

TI AN DOURISTED KEMPER KERNE  
OFFICE DE TOURISME DE QUIMPER CORNOUAILLE



BRETAGNE 

Assemblée Générale 2017



# SOMMAIRE

<b>I. RAPPORT MORAL</b>	<b>5</b>
<b>1 BILAN DE LA SAISON</b>	<b>5</b>
1.1 FREQUENTATION DE L'OFFICE DE TOURISME	8
1.2 FORMULATION DES DEMANDES EN 2017 (JANVIER A DECEMBRE)	9
1.3 REPARTITION DES DEMANDES AU GUICHET ENTRE LA FRANCE ET L'ETRANGER (QUIMPER ET LOCRONAN)	10
1.3.1 DEMANDES AU GUICHET, PRINCIPALES REGIONS DE PROVENANCE :	10
1.3.2 REPARTITION DES DEMANDES D'AVRIL A OCTOBRE 2017 :	11
<b>2 LES ACTIONS 2016/2017</b>	<b>12</b>
2.1 L'EVOLUTION DU NOMBRE D'ADHERENTS	12
2.2 COMMUNICATION/PROMOTION	13
2.2.1 PASS QUIMPER	14
2.2.2 ACCUEIL DE JOURNALISTES ET EDUCTOURS 2016-2017	14
2.3 ACCUEIL, VITRINES.	15
2.4 VISITES VILLE D'ART ET D'HISTOIRE	15
2.4.1 LES VISITES INDIVIDUELLES	15
2.4.2 VISITES GUIDEES GRATUITES EN FAMILLE POUR LES PETITS ET LES PLUS GRANDS	16
2.4.3 VISITES GUIDEES NOCTURNES	16
2.5 LA COMMERCIALISATION.	17
2.5.1 VISITES ORGANISEES POUR LES GROUPES	17
2.5.2 PRODUITS PACKAGES	18
2.5.2.1 Séjours et excursions	18
2.5.2.2 Séjours individuels	20
2.5.2.3 Evènementiel : « les copains d'abord » sur France 2	21
2.6 LES LOCATIONS DE VACANCES	22
2.7 SITE INTERNET ET WEBMASTER	23
<b>3 ORGANISATION INTERNE</b>	<b>24</b>
3.1 NOUVEAU COLLEGE DES MEMBRES DE DROIT DE L'ASSOCIATION	24
3.2 SALAIRES DE L'OFFICE DE TOURISME	25
3.3 RENFORCEMENT AVEC DES SAISONNIERS DE L'EQUIPE D'ACCUEIL EN ETE	25
3.4 DISPARITION BRUTALE DE LIONEL JACQ (GUIDE CONFERENCIER)	26
3.5 ACCUEIL DE STAGIAIRES	27
3.6 EXTENSION DE L'AGGLOMERATION QUIMPEROISE AU 1 <sup>ER</sup> JANVIER 2017	27
3.7 LE NOUVEL OFFICE DE TOURISME, 8 RUE ELIE FRERON	27
3.8 LES PRESENTOIRS ET LES VITRINES	29
3.9 LA DEMARCHE QUALITE ET LA MARQUE QUALITE TOURISME.	29
3.10 CLASSEMENT EN PREMIERE CATEGORIE DE L'OFFICE TOURISME DE QUIMPER CORNOUAILLE	30
3.11 LABEL « TOURISME HANDICAP » A L'OFFICE DE TOURISME	30
3.12 ACTIONS INTERNES EN FAVEUR DU DEVELOPPEMENT DURABLE	30

3.13	REDUIRE LES MULTIPLES SAISIES SUR DIFFERENTS OUTILS D'INFORMATION	31
3.14	QUIMPER, « COMMUNE TOURISTIQUE »	31
3.15	RENOUVELLEMENT DE L'IMMATRICULATION	32
3.16	ÉLABORATION ET VENTE DE SEJOURS POUR GROUPES ET INDIVIDUELS	32
3.17	ZONE TOURISTIQUE	32

## **4 ACTIONS ET PARTENARIATS 2017** **32**

---

4.1	POURSUITE DE NOTRE LIGNE GRAPHIQUE	32
4.2	LES EDITIONS A VOCATION RECEPTIVE	33
4.3	DOCUMENT GROUPES ET FICHES CIRCUITS, PROMOTION ET COMMERCIALISATION	34
4.4	CAMPAGNE DE COMMUNICATION SUR NOS OUTILS NUMERIQUES :	34
4.5	NOUVEAUX SITES INTERNET POUR QUIMPER ET LOCRONAN	35
4.6	IMPORTANCE DES RESEAUX SOCIAUX	35
4.7	« LES MYSTERES DE QUIMPER »: DECOUVERTE DE LA VILLE EN APPLICATION IPHONE	36
4.8	ACQUISITION DE L'OUTIL INGENIE	36
4.9	LES INTERNET DE SEJOURS DE L'OFFICE DE TOURISME	36
4.10	WIFI GRATUITE A QUIMPER ET LOCRONAN	37
4.11	VISITES GUIDEES DE QUIMPER SUR MP3	37
4.12	SORTIE DU E-MAGAZINE SUR QUIMPER ET LA CORNOUAILLE EN VERSION ANDROÏD	38
4.13	LES EXPERIENCES BRETONNES	38
4.14	PARTICIPATION A UNE ENQUETE SUR LA SATISFACTION DES VISITEURS AVEC ORTB ET LE RESEAU DES VILLES D'ART ET D'HISTOIRE ET VILLES HISTORIQUES	38
4.15	SALONS PROFESSIONNELS EN FRANCE:	39
4.16	SALON PROFESSIONNEL A L'ETRANGER:	39
4.17	LES CAMPAGNES DE COMMUNICATION DE MAI 2017	39
4.18	REUNIONS DE TRAVAIL AVEC LES HOTELIERS	42
4.19	EDUCTOUR A DESTINATION DES PROFESSIONNELS	42
4.20	PARTENARIATS SPECIFIQUES	42
4.21	SOUTIEN AU RENFORCEMENT DU POLE PATRIMOINE ET TOURISME A L'UNIVERSITE DE QUIMPER	43
4.22	STICKER ADHERENTS	43
4.23	LES « POINTS RELAIS INFORMATION » SUR LA COMMUNE DE LOCRONAN	44
4.24	LE PASS QUIMPER 2017	44
4.25	DOSSIERS DE PRESSE	44
4.26	L'ACCUEIL POUR LES TOURISTES ETRANGERS	45
4.27	RESULTATS DE LA GRANDE ETUDE TOURISME EN 2017	45
4.28	ANALYSE SUR LE COMPORTEMENT DES VISITEURS ET LES RECLAMATIONS	45
4.29	LE FESTIVAL POUR ENFANTS DU MOIS D'AOUT : « LES ENFANTS SONT DES PRINCES ».	46
4.30	FESTIVAL LE « CORNOUAILLE » QUIMPER :	47
4.31	SOUTIEN A L'EVENEMENTIEL ET AUX PARTENAIRES LOCAUX	47

## **5 EN COURS DE REALISATION** **47**

---

5.1	NOUVEAU GUIDE DECOUVERTE 2018	47
5.2	DOCUMENT SUR LES LOCATIONS DE VACANCES	48
5.3	DOCUMENT GROUPES ET FICHES CIRCUITS, PROMOTION ET COMMERCIALISATION	48

5.4	INTEGRATION A L'APPLICATION BREIZH TOUR	48
5.5	TRAVAIL AVEC DES ENTREPRISES DANS LE SECTEUR DU NUMERIQUE	49
<b>6</b>	<b>ET 2018 ?</b>	<b>49</b>
6.1	SIGNATURE DE LA CONVENTION D'OBJECTIFS ENTRE L'OFFICE DE TOURISME ET LA COMMUNAUTE D'AGGLOMERATION	49
6.2	CREATION DE LA MAISON DES CONDUCTEURS (OU CHAUFFEURS)	49
6.3	PARTICIPATION AU RESEAU D'OBSERVATOIRE REGIONAL MORGOAT	50
6.4	CLASSEMENT EN STATION DE QUIMPER	50
6.5	SALONS PROFESSIONNELS EN FRANCE:	50
6.6	CAMPAGNE DE PROMOTION A L'ETRANGER	50
6.7	LE PASS QUIMPER	53
6.8	PLAN INDEX DES RUES SUR LES COMMUNES DE L'AGGLOMERATION.	53
6.9	REALISATION DE MINI VIDEO	53
6.10	EN AOUT A QUIMPER « LES ENFANTS SONT DES PRINCES »	53
6.11	LES VISITES GUIDEES NOCTURNES SUR QUIMPER ET L'AGGLOMERATION EN ETE	54
6.12	PROGRAMME AUTOUR DES VISITES GUIDEES ESTIVALES ET CONTES SUR LOCRONAN	54
6.13	SOUTIEN AUX EVENEMENTS 2018	54
6.14	PARTENARIAT AVEC L'ASSOCIATION FRANCO CHINOISE QUIMPER CORNOUAILLE.	55
6.15	SORTIE DU E-MAGAZINE SUR QUIMPER ET LA CORNOUAILLE EN LANGUES ETRANGERES	55
6.16	POURSUITE DU PARTENARIAT SUR QUIMPER.MOBI	55
6.17	LOCRONAN.MOBI	57
6.18	ÉTUDE SUR QUIMPER.MOBI ET SUR NOS OUTILS NUMERIQUES	57
6.19	EXTENSION DU MOBI-SITE SUR LES COMMUNES DE L'AGGLOMERATION	57

## II. RAPPORT FINANCIER ERREUR ! SIGNET NON DEFINI.

### 1 DÉTAIL DES PRODUITS ERREUR ! SIGNET NON DEFINI.

### 2 DÉTAIL DES CHARGES ERREUR ! SIGNET NON DEFINI.

### 3 DÉTAIL BILAN ACTIF ERREUR ! SIGNET NON DEFINI.

### 4 DÉTAIL BILAN PASSIF ERREUR ! SIGNET NON DEFINI.

## 5 ANNEXES ERREUR ! SIGNET NON DEFINI.

5.1	ANNEXE	ERREUR ! SIGNET NON DEFINI.
5.2	ANNEXE	ERREUR ! SIGNET NON DEFINI.
5.3	ANNEXE	ERREUR ! SIGNET NON DEFINI.
5.4	ANNEXE	ERREUR ! SIGNET NON DEFINI.
5.5	ANNEXE	ERREUR ! SIGNET NON DEFINI.
5.6	ANNEXE	ERREUR ! SIGNET NON DEFINI.
5.7	ANNEXE	ERREUR ! SIGNET NON DEFINI.

# I. RAPPORT MORAL

## 1 BILAN DE LA SAISON

Le bilan touristique 2017 a été globalement un bon bilan. D'autant, que le contexte général impacte toujours les intentions de départ et les comportements d'achat des clientèles touristiques.

Conséquence également du contexte politique et économique, les visiteurs voyagent moins longtemps et aussi moins loin, d'où l'importance des clientèles de proximité en plein été avec un taux de 30% de demandeurs venus de la Bretagne durant l'été 2017 en progression par rapport 2016 !

La fréquentation de l'Office de Tourisme de Quimper-Locronan en 2017 (300 613 visiteurs) est en forte hausse par rapport à 2016 (+60%) avec un écart entre le site de Quimper en hausse de 70,5% (grâce à de nouveaux locaux de juin à décembre) et le site de Locronan qui progresse de 7,5%. Pour la fréquentation étrangère, forte progression de la clientèle allemande qui représente aujourd'hui la première des 70 nationalités passant à Quimper devant les Anglais en nombre sur l'année suivie des espagnols, des belges, des néerlandais et des italiens. Quant au site de Locronan, la clientèle espagnole reste toujours la première suivie des Allemands puis des Britanniques suivie des Belges et des Italiens. À Locronan également, la progression de la clientèle allemande est importante puisqu'elle est 48% plus nombreuse que celle des Britanniques (contre 30% en 2016) ! D'ailleurs, on constate au niveau régional que l'évolution de la clientèle allemande est un phénomène purement Cornouaillais en Bretagne. La diffusion très suivie de la série allemande se passant à Concarneau sur l'inspecteur Dupin n'y est évidemment pas étrangère, d'où des opérations de communication spécifiques sur ce thème ! Pour ce qui est du Royaume Uni, l'effet du Brexit ne se fait toujours pas sentir pour l'instant. Toutefois, le processus au niveau européen n'est pas encore enclenché, mais les craintes existent pour les années qui viennent, d'autant que le marché touristique Britannique est l'un des plus sollicités au niveau mondial, et le marché Français ne sera sans doute plus aussi intéressant pour eux (comme en 2008 avec la dévaluation de 30% de la livre sterling sur l'euro!). A noter cependant, que les clientèles italienne et espagnole demeurent les principales clientèles en juillet et août sur Quimper et Locronan marquant ainsi le particularisme de la destination urbaine.

L'hôtellerie sur l'agglomération Quimpéroise a connu un taux d'occupation bien supérieur à 2016 en mars une progression de 8 points, en avril 10 points en mai de 2,4 points, en juin une progression de 6,2 points. En juillet, petit bémol avec une baisse de 0,6 point, en août, septembre et octobre une hausse de 4 points. La saison a été très correcte. À noter cependant, que sur ces dix dernières années, la part des nuitées marchandes est passée de 33 millions de nuitées au début des années 2000 à 30 millions de nuitées en 2016 (mais 29% en 2015! ). Pour les locations de meublés, le nombre de nuitées continue à progresser par rapport aux années précédentes. Mais que ce soit en ville ou sur la côte, les locations se font de plus en plus à la semaine et bien souvent à la dernière minute.

Comme depuis plusieurs saisons, la Bretagne est la région la plus représentée. Les visiteurs franciliens se positionnent à la deuxième place, les Pays de la Loire en troisième place, Rhône Alpes en quatrième position et la Normandie en cinquième. Ces cinq régions représentent 67% des visiteurs Français de notre territoire (contre 66% en 2016 car progression de l'Ile de France).

Une enquête bilan de l'année réalisée par l'Office de Tourisme auprès de plus de deux cent professionnels locaux en fin de saison a fait ressortir globalement un niveau de satisfaction important, de la part des hébergeurs, restaurateurs, structures de loisirs, commerces, des équipements culturels, compagnies maritimes et services. La saison a été jugée bonne par les professionnels interrogés malgré une baisse du panier moyen toujours sensible.

Hors saison, la clientèle vient en majorité du Grand Ouest et du bassin parisien. Aussi, pour toucher cette clientèle de proximité, l'Office de Tourisme multiplie les actions notamment via des propositions de séjours sur Internet, afin que le tourisme devienne une activité économique intéressante toute l'année.

## **Des Observations**

Le contexte international lié aux attentats donne l'avantage à des destinations jugées plus « sécurisantes » par de nombreux touristes Français et Européens. Ce sentiment de sécurité qu'évoque la Bretagne explique depuis des années et pour d'autres raisons (mais la traduction touristique reste identique) la forte présence de campings caristes sur nos routes régionales.

