

Office de Tourisme
QUIMPER
CORNOUAILLE
TI AN DOURISTED KEMPER KERNE

BRETAGNE®

TOUT
commence
enFINISTERE

ASSEMBLÉE GÉNÉRALE 2026

Retrouvez-nous également sur : www.quimper-tourisme.bzh

SOMMAIRE

I. RAPPORT MORAL	1
1 BILAN DE LA SAISON 2025	1
2 BILAN CHIFFRÉ DE LA SAISON 2025	3
2.1 FREQUENTATION DE L'OFFICE DE TOURISME	3
2.2 FORMULATION DES DEMANDES EN 2025 (JANVIER A DECEMBRE)	4
2.3 REPARTITION DES DEMANDES AU GUICHET	5
2.3.1 REPARTITION DES DEMANDES AU GUICHET ENTRE LA FRANCE ET L'ETRANGER (QUIMPER ET LOCRONAN)	5
2.3.2 REPARTITION DES DEMANDES AU GUICHET PAR REGIONS (QUIMPER ET LOCRONAN)	6
2.4 LES SITES INTERNET DE L'OFFICE DE TOURISME	7
2.5 LES ADHERENTS EN 2025	8
2.6 L'EVOLUTION DU NOMBRE D'ADHERENTS (HORS LOCATIONS DE VACANCES)	9
2.7 LES LOCATIONS DE VACANCES	9
3 COMMUNICATION & PROMOTION	10
3.1 LES OUTILS DE COMMUNICATION	10
3.1.1 LES EDITIONS ET SUPPORTS PAPIER GRAND PUBLIC EN 2025	10
3.1.2 LES SUPPORTS NUMERIQUES	13
3.1.2.1 Les sites Internet pour Quimper et Locronan	13
3.1.2.2 Importance des réseaux sociaux	14
3.1.3 ACCUEIL DE JOURNALISTES ET EDUCTOURS 2025 / RELATIONS PRESSE 2025	14
3.2 LA COMMERCIALISATION	15
3.2.1 VISITES ORGANISEES POUR LES GROUPES	15
3.2.2 PRODUITS PACKAGES	16
3.2.2.1 Séjours et excursions	16
4 ORGANISATION INTERNE	17
4.1 SALARIES DE L'OFFICE DE TOURISME ET REORGANISATION INTERNE	17
4.2 REFLEXION SUR LES EVOLUTIONS DES METIERS D'ACCUEIL EN OFFICE DE TOURISME	17
4.3 RENFORCEMENT AVEC DES SAISONNIERS DE L'EQUIPE D'ACCUEIL EN ETE	17
4.4 ACCUEIL DE STAGIAIRES	18
4.5 LES PRESENTOIRS ET LES VITRINES	18
4.6 CHARTE DU VOYAGEUR	18
4.7 ACTIONS INTERNE EN FAVEUR DU DEVELOPPEMENT DURABLE	19
4.8 L'OFFICE DE TOURISME DETENTEUR DE L'IMMATRICULATION POUR COMMERCIALISER DES SEJOURS	19
4.9 ÉLABORATION ET VENTE DE SEJOURS POUR GROUPES ET INDIVIDUELS	19
5 ACTIONS ET PARTENARIATS 2025	20
5.1 CAMPAGNE DE PROMOTION DE NOTRE DESTINATION EN FRANCE	20
5.2 CAMPAGNE DE PROMOTION DE NOTRE DESTINATION A L'ETRANGER	20

5.3	ACCUEIL D'ETUDIANTS AMERICAINS	21
5.4	PARTENARIAT AVEC ROAD SCHOLAR	21
5.5	EXPERIENCES VISITEURS AVEC DES CASQUES PERMETTANT L'ACCES A DES FILMS EN 360° ET EN 3D	21
5.6	EN AOUT A QUIMPER « LES ENFANTS SONT DES PRINCES »	22
5.7	LES VISITES GUIDEES A QUIMPER ET SUR L'AGGLOMERATION EN ETE	22
5.8	CINQUIEME EDITION DE LA SEMAINE DU TOURISME ÉCONOMIQUE ET DES SAVOIR-FAIRE A LA TOUSSAINT 2025	22
5.9	LA CHARTE DU VOYAGEUR	23
5.10	ÉQUIPEMENT NUMERIQUE EN BORNES TACTILES DES OFFICES DE TOURISME DE CORNOUAILLE	23
5.11	SOUTIEN A LA CREATION ET A LA DIFFUSION ARTISTIQUE	24
5.12	POURSUITE DES PARTENARIATS	24
5.13	PARTICIPATION AU RESEAU D'OBSERVATOIRE FLUX VISION	24
5.14	MON TRO BREIZH	24
5.15	ACQUISITION DE NOUVEAUX CASQUES	24
5.16	RECONSTITUTION LOCALE PAR LES FILMS 3D	25
5.17	LE GUIDE DECOUVERTE 2025	26
5.18	EQUIPEMENT ET ACCUEIL TOURISTIQUE DANS LA GARE DE QUIMPER	26
5.19	DOCUMENT SUR LES LOCATIONS DE VACANCES	26
5.20	LES DOCUMENTS DE VALORISATION DE LOCRONAN	26
5.21	BALADE AUTOUR DES FRESQUES MURALES A QUIMPER	26
5.22	TRAVAIL AVEC DES ENTREPRISES DANS LE SECTEUR DU NUMERIQUE	26
5.23	WIFI GRATUITE A L'OT DE QUIMPER ET DE LOCRONAN ET ESPACES NUMERIQUES DANS LES DEUX O.T.	27
5.24	CASQUES DE REALITES VIRTUELLES	27
5.25	VALORISATION DU LIVRET JEU ET « ESCAPADE GAME » REALISE PAR LA MAISON DU PATRIMOINE	27
5.26	PARTENARIATS SPECIFIQUES	27
5.27	STICKERS ADHERENTS	28
5.28	L'ACCUEIL POUR LES TOURISTES ETRANGERS GRACE A DES STICKERS	28
5.29	PRESENTATION DE LA SAISON PAR LES PROFESSIONNELS	28
5.30	RETOUR DE LA SAISON PAR L'OFFICE DE TOURISME	29
5.31	DEMARCHE D'OBTENTION DU LABEL ACCUEIL VELO POUR L'OT DE QUIMPER ET DE LOCRONAN	29
6	ET 2026 ?	30
6.1	GQD SUR QUIMPER ET LOCRONAN	30
6.2	EXPERIENCE DES CASQUES DE REALITE VIRTUELLE ET CREATION DE NOUVELLES VIDEOS	30
6.3	RENOUVELLEMENT DU CLASSEMENT DE L'OT	30
6.4	OBTENTION DE LA MARQUE DESTINATION EXCELLENCE (DEX)	30
6.5	DEMARCHE D'OBTENTION DU LABEL TOURISME ET HANDICAP POUR L'OT DE LOCRONAN	30
6.6	MISE EN PLACE D'UN SCHEMA D'ACCUEIL ET DE DIFFUSION DE L'INFORMATION (SADI)	31
6.7	SORTIE DES NOUVELLES EDITIONS	32
6.8	DEPLOIEMENT DES BORNES TACTILES EN CORNOUAILLE	32
6.9	VALORISATION DU TERRITOIRE VIA DES VIDEOS 360°	32
6.10	SITE INTERNET DE QUIMPER ET LOCRONAN	33
6.11	MISE EN PLACE D'UNE CENTRALE DE RESERVATION SUR NOTRE SITE INTERNET	33
6.12	NUMERIQUE : E BROCHURES	33
6.13	NUMERIQUE : RESEAUX SOCIAUX	34
6.14	NUMERIQUE : VALORISATION ET SOUTIEN A LA VENTE D'ACTIVITES DE LOISIRS	34
6.15	NUMERIQUE : INTELLIGENCE ARTIFICIELLE ET TOURISME	34

6.16	DOSSIER DE PRESSE	34
6.17	ACCUEIL PRESSE	35
6.18	ACTIONS DE PROMOTION SUR LE MARCHÉ FRANÇAIS	35
6.19	ACTIONS DE PROMOTION SUR LES MARCHES ÉTRANGERS	35
6.20	EDUCTOURS	36
6.21	MISE EN PLACE D'UN OBSERVATOIRE DU TOURISME EN CORNOUAILLE	36
6.22	CARTE PROFESSIONNELLE	37
6.23	6 ^{ÈME} ÉDITION DES SEMAINES DU TOURISME ÉCONOMIQUE ET DES SAVOIR-FAIRE	37
6.24	12 ANS DU FESTIVAL LES ENFANTS SONT DES PRINCES 2026	37
6.25	BROCHURES GROUPES	37
6.26	CARTE DE GUIDE TOURISTIQUE	37
6.27	REGIE PUBLICITAIRE	38
6.28	REALISATIONS DE PLUSIEURS STICKERS A DESTINATION DES PROFESSIONNELS DU TOURISME	38
6.29	ADHESIONS DE L'OFFICE DE TOURISME DE QUIMPER CORNOUAILLE EN 2026	38
6.30	LABEL TOURISME ÉQUITABLE	38
6.31	QUIMPER ET QBO DESTINATION POUR TOUS	38
6.32	CIRCUIT THEMATIQUE POUR LES PERSONNES HANDICAPES MOTEUR	39
6.33	PARTENARIAT AVEC KERNAVELO	39
6.34	LES « POINTS RELAIS INFORMATION » SUR LA COMMUNE DE LOCRONAN	39
6.35	POURSUITE DES PARTENARIATS	39

II. RAPPORT FINANCIER **40**

1 DÉTAIL DES CHARGES **40**

2 DÉTAIL DES PRODUITS **41**

3 BILAN ACTIF **42**

4 BILAN PASSIF **43**

5 ANNEXES **44**

I. RAPPORT MORAL

1 BILAN DE LA SAISON 2025

Après une saison 2024 en baisse de 6% au niveau régional, la fréquentation 2025 se maintient avec -1% par rapport à l'année dernière mais avec des variations. Au printemps, notamment liées aux différents décalages calendaires. Au mois d'avril et pour le week-end de Pâques, la fréquentation a fortement progressé (+13 % de nuitées pendant les vacances de printemps et +54 % pour le week-end de Pâques), grâce à un calendrier plus favorable. En mai, la fréquentation recule (-11 % de nuitées) en raison du décalage des vacances scolaires en avril et de ponts peu exploitables. Seul celui de l'Ascension a réellement eu un impact.

Le week-end de la Pentecôte, en juin cette année, associé à une météo estivale, a permis une hausse de 4 % des nuitées sur ce mois, ce qui a contribué à consolider les résultats de l'avant-saison. La fréquentation de juillet marque, quant à elle, le pas avec -2% de nuitées par rapport à l'an passé. Quant au mois d'août, il reste stable. L'affluence touristique est en baisse au mois de septembre (-7 %) avec des clientèles étrangères et françaises très en retrait (resp. -11 % et -6 % de nuitées).

On constate à nouveau une légère baisse du nombre de nuitées par rapport à 2024, En effet, en 2025, la région a enregistré 108,7 millions de nuitées touristiques

111 millions en 2024 (-2%) et 115 millions en 2023. Soit -5% des nuitées en deux ans. A noter que la saison d'avril à septembre concentre 72% des nuitées annuelles.

Du côté de l'excursionnisme, la fréquentation progresse sur la même période (+3 %) : favorisées par une météo ensoleillée au cœur de l'été, les habitants de la région ont effectué davantage de sorties à la journée. On estime ainsi à près de 55 millions le nombre d'excursions réalisées cette saison.

Le Finistère quant à lui enregistre 13 millions de nuitées touristiques sur l'année dont 51% de ces nuitées en été et 24% au printemps et 15% en automne, en hausse de 0,6% par rapport à 2024 avec 30% de clientèle internationale.

Les Franciliens en tête du classement des marchés émetteurs

Les touristes hexagonaux demeurent toutefois les principaux contributeurs de l'activité touristique en Bretagne, avec 70% des nuitées vendues en 2025. Le principal bassin émetteur est l'Île-de-France, suivi de la Bretagne, et des Pays de la Loire.

Pour les touristes internationaux les Allemands (42,3%), les Britanniques (15,6%), les Belges (7,9%) et les Néerlandais (7,2%) puis les Espagnols (4,2%) composent le podium

des plus gros marchés émetteurs.

La fréquentation de l'Office de Tourisme de Quimper-Locronan en 2025 (262 435 visiteurs physiques) est en baisse de 1% par rapport à 2024. On constate, une satisfaction concernant la saison chez un bon nombre de professionnels du tourisme en Cornouaille. Comme prévu, Quimper, Locronan et la Cornouaille ont vu passer cet été des étrangers venant de l'Europe du Nord : Allemagne, Suisse, Belgique, Pays Bas. Notons également la présence de la clientèle espagnole fidèle à notre territoire depuis des décennies. En effet, les Espagnols sont la première clientèle étrangère à l'année à Locronan depuis plus de 20 ans et la deuxième à Quimper. La clientèle Britanniques qui avait fait son grand retour en 2024 après des années de baisse (phénomène de pré puis du Brexit ainsi que la COVID) a été moins présente en 2025. Cette situation est d'autant plus gênante que nous avons à faire à une clientèle de proximité ! Une enquête bilan de l'année réalisée par l'Office de Tourisme auprès de plus de deux cents professionnels locaux en fin de saison a fait ressortir un été très satisfaisant dans l'ensemble. Tous sont heureux de la présence des étrangers, touristes à plus fort pouvoir d'achat.

