nouveau programme de signalétique, relevant de la compétence « promotion touristique ».

Les espaces Naturels Sensibles départementaux

L'office de tourisme participe au comité de suivi et de gestion orchestré par le Conseil Départemental pour la réserve ornithologique de Careil et le vallon de la chambre au loup à Iffendic, nouvellement acheté par le Département d'Ille et Vilaine à la commune d'Iffendic.
L'office de tourisme doit servir de support de communication pour mettre en avant les actions qui y sont menées qui viennent enrichir l'offre du territoire pour être des incontournables de la Destination Brocéliande.

LE POIDS DE L'ÉCONOMIE TOURISTIQUE EN ILLE ET VILAINE

(Source CDT Haute Bretagne. Publication réalisée par le Comité Départemental du Tourisme Haute Bretagne Ille-et-Vilaine à partir de l'analyse des résultats de l'Enquête Tourisme Reflet 2016 du CRT Bretagne) .

Le tourisme en Ille-et-Vilaine, qu'est-ce que c'est ?

746 MILLIONS D'EUROS DE CONSOMMATION GLOBALE

BRETAGNE

4,5 milliards d'euros (la part de l'Ille-et-Vilaine représente 16,6% de la consommation globale de la Bretagne)

2,3 MILLIONS DE TOURISTES EN 2016

BRETAGNE

12,8 millions de touristes (la part de l'Ille-et-Vilaine représente 18% des touristes en Bretagne)

63,7 € / JOUR / PERSONNE

Une dépense par jour multipliée par 2 depuis 2005 en Ille-et-Vilaine

BRETAGNE

47,2 € /jour /personne
Une dépense multipliée par 1,7 en 10 ans

1000 € / FOYER / SÉJOUR

Compte tenu de l'inflation depuis 2005, le budget par foyer et par séjour reste stable

BRETAGNE

1 222 € /foyer /séjour
Compte tenu de l'inflation depuis 2005, le budget par foyer et par séjour reste stable

3,1 PERSONNES EN MOYENNE

Très légère baisse par rapport à 2005

BRETAGNE

3,4 personnes en moyenne
Très légère baisse par rapport à 2005

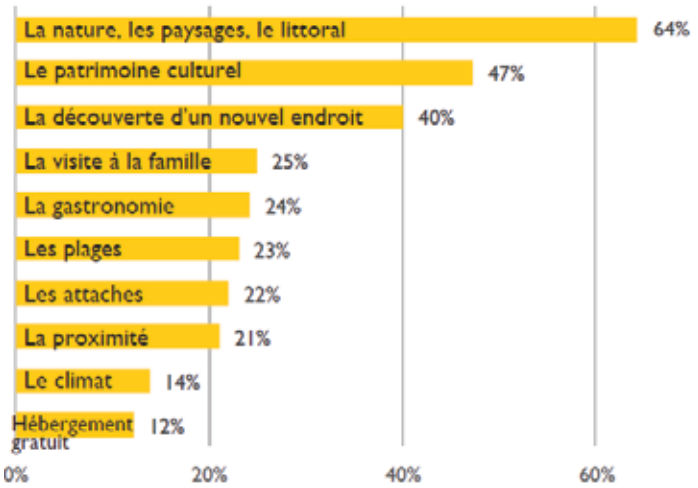
5,1 JOURS DURÉE DE SÉJOUR

Baisse de plus de 3 jours en 10 ans

BRETAGNE

7,5 jours
Baisse de 4 jours en 10 ans

Top 10 des critères de choix pour les séjours en Bretagne, pour les touristes séjournant en Ille-et-Vilaine (réponses multiples possibles)



Modes de réservation (réponses multiples possibles)

Internet 60%

Téléphone 21%

Mail 10%

8 TOURISTES SUR 10 N'AYANT PAS UTILISÉ INTERNET RÉSERVENT DIRECTEMENT AUPRÈS DE L'HÉBERGEUR

S'ils n'ont pas utilisé Internet, auprès de qui ont-ils réservé ?

1. Directement chez l'hébergeur 80%
2. Centrale de réservation 9%
3. Particulier 5%

6 TOURISTES SUR 10 RÉSERVENT LEUR HÉBERGEMENT SUR INTERNET, ET MÊME 7 SUR 10 POUR LES « MILLENIALS »

Sites de réservation

1. Booking 31%
2. AirBnB 13%
3. Site de hébergeur 12%
4. Gîtes de France 5%
5. Accor 5%

Critères de choix de l'hébergement

- Localisation 78%
- Réservation en ligne 31%
- Classement 13%
- Prix 57%
- Avis consommateurs 22%

LA « RÉSERVATION EN LIGNE » ET LES « AVIS DES CONSOMMATEURS » ARRIVENT EN 3ÈME ET 4ÈME CRITÈRES DE CHOIX

La « localisation » et le « prix » sont les deux premiers critères retenus dans le choix de l'hébergement par les touristes séjournant en Ille-et-Vilaine, tout comme en Bretagne.

La nouveauté concerne les places occupées par la « réservation en ligne » et les « avis consommateurs » qui arrivent en 3ème et 4ème positions, loin devant le « classement » de l'hébergement.