La notoriété des destinations et de leurs offres est de plus en plus soumise aux commentaires déposés par d'autres visiteurs/clients sur les réseaux sociaux spécialisés (Tripadvisor...) et aux multimédias plus globalement. Les dépenses se réduisent ou se structurent davantage dans une logique d'annualisation du budget vacances et tendent à baisser au détriment de la saison d'été. Par ailleurs, la tendance se confirme sur les réservations de dernières minutes en été. Aussi, « la matière première » du tourisme étant le touriste lui-même, une bonne météo sera un élément déterminant dans la réalisation d'une bonne saison touristique !

La majorité des achats touristiques se faisant sur Internet via des centrales de réservations, le choix de mettre l'accent sur un tourisme plus identitaire afin de se démarquer des différentes destinations touristiques mondiales s'avère une stratégie payante notamment sur les clientèles étrangères. Quimper et la Cornouaille ont la chance d'avoir des atouts en la matière que bon nombre d'autres destinations touristiques nous envient. A nous de savoir les valoriser collectivement.

Il faut sortir de la vision du tourisme de « cueillette » pour initier une véritable politique de fidélisation et de conquête de nouveaux marchés! La dynamique du tourisme doit être largement partagée et intégrée par les acteurs privés et publics locaux, pour conforter l'adage : « Seul on ne peut rien, ensemble on peut tout ».

Les professionnels font remarquer que des événementiels forts avec une forte audience médiatique permettent de « doper » les saisons touristiques. Peut-être est-ce là qu'il faut générer le tourisme de conquête, en utilisant au mieux la valorisation du tourisme identitaire et en associant plus concrètement tourisme et culture ! Le positionnement de Quimper capitale de la culture bretonne souhaité par la municipalité quimpéroise peut contribuer à cela !

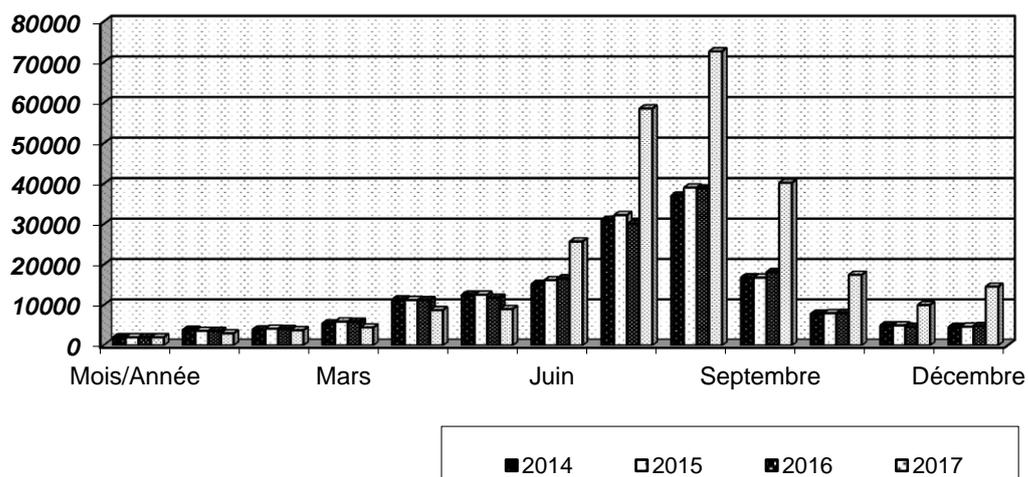
A noter en outre, la demande en tourisme urbain qui est de plus en plus importante correspondant depuis des années à des nouvelles demandes et des nouvelles pratiques. A ce titre, la prochaine grande enquête tourisme en Bretagne initiée en 2016 (la dernière enquête dite « cordon » datait de 2005) et dont les résultats ont été livrés en 2017, prennent d'ailleurs en considération ces demandes.

*Bilan chiffré de la saison*

**1.1 Fréquentation de l'Office de Tourisme**

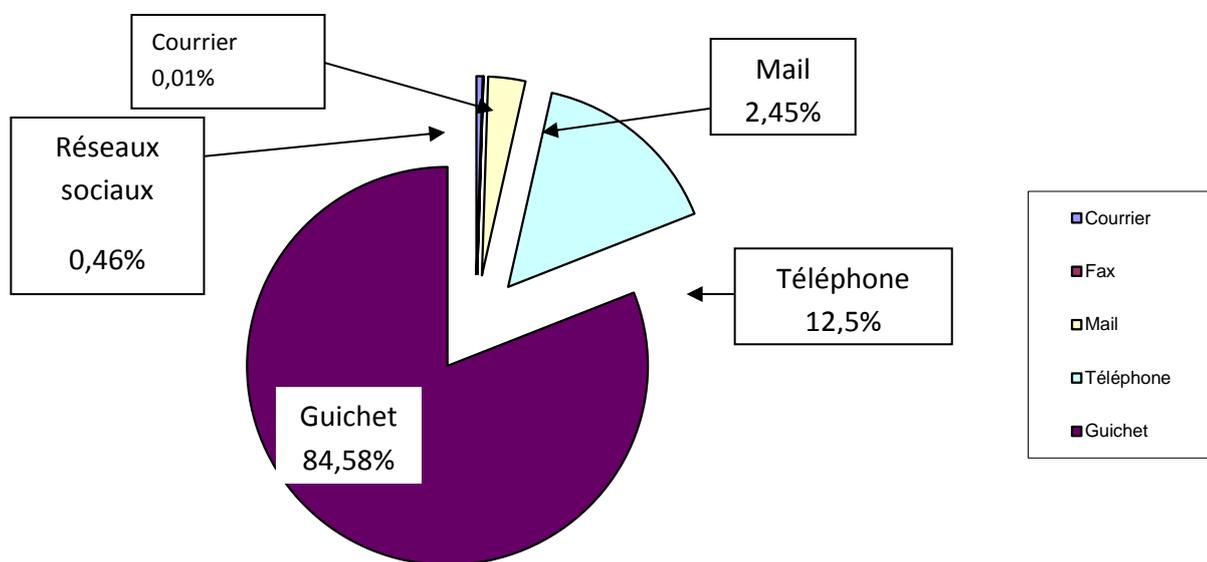
Mois/Année	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Janvier	3 941	3 722	3 842	3 590	3 545	2 982
Février	4 002	3 789	3 916	4 120	4 063	3 750
Mars	7 072	6 629	5 419	5 898	5 829	4 425
Avril	10 788	11 139	11 368	11 219	11 204	8 736
Mai	12 098	13 547	12 532	12 519	11 787	8 990
Juin	16 803	15 024	15 235	16 138	16 564	25 701
Juillet	30 034	32 005	31 062	32 243	30 055	58 554
Août	35 393	37 072	37 061	39 048	38 841	72 669
Septembre	16 147	16 627	16 828	16 782	18 132	40 227
Octobre	7 060	7 534	7 827	7 970	8 001	17 450
Novembre	5 187	5 041	4 952	4 938	4 549	9 992
Décembre	4 232	4 532	4 557	4 634	4 780	14 528
<b>TOTAL</b>	<b>152 757</b>	<b>156 661</b>	<b>154 599</b>	<b>159 099</b>	<b>157 350</b>	<b>268 004</b>
<b>Locronan</b>	<b>+ 22 000</b>	<b>+ 27 908</b>	<b>+ 26 339</b>	<b>+ 29 094</b>	<b>+ 30 347</b>	<b>+ 32 609</b>
	<b>174 757</b>	<b>184 569</b>	<b>180 938</b>	<b>188 198</b>	<b>187 697</b>	<b>300 613</b>

**La Fréquentation de l'office de tourisme**



## 1.2 Formulation des demandes en 2017 (janvier à décembre)

2017	Courrier	Réseaux sociaux	Mail	Téléphone	Guichet
Quimper	0,5%	0%	2,5 %	13,3%	83,7 %
Locronan	0,2 %	0,1 %	2,2 %	8%	89,5 %
TOTAL	0,46 %	0,01 %	2,45 %	12,5 %	84,58 %



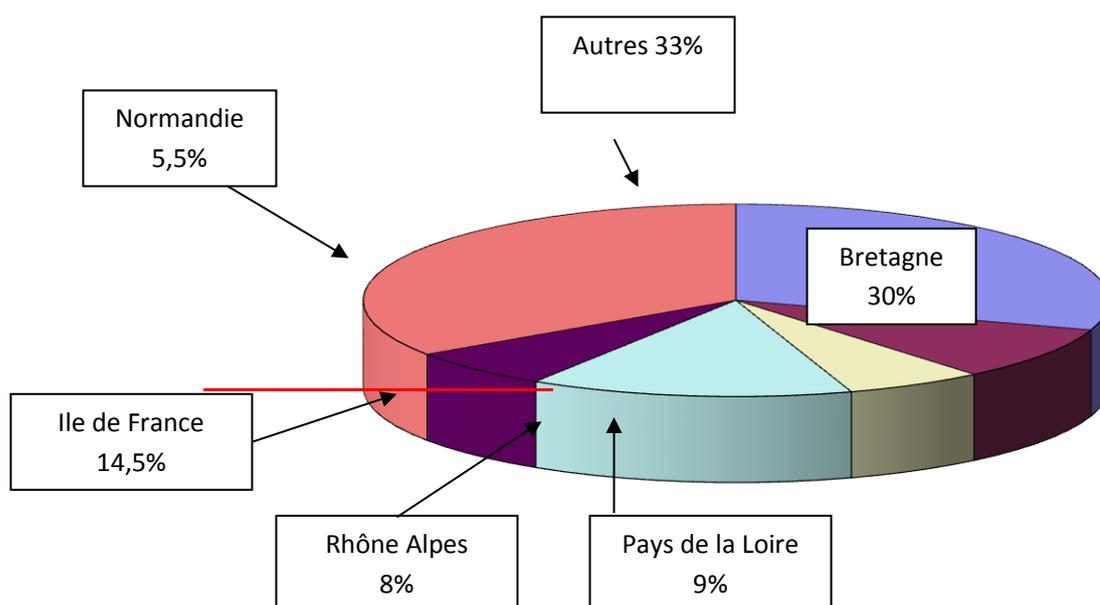
Les tendances ont bougé entre 2017 et 2016. A noter, une augmentation des demandes au guichet (2,6%) et une baisse du téléphone (2,3%).

### 1.3 Répartition des demandes au guichet entre la France et l'étranger (Quimper et Locronan)

	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
<b>France</b>	30 021	27 196	36 098	25 451	32 843	27 880	46 987
<b>Etranger</b>	9 636	8 724	8 951	8 450	8 901	8 062	15 247
<b>Total</b>	<b>39 657</b>	<b>35 920</b>	<b>45 049</b>	<b>33 901</b>	<b>41 744</b>	<b>36 942</b>	<b>62 232</b>

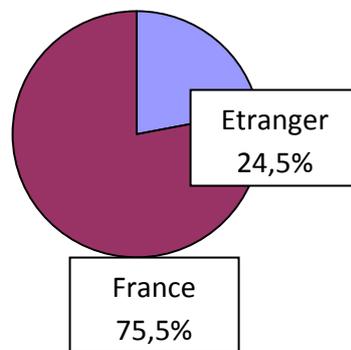
#### 1.3.1 Demandes au guichet, principales régions de provenance :

Régions	Bretagne	Ile de France	Normandie	Pays de la Loire	Rhône Alpes	Autres régions
Nbre de demande en 2015	9 676	4 416	1 939	2 941	2 055	11 169
%	30%	14%	6%	9%	6,5%	34,5%
Nbre de demande en 2016	7 952	3 711	1 608	2 634	1 859	10 042
%	28,5%	13%	6%	9,5%	7%	36%
Nbre de demande en 2017	14 096	6 813	2 584	4 229	3 759	15 506
%	30%	14,5%	5,5%	9%	8%	33%



Un petit tiers des visiteurs sur Quimper Communauté (30%) est originaire de Bretagne, suivi de la région Ile de France (14,5%) et des régions de l'Ouest (Normandie, Pays de Loire) 14,5%. Au final 59% de la clientèle à l'année est une clientèle de proximité contre 57% l'année dernière et 63% en 2014. La politique de conquête de nouveaux marchés en France a un peu progressé. En tout état de cause, force est de constater que notre destination a tout de même progressé sur de nouvelles clientèles françaises (Rhône Alpes notamment) ce qui est de bon augure pour les années qui viennent !

### 1.3.2 Répartition des demandes d'avril à octobre 2017 :



La clientèle étrangère est plus présente sur la communauté de Quimper Cornouaille que dans le reste du Finistère avec un taux de 23% contre une moyenne départementale de 21%.

## 2 LES ACTIONS 2016/2017

### 2.1 L'évolution du nombre d'adhérents

*EVOLUTION DU NOMBRE D'ADHERENTS (Hors locations de vacances)*

	2008/ 09	2009/ 10	2010/ 11	2011/ 12	2012/ 13	2013/14	2014/15	2015/16	2016/17
<b>Hôtels Quimper Communauté</b>	23+Auberge de Jeunes se+F.J.T.	21+ Auberge de Jeunes se+ 2 F.J.T.	22+ Auberge de Jeunes se+ 2 F.J.T.	24+ Auberge de Jeunes se+ 2 F.J.T.	24+ Résidence jeunes + 2 F.J.T.	23+ Résidence jeunes + 2 F.J.T.	24+ Résidence jeunes + 2 F.J.T.	24+ Résidence jeunes + 2 F.J.T.	22+ Résidence jeunes + 2 F.J.T+1 hébergement insolite
<b>Restaurants crêperies Quimper et Cornouaille</b>	81	83	79	88	89	91	78	80	74
<b>Bars, Boulangeries, traiteurs</b>		11	7	12	11	11	14	17	16
<b>Hôtels extérieurs et autres hébergements</b>	58 + auberge de jeunesse	61 + auberge de jeunesse	57 + auberge de jeunesse	54 + auberge de jeunesse	55 + auberge de jeunesse	57 + auberge de jeunesse	56 + auberge de jeunesse	49 + auberge de jeunesse	48 + auberge de jeunesse
<b>Campings</b>	34	33	33	30	37	33	34	31	35
<b>Commerces sites</b>	223	219	257	268	280	283	294	315	263
<b>TOTAL ADHERENTS</b>	<b>425</b>	<b>432</b>	<b>459</b>	<b>480</b>	<b>500</b>	<b>502</b>	<b>504</b> <b>(268 agglo)</b>	<b>520</b> <b>(267 agglo)</b>	<b>455</b> <b>(227 aggro)</b>

## 2.2 Communication/promotion

Les éditions et supports papier Grand Public en 2017:

TYPE DE DOCUMENTS	Quantité Impression	Coût TTC
Guide découverte	30.000	54 033 € 85 (-60 105 € 40 de pub)
Plan Locronan (en 4 langues)	91 000	7 840 € (- 3 730 € de pub)
Petits Plans de Quimper (en 6 langues)	91 000	6 296 € (- 2 600 € de pub)
Guide de locations	1 300	892,80 €
Cartes de vœux	850	387,60 €
Autocollants adhérents	600	824,40 €
Spécial groupes	1 000	8 083 € 32 (- 7 278 € de pub)
Pass' Quimper	800	742 € 40
« Les enfants sont des princes »	35 000	8 000 €
Dépliants, brochures, affichettes, affiches		
Brochure d'appel en chinois	1 000	2 859 €
<b>TOTAL</b>	<b>252 550</b>	<b>89 959 € 37</b> <b>73 713 € 40 financé par la</b> <b>publicité soit 82%</b>

### 2.2.1 Pass Quimper

Né en 2008 à l'initiative de l'Office de Tourisme, le Pass Quimper permet de visiter à tarif réduit les sept structures partenaires : Musée Départemental Breton, Musée des Beaux- Arts, Le Centre d'Art Contemporain (le quartier), les Faïenceries Henriot Quimper, l'école de Broderie Pascal Jaouen ainsi que les visites « Ville d'Art et d'Histoire » de l'Office de Tourisme et du service du patrimoine. Par ailleurs, il a été décidé d'étendre le Pass chaque année à de nouveaux partenaires quimpérois qui souhaiteraient se joindre à ce dispositif. Ainsi depuis 2014, les expositions du brodeur Pascal Jaouen font partie de l'offre du Pass.