Des observations

C'est dans un esprit d'un tourisme choisis et durable que l'Office de Tourisme met en œuvre et amplifie un travail volontariste dans la valorisation d'un tourisme responsable, qui correspond à la demande mais également aux collectivités et aux acteurs locaux. La dynamique du tourisme doit être largement

partagée et intégrée par les acteurs privés et publics locaux.

En parallèle de cette forte demande de tourisme plus respectueux des lieux et des habitants, les professionnels soulignent unanimement que des événementiels forts avec une large 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 et systématiquement tourisme et culture, à l'instar de notre communication en France et à l'étranger « Quimper, capitale de la culture bretonne » !



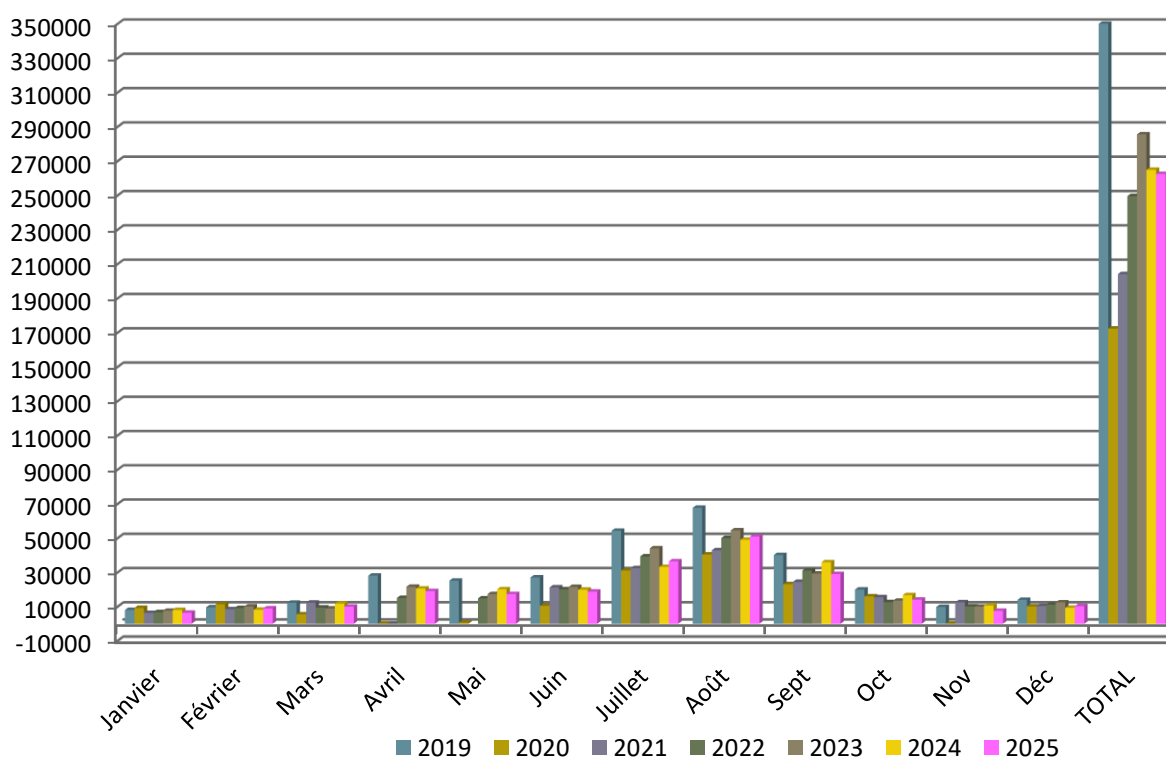
© Alexandre Lamoureux

2 BILAN CHIFFRÉ DE LA SAISON 2025

2.1 Fréquentation de l'Office de Tourisme

	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Janvier	3 545	2 982	8 678	8 039	9 200	6 272	6 746	7 551	8 010	6 396
Février	4 063	3 750	9 611	9 520	11 315	8 438	9 158	10 040	8 123	8 920
Mars	5 829	4 425	13 580	12 217	5 433	12 287	9 386	8 821	11 716	9 906
Avril	11 204	8 736	23 854	28 089	0	0	15 035	21 546	20 505	19 012
Mai	11 787	8 990	25 983	25 098	581		14 750	17 254	20 104	17 294
Juin	16 564	25 701	25 457	27 001	10 430	21 188	20 063	21 457	19 847	18 720
Juillet	30 055	58 554	50 077	54 248	31 043	32 417	39 267	43 970	33 144	36 424
Août	38 841	72 669	67 905	67 663	40 386	42 859	50 048	54 504	49 019	50 818
Sept	18 132	40 227	38 800	40 074	23 087	24 412	31 072	29 258	35 872	29 004
Octobre	8 001	17 450	19 047	19 909	15 938	15 450	12 557	13 416	16 624	14 007
Nov	4 549	9 992	10 134	9 759	0	12 472	10 076	9 908	10 580	7 520
Déc	4 780	14 528	14 258	13 916	10 075	10 270	11 124	12 439	9 291	10 235
TOTAL QUIM-	157 350	268 004	307 384	315 533	157 488	186 065	229 282	250 164	231 119	228 256
Locronan	+ 30 347	+ 32 609	+ 37 697	+ 35 003	+ 14 842	+ 17 989	+ 20 254	35 379	33 748	34 179
TOTAL	187 697	300 613	345 081	350 536	172 330	204 054	249 536	285 543	264 867	262 435

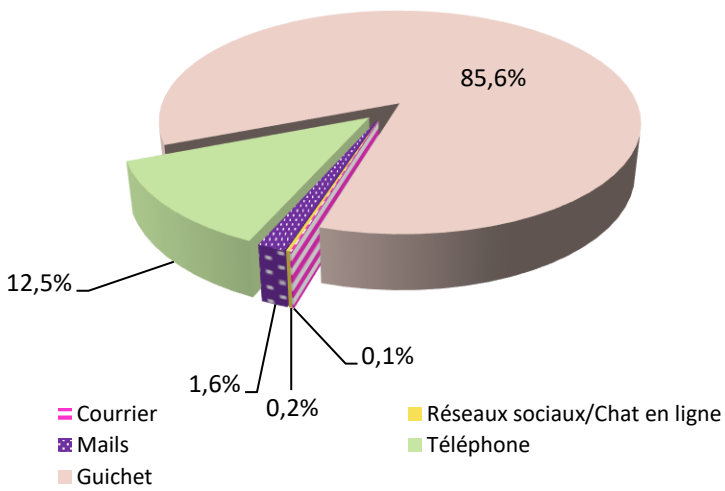
La fréquentation de l'Office de Tourisme



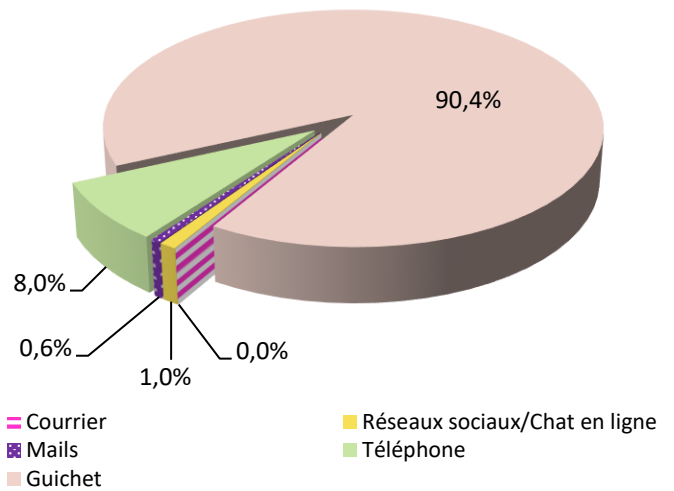
2.2 Formulation des demandes en 2025 (janvier à décembre)

2025	Guichet	Téléphone	Courrier	Mail	Réseaux sociaux / Chat en ligne
Quimper	85,6%	12,5%	0,1%	1,6%	0,2%
Locronan	90,4%	8%	0%	0,6%	1%
TOTAL	87,1%	10,3%	0,1%	1,7%	0,8%

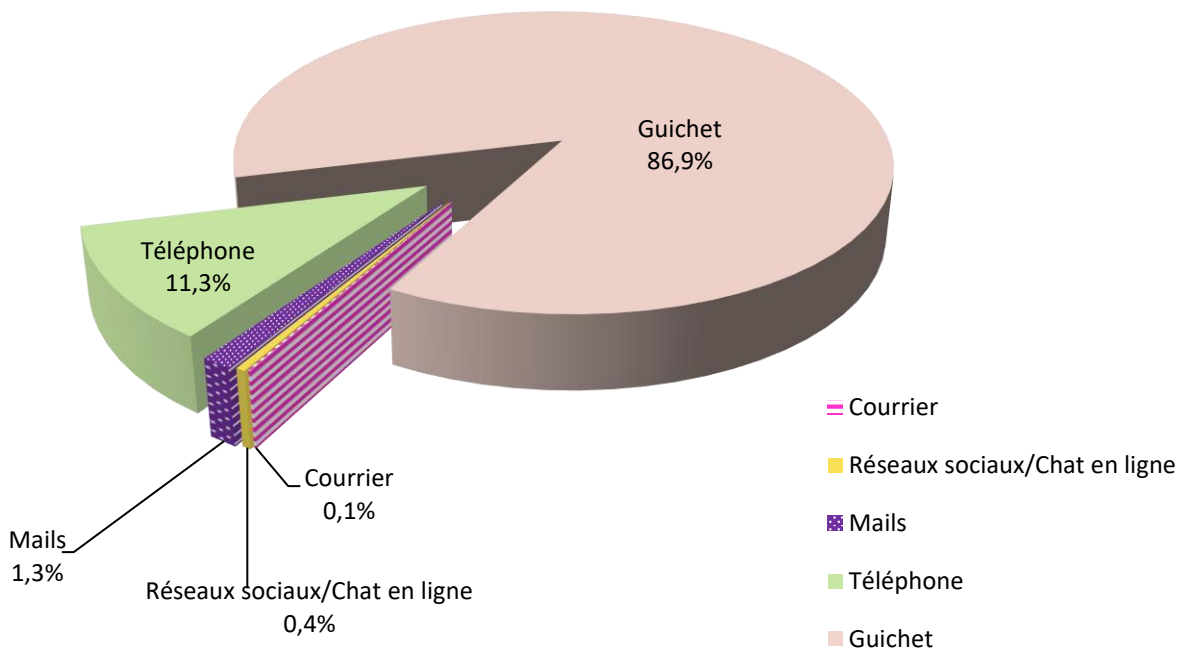
Quimper



Locronan



TOTAL DES DEMANDES
QUIMPER ET LOCRONAN

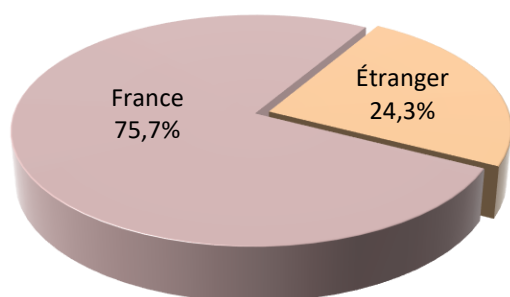


2.3 Répartition des demandes au guichet

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

	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
France	32 843	27 880	46 987	42 832	33 587	18 388	35 210	32 209	35 078	30 295	29 779
Étranger	8 901	8 062	15 247	13 573	11 374	1 909	3 788	7 695	9 930	9 102	9 518
TOTAL	41 744	36 942	62 234	56 405	44 961	20 297	38 998	39 904	45 008	39 397	39 197