Ce Pass est valable de 1 à 2 personnes, il est millésimé et il donne des avantages chez quatre nouveaux partenaires extérieurs sur présentation du Pass à savoir : 10% de réduction dans le magasin d'usine Armor Lux, 10% sur les vedettes de l'Odet, un petit déjeuner offert pour une nuitée réservée dans 19 hôtels des 22 de Quimper Communauté, ainsi qu'une visite guidée et une dégustation gratuite au Musée de l'Alambic.

Compte tenu de la baisse déjà enregistrée en 2016 (603 Pass vendus), l'ensemble des partenaires avait décidé de réduire le nombre de tirage à 800 exemplaires contre 1000. Sur ces 800 exemplaires édités, 387 Pass ont été vendus en 2017. La question de la continuité du dispositif va devoir se poser !

### 2.2.2 Accueil de journalistes et Eductours 2016-2017

#### Accueil Presse sur Quimper et Locronan:

N°	DATE	PRESSE ECRITE /SITE INTERNET/TV	JOURNALISTE	QUIMPER/LOCRONAN
1	15/10/2016	HET NIEUWSBLAD (quotidien belge)	Guy THUWIS	QUIMPER
2	16/10/2016	HET NIEUWSBLAD (quotidien belge)	Guy THUWIS	LOCRONAN
3	21/10/2016	CHINA NATIONAL TRAVEL MAGAZINE	Hailiyu ZHANG	QUIMPER ET LOCRONAN
4	07/04/2017	SALTACONMIGO.COM	Sara et Jaac - BLOGGEURS	QUIMPER ET LOCRONAN
5	11/04/2017	FEELING.BE (magazine mensuel en ligne)	Mme VAN ELSACKER	QUIMPER
6	13/04/2017	DEUTSCHLANDFUNK	Peter KAISER	QUIMPER
7	16/05/2017	L'CEIL	Isabelle MANCA	QUIMPER
8	17/05/2017	YOUTUBEURS DYLAN DEL REY ET BON APPETIT SKI EN PARTENARIAT AVEC LA SNCF	DYLAN Del Rey, Victor Galuchot et Fabien Maierhofer	QUIMPER
9	26/06/2017	TUS DESTINOS.NET	Maria Jesus Tomé	QUIMPER ET LOCRONAN
10	09/08/2017	GUIDE TOURISME France - (Reportage photo)	Dominique CHARLES	QUIMPER

Des accueils presse intéressants et étrangers dont des accueils de Youtubers

### 2.3 Accueil, vitrines.

- Nouveaux visuels pour les documents en 2017 en prenant en compte notre ligne graphique (logo, bande noire, photo pleine page) et la marque Bretagne.
- Vitrines toujours attrayantes grâce à un éclairage spécifique et à l'intervention de deux étalagistes professionnelles tous les trimestres.
- Poursuite de l'équipe dans la démarche qualité depuis plus de huit ans avec l'obtention de la marque qualité tourisme en 2015, mais également du certificat d'excellence Tripadvisor 2016 et 2017. L'Office de Tourisme de Quimper Cornouaille dispose également du Label Tourisme et Handicap pour ses locaux jusqu'en avril 2018.

### 2.4 Visites Ville D'Art et d'Histoire

	2009/ 10	2010/ 11	2011/12	2012/13	2013/14	2014/15	2015/16	2016/17
<b>Nombre de visites</b>	110	109	105	105	99	105	98	97*
<b>Visites générales</b>	75	78	74	75	71	74	75	71
<b>Visites thématiques</b>	35	33	31	30	28	31	23	26
<b>Nombre de personnes</b>	2404	2404	2027	1670	1757	2144	1 833	1 910
<b>Chiffre d'Affaires H.T</b>	8 466	7 760	6 521	6 723	7 303	7 467	7 254	9 457

- Trois visites annulées 11 et 12 août suite au décès du guide conférencier Lionel Jacq
- Une seule visite proposée le dimanche au mois de juin

#### 2.4.1 Les visites individuelles

Fréquentation moyenne par visite :

- 2003/2004 : 9,79 pers.
- 2007/2008 : 13.57 pers.
- 2008/2009 : 14.70 pers.

- 2009/2010 : 21.85 pers.
- 2010/2011 : 22.05 pers.
- 2011/2012 : 19.30 pers.
- 2012/2013 : 15.90 pers.
- 2013/2014 : 17.74 pers.
- 2014/2015 : 20.41 pers.
- 2015/2016 : 18,70 pers
- 2016/2017 : 19,69 pers

Cette année les visites nocturnes au nombre de 17 ont totalisé un nombre de 640 participants (517 en 2016), soit une moyenne de 37,64 personnes par visite contre 34,46 en 2016.

#### 2.4.2 Visites guidées gratuites en famille pour les petits et les plus grands

Les demandes d'animations gratuites sont importantes, aussi l'Office de Tourisme a mis en place dans le cadre d'animations des visites gratuites pour les familles, ouvertes aux parents ou grand parents avec enfants.

Un nouveau livret jeu a été élaboré sous la forme d'un questionnaire «L'abécédaire de Quimper ».

Six visites entre le 19 juillet et le 23 août ont été réalisées les mercredis à 14h30 et ont attiré 186 personnes soit une moyenne de 31 (29,16 en 2016) personnes par visite.

Etant donné les résultats, la formule sera reconduite en 2018.

#### 2.4.3 Visites Guidées Nocturnes

➤ En tout ce sont dix-sept visites nocturnes qui ont été proposées avec trois thématiques différentes.

##### Durant les vacances d'avril :

Deux visites nocturnes « Sur les traces du commissaire Judic » : Enquêtez sur les crimes et délits dans le Quimper de la Belle Epoque

##### Durant les vacances d'été :

Quatorze visites spectacles nocturnes se sont déroulées en juillet et août, les guides-conférenciers ont été amenés à enquêter, sans le vouloir, sur la mort de

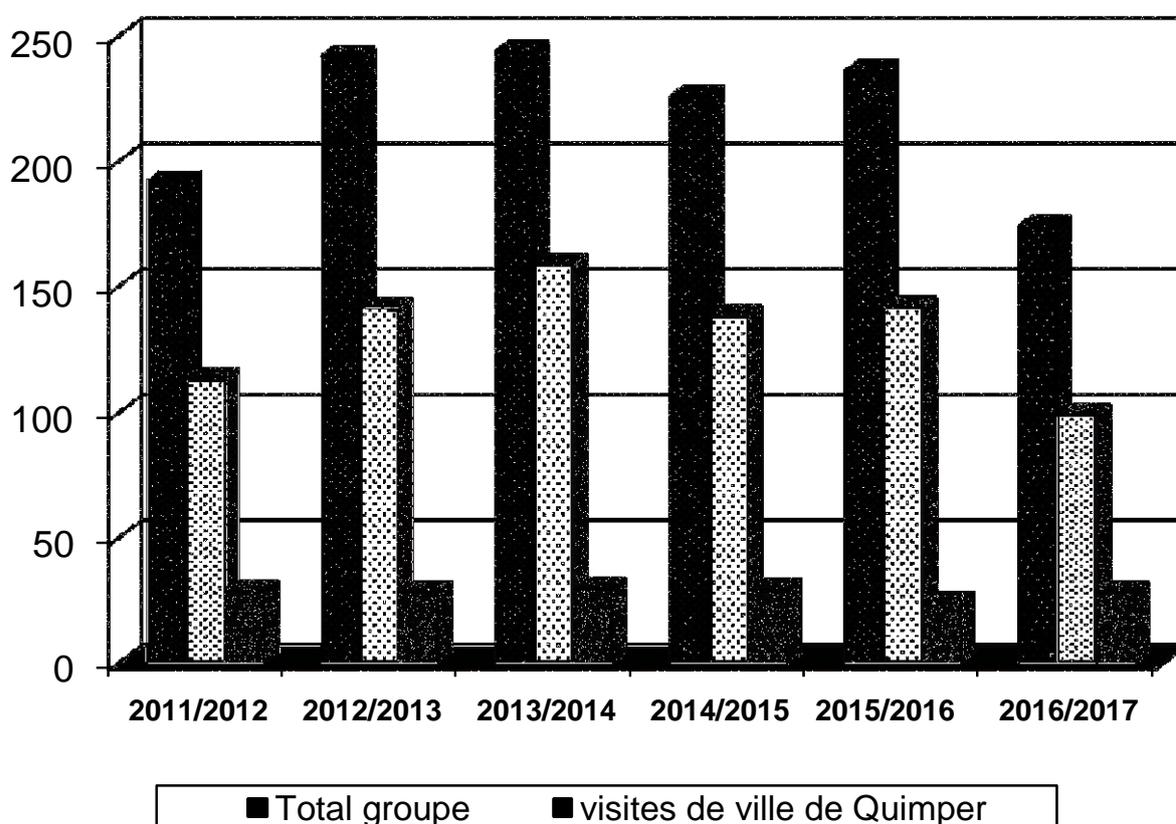
Willem de Wit, imprimeur quimpérois du XVIIIe siècle. Réservez auprès de l'Office de Tourisme. Visite limitée à 60 personnes.

Une visite nocturne contée au Stangala a été proposée le 14 août et a remporté un vif succès. (74 personnes)

## 2.5 La commercialisation.

### 2.5.1 Visites organisées pour les groupes

	2009/10	2010/11	2011/12	2012/13	2013/14	2014/15	2015/16	2016/17
TOTAL GROUPE	236	235	122	143	148	141	127	112
Visite ville de Quimper	142	139	93	105	121	111	102	81
Moyenne par groupe	24,15	25,93	24,91	25,04	26,44	25,68	25,70	26,12
Personnes Guidées	5 700	6 093	3 191	3 581	3 914	3 621	3 264	2 926
Chiffre d'Affaires H.T	24 215 €	31 415 €	17 664 €	24 268 €	16 384 €	24 471 €	25 643 €	25 138 €



## LOCRONAN :

DATE	VISITE GUIDEE DE LOCRONAN	NOMBRE DE PERSONNES
Octobre 2016	2	50
Novembre 2016	1	25
Décembre 2016	8	192
Janvier 2017	0	0
Février 2017	1	25
Mars 2017	0	0
Avril 2017	0	0
Mai 2017	1	40
Juin 2017	7	171
Juillet 2017	1	17
Août 2017	1	28
Septembre 2017	8	187
<b>TOTAL</b>	<b>30</b>	<b>735</b>

Ce récapitulatif des visites ne comprend pas les visites guidées associées à une autre prestation touristique (réservation de déjeuner, visite d'un musée etc....)

Les réservations de visites guidées à Locronan se maintiennent, 1 visite en moins (30 contre 31 en 2016). Par contre le nombre de personnes par visite connaît une baisse cette année : 24,5 personnes par visite contre 27 en 2016.

On remarque également que les élections présidentielles ont eu un impact sur les réservations en avril et en mai : aucune visite en avril et 1 seule en mai.

Cette baisse de réservation au printemps se ressent également très fortement à Quimper qui enregistre une baisse de 21 visites de la cathédrale et des vieux quartiers par rapport à 2016 mais qui affiche une légère hausse du nombre de personnes par visite, une moyenne de 26.12 personnes contre 25.70 personnes en 2016.

Rappelons que ces chiffres ne comprennent pas les visites guidées de Quimper et Locronan associées à une autre prestation touristique (déjeuner, visite d'un musée..) et les visites programmées dans le cadre de l'organisation de sorties à la journée, de séjours, de journées de guidage, d'accueils presse et d'éductours.

### 2.5.2 Produits packagés

#### 2.5.2.1 Séjours et excursions

#### Séjours touristiques groupes :

Le service réceptif a organisé cette année:

- 2 séjours contre 5 en 2016
- 20 sorties à la journée contre 11 en 2016
- 32 sorties à la  $\frac{1}{2}$  journée ou gestion de prestations touristiques contre 19 en 2016

Soit 54 réalisations contre 34 en 2016.

Le service réceptif a répondu à 64 demandes de devis dont 10 n'ont pas abouti pour différentes raisons :

- Les agences ou associations ont traité en direct auprès des partenaires.
- Concurrence face à une autre destination
- Inscriptions insuffisantes pour maintenir le séjour
- Report du voyage à l'année suivante

### Séjours :

- Du 29/12/2016 au 1/01/2017 :

Nous avons été sollicités pour organiser un séjour pour un groupe d'amis venus fêter les fêtes de fin d'année à Quimper. Un programme convivial sur la thématique de Noël : illuminations de Locronan, visite guidée nocturne de Quimper aux flambeaux, visite du musée des beaux-arts sur la thématique des Rois Mages, dîner de la dans un restaurant suivi du fest-noz de la Saint Sylvestre.

- Du 1<sup>er</sup> au 10 mai 2017 :

Mme Jézéquel, originaire de Brest et professeur de français à l'Université de Cincinnati dans l'Ohio a souhaité proposer aux étudiants de la prestigieuse école de la D.A.A.P. (Design - Architecture - Art - Planning) un voyage d'études de deux semaines dans le Finistère (10 jours à Quimper et 2 jours à Brest) à la découverte de la culture bretonne.

L'Université de Cincinnati nous a donc confié l'organisation de ce séjour en Cornouaille et nous leur avons préparé un programme à la carte alliant une découverte touristique et des visites axées sur la thématique de la mode et du textile.

Nous leur avons proposé plusieurs visites leur permettant ainsi de rencontrer :

- Pascal Jaouen, initiation à la broderie à l'Ecole de Broderie d'Art de Kemper.
- Jean Pierre Gonidec, régisseur des collections au musée départemental breton.

- Rachel Le Gall, rencontre avec la modiste et styliste et visite de son atelier.
- Gildas Le Minor, rencontre avec Mr Le Minor à Pont l'Abbé.
- Hervé Le Bihan, tisserand à Locronan.
- Armor-Lux
- Henriot-Quimper...

Et la découverte de quelques sites incontournables de la Cornouaille : Pont Aven, Concarneau, le Pays Bigouden, l'île de Sein ....

Après la Cornouaille, les étudiantes ont passé deux jours à Brest puis visité Paris avant de rejoindre les Etats-Unis.

Ce voyage n'a malheureusement pas atteint l'effectif espéré à savoir 30 personnes en raison d'un climat d'insécurité et de tensions politiques. En effet, suite aux différents attentats en Europe, beaucoup de participants ont préféré suivre les instructions données par les autorités américaines, à savoir éviter les voyages en Europe, et ont ainsi annulé leur inscription. Le voyage a été néanmoins maintenu et très apprécié par la dizaine de participants et professeurs qui pourraient envisager de le reconduire dans les années à venir.

#### Sorties à la journée :

Les sorties à la journée connaissent une hausse : 20 sorties à la journée contre 11 en 2016. Douze de ces excursions se sont déroulées à Quimper et 8 en Cornouaille. La majorité de ces journées ont été réservées en direct par des associations seules 3 journées ont été réservées par des autocaristes.

#### Prestations Touristiques :

Le service réceptif a organisé la gestion de 32 sorties à la  $\frac{1}{2}$  journée ou de prestations touristiques contre 19 en 2016.

#### 2.5.2.2 Séjours individuels

Pour la dixième année, plusieurs offres de séjour « clés en mains » ont été créées et proposées à la clientèle individuelle. Ces offres sont mises en avant sur nos sites Internet de Quimper et Locronan. Elles comprennent un hébergement en hôtel ou en chambre d'hôte (une à deux nuitées), de la restauration en crêperie ou en restaurant traditionnel, des entrées dans les différents musées de Quimper. Leur programmation est très souvent liée aux animations et expositions temporaires proposées à Quimper et en Cornouaille. Une agence réceptive commercialise également un produit Quimper via une box. Malgré cela, aucune vente n'a été enregistrée cette année mais rappelons que ces offres,

même si elles ne génèrent pas de réservations via l'Office de Tourisme, sont une vitrine supplémentaire pour nos partenaires.

### 2.5.2.3 Evènementiel : « les copains d'abord » sur France 2

Après New-York, La Rochelle, Tignes et la Corse, « Les Copains d'abord » l'émission événement de France 2 a posé ses caméras à Quimper les mardi 4 et mercredi 5 juillet. La chaîne publique a tourné son prime-time, dans les conditions du direct, sur scène et en public, place Saint-Corentin. Ce show unique, sur scène et en coulisses, a réuni une pléiade de stars nationales et régionales : Julien Doré, Nolwenn Leroy, Calogero, Miossec, Raphaël, Julien Clerc, Claudio Capéo, Christophe Willem, BB Brunes, Slimane, Bigflo & Oli, Boulevard des airs, Amir, Kids United, Gauvain Sers, Yvan Cassar Dan Ar Braz, Soldat Louis, Gilles Servat, Tri Yann, Clarisse Lavanant, Cécile Corbel, Bagad de Lann Bihoué, Celtic Social Club, les Marins d'Iroise, Gwennyn..

Chansons traditionnelles bretonnes et celtes, tubes inspirés des plus beaux airs de la mer et singles du moment, ont été interprétés par une vingtaine d'artistes pour un concert exceptionnel.

Les Copains d'Abord, c'est un divertissement scénarisé, dans lequel les artistes jouent leur propre rôle ! Au-delà de la musique, cette émission comporte des saynètes (séquences humoristiques), emmenées par deux maîtres de cérémonie (Chantal Ladesou et Christophe Willem), en compagnie des chanteurs, dans un lieu porteur de rêve pour les téléspectateurs.

Nous avons accompagné la directrice et le directeur de production de la société « Morgane Production » à la recherche du lieu de tournage des saynètes. Nous leur avons présenté différents sites touristiques de la Cornouaille puis nous les avons accompagnés sur place pour nous assurer que ce lieu répondait à tous les critères imposés par la production et c'est finalement le Café du Port et le port de Sainte Marine qui ont été retenus par la production.

Le service réceptif a également été en charge de la gestion de l'hébergement et de la restauration pour les artistes et l'équipe technique. Les établissements hôteliers devaient eux aussi répondre à différents critères imposés par la production mais le premier critère restait bien évidemment la disponibilité (compte tenu des délais assez court) des établissements. Les hôtels proposés pour héberger les artistes ont tous été visités et choisis par la production.

Pour la partie hébergement et restauration de la technique et des artistes, « Les Copains d'Abord » ce sont 556 nuitées et 1028 coupons restaurations à Quimper et en Cornouaille.

## 2.6 Les locations de vacances

En 2017, **54 locations meublées et 25 chambres d'hôtes** ont été recensées dans notre catalogue de locations saisonnières :

- 6 meublés vacances labellisés « Clévacances »
- 5 meublés vacances labellisés « Gîtes de France »
- 6 meublés classés en « meublés de tourisme »
- 37 meublés non classés, mais contrôlés par nos soins
- 2 chambres d'hôtes labellisées « Clévacances »
- 4 chambres labellisées « Gîtes de France »
- 3 chambre « Référentiel Chambre d'Hôte Bretagne »
- 18 chambres non classées, mais visitées.

Sur l'exercice 2017, une vingtaine de visites ont été effectuées.

Par ailleurs, l'Office de Tourisme dispose également d'une liste d'une quarantaine de logements meublés pour étudiants et saisonniers.

### Bilan Locations de vacances 2017

Démarrage plutôt satisfaisant en avril avec une clientèle venant principalement du grand ouest et de la région parisienne profiter de notre ouest breton, avec une météo plutôt agréable.

Le mois de Mai a confirmé la tendance d'avril, même si les ponts du 1<sup>er</sup> et 8 Mai étaient plutôt mitigés : météo moyenne et probablement impact des élections présidentielles. Le pont de l'ascension a quant à lui enregistré une hausse de fréquentation avec le retour du beau temps.

Le mois de juin est plutôt positif, en termes de fréquentation avec une clientèle française toujours nombreuse et une arrivée très remarquée de la clientèle étrangère (allemande, britannique, espagnole, belge...)

Mois de juillet un peu plus mitigé pour les locations de vacances : la météo semble en être la cause principale selon les propriétaires de locations avec des précipitations supérieures aux moyennes de saison, baisse des températures, moins d'ensoleillement ! Des conditions de vacances estivales moins agréables.

Un bon mois d'août, (meilleur que 2016) malgré une météo incertaine mais qui n'a pas eu vraiment d'influence négative sur les réservations, et enfin mois de septembre en demi-teinte avec une baisse de la clientèle française, mais avec une présence importante et très remarquée par les professionnels du tourisme des allemands.

Après une saison 2016 mitigée, la saison 2017 est plutôt positive, avec une tendance marquée et qui se conforte au fil des années du tourisme de proximité : visiteurs bretons, grand Ouest. Quant au comportement de réservations des hébergements, il se généralise avec toujours plus de réservations de dernières minutes et de recherche de promotion et à la tendance toujours marquée à la négociation de prix.

## **2.7 Site Internet et Webmaster**

Le site Internet de l'Office de Tourisme a dépassé (depuis sa création il y a 13 ans) les cinq millions de connexions. Précisons par ailleurs, que le nombre de visites et d'internautes augmente régulièrement prouvant la qualité du référencement. L'année 2017 a été une année particulière car en plus du déménagement, l'Office propose deux nouveaux sites Internet pour Quimper depuis le 19 avril 2017 et pour Locronan depuis le 17 juillet 2017. Ces changements de sites expliquent la baisse de référencement provisoire et des statistiques moins élevées. Depuis la fin d'année 2017, les sites connaissent des bonds de fréquentation spectaculaire !

Grégory Vignal, le webmaster anime ces futurs sites ainsi que les réseaux sociaux et les nouveaux outils numériques de l'office de tourisme (applications, écrans plasma, bornes numériques...).

### **Bilan statistique 2017 :**

<b>2017</b>	<b>Quimper</b>	<b>Locronan</b>	<b>TOTAL</b>
Nombre de visites	80 569	44 598	125 167
Nombre de visiteurs	79 291	44 407	123 698
Nombre moyen de pages vues par visites	3.16	2.46	
Nombres total de pages vues	316 404	120 449	436 853

### Les pages les plus visitées :

QUIMPER	2017
Agenda	14 216
Equipements de loisirs	9 412
Visites et découvertes	7 277
Locations saisonnières	6 531
Commerces et services	6 053

LOCRONAN	2017
Agenda	8 751
Illuminations de Noël	7 445
Circuits de visite	4 723
Page d'accueil en anglais	2 834

## **3 ORGANISATION INTERNE**

### **3.1 Nouveau collège des membres de droit de l'association**

Les membres du collège des membres de droit (élus politiques) de l'association sont au nombre de douze et ont été désignés par le Conseil Communautaire de Quimper Bretagne Occidentale le 12 janvier 2017 pour siéger aux côtés des élus du collège des représentants des adhérents et des acteurs économiques du tourisme (membres actifs) au Conseil d'Administration et au Bureau de l'Office de Tourisme de Bretagne Occidentale.

Voici la liste des élus et leurs fonctions au sein de l'association jusqu'à la fin du mandat municipal (printemps 2020) :

Siégeant au bureau

Madame Claire Levry-Gérard Vice-Présidente

Monsieur Raymond Messenger Vice-Président

Madame Catherine Le Floch Secrétaire

Madame Marie Laure Le Meur Secrétaire adjointe

Membres du bureau Monsieur Antoine Gabriele.

Ces cinq élus forment avec les cinq élus issus du collège des membres actifs les élus du bureau de l'Office de Tourisme de Quimper Cornouaille.

Siégeant au Conseil d'Administration

Monsieur Ludovic Jolivet

Monsieur Nicolas Gonidec

Madame Arianne Faye

Monsieur Jean Marc Tanguy

Monsieur Yannick Nicolas

Madame Christine Floch'lay

Madame Gwenaëlle Gouzien

### **3.2 Salariés de l'Office de Tourisme**

Actuellement, l'office de tourisme se compose de 10,5 salariés équivalent temps plein (ETP), mais correspond à une vingtaine de salariés sous des contrats divers à l'année. Madame Treussier en arrêt dans l'attente d'un heureux événement a été remplacée par Monsieur William Calvez jusqu'à la fin août. Depuis septembre William est devenu attaché parlementaire auprès de la nouvelle députée Annaïg Le Meur. Madame Marie Le Tellec a dû subir une lourde opération et est absente depuis le mois de septembre 2016 ! Elle a été remplacée par Monsieur Benjamin Chorin.

### **3.3 Renforcement avec des saisonniers de l'équipe d'accueil en été**

L'Office s'est étoffé en période estivale avec l'arrivée de cinq saisonniers et saisonnières sur la saison 2017:

Une salariée employée sur deux mois Mademoiselle Alice Galey (mi-avril à mi - juin), Monsieur William Calvez en remplacement de Julie Treussier jusqu'au 10 juillet puis en saisonnier jusqu'à fin août.

Sur le site de Locronan

Monsieur William Calvez en remplacement de Julie Treussier jusqu'au 10 juillet puis en saisonnier jusqu'à fin août. Du 02 mai à fin septembre Madame Sandrine André.

Sur le site de Quimper

Monsieur Benjamin Chorin du 05 février jusqu'à aujourd'hui en remplacement de Marie Le Tellec en arrêt maladie. Mesdames Manon Barguil du 07 juillet au 29 décembre et Juliette Le Meur du 10 juillet au 02 septembre. Monsieur Martin Kerouedan du 22 mai au 16 septembre 2017.

### **3.4 Disparition brutale de Lionel Jacq (guide conférencier)**

Lionel Jacq nous a quittés - discrètement- le 08 août dernier à l'âge de 57 ans!

Il avait fait le choix de l'indépendance dans son travail et a été dès janvier 1995 et pendant de nombreuses années le seul guide conférencier libéral du département et peut être un des premiers en Bretagne. Linguiste, traducteur, guide interprète, conférencier, accompagnateur, chercheur, enseignant, pédagogue, formateur, raconteur d'histoire, transmetteur d'émotions, acteur, artiste polymorphe et « poète de 23 à 25 heures » comme il aimait se présenter avec cette note d'humour malicieux qui le caractérisait! Il se nourrissait en fait, de ses nombreuses lectures et recherches dans des domaines éclectiques, le rendant ainsi, érudit en patrimoine et en architecture mais également en botanique. De ses passions, il en avait fait son métier, linguiste de formation il était devenu guide conférencier dans les villes d'Art et d'histoire de Quimper mais également de Concarneau, guide pour Bretagne buissonnière, une agence réceptive privée du Morbihan mais aussi chargé de cours depuis des années dans les formations patrimoniales de l'Université de Bretagne Occidentale. Lionel était un touche à tout avec une soif de connaissances insatiable qu'il a su transmettre à des dizaines de milliers de visiteurs français

et étrangers mais également à des milliers de quimpérois, de concarnois et de scolaires du département.

Travailleur acharné jusqu'à l'épuisement, il était perfectionniste et toujours enthousiaste à l'idée d'élaborer de nouveaux projets, de nouvelles formes de médiation comme les visites spectacles nocturnes initiées il y a plus de dix ans et qui ont révolutionné la manière de diffuser la connaissance patrimoniale à de nouveaux publics. Lionel laissera une trace indélébile aux personnes et collègues qui l'ont entouré par sa gentillesse, son humeur toujours égale, son amour pour la recherche de la connaissance et la transmission de ses savoirs. Personnage attachant et complexe à la fois. Merci à lui pour les moments qu'il nous a laissés. Nous ne l'oublions pas...

### **3.5 Accueil de stagiaires**

Depuis de nombreuses années, l'Office de Tourisme a passé de nombreux partenariats avec les écoles et l'université IUT et U.B.O.

Grâce à ces partenariats, l'Office accueille des stagiaires dans les métiers de l'accueil, du secrétariat de direction, de la valorisation du patrimoine.

Ainsi durant l'année 2016/2017, ce sont 3 stagiaires au service accueil (dont un stage d'observation) qui ont pu faire leurs premières armes professionnelles dans notre structure.

### **3.6 Extension de l'agglomération quimpéroise au 1<sup>er</sup> janvier 2017**

Au premier janvier 2017, l'agglomération s'est agrandie avec la fusion de Quimper Communauté et celle du Pays Glazik auxquelles s'est associée la commune de Quéménéven, donnant naissance à Quimper Bretagne Occidentale. Aussi, et par extension, le périmètre d'action de l'Office de Tourisme a également évoluer sur ces six nouvelles communes!