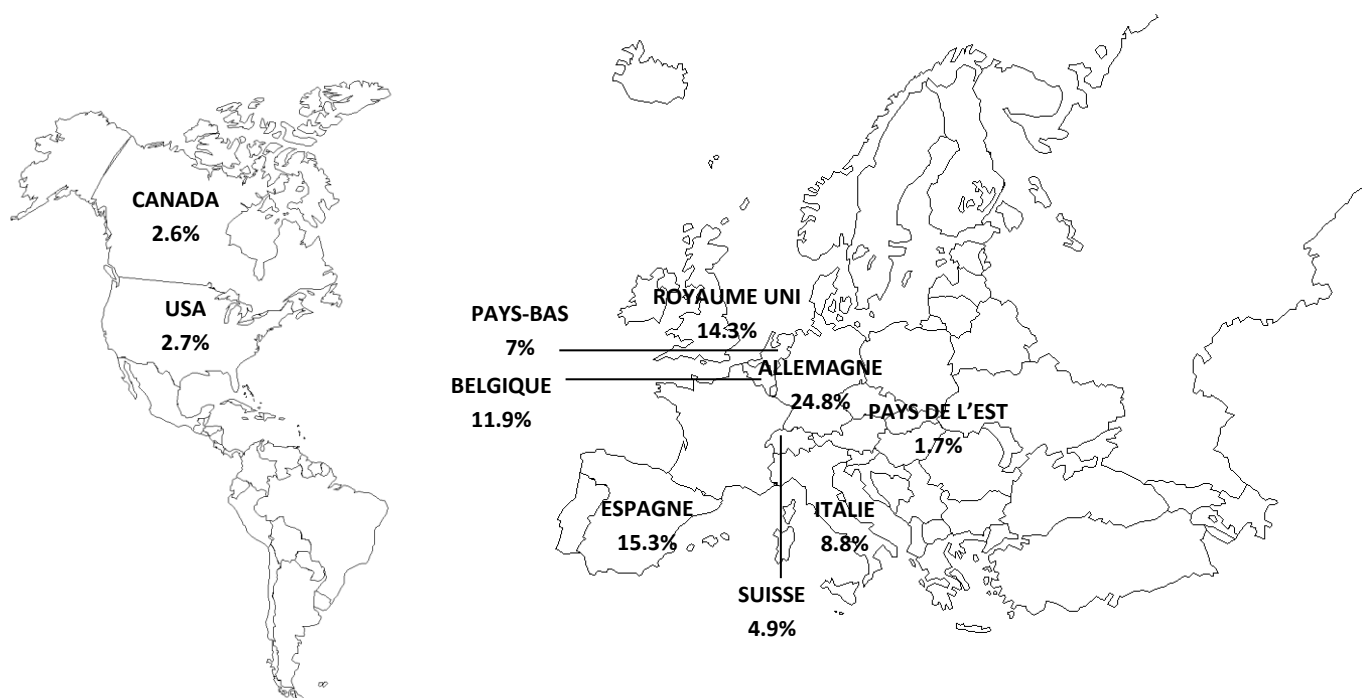
Répartition des demandes guichet entre la France et l'étranger



En règle générale, la clientèle étrangère est plus présente sur l'agglomération de Quimper Bretagne Occidentale que dans le reste du Finistère avec un taux de 24,3% en 2025 contre une moyenne départementale de 18% (source Enquête REFLET).

RÉPARTITION AU GUICHET DES DEMANDES DES CLIENTÈLES ÉTRANGÈRES

(Hors demandes françaises)



2.3.2 Répartition des demandes au guichet par régions (Quimper et Locronan)

Cette année, un quart des visiteurs à Quimper Bretagne Occidentale (28,5%) est originaire de Bretagne (26,3% en 2024 et 25,7% en 2023), suivi de la région Ile de France (13,7%) et des régions de l'Ouest (Pays de Loire et Normandie) 16%. Au final, 56% de la clientèle à l'année est une clientèle de proximité contre 57,2% en 2024, 56,1% en 2023, 60,8% en 2022, et 61% en 2019.

En ce qui concerne la fréquentation des OT de Quimper et de Locronan d'avril à septembre. Sur le site de Quimper l'OT a enregistré 228 256 visiteurs et pour Locronan 34 179 visiteurs.

Les principales demandes sur Quimper portent sur : le patrimoine culturel, la découverte de la ville, les transports, les commerces, l'hébergement et la restauration. Pour le site de Locronan, les principales demandes portent sur les commerces, la randonnée pédestre, le patrimoine culturel,

la découverte de la commune, l'agenda des manifestations.

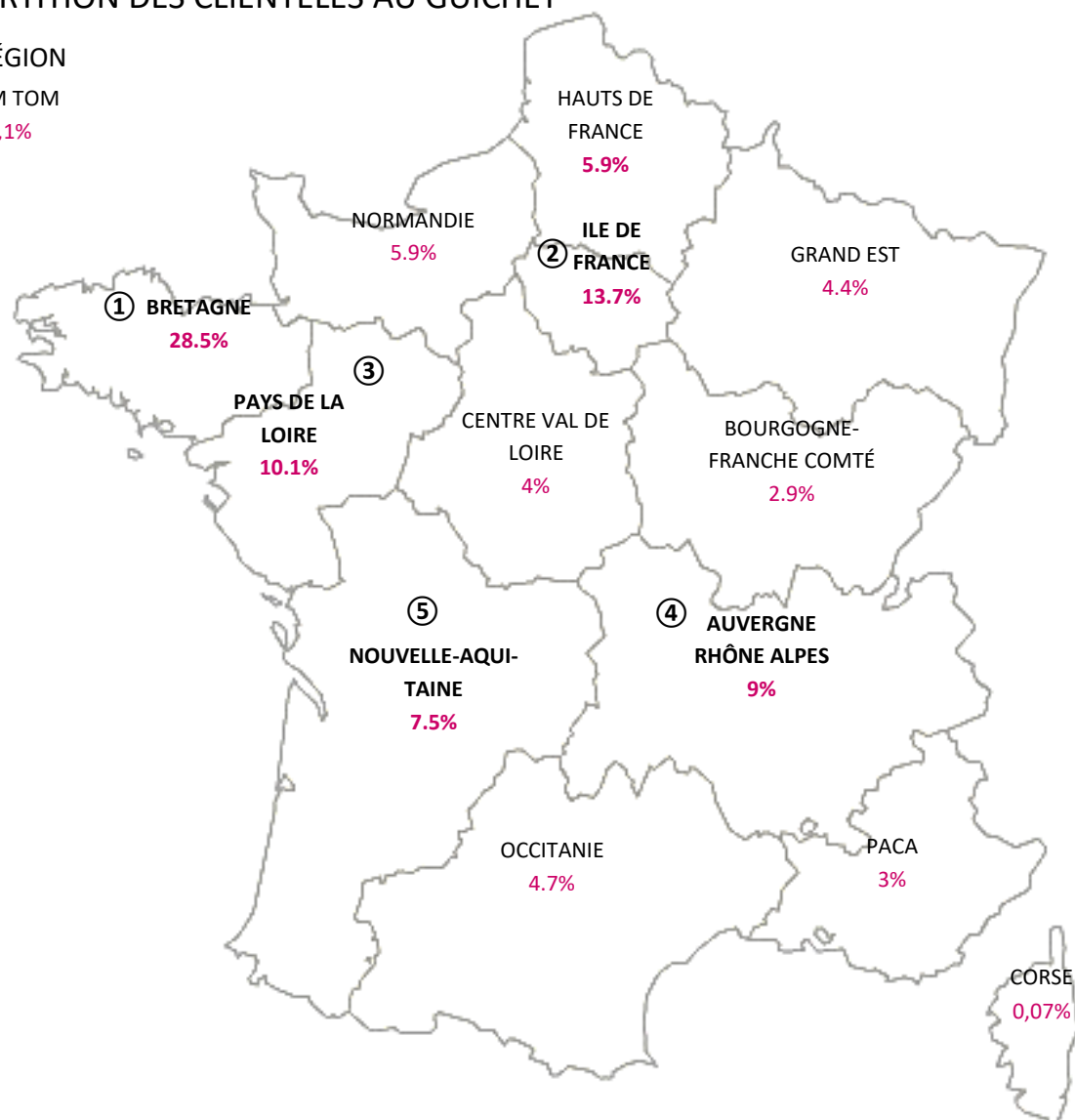
En ce qui concerne les principales clientèles étrangères à l'OT, elles sont identiques à 2024. A Quimper 87 nationalités ont été accueillies avec en première position les Allemands suivis du Royaume Uni, des Espagnols, des Belges, Néerlandais et Italiens.

Pour Locronan, l'OT a accueilli 47 nationalités avec en tête les Espagnols suivis des Allemands, Belges, Royaume Uni, Italiens, Néerlandais.

RÉPARTITION DES CLIENTÈLES AU GUICHET

PAR RÉGION

DOM TOM
0,1%



2.4 Les sites Internet de l'Office de Tourisme

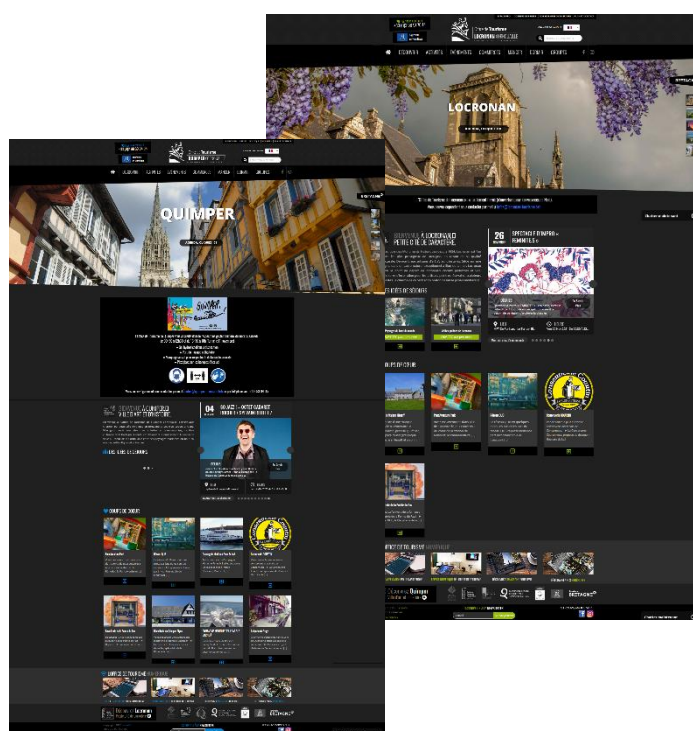
▲ La fréquentation numérique 2025 :

2025	QUIMPER	LOCRONAN	TOTAL
Nombre de visiteurs totaux (sessions)	217 569	139 769	357 338
Nombre de visiteurs uniques (utilisateurs)	172 221	115 039	287 260
Nombre moyen de pages vues par session	4	4,4	
Nombre total de pages vues	794 301	609 166	1 403 467