### **3.7 Le nouvel office de tourisme, 8 rue Elie Fréron**

La question d'un nouvel emplacement plus central pour l'Office de Tourisme a trouvé son dénouement en juin 2017, plus de 14 ans après en avoir émis le souhait. En effet, l'Office de Tourisme dispose d'un nouveau local et d'une nouvelle situation dans la ville historique (8, rue Elie Fréron). Cet Office de Tourisme nouvelle génération permet une meilleure valorisation de nos

partenaires et du territoire sur un espace moderne lumineux et très agréable (le brodeur Pascal Jaouen répète souvent qu' « il s'y sent bien » !). L'ancien local accueillait 170 000 visiteurs, ce nouvel emplacement à augmenter la fréquentation de plus de 105% depuis son ouverture au public le 12 juin 2017.

Présentation du plan d'aménagement de l'accueil du futur local de Quimper. Le nouveau local dispose en son sein d'un Office de tourisme entièrement numérique comprenant trois bornes tactiles, dont une portant sur l'histoire de Quimper avec des films en 3D, un écran équipé d'un Ipad proposant les applications gratuites de Cornouaille proposées sur l'Apple Store et d'une douche sonore. En outre, un ordinateur est accessible gratuitement. Enfin, tout l'espace bénéficie de prises de recharges et d'une table où les visiteurs peuvent venir se connecter avec leurs propres ordinateurs ou tablettes. L'espace étant en Wifi gratuite avec un débit maximal lié à la fibre optique ! A l'extérieur l'Office propose également une borne tactile fonctionnant 24h/24 et 7 jours/7.

Les bornes numériques (3) ont connu 528h d'utilisations en deux mois 24h sur 24 grâce à la borne extérieure! A noter que les deux tiers des recherches sur ces supports portent sur les commerces, montrant ainsi la complémentarité de ces outils avec les sites Internet.

Cinq écrans TV sont déployés dans le hall d'accueil avec deux tablettes avec prises pour recharger gratuitement les téléphones, 7 postes d'accueil avec deux retours d'écrans incorporés dans les comptoirs d'accueil, ainsi qu'une tablette mettant en valeur les applications Android gratuites de Cornouaille proposées sur Google Play.

Par ailleurs, grâce à des tablettes de marques différentes, l'Office de tourisme souhaite valoriser des applications (Ipad ou Android) locales sur la Cornouaille. Elles pourront être testées par les visiteurs français et étrangers et téléchargées rapidement sur leurs propres outils grâce à la fibre optique qui est présente gratuitement dans l'espace d'accueil numérique.

Un comptoir d'accueil pour personne handicapée ainsi que le matériel nécessaire pour accueillir correctement les personnes atteintes de déficiences diverses : boucle magnétique, signalétique avec pictogramme. L'Office de Tourisme souhaite pouvoir obtenir le label « Tourisme et Handicap ».

Deux espaces partenaires pour présenter trois à quatre cent partenaires privés, un espace de billetterie : maritime en Finistère et dans le Morbihan, spectacles, visites guidées. Un espace enfants spécialement aménagés. Enfin des vitrines sont réalisées tous les trimestres par des étalagistes professionnels et l'Office met en avant les marques de territoire ; Armor Lux, Henriot Quimper, Pascal Jaouen ou les créations de Nolwenn Le Lay.

Un espace entreprise avec présentoir, écran et comptoir d'accueil va être amplifié afin de proposer à des partenaires privés de se promouvoir physiquement dans les locaux. Aussi, une banque d'accueil avec un écran pourra être mise à disposition des entreprises ou des sites touristiques en dehors des deux mois estivaux, de septembre à juin ainsi que des expositions de créateurs toute l'année.

### **3.8 Les présentoirs et les vitrines**

Des présentoirs sont régulièrement réorganisés et réapprovisionnés pour mieux valoriser nos partenaires privés (254 en 2017, contre 298 en 2016, 304 en 2015, 318 en 2014), mais également pour mettre en avant l'événementiel sur l'agglomération et la Cornouaille.

Par ailleurs, les vitrines de l'Office permettent à 12 professionnels partenaires (contre 9 en 2016) de valoriser leurs produits toute l'année. Ces vitrines sont refaites quatre fois par an (saisons) par deux étalagistes professionnelles, mesdames Anne Marie Dagorn et Vanessa Guellec. A noter que nous n'avons pas suffisamment de vitrines pour répondre à toutes les demandes de nos partenaires !

### **3.9 La démarche qualité et la Marque Qualité Tourisme.**

Dans le cadre de la démarche qualité, des systèmes de contrôle qualité ont été mis en place, des contrôles surprises, et surtout des questionnaires de satisfaction remis aux visiteurs pour juger de la qualité du travail : accueil, qualité des informations données, qualité du conseil, qualité des locaux.

A noter que la procédure de la gestion des réclamations qui fait partie de ce dispositif fonctionne bien grâce aux réponses des professionnels et des services de la ville concernés par les remarques....

A l'issue de chaque année des bilans qualité sont réalisés en interne mais également des Groupes de Travail Local (GTL) sont mis en place sur Quimper et Locronan avec des professionnels, des élus et des techniciens des communes pour analyser les remarques faites par les visiteurs et essayer d'y apporter des réponses.

Le déménagement a généré des modifications dans notre façon de travailler et va obliger à revoir notre manuel qualité pour 2018.

Le renouvellement en 2018, s'effectuera en mai !

### **3.10 Classement en première catégorie de l'Office Tourisme de Quimper Cornouaille**

Le 18 décembre 2015 l'Office de Tourisme de Quimper Cornouaille a obtenu son classement en première catégorie (anciennement 4 étoiles) par la préfecture du Finistère pour une durée de cinq ans. Ce classement est le plus élevé qui puisse être donné à un Office de Tourisme, en France !

### **3.11 Label « Tourisme Handicap » à l'Office de Tourisme**

L'office a obtenu le label « Tourisme et handicap » sur les 4 handicaps délivré en 2013 pour une durée de cinq ans. Il comprend de nombreux aménagements : boucle magnétique, nouvelle signalétique, ainsi qu'une documentation en braille, un comptoir d'accueil adapté...afin de mieux accueillir des visiteurs fragilisés. Le renouvellement, coïncidant avec l'ouverture de nos nouveaux locaux une commission d'évaluation est passée en décembre 2017. Le verdict est attendu pour le premier semestre 2018.

### **3.12 Actions interne en faveur du développement durable**

L'Office de Tourisme initie des actions en la matière, à savoir :

- Pour la gestion des stocks de documentation papier, l'appel à l'association de réinsertion professionnelle « solidarité papier ».

La mise en place sur des rendez-vous extérieurs des salariés ou administrateurs de l'association du covoiturage.

- Le téléchargement de ses brochures papier sur Internet (le guide des locations de vacances, et le guide de découverte...).

- La valorisation des axes de circulation douce ainsi que des chemins de randonnées : pédestres, V.T.T., vélos, canoës
  - La réflexion en cours pour valoriser des séjours en tourisme durable (hébergement, transport...).
  - Un espace entièrement numérique valorisant notamment des applications gratuites sur la Cornouaille qui peuvent être téléchargées rapidement sur les tablettes et smartphones des visiteurs, leurs évitant de consommer trop de supports papiers.
  - Une veille régulière sur le nombre d'exemplaires de nos différentes éditions afin d'en éditer un nombre correspondant à la réalité de la diffusion.
- Pour l'Office de Tourisme, l'obtention de la norme ISO 14001 pourrait être un objectif à terme.

### **3.13 Réduire les multiples saisies sur différents outils d'information**

La multiplicité des supports d'information pose des difficultés mais surtout génère du temps de perdu par le personnel de l'Office de Tourisme afin de saisir trois ou quatre fois les mêmes informations sur des supports différents : support papier, internet de séjours (quimper.mobi et locronan.mobi, sites Internet de Quimper et de Locronan...). L'exercice s'est accentué après le déménagement avec les bornes numériques extérieures et intérieures. Afin de trouver une solution et améliorer cette situation, des consultations ont été réalisées. La solution la plus pertinente a été celle portée par la société « Ingénie » qui a pu répondre aux besoins de l'OT en s'adaptant à tous les outils qu'ils soient papiers et numériques mais ce logiciel va également permettre une plus grande efficacité dans la gestion administrative du service groupes. Enfin, l'acquisition du logiciel Ingénie doit permettre aux partenaires de l'Office de Tourisme ayant pris le pack numérique dans ses prestations de pouvoir changer eux-mêmes, le contenu rédactionnel les concernant sur l'ensemble des supports numériques (site Internet, sites mobiles, Internet de séjours, bornes tactiles extérieures et intérieures) et cela avec une seule saisie !

### **3.14 Quimper, « commune touristique »**

La dénomination commune touristique est attribuée aux communes qui mettent en œuvre une politique du tourisme et disposent d'une capacité d'hébergement pour une population non permanente. Ce statut spécifique est aussi un gage de

qualité offert aux touristes. Quimper a obtenu cette dénomination par la préfecture en juin 2015 pour une durée de cinq ans.

### **3.15 Renouveau de l'immatriculation**

L'Office de Tourisme a renouvelé son immatriculation auprès d'Atout France, lui permettant ainsi de poursuivre sa commercialisation de séjours touristiques auprès d'agences de voyages et d'autocaristes Français et internationaux sur l'ensemble de la Cornouaille qui est de par ses statuts sa zone d'intervention.

### **3.16 Élaboration et vente de séjours pour groupes et individuels**

Grâce à son immatriculation lui permettant de vendre des prestations de séjours comme agence de voyage réceptive, l'Office de Tourisme de Quimper Cornouaille a souhaité amplifier la vente des formules de séjours sur l'ensemble de la Cornouaille conformément à ce que prévoient ses statuts. Stratégie d'autant plus importante que dorénavant il n'y a plus d'agence réceptive privée sur la Cornouaille.

### **3.17 Zone touristique**

La mairie de Quimper qui avait demandé à ce que le centre-ville de Quimper puisse obtenir le classement en zone touristique lui permettant ainsi l'ouverture des commerces tous les dimanches a été validée pour une durée de cinq ans et impact dans les faits 338 commerces.

## **4 ACTIONS ET PARTENARIATS 2017**

### **4.1 Poursuite de notre ligne graphique**

Afin d'être en cohérence d'image sur l'ensemble de nos supports de communication papier (15 documents différents) et pour répondre aux exigences de la marque qualité tourisme et de la marque Bretagne, l'Office de Tourisme a décliné en 2017 la ligne graphique mise en œuvre en 2014. Elle sera remaniée en 2018 !

## 4.2 Les éditions à vocation réceptive

- Le guide découverte :

Le guide découverte de l'Office de Tourisme pour l'édition 2017 a été réalisé sous un format de type magazine de 124 pages. La volonté de l'Office de Tourisme est de rendre ce guide réceptif toujours plus attrayant afin d'avoir un taux de conservation plus important et d'éviter qu'il ne soit systématiquement jeté à la fin des vacances, comme la plupart des documents touristiques. Son titre "Quimper Ville Capitale" est évocateur et déclinable dans plusieurs rubriques! Il est édité à 40 000 exemplaires et téléchargeable sur les sites Internet de l'Office de Tourisme avec plus de 500 liens hypertextes. En 2017, ce magazine a été lu fois (contre 25 215 en 2016, 21 700 en 2015 et 17 000 en 2014).

Ce guide est très prisé par les visiteurs aussi n'est-il pas en libre-service dans nos locaux. Il est d'ailleurs le seul document papier aussi complet, valorisant la Cornouaille Quimper jouant ainsi sa fonction « réémettrice » sur le territoire.

- Le document Locronan (6 volets) :

Réalisé à 91 000 exemplaires avec une version complète en anglais, espagnol et allemand.

- Documents des communes de l'agglomération (5 volets) :

Réalisés sur chacune des communes de l'agglomération à l'exception de Quimper et Locronan, ils se présentent sous forme de dépliants en dix volets et comprennent près d'une vingtaine de photos. Ce sont des documents d'appel, devant donner envie aux visiteurs de découvrir les communes de l'agglomération.

- Un plan index de rues de Quimper réalisé conjointement avec la ville de Quimper et édité tous les deux ans.

- Cinq circuits découvertes et thématiques : 3 sur Quimper, 1 sur l'Odét et un sur Locronan (16 pages par circuit).

- Un petit plan touristique édité en 6 langues : français, anglais, allemand, italien, espagnol et néerlandais (5 volets) à 100 000 exemplaires.

- Un document spécial groupe à destination des agences de voyages et des Tour Operators (60 pages).
- Un document locations de vacances réalisé en interne et téléchargeable sur les sites Internet de l'Office de Tourisme (20 pages).
- Le Pass Quimper 2017 édité à 800 exemplaires et en vente à 12 Euro
- Un document d'appel en chinois (12 pages)

#### **4.3 Document groupes et fiches circuits, promotion et commercialisation**

Guide 2017 :

La ligne éditoriale et la charte graphique ont été maintenues en 2017. La volonté du service réceptif de l'Office de Tourisme est de proposer un document professionnel encore plus qualitatif en étoffant son offre groupes à l'ensemble de la Cornouaille (comme le permet ses statuts). Pour ce faire, la brochure passe à 60 pages et met en avant :

- Les visites guidées de Quimper et Locronan
- Les services de guidages à la  $\frac{1}{2}$  journée et à la journée à la découverte de la Cornouaille.
- Les principaux évènements de l'année
- Des sorties à la journée
- Des courts séjours
- Les restaurants et hôtels pouvant accueillir les groupes
- Quimper, ville de congrès et d'événements
- Incentive

Les partenaires de l'Office de Tourisme ayant une offre groupes sont intégrés dans les différents programmes.

Cette brochure a été distribuée par voie postale auprès de 800 adresses et par e-mailing auprès de notre fichier clients.

#### **4.4 Campagne de communication sur nos outils numériques :**

Enfin, une communication sur les outils papiers et numériques disponibles gratuitement pour les visiteurs a été réalisée sous forme de cinq panneaux recto

verso placé au plafond des halles de Quimper. Cette opération a eu une durée de plusieurs mois. Cette réalisation a pu se faire grâce au soutien des commerçants des halles.

#### **4.5 Nouveaux sites Internet pour Quimper et Locronan**

L'année 2017 a vu également la réalisation du nouveau site de l'office de tourisme pour Quimper et Locronan. Cette nouvelle génération va nous permettre entre autre une plus grande interactivité avec les internautes mais également avec les utilisateurs de réseaux sociaux. Il sera adaptable à tous les écrans et permettra aux partenaires de modifier s'ils le souhaitent leurs contenus (textes et photos) grâce à la passerelle faite avec le logiciel Ingénie. Ces sites avec une adresse en point bzh seront également une nouvelle vitrine attractive pour notre destination.

#### **4.6 Importance des réseaux sociaux**

En moins de 10 ans, l'arrivée d'internet sur les mobiles et les réseaux sociaux ont révolutionné l'usage d'internet.

L'heure est aujourd'hui à l'hyper-connectivité: être connecté partout et tout le temps.

En 2017, 94% des ménages possédaient un téléphone mobile et 65% des français ont un Smartphone.

Concernant les réseaux sociaux, l'Office de Tourisme est présent sur Facebook, Twitter, google+, FlickrR (*site Web de partage de photos et de vidéos gratuit. Mis en ligne en août 2011, le site a franchi la barre des 6 milliards de photos hébergées !*) et Pinterest pour Quimper et Locronan. Une grande partie des contenus est alimentée quotidiennement par le Webmaster de l'Office de Tourisme.

**Par exemple, l'album photos de Locronan, a été vu 2358 fois en 2017**

2013 = 886            2014 = 1269            2015 = 1663            2016= 2042

**Il existe 15 151 photos de Locronan sur Flickr**

En 2015, la promotion des illuminations a touché plus de 100 000 personnes sur Facebook. En 2016 140 000 personnes et en 2017 200 044 personnes pour les illuminations!

#### **4.7 « Les Mystères de Quimper »: Découverte de la ville en application**

##### **Iphone**

Jeu décliné en six étapes -29 quêtes - qui permet d'instaurer un challenge collectif basé sur la découverte de Quimper.

Les étapes sont utilisables individuellement ou dans un parcours complet permettant de résoudre l'énigme dans une durée comprise entre une demi-journée et plus d'une journée sans être obligé d'entrer à l'intérieur des bâtiments.. Le système est également raccordé à des réseaux sociaux.

Cette application est téléchargeable gratuitement sur I tunes (apple).

Ce jeu sérieux « serious game » est innovant dans le secteur du tourisme car il se rapproche dans l'esprit du géocaching. Le contenu a été travaillé en collaboration avec le service du patrimoine et les archives municipales de la ville de Quimper.

Cet outil est également une offre originale à proposer aux congressistes venant à Quimper.

#### **4.8 Acquisition de l'outil Ingénie**

Afin de faciliter le travail du service groupe mais également le suivi des partenaires et la mise à jour des informations sur l'ensemble de nos supports d'informations : sites Internet, sites mobiles, applications, bornes intérieures et extérieures, écrans plasma et supports papiers. L'office de tourisme a investi dans un nouveau logiciel nommé Ingénie. L'objectif était de limiter les triples ou quadruples saisies pour une même information, mais également de pouvoir donner la possibilité à l'ensemble de nos 650 partenaires de pouvoir intervenir quand ils le souhaitent sur tous les outils numériques de l'Office de tourisme destinés au public.

#### **4.9 Les Internet de séjours de l'Office de Tourisme**

**Quimper.mobi et Locronan.mobi des sites mobile au service du visiteur et des locaux :**

De plus en plus de personnes recherchent des informations pratiques et locales pendant leur séjour avec leur Smartphone.

Aujourd'hui 17,2 millions de Français ont pour habitude de surfer directement via leur téléphone mobile. Ce chiffre explose : +80 % en 2016 (*source : Observatoire de l'Internet Mobile*).

Les informations sont facilement accessibles en tapant le mot "Quimper" sur son mobile ou en flashant les différents QR Code présents sur les éditions de l'Office de Tourisme (plans, guides...) et sur les sites Internet de Quimper et Locronan.

Le site Internet mobile donne la priorité à l'information pratique comprenant de nombreuses rubriques avec pour chacune d'entre-elles :

- Une géo localisation
- le numéro de téléphone intégré
- un repérage cartographique avec calcul d'itinéraire

Ce concept permet aux touristes mais également aux habitants de Quimper et de son Agglomération d'obtenir plus d'informations touristiques et pratiques sur le territoire gratuitement et instantanément.

Des partenariats ont été créés avec des Festivals et avec des partenaires institutionnels.

De plus, comme 26% du trafic web est réalisé sur mobile ou tablette, nos nouveaux Site web peuvent être visualisés facilement sur mobile, tablette et ordinateur de bureau. Aussi, ces nouveaux sites sont en Responsive design (adaptables automatiquement à tous les écrans !).

#### **4.10 Wifi gratuite à Quimper et Locronan**

Un accès se fait désormais avec un code d'accès remis à chaque utilisateur afin d'éviter que l'on vienne se connecter à la WIFI de l'O.T. de l'extérieur du bâtiment. Ce code est modifié toutes les semaines et utilisable pendant seulement 30 minutes afin d'éviter les téléchargements.

Le service existe également sur le site de Locronan.

#### **4.11 Visites guidées de Quimper sur MP3**

Des visites guidées sur Quimper pour support MP3 sont également commercialisées à l'Office de Tourisme en trois langues : français, anglais et allemand. Cette opération a été réalisée par Zevisit et ces visites sont également

téléchargeables gratuitement sur notre site Internet à la rubrique Evénement/Agenda et à la catégorie visites guidées, mais également sur la page de Quimper en allant sur le site du Comité Régional du Tourisme de Bretagne : [www.tourismebretagne.com](http://www.tourismebretagne.com).

#### **4.12 Sortie du E-Magazine sur Quimper et la Cornouaille en version Android**

L'application pour Ipad « Quimper, ville capitale », document d'appel original et très attractif pour promouvoir la destination a séduit plusieurs milliers d'utilisateurs. Aussi, et afin de répondre aux nombreuses demandes de détenteurs de tablettes autres qu'Ipad, l'Office de Tourisme a développé cette application sortie en 2015 en version Android courant 2017. Ainsi, toutes les tablettes pourront consulter ce nouveau magazine interactif qui va également connaître une mise à jour avec l'adjonction notamment de visites virtuelles du musée des Beaux-Arts et du Musée Breton mais également de la cathédrale Saint Corentin. Cette application va également connaître une extension en version Android ainsi que des versions en langues étrangères.

#### **4.13 Les Expériences bretonnes**

L'Office de Tourisme a été sollicité par le CRT Bretagne pour valoriser des partenaires locaux dans le cadre des expériences bretonnes. Démarche très limitée et contrôlée, nous avons sollicité deux grandes institutions quimpéroises : l'Ecole de Broderie de Pascal Jaouen, et Henriot Quimper. Aujourd'hui, seule l'école de broderie poursuit cette démarche et l'Office de Tourisme poursuit la valorisation de ces partenaires sur ces outils de communications et travaille également sur cette démarche avec le CRT Bretagne.

#### **4.14 Participation à une enquête sur la satisfaction des visiteurs avec ORTB et le réseau des Villes d'Art et d'Histoire et Villes Historiques**

Mise en place d'une enquête de satisfaction des visiteurs des VAHVH proposée par le Pôle Observatoire et Prospective du CRT. Ce type d'enquêtes a été réalisé avec le réseau des stations balnéaires « Sensations Bretagne » en 2014.

Cette enquête s'est faite sur un an par la passation de questionnaires que les personnes devaient remplir afin de donner leurs opinions sur notre destination. Les résultats de la perception des visiteurs sur Quimper sont intéressants en

mettant l'accent sur les points forts et les points faibles de la ville et sont disponibles auprès de l'Office de Tourisme pour consultation.

#### **4.15 Salons professionnels en France:**

Présence au salon International du tourisme de Rennes du 27 au 29 janvier 2017 sur le stand des Cités d'Art de Bretagne où l'affluence a approché des 39 000 visiteurs.

Indispensable de travailler ces marchés de proximité quand on observe la part importante (plus de 25%) du tourisme infra régional.

#### **4.16 Salon professionnel à l'étranger:**

Nous avons participé au salon du tourisme de Bruxelles du 01 au 04 février 2017.

Incontournable, le plus grand salon du tourisme en Europe avec une fréquentation de 11 0 000 visiteurs sur 4 jours, le salon du tourisme de Bruxelles nous permet de toucher une clientèle « amoureuse » de la Bretagne et très attirée par notre destination même si de par sa situation géographique en Bretagne, la Cornouaille est le territoire régional le moins connu par cette clientèle belge et néerlandaise.

Seul salon grand public maintenu par le CRT Bretagne, nous étions sur une banque Quimper-Lozon sur un énorme stand Bretagne avec 28 autres Offices de Tourisme représentant les 5 départements de la Bretagne historique.

Opération rendue possible grâce au soutien de Quimper Bretagne Occidentale.

#### **4.17 Les Campagnes de communication de mai 2017**

##### **En Espagne**

##### **▲ Barcelone**

Afin d'accentuer la visibilité de Quimper sur le marché espagnol, l'Office de Tourisme a réalisé en lien avec le C.R.T. Bretagne et les villes de Rennes, de Nantes et Brest, Dinan et Saint Malo une campagne de communication sur 20 bus du centre-ville de Barcelone durant le mois de mai 2017. Cette opération était relayée par une campagne sur deux radios nationales « Cadena Ser » et « Onda Cero », sur les réseaux sociaux, ainsi qu'un partenariat avec la compagnie aérienne Vueling qui propose des vols Barcelone-Brest. Cette opération lancée en

mai 2015 avait eu un effet immédiat puisqu'elle avait permis la venue d'une dizaine de gros tours Operator espagnol sur Quimper et près d'une dizaine de journalistes espagnols ainsi qu'une télévision. Il faut rappeler, que la clientèle espagnole est depuis des années la deuxième clientèle étrangère à Quimper et la première à Locronan, elle est depuis trois ou quatre ans celle qui progresse le plus en Bretagne ainsi que sur le site Internet de tourisme régional.

#### ▲ Madrid

La nouveauté a été également la participation à une campagne d'affichage sur Quimper, Rennes et Perros-Guirec dans le métro de Madrid durant tout le mois de mai 2017 sur des 4x3m. Cette campagne de publicité a été vue par plus de 110 000 millions d'usagers durant ce mois.

### En Allemagne

#### ▲ Land de Hesse

Campagne de communication radio. La radio est un média qui profite d'une très bonne crédibilité en Allemagne, d'une audience fiable et attentive qui écoute, même loin de chez elle « sa » chaîne radio sur internet.

En moyenne 282.000 auditeurs par jour dont 231.000 en Hesse (Ouest de l'Allemagne) et les autres dans les alentours.

50% entre 30 et 49 ans cible des familles

20% entre 49 et 59 ans cible des couples qui voyagent sans enfants

Présenter la Bretagne et la Cornouaille comme destination pour les familles pour les vacances à venir (pentecôte, été et automne) et pour les couples sans enfants pour les périodes hors-saison.

Période de la campagne : 3 semaines fin mars - début avril 2017

Tirage au sort d'un voyage en Cornouaille d'une valeur de 1.000 € à la radio et sur le site web [harmonyfm.de](http://harmonyfm.de) pendant la « semaine de voyage »

48 spots de 25 secondes durant 2 semaines fin mars/début avril 2017 4 spots par jour.

En parallèle le CRT Bretagne accentue cette communication car à la fin des deux spots, les auditeurs ont été redirigés vers la version allemande de [tourismebretagne.com](http://tourismebretagne.com): [www.bretagne-reisen.de](http://www.bretagne-reisen.de)

Le CRT a mis également en avant la campagne et ses partenaires avec un post sponsorisé sur sa page allemande Facebook comptant 20.700 fans.

### ▲ Munich, Düsseldorf, Cologne, Stuttgart, Francfort

Campagne d'affichage avec le T.O. Dertour

Dertour est la marque la plus importante du groupe TO DER Touristik, 2<sup>ème</sup> tour-opérateur le plus important en Allemagne.

#### Les Objectifs :

- Toucher les primo visiteurs avec une campagne couvrant des grandes villes allemandes dans les régions à l'ouest de l'Allemagne qui sont les cibles prioritaires de la Bretagne sur l'Allemagne : Munich, Düsseldorf, Cologne, Stuttgart, Francfort.
- Augmenter la notoriété de la Cornouaille tout en profitant de la notoriété du tour-opérateur DERTOUR .

Période de la campagne : 29/09 - 12/10/2017 ou 20/10 - 02/11/2017

Plusieurs affiches de 3,56 x 2,52 mètres dans des lieux centraux de grandes villes (par ex. à proximité et à l'intérieur des gares, stations métro centrales,...).

Les affiches feront partie de la grande campagne DERTOUR « So mach' ich Urlaub » (C'est ainsi que je passe mes vacances) à laquelle plusieurs destinations bretonnes ont pu participer et qui bénéficie d'un haut degré de reconnaissance. Bien évidemment, l'Office a mis en avant le lien de la Cornouaille avec le fameux Commissaire Dupin (véritable phénomène médiatique outre Rhin !)

#### Portée pour l'ensemble de la campagne DERTOUR :

- Au total environ 500 affiches pour la campagne
- 14,5 millions contacts

### Au Pays Bas

#### ▲ Amsterdam et Rotterdam

Campagne d'affichage dans le métro de ces deux villes afin de toucher des primo visiteurs de ces deux villes principales (800 000 habitants à Amsterdam et 17,6 millions de visiteurs.

L'Objectif : promouvoir notre destination grâce à 104 écrans numériques dans les métros d'Amsterdam et Rotterdam pendant une semaine au mois de mai 2017. (Audience : 3 144 347 personnes).

La campagne est déclinée avec une harmonie Bretagne, pour plus d'impact. Elle renvoie vers le site Tourisme Bretagne en version néerlandaise. Pendant la durée de la campagne, les partenaires sont valorisés sur la première page.

Deux villes sont engagées sur l'opération : Quimper et Rennes.

### **Au Royaume Uni**

Politique de communication régulière en lien avec la région Bretagne et la Brittany Ferries.

#### **4.18 Réunions de travail avec les hôteliers**

L'Office de Tourisme est sollicité dans les groupes de travail avec les hôteliers de Quimper Communauté.

La création d'un club hôtelier Cornouaillais avait vu la suppression du club de Quimper. Cependant, des problématiques propres à l'agglomération quimpéroise ne pouvant être abordées à l'échelle Cornouaillaise (observation sur les nuitées hôtelières dans la ville, taxe de séjours, le serveur d'information touristique et disponibilités hôtelières, l'observatoire MORGOAT Hôtellerie...).

#### **4.19 Eductour à destination des professionnels**

Comme tous les ans l'Office a proposé la mise en place d'un Eductour à destination des hébergeurs de la Cornouaille (campings, locations de vacances, hôtels...) en début d'été pour découvrir les principales expositions de l'été à Quimper en 2017 ainsi que des équipements. Le 06 juillet, une demi-journée comprenant la visite du Jardin de la Retraite par Mr Gilson, directeur des Espaces Verts de la ville de Quimper, puis la visite de l'exposition du Musée Départemental Breton « Bienvenue en Bretagne, l'âge d'or de l'affiche touristique ». Cet Eductour a réuni plus de 20 professionnels hébergeurs et prescripteurs du territoire.