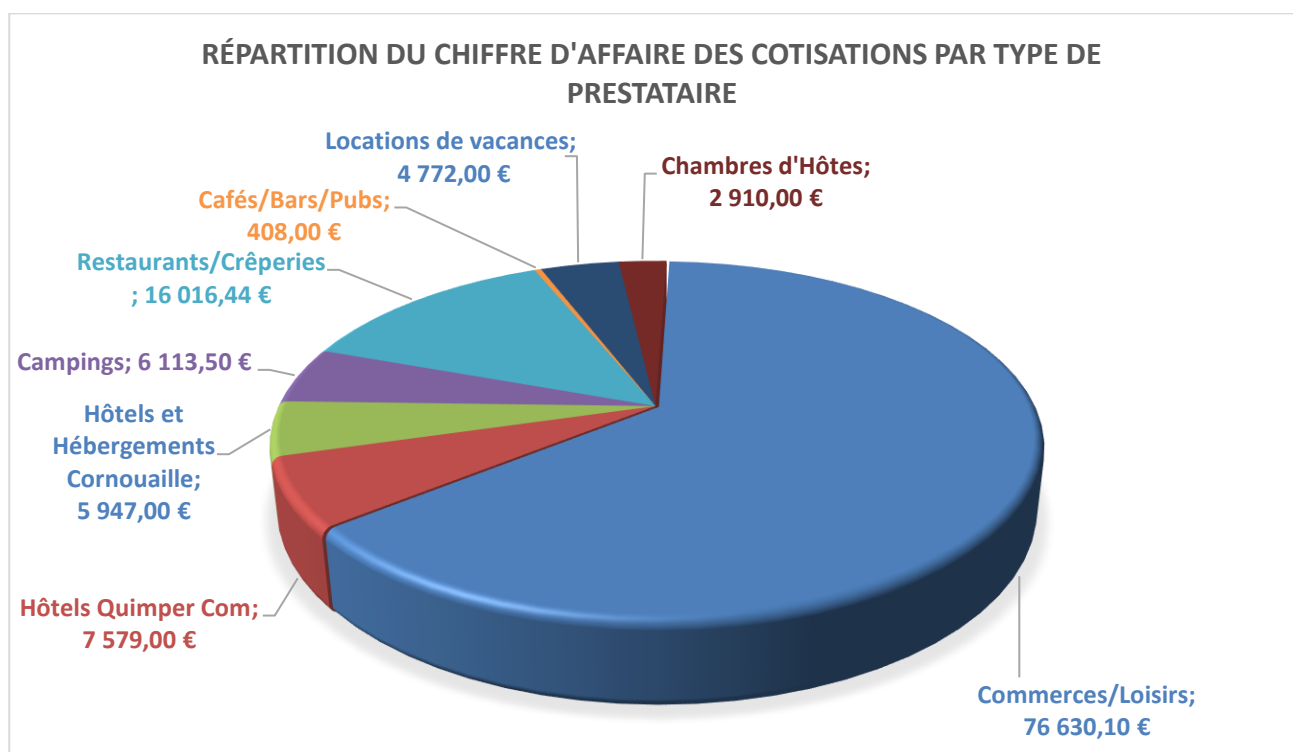
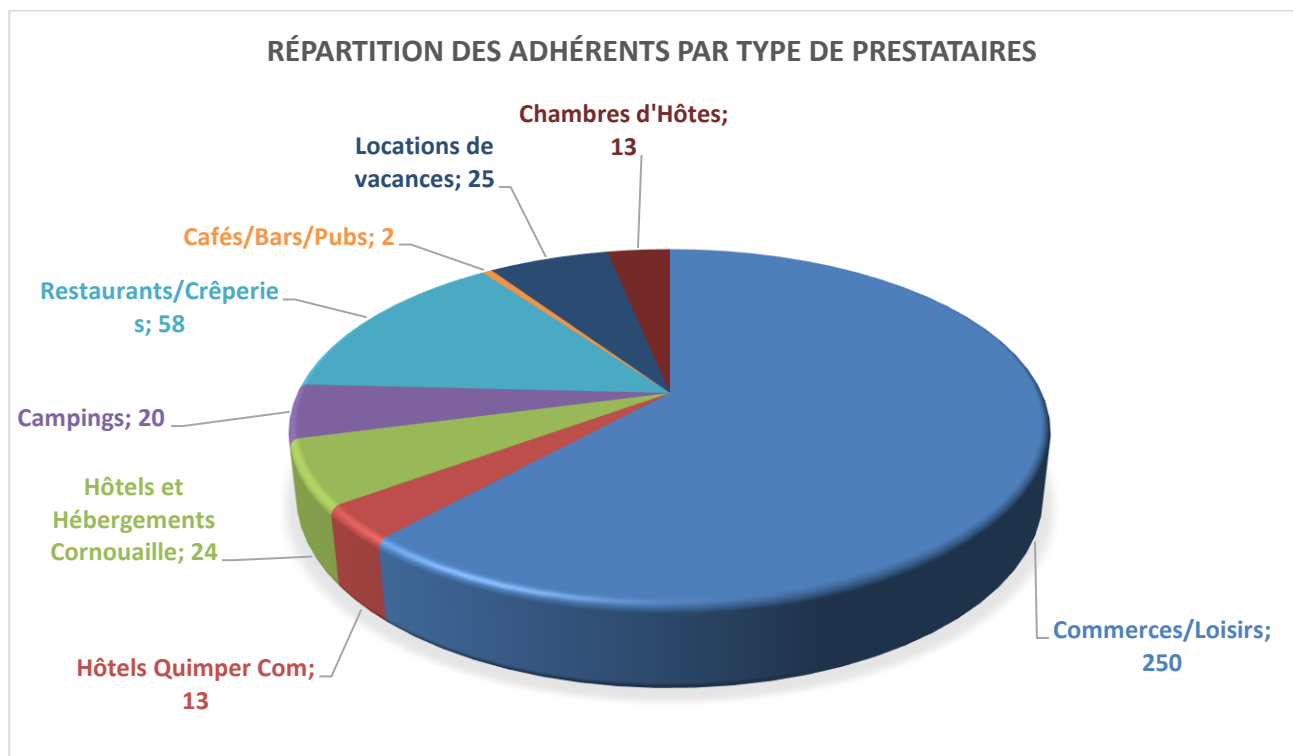
▲ Les pages les plus visitées :

QUIMPER	2025
Les marchés de QBO	47 174
Agenda	27 166
Équipements de loisirs	15 947
Visites et Découvertes	15 831
Cathédrale Saint Corentin	14 421

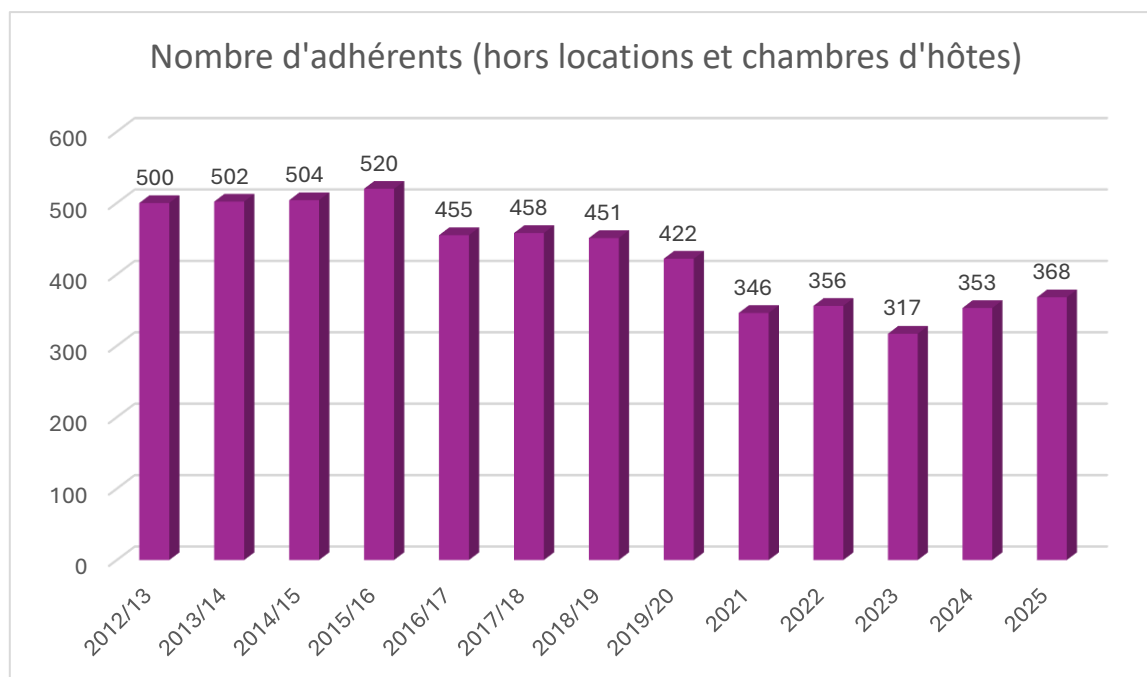
LOCRONAN	2025
Illumination et marché de Noël	110 573
La grande troménie	61 380
Agenda	22 007
Les circuits de découverte	14 285
Petite Cité de Caractère	13 485



2.5 Les adhérents en 2025



2.6 L'évolution du nombre d'adhérents (Hors locations de vacances)



	2013/ 14	2014/ 15	2015 /16	2016/ 17	2017/ 18	2018/ 2019	2019/ 2020	2021	2022	2023	2024	2025
TOTAL ADHERENTS	502	504	520	455	458	451	422	346	356	317	353	368
DONT AG-GLO	267	268	267	227	221	224	207	151	163	157	176	190

2.7 Les locations de vacances

▲ En 2025, 30 locations de vacances et 42 chambres d'hôtes ont été recensées à l'Office de Tourisme de Quimper Cornouaille.

▲ Sur l'exercice 2025, une seule visite a été effectuée par l'Office de Tourisme :

→ 7 locations labellisées « Gites de France »

→ 17 locations classées « meublés tourisme »

→ 7 locations non classées, mais contrôlées par l'office

→ 2 locations labellisées « Clévacances »

▲ Six visites ont été effectuées pour les chambres d'hôtes non classés. En 2025, l'office comptait :

→ 2 chambres d'hôte labellisée « Clévacances »

→ 1 chambre labellisée « Eco-label Européen »

→ 11 chambres non labellisées, mais visitées par l'office.

Par ailleurs, l'office de tourisme dispose également d'une liste de neuf logements meublés pour étudiants et saisonniers.

3 COMMUNICATION & PROMOTION

3.1 Les outils de communication

Pour répondre aux exigences de la marque Qualité Tourisme, de la marque Bretagne et de Tout Commence en Finistère, l'Office de Tourisme a maintenu sa ligne graphique initiée en 2020, et cela sur

l'ensemble de ses supports de communication papier à savoir : le magazine « Quimper, ville capitale », le plan de Quimper en deux versions, le guide de Locronan et un petit plan de la petite cité, la

brochure spéciale groupes. Ce choix s'est avéré payant puisque la fréquentation touristique d'agrément en 2025 a félicité l'Office de Tourisme pour la qualité de ses supports papier.

3.1.1 Les éditions et supports papier grand public en 2025

FACILITER ET ANIMER LE SÉJOUR DES VISITEURS

Brochures, plans, guides, affiches... chaque année, l'O.T. édite et réactualise plus d'une dizaine de documents

touristiques et promotionnels, offrant ainsi à tous les publics et dans de nombreuses langues, des informations

précises, fiables et variées sur Quimper et sa région.

ÉDITIONS À VOCATION RÉCEPTIVE



▲ LE GUIDE DÉCOUVERTE :

→ 20 000 ex.

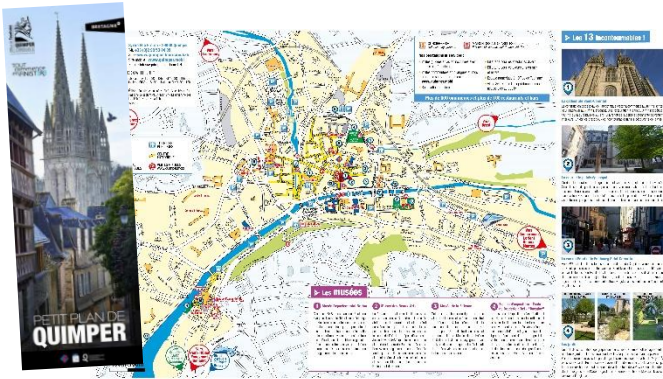
→ 34 002 €

Le guide découverte de l'Office de Tourisme pour l'édition 2025 a conservé son format de type magazine de 120 pages. La volonté de l'Office de Tourisme est de rendre ce guide attrayant

et qualitatif dans son rendu final afin d'avoir un taux de conservation plus important et d'éviter qu'il ne soit 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 20 000 exemplaires et téléchargeable sur les sites Internet de l'Office de Tourisme. Ce magazine a d'ailleurs eu plus de 30 000 téléchargements sur l'année.

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 et Quimper jouant ainsi la fonction « ré-émettrice » mais également émettrice sur le territoire attendu par les centaines de milliers de visiteurs qui fréquentent annuellement notre structure.

▲ PETITS PLANS DE QUIMPER



- 6 langues
- 83 000 ex.
- 6 474 €

Petit plan touristique édité en 6 langues : français, anglais, allemand, italien, espagnol et néerlandais (5 volets)

▲ LE DOCUMENT PLAN DE LOCRONAN



- 5 langues
- 23 000 ex.
- 5 796 €

(6 volets)

Réalisé avec une version complète en anglais, espagnol, italien et allemand.

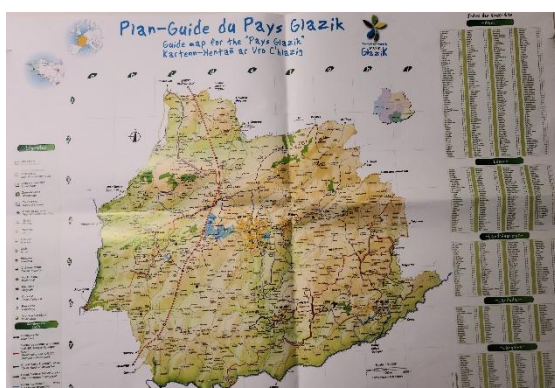
▲ GUIDE DECOUVERTE DE LOCRONAN



- 2 langues
- 10 500 ex.
- 6 460,80 €

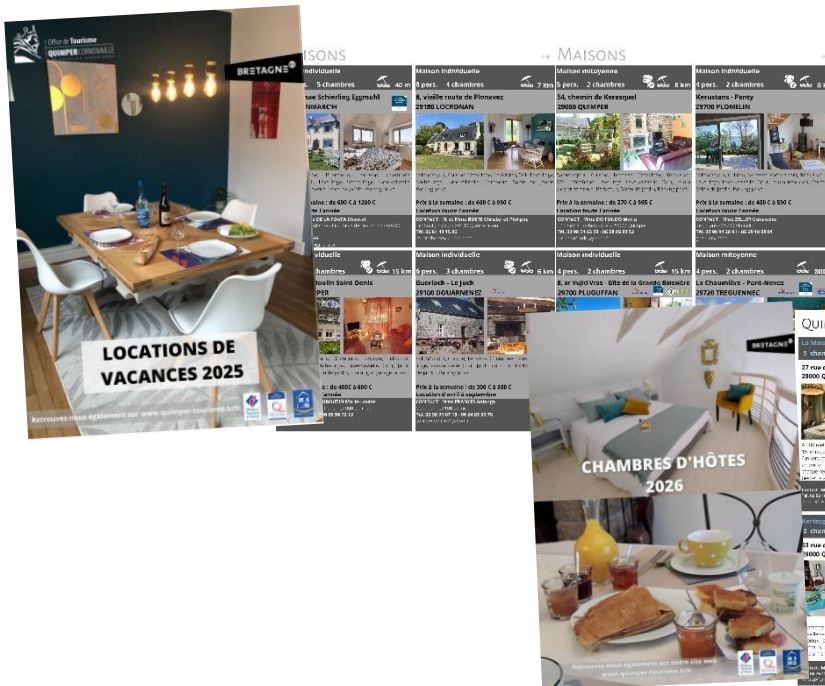
28 pages réalisées en version complète en français et en anglais

▲ CARTES DES CHAPELLES DU PAYS GLAZIK



- 300 ex.
- 557 €

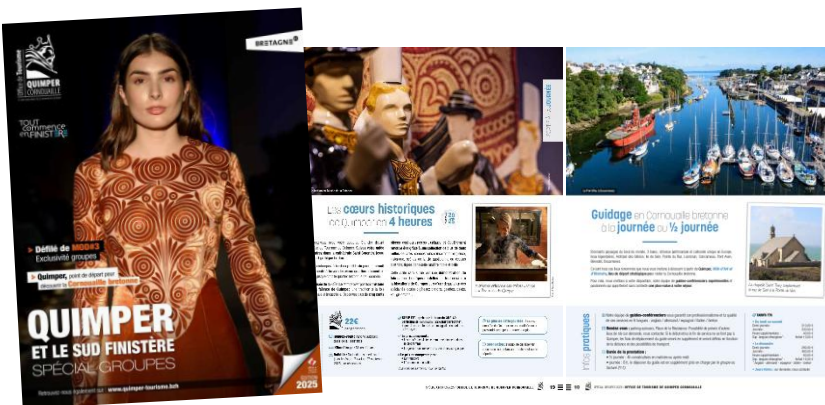
▲ GUIDE DES LOCATIONS DE VACANCES ET GUIDE DES CHAMBRES D'HOTES



→ Réalisation en interne

Réalisés en interne et téléchargeables sur les sites Internet de l'Office de Tourisme (11 pages locations de vacances et 9 pages chambres d'hôtes) et édités à la demande.

ÉDITION PROMOTIONNELLE ET COMMERCIALE



▲ SPÉCIAL GROUPES

→ 1 000 ex.

→ 7 757 €

Document spécial groupe à destination des agences de voyages et des Tour Opérateurs (64 pages).

Guide 2025 :

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 nos statuts). Pour ce faire, la brochure est passé à 64 pages et met en avant :

- Les visites guidées de Quimper et Locronan
- Les services de guidages à la ½ journée et à la journée à la découverte de la Cornouaille.
- Les principaux évènements de l'année
- 31 offres clés en main (journées et courts séjours)
- Des sorties à la journée
- Des courts séjours de 5 à 6 nuits
- Les restaurants et hôtels pouvant accueillir les groupes
- Quimper, ville de congrès et d'évènements
- L'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 à plus de 1 000 adresses et par e-mailing auprès de notre fichier clients.

ÉDITIONS SPÉCIFIQUES

▲ CARTES DE VŒUX



→ 720 ex.

→ 248 €

▲ AUTOCOLLANTS ADHÉRENTS

→ 380 ex.

→ 1 014 €



TOTAL ÉDITIONS

138 900
Documents
édités

62 308,80 €
80% financé par la publi-
cité

3.1.2 Les supports numériques

3.1.2.1 Les sites Internet pour Quimper et Locronan

L'année 2023, nous avons permis de consolider le Live Chat sur les deux sites internet de l'office de tourisme de Quimper et Locronan. Cet outil contribue notamment à une plus grande interactivité avec les internautes et a pris un

essor en post COVID mais il est en perte de vitesse en 2025.

Les sites sont par ailleurs, adaptables à tous les écrans (responsive design) en permettant aux partenaires grâce à un logiciel spécifique de modifier s'ils le souhaitent leurs contenus (textes et photos)

grâce à la passerelle faite avec Ingénierie. Ce logiciel permet aussi d'éviter les doubles ou triples saisies.

Ces sites avec une adresse en point bzh sont également une nouvelle vitrine attractive pour notre destination.

3.1.2.2 Importance des réseaux sociaux

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

L'heure est aujourd'hui à l'hyper-connectivité : être connecté partout et tout le temps. En 2020, 95% des ménages possédaient un téléphone mobile et 68% des Français ont un Smartphone.

Concernant les réseaux sociaux, l'Office de Tourisme est présent sur Facebook, Instagram, Google+, pour Quimper et Locronan. Une grande partie des contenus est alimentée quotidiennement par le Webmaster de l'Office de Tourisme.

Par exemple, en 2023 la promotion des illuminations a

touché plus 87 000 personnes sur 4 publications.

A noter par ailleurs, la réalisation de grand nombre de story sur Instagram et malheureusement son piratage en novembre 2023 (Près de 4 000 followers). Aujourd'hui nous disposons de 5 366 followers sur Instagram et un peu plus de 17 000 sur Facebook.

3.1.3 Accueil de journalistes et Eductours 2025 / Relations presse 2025

Les accueils presse nationaux :

DATE	PARTENAIRE	TITRE DU MEDIA	TYPE DE MEDIA
23 AU 27 AVRIL	TOUT COMMENCE EN FINISTERE	A/R LE NOUVEAU VOYAGEUR	MAGAZINE
27 ET 28 MAI	/	RFI (Radio France Internationale) - Chronique 100% création	RADIO
18 ET 19 AVRIL	TOUT COMMENCE EN FINISTERE	LE FIGARO (Figaroscope)	SUPPLÉMENT QUOTIDIEN
8 ET 9 JUILLET	TOUT COMMENCE EN FINISTERE	LES PIEDS DANS LE PLATS (Gilles PUDLOWSKI)	BLOG
20 ET 22 OCTOBRE	TOUT COMMENCE EN FINISTERE	LES DERNIERES NOUVELLES D'ALSACE JOURNAL DE SAÔNE ET LOIRE	QUOTIDIEN REGIONAL

Les accueils presse internationaux :

DATE	PARTENAIRE	TITRE DU MEDIA	TYPE DE MEDIA	NATIONALITÉ
26 ET 27 MAI	/	RNE (Radio Nacional Española)	RADIO & PODCAST	ESPAGNE

3.2 La commercialisation

3.2.1 Visites organisées pour les groupes

▲ QUIMPER

	2015/16	2016/17	2017/18	2018/19	2020	2021	2022	2023	2024	2025
TOTAL GROUPE	127	112	171	158	32	67	135	131	146	113
Visite ville de Quimper	102	81	108	128	22	51	116	120	108	101
Moyenne par groupe	25,70	26,12	26,14	23,33	20,28	18,74	23,40	20,85	15,11	23,34
Personnes Guidées	3 264	2 926	4 471	3 687	649	1 270	3 159	2 732	2 207	2 638

▲ LOCRONAN

DATE	VISITE GUIDEE DE LOCRONAN	NOMBRE DE PERSONNES
Janvier 2025	1	22
Février 2025	0	0
Mars 2025	2	46
Avril 2025	2	25
Mai 2025	6	147
Juin 2025	8	173
Juillet 2025	2	37
Août 2025	2	44
Septembre 2025	8	232
Octobre 2025	3	51
Novembre 2025	0	0
Décembre 2025	1	9
TOTAL	35	786

Le nombre de groupes en guidage à Quimper connaît une légère hausse par rapport à 2024. En effet, nous enregistrons 113 réservations contre 146 en 2024, soit 33 réservations en moins mais rappelons que l'an passé une trentaine de groupes ont préféré scinder leur groupe en deux et réserver deux guides pour assurer une qualité de guidage et de confort de visite. Ce qui n'est pas le cas cette année, en conséquence, la moyenne de personnes par groupe est en hausse de 23,34 contre 15,11.

Les réservations de visites guidées à Locronan sont en légère baisse cette année au nombre de 35 contre 38 en 2024 avec une moyenne de participants par visite de 22.45 personnes

contre 22,02 personnes en 2024.

Cette année, nous avons apporté 16 réponses négatives à des demandes de guidage contre 25 demandes dont 12 étaient des demandes en langues étrangères (anglais, allemand, italien et espagnol). La carence en guides polyglottes nous contraint à ne pas pouvoir satisfaire les demandes de TO étrangers. Les départs en retraites de trois Guides en 2024 font qu'il devient urgent de trouver de nouveaux guides afin de pas faire augmenter ce chiffre au fil des années. A noter qu'en 2025, une nouvelle guide est venue renforcer la petite équipe de guides polyglottes.

Nous enregistrons 18 groupes qui ont annulé leur réservation,

ce chiffre cumulé au 16 refus de guidages nous conduisent à une perte de 34 réservations (52 en 2024).

Le phénomène de la réservation de dernière minute connu depuis quelques années s'est encore amplifié depuis le contexte de crise et est représentatif d'un changement dans la manière de voyager.

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, d'éductours...

3.2.2 Produits packagés

3.2.2.1 Séjours et excursions

SÉJOURS TOURISTIQUES GROUPES :

Le service réceptif a organisé cette année :

- 8 séjours contre 6 en 2024
- 19 sorties à la demi-journée ou journée contre 20 en 2024
- 23 gestions de prestations touristiques contre 12 en 2024

Soit 50 réalisations contre 44 en 2024.

195 visites guidées (1 025 personnes)

Le service réceptif a répondu à 67 demandes de devis contre 52 en 2024, dont 19 n'ont pas abouti pour différentes raisons :

- Les agences ou associations ont traité en direct auprès des partenaires.
- Concurrence face à une autre destination
- Coût trop élevé de notre offre

4 ORGANISATION INTERNE

4.1 Salariés de l'Office de Tourisme et réorganisation interne

Présentation des départs et des arrivées au sein de la structure sur les sites de Quimper et de Locronan :

- Après les nombreux départs en 2023 (7 personnes) sur une équipe de 12, et une stabilité en 2024, l'année 2025 aura vu le départ des deux titulaires sur le site de l'OT de Locronan,

Anaïs Dupuy fin juin et Anaïs Coroner Elam le 05 août.

- De nombreux arrêts maladie durant l'année dont un de près de neuf mois.
- Dans l'absolu l'Office de Tourisme aurait besoin de se renforcer par un poste de conseiller en séjour à Quimper et un poste supplémentaire au

service réceptif mais également à l'accueil sous un angle également numérique de Community manager.

- Au 31 décembre 2025, l'équipe se compose de 11 salariés équivalent temps plein (ETP), mais correspond à une vingtaine de salariés sous des contrats divers à l'année.

4.2 Réflexion sur les évolutions des métiers d'accueil en Office de Tourisme

Démarche entreprise par l'OT avec une commission régionale en vue de la création d'une prochaine carte de guide spécifique aux offices de tourisme :

- Offrir une alternative supplémentaire mais également une évolution professionnelle aux

conseillers en séjours polyglottes

- Répondre avec plus d'efficacité aux sollicitations des professionnels hôteliers...
- Répondre à la carence ponctuelle de guides-conférenciers

- Disposer d'une carte de guidage professionnelle pour se couvrir en cas d'accident

- Carte qui aurait une validité sur le plan national.

Les modalités d'obtention de cette carte en cours d'élaboration notamment avec l'UBO.

4.3 Renforcement avec des saisonniers de l'équipe d'accueil en été

L'Office a embauché quatre saisonniers à Quimper et trois à Locronan. Par ailleurs, les absences pour maladie ont été remplacées.

▲ Sur le site de Quimper :

Mesdames Agathe PIQUET et Gaïd EON du 01 juillet au 31

août, Madame Sandrine BURNOUF du 07 juillet au 30 septembre

Madame Nolwenn QUEREVEN à partir du 15 avril puis en CDI à partir du 22 septembre.

▲ Sur le site de Locronan :

Mesdames Laurence LE VAN du 01 juin au 14 septembre, Thiphaine MORVAN du 23 juin au 31 août et Monsieur Jérôme JEZEQUEL du 7 juillet au 30 septembre.