#### **4.20 Partenariats spécifiques**

##### **Le partenariat avec Armor Lux**

Instauré depuis 2007, le partenariat avec Armor Lux a été renouvelé cette année à la demande de Monsieur Jean Guy Le Floc'h. Soutien financier dans notre

politique de communication, cette coopération se traduit aussi par une vitrine extérieure dans nos locaux et des tenues brodées au logo de l'Office de Tourisme offertes à tout le personnel y compris les guides conférenciers depuis 2011 soit 22 personnes en été sur Quimper et Locronan !

#### Le partenariat avec « Art de Cornouaille »

Ce partenariat se matérialise par la présence de ce commerce renommé et touristique sur l'ensemble des supports de communications de l'Office de Tourisme. Monsieur Breton qui est un soutien historique à l'Office de Tourisme souhaitait le matérialiser par une convention de partenariat.

#### **4.21 Soutien au renforcement du pôle Patrimoine et Tourisme à l'Université de Quimper**

Depuis la rentrée 2009, trois formations en patrimoine et tourisme permettent de mettre une « coloration » particulière à l'antenne de l'UBO de Quimper et pourraient être les premiers jalons de la création d'un pôle unique en Bretagne « Tourisme et Patrimoine », véritable opportunité pour l'Université Quimpéroise et l'image de notre destination Quimper Cornouaille.

L'Office de Tourisme accompagne au mieux dans cette démarche les directeurs des formations Mrs Roucourt et Kernevez du pôle UBO de Quimper.

À noter que depuis la rentrée de septembre 2017 un master en Tourisme littoral initié par le Directeur du pôle universitaire de Quimper Mr Nicolas Bernard a été mis en place (une première en France qui ne manque pas de littoraux alors qu'il existe depuis des années des masters « en tourisme de montagne » !).

#### **4.22 Sticker adhérents**

Afin de poursuivre une démarche initiée en 2015 d'appropriation de l'Office de tourisme sur le plan local, deux stickers ont été réalisés avec la même charte graphique à mettre sur les portes des adhérents de l'Office de Tourisme: un pour l'Office de Tourisme de Quimper en Cornouaille avec comme message « Recommandé par l'Office de Tourisme de Quimper Cornouaille », et un autre pour le site de Locronan avec comme message « Recommandé par l'Office de Tourisme de Locronan ». Les deux logos étant estampillés avec le logo de l'Office de Tourisme.

#### **4.23 Les « Points Relais Information » sur la commune de Locronan**

Depuis le printemps 2013, l'Office de Tourisme a mis en place trois points relais sur Locronan, permettant de remettre des documents sur la Petite Cité de Caractère lorsque l'Office de Tourisme est fermé. Les trois points relais étant le bar tabac Ostilari Ti Jos, la boulangerie Le Guillou, l'hôtel restaurant Le Prieuré, la mairie de Locronan. Un sticker point relais Office de Tourisme pour mettre sur leurs commerces, ainsi que des présentoirs leur ont été fournis et la documentation est régulièrement réapprovisionnée.

#### **4.24 Le Pass Quimper 2017**

Le Pass Quimper 2017, a été édité à 800 exemplaires (soit 3 200 coupons d'entrées) et vendu à 12 euro, il regroupait huit structures (Office de Tourisme, maison du patrimoine, Faienceries Henriot, Musée de la Faïence, Musée des Beaux-Arts, Musée Départemental Breton, Le Musée d'art et d'Histoire de Locronan et l'école de Broderie Pascal Jaouen) en proposant 7 offres culturelles sur la ville de Quimper et un sur Locronan : musées, Faienceries, école de broderie, visites guidées ... A noter, que les hôtels de l'agglomération, Armor Lux, les vedettes de l'Odet et le musée de l'Alambique sont partenaires de l'opération en proposant des offres au détenteur du Pass. Le nombre de Pass vendus a été nettement inférieur à 2016 lié en partie à l'existence de plusieurs types de Pass (Finistère, Faïence...).

#### **4.25 Dossiers de presse**

L'Office de Tourisme s'est doté depuis plusieurs années de dossiers de presse afin de répondre aux sollicitations de journalistes mais également d'attirer leurs attention sur un événement particulier. Ces dossiers sont édités sur support papier mais sont également consultable en ligne sur notre site Internet et sont actualisés très régulièrement.

Un dossier de presse spécifique a également été réalisé sur la petite cité de caractère de Locronan disponible sur support papier et téléchargeable sur le site [locronan-tourisme.com](http://locronan-tourisme.com).

#### **4.26 L'accueil pour les touristes étrangers**

L'Office de Tourisme a réalisé et diffusé auprès de nombreux professionnels (restaurants, crêperies et commerces) des autocollants où était écrit « Welcome we speak English » ainsi que d'autres autocollants en espagnol « Bienvenidos, hablamos espanol », italien « Benvenuti, parliamo italiano » et en allemand « Herzlich willkommen! Wir sprechen Deutsch ». Cette initiative a été saluée par bon nombre de professionnels et par le Comité Régional du Tourisme. Elle devrait s'amplifier dans les années à venir.

#### **4.27 Résultats de la grande étude Tourisme en 2017**

Partenaire de l'Observatoire régionale du Tourisme depuis des années, l'Office de tourisme à participée à une grande enquête tourisme en 2016, intitulé « Reflet ». Pour mémoire, la dernière étude de fréquentation d'envergure régionale avait été réalisée en Bretagne en 2005, afin de disposer d'éléments quantitatifs et qualitatifs sur les profils et attentes des visiteurs.

Il avait été fait le constat que le tourisme avait bien évolué au cours de ces 10 dernières années et qu'il était donc urgent de reconduire une enquête afin de disposer d'informations actualisées. Aussi, la Région a donc demandé au Pôle Observatoire et Prospective du CRT Bretagne, compétent en la matière, de s'emparer du sujet et de conduire en 2016 une enquête à l'échelle de la région et des 10 Destinations touristiques de Bretagne.

L'étude réalisée et consultable en ligne sur le site du CRT Bretagne donne une photographie de la situation touristique du moment, mais également permet de disposer d'éléments de prospective.

#### **4.28 Analyse sur le comportement des visiteurs et les réclamations**

Comme chaque année, une liste d'observations et de remarques effectuées par des visiteurs à l'accueil de l'Office de Tourisme durant l'été, a été étudiée par des acteurs du tourisme local (GTL). Une partie de ces remarques pour Quimper concerne les questions suivantes: la malpropreté et trop peu de toilettes en centre-ville, la situation de l'OT de Quimper trop éloignée du centre-ville, la présence de nombreux marginaux près de l'Office de Tourisme, le manque de signalisation de l'OT, manque de stationnement l'été notamment au mois d'août

sur les allées de Locmaria, emplacements d'aires de camping-cars pas assez développés, parkings trop chers et saturés l'été et les problèmes d'horodateurs jugés trop compliqués, pas de locations de vélos en centre-ville, transports en car peu fréquents sur certaines lignes (Locronan et Pointe du Raz).

Toutes ces questions sont évoquées et développées dans les groupes de travail locaux et n'ont pas toujours de réponse satisfaisante notamment pour les campings cars. En effet, une grande partie du centre historique est en zone inondable, et il est donc légalement impossible de créer des aires de campings cars que l'on associe à des aires de campings! Toutefois, il y a une tolérance laissée aux campings cars sur les allées de Locmaria et sur la place de la Résistance le soir en été.

Pour Locronan, les remarques principales portaient sur : les parkings trop chers, la signalisation dans et autour de Locronan jugée insuffisante, l'accès et la situation de l'Office de Tourisme, la malpropreté des toilettes publiques.

A ces remarques, la mairie de Locronan a répondu qu'un parking gratuit avait été mis en place et pour la malpropreté des toilettes, la commune s'interroge sur le fait d'installer des personnes physiques dans les sanitaires afin de les entretenir en permanence moyennant une contribution financière.

#### **4.29 Le festival pour enfants du mois d'août : « Les enfants sont des Princes ».**

Initiative souhaitée conjointement par l'Office de Tourisme et Quimper Communauté, le mois d'août 2017 (du 01 au 12) a vu se poursuivre l'offre culturelle gratuite à destination des familles et des enfants intitulée « Les enfants sont des Princes ». Durant cette première quinzaine d'août, près de 80 spectacles étaient proposés aux enfants dont la très grande majorité se déroulait gratuitement en extérieur. Le Festival des Semaines musicales et les Vitrines de Quimper étaient partenaires et ont contribué à un véritable succès de fréquentation. Au regard du succès, l'Office de Tourisme avec la collectivité souhaitent faire de Quimper au mois d'août un endroit incontournable pour les familles et les enfants et donc pérenniser cette image et cette dynamique en l'étendant aux communes de l'agglomération qui le souhaitent.

#### **4.30 Festival le « Cornouaille » Quimper :**

En partenariat avec le Festival de Cornouaille un stand commun d'information a été créé depuis sept ans sur la place Saint Corentin durant le Festival, sur l'animation «quai en fêtes », avec une permanence commune d'accueil (office et festival) sur un stand place Saint Corentin.

Deux visites nocturnes ont été programmées pendant la semaine du Festival autour d'une enquête policière « Willem de Wit, l'imprimeur assassiné ! », ainsi deux visites gratuites pour les familles le mercredi et le vendredi après-midi du 19 et 21 juillet.

Enfin, et pour la cinquième année une rubrique spécifique a été créée sur notre Internet de séjours (quimper.mobi et l'application pour Android), avant et pendant le festival en donnant des indications sur le Festival, lieux de spectacles avec commentaires audio, programme par journée, géo localisation des parkings relais...Un développement plus conséquent pour le dimanche du Festival semblerait pertinent à mettre en place (notamment pour le défilé du matin !).

#### **4.31 Soutien à l'événementiel et aux partenaires locaux**

L'Office a poursuivi ses partenariats et son soutien avec les manifestations culturelles de Quimper Communauté : Les Semaines Musicales, Les Aprèm Jazz, Viens Voir les Comédiens, Foire à la Brocante, l'Événement cirque, Musiques aux étoiles, Très tôt Théâtre, le Festival de Hip Hop, le Mondial Pupilles, etc...

## **5 EN COURS DE REALISATION**

### **5.1 Nouveau guide découverte 2018**

Ce nouveau magazine de valorisation de Quimper et de la Cornouaille sera édité à 40 000 exemplaires dans un format de 120 pages avec un nouveau format plus magazine, de nouvelles rubriques, une nouvelle ligne graphique, un nouveau traitement des photos... Document prestigieux et qualitatif qui de par sa présentation à une durée de conservation beaucoup plus importante qu'un document touristique classique. Entièrement financé par la publicité, l'Office s'attache à ce que celle-ci soit harmonieusement répartie et bien intégrée dans le magazine. A noter, que ce magazine pour la première fois sera diffusé dans plus de 400 points d'accueil sur Quimper : salles d'attentes de cabinets médicaux

et dentaires, cliniques, salons de coiffures, afin de jouer son rôle d'information locale.

## **5.2 Document sur les locations de vacances**

Dans l'optique d'améliorer la qualité de la présentation de nos partenaires loueurs de locations de vacances, un nouveau document de 20 pages a été édité en février 2018 à 1 000 exemplaires et est téléchargeable sur les sites Internet de Quimper et de Locronan.

Ce document conçu et réalisé en interne est paru en couleur avec une valorisation pour chacune des locations grâce à l'ajout de deux photos.

## **5.3 Document groupes et fiches circuits, promotion et commercialisation**

### **Guide 2018 :**

L'office de tourisme édite, comme tous les ans, un manuel pour les groupes à destination des autocaristes, des Tours Operator mais aussi des associations. Ce document de 64 pages est sorti en 2017 pour des prestations en 2018. Ce support commercial entièrement repensé propose une trentaine d'offres allant de la demi-journée aux formules 5 jours 4 nuits et cela sur l'ensemble de la Cornouaille. A noter, que ce support a déjà reçu les félicitations du groupe Saläün.

**Produits** : Afin d'étoffer son offre groupe et proposer des nouveautés chaque année, le service réceptif crée ses produits touristiques en fonction de l'évènementiel, comme en décembre 2016 à Locronan pour les fêtes de fin d'année et les illuminations qui ont attiré plus de 200 000 visiteurs en décembre à Locronan, en en faisant un événement majeur pour toute la Cornouaille ou bien encore une journée spéciale groupes dans le cadre du 95ème anniversaire du Festival de Cornouaille.

## **5.4 Intégration à l'application Breizh Tour**

L'Office de Tourisme soutien le développement d'une application mobile qui propose de découvrir la Bretagne en réalité augmentée. Quatre points dans un premier temps sont en développement pour intégrer cette application : les jardins du centre-ville de Quimper (la Retraite, le Théâtre, et Locmaria), le site de Kerdévot à Ergué-Gabéric, l'Odet et les thermes romains de Plomelin, un site

naturel et paysager sur le canton de Briec...Une fois ces quatre réalisations terminées, l'Office de tourisme poursuivra la démarche avec le soutien des communes et des associations mobilisées pour l'occasion sur la création de 4 nouveaux points d'intérêt dans un nouveau site sur Ergué-Gabéric, Plogonnec, Pluguffan et Locronan. Quatre nouveaux développements. A noter, que cette réalisation soutenue par la Région Bretagne est une réalisation d'une entreprise Cornouaillaise du nom de Bookbéo.

## **5.5 Travail avec des entreprises dans le secteur du numérique**

De nouveaux services numériques sont en cours de réalisation avec trois sociétés Quimpéroise : Aéroptic, Mivoc Systems mais également Bookbéo avec Breizh Tour sur plusieurs communes de l'agglomération.

L'Office de Tourisme travaille avec près d'une dizaine d'entreprises dans le domaine du numérique dont sept sont cornouaillaises et neuf de Bretagne.

## **6 ET 2018 ?**

### **6.1 Signature de la Convention d'Objectifs entre l'Office de Tourisme et la Communauté d'Agglomération**

C'est cette année que Quimper Bretagne Occidentale et l'Office de Tourisme vont signer une nouvelle convention d'objectifs pour fixer les missions qui seront octroyées afin de déterminer les grands axes de travail de l'Office de Tourisme de Quimper Cornouaille. La convention en cours actuellement a été signée en 2011 pour une durée de cinq ans a pris fin le 31 décembre 2015 et a été prolongée de deux ans à cause notamment de la mise en place de la nouvelle agglomération « Quimper Bretagne Occidentale ».

Dans le cadre de l'écriture de la nouvelle convention d'objectifs avec l'agglomération, une présentation des objectifs à venir sur les différentes missions de l'Office de tourisme a été soumise aux membres du bureau de l'association.