4.4 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. Tous les ans, nous accueillons de nombreux stagiaires, notamment en stage d'observation. Cette année, nous avons pu accueillir quinze stagiaires sur des missions d'accueil (10 en 2024) :

- 1) 15 au 17 janvier : Sarah LOQUET
Stage d'observation 3ème
- 2) 22 au 24 janvier : Adrien THOMAS

- 3) 28 au 30 janvier : Ilana ARCHAMBAULT
Stage d'observation 3ème
- 4) 05 au 07 février : Erine JACOPIN
Stage d'observation 3ème
- 5) 17 au 28 février : Camille ENKAOUA
Stage d'immersion pro
- 6) 17 février au 14 mars : Gabriel EVARAERE
Stage de 1^{ère} BTS Tourisme
- 7) 31 mars au 11 avril : Min DAI
Stage d'immersion pro
- 8) 01 au 11 avril : Séverine COLAS
Stage d'immersion pro
- 9) 07 avril au 30 mai : Anaëlle FEUNTEUN
Stage BUT gestion des entreprises : communication

- 10) 26 mai au 07 juin : Ronan FERNANDES-PEREIRA
Stage de 1^{ère} BTS Tourisme
- 11) 23 au 27 juin : Emilie JONCOUR
Stage de seconde
- 12) 16 au 20 juin : Elian PERE
Stage de seconde
- 13) 10 décembre au 13 janvier 2026 : Andréas MOHR
Stage de préparation à l'emploi
- 14) 01 au 19 décembre : Lénaïg CRIMI
Stage de 1^{ère} BTS Tourisme
- 15) 01 au 04 décembre : Louna CORRE
Stage de 3ème

4.5 Les présentoirs et les vitrines

Des présentoirs sont régulièrement réorganisés et réapprovisionnés pour mieux valoriser nos partenaires privés au nombre de : 330 en 2025, 317 en 2024, 305 en 2023, 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 de valoriser leurs produits toute l'année. Ces vitrines sont refaites quatre fois par an (à chaque saison) par

une étalagiste professionnelle, madame Vanessa GUELLEC. À noter que nous n'avons pas suffisamment de vitrines pour répondre à toutes les demandes de nos partenaires et qu'une liste d'attente est en place !

4.6 Charte du voyageur

Née dans le pays de Vannes où les conflits d'usage entre la population locale et les touristes se sont fait sentir depuis deux ans, cette initiative est reprise à l'échelon régional. Cette charte est une démarche de communication à destination du tourisme d'agrément,

une sensibilisation à la préservation des lieux et des sites avec une approche responsable et sympathique. L'objectif consiste notamment à décliner cette charte sur l'ensemble de nos supports de communication et auprès de nos partenaires avec une démarche de

sensibilisation et au besoin de formation spécifique. Précisons que cette démarche a obtenu plusieurs prix dont celui des victoires de la Bretagne dans la rubrique « Tourisme » et les « césars du voyage responsable » à Marseille.

4.7 Actions interne en faveur du développement durable



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

- Pour la gestion des stocks de documentation papier, l'appel à l'association de réinsertion professionnelle « Sato Relais ».
- 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 (guide des locations de vacances, guide découverte, guide groupes, circuits thématiques...). A ce titre, il y a plus de téléchargements du magazine que d'édition en support papier !
- La valorisation des axes de circulation douce ainsi que des chemins de randonnées : pédestres, VTT, 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.
- La participation au groupe de travail régional « la Bretagne sans voiture » à destination de la clientèle touristique.

4.8 L'Office de Tourisme détenteur de l'immatriculation pour commercialiser des séjours



L'Office de Tourisme détient une immatriculation auprès

d'Atout France. Cela lui

permet de commercialiser des 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.

L'Office de Tourisme renouvelle tous les ans son adhésion à l'APST.

4.9 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.

Madame Stéphanie LE BERRE, ancienne forfaitiste dans le

groupe de voyage Salaün, à la charge de ce service réceptif, à noter le renfort à partir du 1^{er} avril de Fanny PERON en tant qu'assistante de commercialisation -Référente Service groupes.

5 ACTIONS ET PARTENARIATS 2025

5.1 Campagne de promotion de notre destination en France

Accueil d'A/R magazine publié tous les 3 mois et qui propose 100 pages de reportages pour informer, expliquer, décrypter et s'intéresser aux destinations hors des sentiers battus, à l'architecture, aux gens, à la cuisine, aux photographes et à l'art du voyage.

En collaboration avec Tout Commence en Finistère
Reportage de 16 pages sur la destination de Quimper Cornouaille
4 jours de présence sur le territoire.

Diffusion : 25 000 exemplaires, 140K lecteurs, 4 000 téléchargements/ mois sur le kiosque Air France
Réseaux sociaux : 15K entre Instagram et Facebook
Site internet : 20K visiteurs uniques /mois.

5.2 Campagne de promotion de notre destination à l'étranger

En 2025 poursuite de la promotion du territoire sur les marchés étrangers prioritaires :

■ Angleterre :

→ Partenariat avec la Brittany Ferries :

- Visibilité partagée avec Tourisme Bretagne dans les contenus produits pour la campagne
- Cible : DINKS et familles britanniques
- Date : début d'année/printemps 2025

- Dispositif : campagne sur les réseaux sociaux, ainsi qu'en format natif sur un réseau de sites thématiques.

■ Espagne :

→ Une conférence de presse à Madrid et Barcelone réunissant 10-12 journalistes sur

chaque ville avec la présence d'un ambassadeur Breton installé à Madrid : Erwan Poudoulec, un chef originaire de Crozon renommé à Madrid :

- Date : Entre le 18 et le 20 mars 2025
- Thématiques abordées : gastronomie et culture
- Accueils des journalistes espagnols en Bretagne suite à la conférence de presse ou suite à une demande spontanée des rédactions



→ Opération BtoB Madrid – Atelier et workshop :

- Une délégation bretonne à la rencontre des Tour-opérateurs espagnols lors d'un workshop à Madrid.

- Date : septembre et octobre 2025
- Format : participation à un atelier collectif pour bien comprendre comment bien accueillir la clientèle espagnole et répondre aux demandes des T.O. Création d'une brochure à remettre aux T.O. Valorisation dans la Newsletter T.O. dédiée à l'évènement

Rencontre avec les T.O. lors de l'évènement à Madrid. C'est Fanny PERON, hispanophone, qui était présente à cet évènement pour l'O.T. de Quimper Cornouaille.

5.3 Accueil d'étudiants américains



Un séjour d'une dizaine d'étudiants américains de la DAAP (Design, Architecture, Art, et Planning) de l'Université de Cincinnati a été organisé par le service Groupes de l'Office de Tourisme de Quimper Cornouaille.

Les programmes du Collège pour le Design, Architecture, Art, et Planning sont classés parmi les meilleures au niveau national et mondial.

Le groupe d'étudiants américains s'est rendu à Quimper du 6 au 19 décembre 2025.

▪ Nouveau partenariat avec la DAAP de Cincinnati : un séjour d'une dizaine d'étudiants américains de la DAAP (Design, Architecture, Art, et Planning) de l'Université de Cincinnati sera organisé par le service Groupes de l'Office de Tourisme de Quimper Cornouaille. Les programmes du Collège pour le Design, Architecture, Art, et Planning sont classés

parmi les meilleures au niveau national et mondial.

Prochaine session envisagée en 2027.

A noter que suite à la venue du groupe, une délégation est prévue à Cincinnati avec Pascal Jaouen, Emmanuelle Cadiou et Jolan Tréchérel (Karbon).



5.4 Partenariat avec Road Scholar

8 sessions de 3 jours avec Road Scholar du 16 avril au 17 octobre : Road Scholar est une organisation américaine à but non lucratif qui propose des programmes de voyages

éducatifs principalement destinés aux personnes âgées. Le siège social de l'organisation se trouve à Boston, dans le Massachusetts. Depuis sa fondation en 1975 jusqu'en 2010,

Road Scholar était connue sous le nom d'Elderhostel. Road Scholar propose des voyages d'études à travers les États-Unis et le Canada et dans environ 150 autres pays.

5.5 Expériences visiteurs avec des casques permettant l'accès à des films en 360° et en 3D

Durant l'été 2025, les casques présentant des films de visites 360° (tournés en 8K) mais aussi en 3D ont été proposés aux visiteurs plusieurs fois par jour

et par semaine. Ce dispositif qui avait beaucoup plu aux utilisateurs avant la pandémie avait dû s'interrompre à cause de la gestion sanitaire des

outils (désinfection après chaque utilisation). La quinzaine de films 360° et les 3 films 3D seront également visibles sur les tables tactiles.

5.6 En août à Quimper « Les enfants sont des princes »



Poursuite pour la onzième édition de cette manifestation gratuite et familiale qui s'est déroulée du 29 juillet au 09 août sur la totalité des 14 communes qui composent l'agglomération (la seconde fois depuis sa création). Avec une programmation riche,

qualitative et gratuite. Cet événement réalisé conjointement par Quimper Bretagne Occidentale, l'Office de Tourisme et les communes de l'agglomération, a été renforcé par l'offre des partenaires comme les musées et la maison du patrimoine.

5.7 Les visites guidées à Quimper et sur l'agglomération en été

Le programme complet des visites guidées était disponible à l'OT et sur les sites Internet. Achat des billets en ligne (possibilité d'achat au comptoir de l'OT de Quimper uniquement

pour la visite générale « Laissez-vous conter Quimper », le jour-même de la visite).

Par ailleurs, une visite sur Ergué-Gabéric (14/08) ainsi que

des visites à Locronan ont été également proposées par l'Office de Tourisme (mardi et jeudi en juillet et août).

5.8 Cinquième édition de la Semaine du Tourisme Économique et des Savoir-Faire à la Toussaint 2025

Cinquième édition du 20 octobre au 02 novembre (vacances de la Toussaint). Une conférence de presse locale de lancement s'est déroulée à l'entreprise Rivalin le mardi 08 octobre 2025.



42 entreprises participantes sur QBO (41 en 2024, 24 en 2023, 17 en 2022 et 13 en 2021) proposant 223 créneaux de visites au public en 15 jours.

1 214 visiteurs inscrits au 16 octobre sur une capacité totale de 3 042 places.

Un plan de communication mixant, affichage en sucette Decaux du 15 au 29 octobre, un partenariat avec Chérie FM, les sites Internet de l'Office de Tourisme et ceux de la ville de Quimper et de l'agglomération QBO, des flyers...

Au niveau régional près de 600 entreprises participantes, 15 181 visiteurs inscrits à date et 42 OT participent à l'opération sur les 60 potentiels !

A noter une première régionale avec une semaine supplémentaire proposée en amont aux scolaires du 13 au 17 octobre. Partenariat avec l'Office de Tourisme, QBO et l'AJE du Finistère (Association Jeunesse et Entreprises). 260 élèves de première et terminale étaient inscrits à cette « semaine complémentaire » aux Semaines du Tourisme Économique et des Savoir-Faire

(essentiellement 1ère G ou STMG) des établissements Likhès, Sainte Thérèse et Paraclet. 7 entreprises ont souhaité participer à cette semaine.

Les recettes de l'édition 2025 des Semaines du Tourisme Économique et des Savoir-Faire seront reversées à la Fondation du Patrimoine de Bretagne.

- Co-organisation : Office de Tourisme de Bretagne et 42 OT de Bretagne (sur les 60 qui existent)

- Organisation locale : OT de Quimper Cornouaille et le Service Économique et Tourisme de l'agglomération.

À noter que l'édition précédente de la Semaine du Tourisme Économique et des Savoir-Faire a permis de reverser plus de 5 000 euros à la SNSM et que tous les ans les

bénéfices seront reversés à des associations caritatives.

Enfin cette opération a obtenu en 2023 lors de la 9ème édition des Creative Tourisme Awards le prix mondial « Best strategy for creative tourisme development » parmi 152 dossiers présentés !



5.9 La charte du voyageur



Poursuite de la démarche de communication à destination du tourisme d'agrément, une sensibilisation à la préservation des lieux et des sites avec une approche responsable et sympathique.

Déclinaison de cette démarche sur l'ensemble de nos supports de communication et auprès de nos partenaires.

Initiative née dans le pays de Vannes et reprise à l'échelon régional.

Cette charte a été désignée Victoire du Tourisme et du Patrimoine aux Victoires de la Bretagne en 2022 à Roscoff et a obtenu le César du Voyage Responsable dans la catégorie « Territoire & destination » délivré à Marseille en 2023.

5.10 Équipement numérique en bornes tactiles des Offices de Tourisme de Cornouaille



À la demande de Marc Andro, Vice-Président de QBO, l'Office a déposé un projet d'équipement des Offices de Tourisme de Cornouaille en bornes numériques. Ce dossier, financé pour moitié via le contrat de partenariat avec le Conseil Régional et d'un budget supérieur à 172 000 euros, a été porté par l'Office de Tourisme

de Quimper Cornouaille qui en était le maître d'œuvre !

Pour financer ce projet d'une dizaine de bornes, une demande de subvention a été demandée au Conseil Régional via le contrat de partenariat. Les Offices de Tourisme et structures participant à l'opération :

- ♦ Quimper
- ♦ Locronan
- ♦ Douarnenez
- ♦ Concarneau
- ♦ Fouesnant
- ♦ Audierne
- ♦ La Maison de la Pointe du Raz
- ♦ La maison des mobilités de Quimper
- ♦ Pont Aven
- ♦ Gare de Rosporden

Chaque O.T. peut y mettre les informations qu'il souhaite, mais le dispositif a un tronc commun via une valorisation des différents sites en Cornouaille grâce à des vidéos aériennes et 360° diffusées sur toutes les bornes afin de favoriser l'itinérance sur le territoire, ainsi que le déploiement d'une application de valorisation de toutes les formes de randonnées sur le territoire grâce à l'application « Kalkin ». Informations qui peuvent être récupérées sur les smartphones avec l'outil nommé « Compagnon ». À préciser qu'une borne a également été installée dans la maison des

mobilités De Quimper dans le quartier de la gare.

A noter enfin que beaucoup d'OT ayant été en travaux

(Douarnenez, Fouesnant, Pont Aven, Concarneau, la gare de quimper et celle de Rospenden...ce dispositif est totalement opérationnel en 2025 et

le développement de l'application compagnon (sur mobile) est en cours d'élaboration avec les OT participants à l'opération.

5.11 Soutien à la création et à la diffusion artistique

L'Office de Tourisme qui a soutenu un le projet d'Ariel Néo, artiste Cornouaillaise déjà primée pour son film Firefalls en réalisant un second court métrage avec le voyage cette fois

d'un albatros dont un tournage a été effectué à l'OT de Quimper au printemps 2023. Des droits de diffusion ont été acquis par l'Office de Tourisme afin de les diffuser sur nos

outils numériques (internet et écrans TV) afin de mettre en avant sure des clientèles étrangères l'aspect légendaire de notre territoire !

5.12 Poursuite des partenariats

L'OT a continué sa politique de partenariats avec les de nombreuses entreprises locales tel Armor Lux, Arts de

Cornouaille, mais également avec l'UBO pour les formations Tourisme (deux licences et un master) et Patrimoine

(une licence et un master) basées à Quimper

5.13 Participation au réseau d'observatoire Flux vision

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 le territoire de l'agglomération et sur l'ensemble de la

Bretagne via le dispositif Flux Vision.

5.14 Mon Tro Breizh



Mon Tro Breizh : coopération avec l'association en charge de la réalisation de ces circuits qui devra couvrir à terme toute la

Bretagne en passant par les 9 cathédrales de Bretagne historique. Premier tronçon Quimper-Saint Pol de Léon. L'Office a fourni notamment une liste d'hébergements et de points de restauration dans une zone de 2km de part et d'autre du circuit.

Une collaboration a été mise en place entre l'O.T. et

l'association Mon Tro Breizh en charge de la réalisation de circuits qui devront couvrir à terme toute la Bretagne en passant par les 9 cathédrales de la Bretagne historique.

Un rapprochement à l'initiative de l'OT se met en place entre Mon Tro Breizh et l'association Bienvenue à la Ferme.

5.15 Acquisition de nouveaux casques

L'Office de Tourisme a acquis de nouveaux casques afin de promouvoir les vidéos 360° et les reconstitutions 3D qu'il réalise

depuis près de 10 ans. Ces vidéos sont visibles sur nos bornes tactiles mais également dans un casque avec une démarche expérimentale.

Les anciens casques commençant à dysfonctionner et au regard du succès qu'ils rencontrent, de nouveaux casques ont été achetés.

Liste des vidéos existantes :

- ◆ La cathédrale Saint Corentin :
 - Les vitraux
 - À l'intérieur de l'orgue
 - Montage de l'orgue
 - Les bourdons
 - Le grenier
 - Entre les tours
 - Sur les toits
- ◆ L'auditorium
- ◆ Vue aérienne de Quimper
- ◆ Les chapelles du Likès (le self et le CDI)
- ◆ Le collège de la Tour d'Auvergne
- ◆ Le théâtre Max Jacob
- ◆ Le jardin du Prieuré
- ◆ Le jardin du Théâtre Max Jacob
- ◆ Les jardins de la Retraite et de la Paix
- ◆ L'École de Broderie d'Art de Quimper (présentation par Pascal Jaouen et cours)
- ◆ Creac'h Gwen
- ◆ L'enclos paroissial de Guengat
- ◆ Locronan :
 - Vue aérienne
 - Chapelle Ar Sonj
 - Manoir de Kerguénoù
 - Le clocher de l'église Saint Ronan

Vidéos en cours de réalisation :

- ◆ Chapelle de Sainte Cécile à Briec
- ◆ Chapelle de Kerdévet à Ergué Gabéric
- ◆ Église Saint Thurien à Plogonnec
- ◆ Thermes romains à Plomelin

Vidéos à réaliser :

- ◆ Les Estacades à Creach Gwen
- ◆ Chapelle de Quilinen à Landrévarzec
- ◆ Vallon Saint Laurent
- ◆ Le bois d'amour
- ◆ Une partie du couvent des Cordeliers au Pérennou à Plomelin

Vidéos sur la Cornouaille pouvant être récupérées

:

- ◆ Pays Bigouden sud
- ◆ Haut Pays Bigouden
- ◆ Fouesnant
- ◆ Cap Sizun
- ◆ Douarnenez
- ◆ Concarneau / Pont Aven

Vidéos 3D existantes :

- ◆ La construction de la cathédrale à travers les siècles
- ◆ Quimper au XVIII^{ème} siècle vue d'une montgolfière
- ◆ Le couvent des Cordeliers

5.16 Reconstitution locale par les films 3D



Réalisation de nouveaux films 360° mais également de films 3D pour alimenter les lunettes Vive Focus. Les trois vidéos 3D seront les suivantes : Quimper vu en montgolfière au XVII^{ème} siècle, le couvent (aujourd'hui

disparu) des cordeliers avec un ajout de film 360°, la construction de la cathédrale sur plusieurs siècles.



Ce travail a été réalisé par la société Finistérienne Bookbéo basé au Faou ainsi qu'Héritage

Virtuel basé à Besançon ! Pour la partie du Quimper au XVII^{ème} siècle, ce sont Monsieur Patrick Kernevez, Maître de conférences en histoire médiévale à l'UBO et Monsieur Yannig d'Hervé guide conférencier, qui ont suivi le travail scientifique de cette reconstitution.

5.17 Le guide découverte 2025

Le magazine de valorisation de Quimper et de la Cornouaille a été édité à 20 000 exemplaires dans un format de 120 pages. Document plutôt prestigieux, qualitatif et

durable par sa présentation (dos carré) qui lui confère une durée de conservation 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.

5.18 Equipement et accueil touristique dans la gare de Quimper

Fruit d'un travail avec le service économique et tourisme de l'agglomération pour la mise en place d'informations

et de signalétiques mettant en avant la Cornouaille. Une borne tactile mettant en avant les atouts touristiques de QBO

et de la Cornouaille ainsi qu'un écran ont été installés dans le hall d'accueil de la gare.

5.19 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 document de 11 pages a été réalisé au printemps 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 par partenaire. Il a la particularité d'être édité à la demande, ce

qui nous permet d'être au plus près de la demande !

Enfin, un document de 9 pages, recense les chambres d'hôtes.

5.20 Les documents de valorisation de Locronan

Locronan dispose de deux plans de villes ainsi que d'un document réceptif de 24 pages qui donnent des informations

pratiques mais également des clefs de compréhension du lieu et du patrimoine de la Petite Cité de Caractère à destination

des visiteurs. Support pratique notamment lorsque l'Office est fermé au public.

5.21 Balade autour des fresques murales à Quimper

L'Office de Tourisme a réalisé sur papier puis numérique, une nouvelle offre de balades dans le centre-ville de

Quimper mettant en avant des fresques murales contemporaines initiées pour certaines par les Conseil de Quartier

mais également par l'association Hip Hop New School.

5.22 Travail avec des entreprises dans le secteur du numérique

L'Office de Tourisme travaille avec près d'une dizaine d'entreprises dans le domaine du numérique : neuf en Bretagne

dont six en Cornouaille. Nous travaillons également avec Héritage Virtuel (Franche Comté),

Kalkin (Auvergne), Raccourci (Charente-Maritime).

5.23 Wifi gratuite à l'OT de Quimper et de Locronan et espaces numériques dans les deux O.T.



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.

5.24 Casques de réalités virtuelles



208 séquences d'utilisation du casque de réalité virtuelle

de juillet à septembre (l'expérience faisait le plein à chaque séance). A noter l'acquisition de nouveaux casques (2 à Quimper et un à Locronan)

ainsi que d'un fauteuil à Locronan avec une rotation à 360° comme dans les locaux de Quimper : 158 utilisations à Quimper et 50 à Locronan

5.25 Valorisation du Livret jeu et « escapade game » réalisé par la maison du patrimoine



Réalisation par la maison du patrimoine et disponible à l'Office de Tourisme d'un livret jeu « Découvre Quimper avec Maout » et trois circuits découverte en 9 langues et gratuits afin de proposer des

visites en autonomie aux visiteurs de Quimper.



Mise en vente à l'O.T. d'une Box Escapade Game, réalisée par l'ancienne guide conférencière de l'O.T. Gabrielle Lesage et éditée par la maison du patrimoine.

À la suite d'échanges avec la collectivité, il est décidé que l'OT sera chargé dorénavant et en fonction de ses besoins, de réimprimer pour les touristes étrangers et possiblement en différentes langues (Anglais, Allemand, Espagnol, Italien et Néerlandais) les parcours découverte de Quimper et les livrets-jeux « Découvre Quimper avec Maout » réalisés par la maison du patrimoine.

5.26 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 à 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.

Les autres partenariats sur l'année 2025 : Le partenariat avec la Compagnie Maritime Penn Ar Bed ; le partenariat avec la Conserverie Courtin et les Biscuiteries Réunies

5.27 Stickers adhérents



Afin de
pour
suivre
une dé-

marche d'appropriation de l'Office de Tourisme sur le plan local par ses partenaires, 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 stickers étant estampillés avec le logo de l'Office de Tourisme.

5.28 L'accueil pour les touristes étrangers grâce à des stickers

L'Office de Tourisme a réalisé et diffusé auprès de nombreux professionnels (restaurants, crêperies et commerces) des autocollants où est 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.

Les partenaires intéressés par ce sticker peuvent le demander à l'Office de Tourisme dans la langue souhaitée

5.29 Présentation de la saison par les professionnels

Une étude est réalisée par l'OT auprès de 200 professionnels sur Quimper et la Cornouaille en trois vagues de questionnaires en juillet, août et septembre auprès de plus de deux cents professionnels sur Quimper et la Cornouaille.

Pour l'hébergement, les hôtels ont un bon bilan, identique voir mieux qu'en 2024 Les Italiens, Allemands, Espagnols, Belges et Anglais sont très présents ainsi que des Français du sud de la France qui « arrivent en masse ». Pour les campings, bilan globalement correct, le beau temps de la fin de saison ayant contrebalancé la mauvaise météo du début de saison. Présence des Allemands, Anglais et Néerlandais.

Pour les chambres d'hôtes, bilan contrasté selon les hébergements de très bien à stable. Retour équivalent pour les locations de vacances.

Pour la restauration un démarrage du mois de juillet timide mais heureusement ils notent la présence essentielle des étrangers puis très contents d'août et septembre avec beaucoup d'étrangers et les crêperies sont très satisfaites de la saison à l'exception des crêperies de Locronan. Jean Luc Leclercq, premier adjoint de la commune s'étonne de ce retour et le relativise !

Pour les commerces, la saison est dans l'ensemble très satisfaisante. Pour Quimper le beau temps n'a pas empêché le monde de venir, ce qui est jugé remarquable mais aussi inhabituel ! Ils sont heureux de la présence des étrangers, touristes à plus fort pouvoir d'achat.

Pour les structures de loisirs et de culture, les musées ont eu le sourire, hausse de 20% à 30% de fréquentation sur les

musées quimpérois notamment. Bonne saison pour les compagnies maritimes, beaucoup de clientèles étrangères à plus fort pouvoir d'achat. Septembre contrasté avec la météo pluvieuse, les sites de plein air et les compagnies maritimes en ont pâti mais les sites couverts ont fait le plein !

On note comme l'année dernière un problème de pouvoir d'achats.

La présence de touristes français et surtout étrangers est pour beaucoup d'entre eux primordiale voire jugée « vitale ».

Retours nombreux et positifs d'établissements témoignant leurs satisfactions et remerciements sur le rôle et le travail de l'Office de Tourisme.

5.30 Retour de la saison par l'Office de Tourisme

Présentation de la fréquentation des OT de Quimper et de Locronan d'avril à septembre. Sur le site de Quimper, l'Office de Tourisme a enregistré 168 472 personnes (contre 179 491 en 2024 soit une baisse de 6,2%) et pour Locronan 33 611 visiteurs (contre 33 322 en 2024) soit une équivalence de fréquentation.

Les principales demandes sur Quimper portent sur : la découverte de la ville, le patrimoine culturel, les transports, les commerces, l'hébergement et la restauration. Pour le site de Locronan, les principales demandes portent sur le patrimoine culturel, la randonnée pédestre, la découverte de

Locronan, le patrimoine naturel les commerces, les manifestations. A noter une forte connexion des visiteurs au WIFI de l'OT de Locronan.

En ce qui concerne les principales clientèles étrangères à l'OT, elles sont quasiment identiques à 2024 sur Quimper. 67 nationalités ont été accueillies avec en première position les Allemands suivis, des Espagnols, du Royaume Uni, des Belges, des Italiens et des Néerlandais.

Pour Locronan, l'OT a accueilli 49 nationalités mais changement par rapport à 2024 avec en tête cette année les Espagnols (retour à la normale

depuis plus de 20 ans) qui détrônent les Allemands suivis des Belges, Italiens, Royaume Uni, Néerlandais et Suisse.