### **6.2 Création de la maison des conducteurs (ou chauffeurs)**

Les anciens locaux de l'Office de Tourisme 7 rue de la déesse vont devenir un espace d'accueil pour les chauffeurs de cars de tourisme. Aussi, et afin de répondre au mieux aux attentes des chauffeurs, une étude a été réalisée auprès de plusieurs centaines de chauffeurs et d'agences afin de mesurer leurs

attentes en la matière. Comme, il n'y a que trois villes en France qui disposent de ce type de services, la nouvelle a été très bien perçue par les sociétés qui ont été interrogées. Ces retours de futurs utilisateurs ont permis d'affiner l'aménagement de ce local qui s'ouvrira en juin prochain et qui sera géré par l'Office de Tourisme.

### **6.3 Participation au réseau d'observatoire régional MORGOAT**

L'Office poursuit son partenariat en cofinçant les études de l'Observatoire régional du Tourisme en Bretagne et à ce titre peut disposer mensuellement d'éléments chiffrés sur la fréquentation de l'Hôtellerie sur le territoire de l'agglomération et sur l'ensemble de la Bretagne via le dispositif MORGOAT Hôtellerie.

### **6.4 Classement en station de Quimper**

À la suite du classement en commune touristique obtenue le 20 novembre 2015, la ville de Quimper souhaite déposer prochainement un dossier de classement en station de tourisme pour la ville de Quimper. Si la ville de Quimper obtient ce classement, l'agglomération Quimpéroise sera dotée de deux stations classées tourisme puisqu'en effet, Locronan a obtenu ce classement par décret le 23 octobre 2014 pour une durée de douze ans.

### **6.5 Salon professionnel en France:**

Présence au Mahana Lyon -Salon mondial du tourisme de Lyon du 02 au 04 mars 2017 sur le stand des Cités d'Art de Bretagne.

### **6.6 Campagne de promotion à l'étranger**

Cette année un accent particulier sera mis en œuvre pour promouvoir le Territoire sur les marchés étrangers prioritaires :

#### **En Espagne**

##### **▲ Barcelone**

Poursuite de la volonté d'accentuer la visibilité de Quimper sur le marché espagnol, l'Office de Tourisme en lien avec le C.R.T. Bretagne et les villes de Rennes et Perros-Guirrec, Dinan, Saint Malo et Vannes-Golfe du Morbihan, va

relancer une campagne de communication sur 20 bus du centre-ville de Barcelone durant le mois de mai 2018. Cette opération sera à nouveau relayée par une campagne sur deux radios nationales « Cadena Ser » et « Onda Cero », sur les réseaux sociaux, ainsi qu'un partenariat avec la compagnie aérienne Vueling qui propose des vols Barcelone-Brest.

#### ▲ Madrid

Renouvellement de la participation à la campagne d'affichage sur Quimper, Rennes et Nantes dans le métro de Madrid durant tout le mois de mai 2018 sur des 4x3m. Cette campagne de publicité avait été vue par plus de 110 millions d'usagers durant ce mois.

#### **Opération B2B**

Pour Barcelone et Madrid, 6 et 7 juin 2018.

Participation à un Workshop avec une Opération B2B dédiée à la Bretagne

140 Tours opérateurs et agences de voyages sur les deux villes. Quimper, Rennes et Saint Malo participeront à ce travail.

#### En Italie

Habillage de deux lignes de tramway pendant deux semaines en mars 2018 à Milan. Cité de la mode et du design, des affaires et de l'industrie, Milan est la capitale économique de l'Italie. Le pouvoir d'achat y est plus élevé que dans de nombreuses villes italiennes. Milan et sa province compte plus de 3,5 millions d'habitants.

Campagne menée également avec Nantes.

#### En Allemagne

Actions de Streetmarketing autour du Commissaire Dupin. Travail avec des centaines de librairies afin d'installer une décoration bretonne attractive et dynamique, mise en place de jeux concours pour gagner des coffrets bretons et installer un coffee-bike avec un minibar breton pendant une journée devant les librairies dans les centres des grandes villes allemandes.

Opération en juin 2018.

Plus une campagne numérique sur ces opérations.

Opération Feel France de mars à mai 2018 avec campagne online mais également affichage métro.

## Au Pays Bas

### ▲ Amsterdam et Rotterdam

Campagne d'affichage dans le métro de ces deux villes afin de toucher des primo visiteurs de ces deux villes principales (800 000 habitants à Amsterdam et 17,6 millions de visiteurs par an et 650 000 habitants à Rotterdam)

L'Objectif : promouvoir notre destination grâce à 93 écrans numériques dans les métros d'Amsterdam et Rotterdam pendant trois semaines au printemps 2018. Création animée de 10 secondes. (Audience : 3 144 347 personnes). Focus sur la cible Millennials (jeunes actifs).

La campagne est déclinée avec une harmonie Bretagne, pour plus d'impact. Elle renvoie vers le site Tourisme Bretagne en version néerlandaise. Pendant la durée de la campagne, les partenaires sont valorisés sur la première page.

Deux villes se sont engagées sur l'opération : Quimper et Rennes.

Dispositifs complémentaires mis en place :

- Communication via des sous-bocks dans les bars à la mode fréquentés par la cible millénial néerlandaise
- Communication via des sets de tables dans les restaurants du centre-ville d'Amsterdam.

## Au Royaume Uni

Politique de communication via une campagne de communication Feel France sur le Bassin Londonien. Campagne 100% online avec ciblage socio-démographique, géographique et par centres d'intérêts. Période de l'opération de février à mai 2018.

## En Belgique

Participation au salon du tourisme de Bruxelles du 01 au 04 février 2018.

-Incontournable, le plus grand salon du tourisme en Europe avec une fréquentation de 110 000 visiteurs sur 4 jours, le salon du tourisme de Bruxelles nous permet de toucher une clientèle « amoureuse » de la Bretagne et très fidèle à notre destination.

Par ailleurs, l'Office de Tourisme va s'engager dans des opérations B2B dans différents pays (Allemagne, Espagne..) auprès de la presse et des influenceurs.

## **6.7 Le Pass Quimper**

Une réunion a été programmée le 24 janvier pour la poursuite du Pass Quimper qui réunit aujourd'hui 7 partenaires (4 privés et 3 publics). Support millésimé et imprimé à 800 exemplaires en 2017 (soit 3200 entrées), il a subi la concurrence d'autres Pass (Finistère et Faïence) aussi les partenaires ont décidé de ne pas le reconduire en 2018 et de débattre d'une reconduite éventuelle en 2019 en novembre prochain.

## **6.8 Plan index des rues sur les communes de l'agglomération.**

L'Office de Tourisme a décidé avec la volonté de plusieurs municipalités de l'agglomération quimpéroise de créer sur chacune des communes (en dehors de Quimper et de Locronan) un plan index des rues qui mettent également en avant les éléments touristiques importants : patrimoine, paysage, randonnées, équipements et services ... Le coût de création et d'édition sera partagé entre l'Office de Tourisme et les mairies concernées.

Etant donné la densité de travail et le coût de réalisation il est prévu de réaliser des plans sur une à deux communes par an. Le premier plan sera celui de la commune de Pluguffan qui sera réalisé pour 2018.

## **6.9 Réalisation de mini vidéo**

Réalisation par les services de l'agglomération de films sur Quimper et l'agglomération et sur l'actualité événementielle. Ces mini-vidéos seront intégrées sur nos sites Internet, sur nos comptes et sur les réseaux sociaux...

## **6.10 En août à Quimper « Les enfants sont des princes »**

Poursuite pour la quatrième année de cette manifestation gratuite et familiale qui se déroulera du 01 au 12 août 2018. Avec une programmation riche, qualitative et gratuite : contes, marionnettes, fanfares, bagadig, gouren, activités sportives, spectacles de rues... L'Événement réalisé conjointement par Quimper Bretagne Occidentale et l'Office de Tourisme se verra renforcer par l'offre des partenaires comme les musées, la médiathèque, les vitrines de Quimper.

L'objectif pour l'Office de Tourisme avec la collectivité est d'inscrire cette manifestation dans la vie culturelle de Quimper au mois d'août et faire reconnaître la ville comme un endroit attractif et incontournable pour les familles et les enfants.

Cette dynamique vers le jeune public doit également s'accroître sur toutes les communes de l'agglomération qui le souhaitent en réalisant notamment des livrets jeux sur leurs communes avec une déclinaison du prince sur chaque support ! L'idée est de faire découvrir le patrimoine du territoire de façon ludique et toute l'année.

### **6.11 Les visites guidées nocturnes sur Quimper et l'agglomération en été**

Dans le cadre du label Ville d'Art et d'Histoire et en partenariat avec le service du patrimoine, des visites spectacles nocturnes seront à nouveau proposées cet été en juillet et août.

### **6.12 Programme autour des visites guidées estivales et contes sur Locronan**

Comme l'année dernière, l'Office proposera une vingtaine de visites guidées en été, ainsi que des balades contées et des visites sur l'Histoire et le patrimoine de Locronan.

### **6.13 Soutien aux événements 2018**

- Au Musée des Beaux-Arts: **Jean LE MOAL** du 09 juin au 1<sup>er</sup> septembre 2018.
- Au Musée Départemental Breton, l'exposition : **L'enfance rêvée** - de Marguerite CHABAY, illustratrice du 09 février au 20 mai 2018 - suivi d'**Artistes Tchèques en Bretagne** du 16 juin au 30 septembre.
- Au Musée de la Faïence: **Jeanne MALIVEL**, pionnière de l'art moderne breton du 16 avril au 19 septembre 2018
- **L'exposition Luskañ, faire ensemble...** des œuvres ayant pour thème le mouvement, à l'école de Broderie d'art de Pascal Jaouen - du 18 juin jusqu'au 14 septembre 2018. Trois artistes uniront leurs talents pour exploiter cette dynamique : Pascal Jaouen, brodeur et styliste, qui invite Michel Costiou, artiste plasticien et Delphine Aubert, tapissier-décorateur.

Soutien aux grands festivals : le 95<sup>ème</sup> Cornouaille du 24 au 29 Juillet, Très tôt Théâtre du 12 au 21 décembre, « les Enfants sont des Princes » du 1<sup>er</sup> au 11 août, les 40<sup>ème</sup> Semaines Musicales de Quimper du 11 au 14 août, l'Événement Cirque et la 20<sup>ème</sup> édition du Cirque de Noël, le Festival de Hip Hop, Derrière les remparts - Danses et musique de Bretagne, les Aprèm jazz, Circonova, Musique aux Etoiles à Locronan, le mondial pupilles de Plomelin...

#### **6.14 Partenariat avec l'association Franco Chinoise Quimper Cornouaille.**

Le service groupes de l'Office de Tourisme travaille de manière originale à la venue de groupes de jeunes chinois sur Quimper et la Cornouaille en lien avec l'association Quimpéroise Franco chinoise.

#### **6.15 Sortie du E-Magazine sur Quimper et la Cornouaille en langues étrangères**

L'application pour Ipad « Quimper, ville capitale », document d'appel original et très attractif pour promouvoir la destination a séduit plusieurs milliers d'utilisateurs. Aussi et afin de répondre aux nombreuses demandes de visiteurs étrangers détenteurs de tablettes, des versions en langues étrangères seront développées en 2018.

#### **6.16 Poursuite du partenariat sur Quimper.mobi**

Depuis deux ans, l'Office de Tourisme a décliné le site mobile en version Android en permettant de pouvoir télécharger cette application directement sur les téléphones avec accès Android (de google) représentant 60% du marché de la téléphonie mobile actuellement.

La version pour Iphone verra le jour courant 2018 afin d'offrir le choix le plus complet aux mobinautes.

#### ***Nouvelles rubriques à venir :***

- Spécialités : *alimentaires, textiles, faïence*
- Aire de pique-nique
- Aire de jeux pour enfants
- Stations-services et garages
- Parcs et jardins

- Artisanat d'art
- Grandes marées
- lieux fermés au public
- Activités sportives : *golf, tennis, mur d'escalade, tir à l'arc, base VTT, randonnée...*
- Activités de loisirs : *accrobranche, bowling, piscines...*
- Commerces
- Histoire de la ville en 3D

Des partenariats ont été créés avec le Festival de Cornouaille et durant l'édition du Festival présentant les lieux de spectacles et leurs géolocalisations, les parkings relais mis en place et les concerts de l'espace Gradlon étaient présentés de manière audio. Des nouveautés concernant le festival sont en cours de conception pour le défilé du dimanche.

Reconduction de l'opération menée en 2018 avec le musée des Beaux-Arts ou une trentaine d'œuvres de l'exposition **La nature silencieuse, paysages d'Odilon Redon** du 20 mai au 11 septembre 2017 bénéficiait de commentaires audio en Français et en Anglais. (Plus de 5 000 écoutes ont eu lieu durant l'exposition.

Un partenariat a été mis en place avec l'association Manoir et vieilles demeures en Cornouaille pour présenter des manoirs, châteaux, vieilles demeures, hôtels particuliers, hôtels sur Quimper Agglomération et sur la Cornouaille. Une rubrique porte le nom de ce magazine ! La démarche a consisté à réaliser des circuits thématiques et de proposer des commentaires audio sur une vingtaine d'hôtels particuliers de la ville.

Par ailleurs, grâce à notre nouveau logiciel Ingénie, les informations saisies remontent sur les sites Internet, les bornes tactiles mais également sur les sites mobiles : [quimper.mobi](http://quimper.mobi) et [locronan.mobi](http://locronan.mobi) !

Enfin, une analyse sur l'évolution à donner à l'outil (communication, ergonomie, pratiques des usagers...) sera mise en place à l'automne 2018.

### **6.17 Locronan.mobi**

Pour faire suite au Locronan.mobi, lancé en 2014, l'Office va décliner ces services sur une application Android (moins soumise aux problèmes de connexion à la WIFI) et une version tablettes en 2017 et envisage une application Iphone pour 2018! En effet, des applications seront sans doute plus utilisées du fait des difficultés de réception par endroit sur la commune du wifi ou des ondes Internet. Problèmes qui ne se posent pas avec les applications.

### **6.18 Étude sur Quimper.mobi et sur nos outils numériques**

Un plan de communication et un accompagnement spécifique sont réalisés afin de bien appréhender l'évolution des usages sur les outils numériques et de mieux les valoriser (notamment le quimper.mobi). Un travail sur son ergonomie sera également étudié. L'Office sera accompagné dans cette démarche par un spécialiste de la question.

### **6.19 Extension du mobi-site sur les communes de l'agglomération**

La décision a été prise de développer le service de Quimper.mobi sur chacune des communes de l'agglomération quimpéroise ( en plus de Quimper et Locronan) en mettant l'accent sur la géolocalisation des sites emblématiques des communes sur les lieux de départ des circuits de randonnées, sur la localisation des différents services et sur l'événementiel. Le travail a débuté par la commune de Plomelin et doit se poursuivre sur chacune des communes de l'agglomération.

MERCI A QUIMPER COMMUNAUTE POUR SA CONFIANCE ET AU SOUTIEN  
DE NOS CENTAINES DE FIDELES ADHERENTS EN 2017 !

NOUS COMPTONS SUR VOTRE SOUTIEN EN 2018.