Sur les outils numériques d'avril à septembre :

- 41 625 pages vues sur les bornes numériques (37 506 en 2024).
- 507 381 pages vues sur le site Internet de l'OT de Quimper
- 337 672 pages vues sur le site Internet de l'OT de Locronan
- 208 séquences d'utilisation du casque de réalité virtuelle de juillet à septembre (l'expérience faisait le plein à chaque séance) : 158 utilisations à Quimper et 50 à Locronan.

5.31 Démarche d'obtention du label Accueil Vélo pour l'OT de Quimper et de Locronan



Les critères d'obtention du Label ayant évolué en ne prenant plus en

compte comme critère la proximité d'un itinéraire vélo à moins de 5km d'un itinéraire cyclable balisé, l'Office de Tourisme de Quimper Cornouaille a décidé de s'engager dans la démarche d'obtention du label Accueil Vélo en 2025 pour les deux sites de Quimper et de Locronan ! En effet, depuis le 1^{er} janvier 2025 la clause des moins de

5km de distances d'un lieu labellisé d'une vélo route ou d'une voie verte qui nous empêchait l'accès à ce label a été supprimée

Cette marque nationale, développée par l'association France Vélo Tourisme, est également ouverte aux hébergements touristiques, loueurs et réparateurs de cycles, offices de tourisme, lieux de restauration, ports fluviaux.

Le label permet d'attester de la qualité de l'accueil réservé aux cyclistes en itinérance, à savoir :

- L'accès à des équipements adaptés aux cyclistes : abri

vélo sécurisé, kit de réparation,

- Des informations et conseils,

Des services dédiés aux cyclistes devront se développer et ceux existants se structurer.

L'Office de Tourisme de Quimper Cornouaille a obtenu le label « Accueil Vélo » en juillet 2025 pour le site de Quimper, et en octobre 2025 pour le site de Locronan.

L'Office de Tourisme de Quimper est depuis sa labellisation, référent-qualité pour le secteur de Quimper Bretagne Occidentale : il est l'organisme référent dans l'accompagnement des futurs labellisés du territoire et surtout organisme évaluateur de ces derniers.

6 ET 2026 ?

6.1 GQD sur Quimper et Locronan

Dans le cadre de la marque qualité tourisme, l'Office de tourisme organisera des groupes qualité de Destination. Ce Groupe de travail composé d'élus ou techniciens

représentant les municipalités, de socio-professionnel(s), et de personnel(s) de l'OT. Il s'agit d'une approche de progression lors desquels on présente les indicateurs de satisfaction

sur la période estivale. Dans ce cadre un GQD sera proposé à Quimper et à Locronan en automne prochain.

6.2 Expérience des casques de réalité virtuelle et création de nouvelles vidéos

Mise en place durant l'année 2023 cette expérience immersive et gratuite proposée aux visiteurs est un véritable succès. Cette offre était proposée tous les jours en dehors du

dimanche et a fait le plein à chaque séance. Cette offre sera de nouveau disponible en 2026 avec des nouveaux créneaux et de nouveaux casques. Des vidéos de nouveaux de

lieux non accessibles au public seront également proposés aux visiteurs.

La nouveauté sera que l'OT aura la main pour mettre directement les vidéos dans les casques.

6.3 Renouvellement du classement de l'OT

L'Office de Tourisme doit renouveler son classement en 2026 auprès de la préfecture. Le choix est de demander le

classement en première catégorie (niveau le plus haut dans le classement). Pour ce faire un dossier complet a été

déposé à La Préfecture du Finistère.

6.4 Obtention de la marque Destination Excellence (DEX)

L'Office de Tourisme avait obtenu la marque Qualité Tourisme (équivalent de la norme AFNOR appliqué au secteur du Tourisme) pour une durée de cinq ans en 2023. Depuis cette date cette marque Qualité

Tourisme évolué vers une nouvelle marque « Destination Excellence » intégrant dans le référentiel (près de 300 points de contrôle) des critères RSE. L'Office doit repasser ces critères RSE en

2026 mais au final a fait le choix de repasser l'intégralité des critères (RSE + Qualité) afin de conserver cette marque jusqu'en 2031.

6.5 Démarche d'obtention du label Tourisme et Handicap pour l'OT de Locronan



À l'instar de l'Office de

Tourisme de Quimper, nous souhaitons pouvoir acquérir ce label pour l'Office de Tourisme de Locronan. Le montage du

dossier s'effectuera au dernier trimestre 2026. L'enjeu étant d'obtenir au moins deux des quatre familles de handicaps.

6.6 Mise en place d'un schéma d'accueil et de Diffusion de l'Information (SADI)

Les premières réunions vont commencer à l'automne et se termineront fin 2026, début 2027, impliquant les salariés de l'OT, les professionnels (hébergeurs notamment) et la collectivité de Quimper et QBO. L'objectif étant d'améliorer le parcours client sur le territoire en apportant des réponses aux problèmes et de mieux cerner notre clientèle actuelle.

◆ La première phase d'un SADI **consiste à connaître le comportement et les usages des clientèles qui fréquentent le territoire**. Cela nécessite un **travail de segmentation et une expertise sur la connaissance des clients**. Les experts locaux tels que les équipes d'accueil et les partenaires accueillants en sont la clé. Des choix doivent être réalisés car il existe de nombreuses typologies de clientèles mais elles ne peuvent pas toutes être des cibles prioritaires.

◆ La deuxième phase consiste à **auto-évaluer et challenger le service d'accueil, la relation**

client pour ces clients sur les différentes portes d'entrée du territoire. Ex : la gare... Cela se passe au sein de l'office de tourisme mais aussi (et surtout) sur le territoire, avec les partenaires, afin de définir les objectifs de progression.

◆ La troisième phase consiste à **dresser un état des lieux des outils d'accueil et de diffusion de l'information à partir des parcours clients « dans les murs » (dans l'office de tourisme) et « hors les murs »** (chez les prestataires, dans les lieux publics, etc.). En fonction des lieux, des attentes et des demandes !

Cela passe par une cartographie des sites touristiques du territoire, des activités de loisirs et culturelles, tous les sites qui disposent de flux significatifs et posent la question du comptage de ces flux (éco-compteurs ?)

◆ La phase de construction du schéma intervient ensuite, et permet **d'élaborer des scénarios de progression et des « persona »** correspondant à

nos profils de visiteurs, puis de les confronter aux usages des clientèles. C'est l'heure des priorités dans les clients, les lieux, les services, les moyens alloués... Il s'agit aussi d'intégrer le SADI aux stratégies existantes. On ne part jamais de rien. Intégration des professionnels, d'élus politique et de techniciens des collectivités de ces travaux.

◆ La dernière phase est indissociable de cette réflexion : l'animation de ce SADI et de son déploiement. Le SADI n'est pas un label ou une marque à obtenir. C'est une façon de repenser sa stratégie d'accueil et cela s'alimente et s'ajuste continuellement. **L'objectif est de devenir le coordinateur de l'accueil sur la destination et non pas seulement dans les murs des offices de tourisme**.

◆ Enfin, ce n'est qu'en dernier lieu que l'on va acter les outils et services nécessaires au schéma.

EDITIONS

6.7 Sortie des nouvelles éditions

Un guide réceptif de 120 pages, des petits plans de Quimper en 6 langues, un guide de locations de vacances (imprimé à la demande), le guide réceptif de Locronan de 24 pages en deux langues, les petits plans de Locronan en 5

langues, les plans sous-main, le programme des enfants sont des princes, des flyers, affiches... La carte de vœux sera réalisée annuellement par un ou une artiste local(e) (en 2024 Pascal Jaouen, en 2025

Nolwenn Le Lay et en 2026 Rose Goardet).

La grande majorité devant être éditée pour la fin du printemps (sauf les supports pour l'événementiel)

NUMÉRIQUE

6.8 Déploiement des bornes tactiles en Cornouaille

Présentation des lieux où se trouvent ou vont se trouver les bornes comprenant les développements des sociétés AZIMUT, KALKIN et AE-ROPTIQUE :

- 3 à Quimper
- Gare de Quimper
- 2 à Locronan
- Concarneau
- Pont-Aven
- Gare de Rosporden
- Pointe du Raz
- Audierne
- Douarnenez

- Fouesnant
- ◆ 50% du projet pris en charge par la région dans le cadre du contrat de plan et le reste par les OT participants.
- ◆ Projet porté par l'Office de Tourisme de Quimper Cornouaille sur un montant total de 172 712,68 euros.
- ◆ Souhait d'amplifier ce projet avec de nouvelles fonctionnalités (transports en commun, réservation en ligne...) à l'échelle de la Cornouaille dans le cadre du nouveau dispositif passé

entre la région et les destinations touristiques bretonnes.

◆ Un développement de l'application Kalkin valorisant la randonnée a été réalisé pour permettre la mise en place sur des bornes au format portrait (Quimper, Concarneau, Fouesnant).

◆ Les circuits du territoire sont saisis sur Tourinsoft afin de les proposer sur les bornes tactiles.

6.9 Valorisation du territoire via des vidéos 360°

Mutualisation des vidéos entre les OT y compris les OT ne disposant pas de bornes (Haut Pays Bigouden et Pays Bigouden Sud).

- Réalisation d'une carte numérique intégrée dans les vidéos pour se repérer.
- Stockage des vidéos sur un serveur dédié porté par l'OT de Quimper.

- Réalisation de 40 vidéos 360°, mutualisables par les OT de Cornouaille
- Entrer les circuits Tourinsoft afin de les proposer sur les bornes tactiles et développement en parallèle de l'application « Compagnon » de Kalkin valorisant la randonnée sous format portrait pour satisfaire Concarneau, Fouesnant et la

borne extérieure de l'OT à Quimper.

Pour 2026, l'Office de Tourisme a passé commande de nouvelles vidéos :

- Cour et cloître du Prieuré de Locmaria puis survol de l'Odet vers Lanniron.
- Château de Lanniron.
- Chapelle de Quilinen à Landrévarzec.

6.10 Site Internet de Quimper et Locronan

Afin d'améliorer les services (rubrique et offres en tourisme responsable, bloc actualités, amélioration des fonctionnalités de l'agenda), la fluidité mais également la présentation générale (images de drones) des sites Internet de Quimper et de Locronan, une refonte des deux sites est prévue. Le souhait pour le site internet de Locronan, sera de mieux l'orienter vers ses particularismes. À noter par

ailleurs, les bonnes fréquentations des sites Internet de Quimper et de Locronan, qui disposent d'un très bon référencement (études SE Ranking).

Les modifications seront les suivantes :

- Ajout de vidéos sur la page d'accueil
- 1 code couleur différent entre le site de Quimper et celui de Locronan

- 1 site de Locronan plus orienté sur la Petite Cité de Caractère
- 1 ajout sur les offres en Tourisme responsable
- Ajout d'un bloc « actualités »
- Amélioration des fonctionnalités de l'agenda
- Intégration de la nouvelle version GA4 de Google
- Intégration d'une centrale de réservation

6.11 Mise en place d'une centrale de réservation sur notre Site Internet

Centrale de réservation pour les activités de loisirs en Cornouaille (secteur d'activités peu valorisé sur Internet mais représentant des centaines de structures en Cornouaille.)

Objectif :

- Acculturer les professionnels du secteur du loisir et des sports à l'usage du numérique
- Animer le réseau des professionnels (coordination des acteurs locaux du tourisme)
- Répondre à des attentes

Une refonte du site Internet de l'OT s'avère nécessaire pour intégrer la centrale. Un travail

de Benchmark a été réalisé, plusieurs sites ont été étudiés et celui de l'OT de Marseille qui dispose de la même centrale de réservation semble le plus pertinent.

Des réunions avec les professionnels d'ici fin 2025, début 2026 ont été proposées pour leur présenter différents outils de réservation adaptés à leur activité et qui viendront s'agréger à notre centrale de réservation. En effet, chaque partenaire doit disposer d'un logiciel de réservation. Actuellement 7 sont totalement agrégés par You Book : Guidap, Yo'planning, Regiondo,

Welogin, Resamar, Bokun et Ingénie Deux logiciels sont en phase d'agrégation : Lokki (pour les locations de vélo et équipements de sports) et El-loha et deux autres sont en phase d'agrégation : Billetweb et LS Résa.

Le souhait étant de proposer une vingtaine de structures sur la centrale à son lancement.

En tout ce sont 96 structures déjà adhérentes à l'Office qui sont en cours de démarchage.

La question de l'ouverture aux équipements publics se posera (ex : Musée Beaux-Arts...)

6.12 Numérique : E brochures

Nos E-brochures sont disponibles au téléchargement sur les sites de Quimper et de Locronan. Elles concernent les brochures suivantes : Guides réceptifs, Petits Plans, Guide Groupes, Guide Locations de

vacances. Toutes ces brochures sont autant téléchargées qu'éditées.

Sont également disponibles au téléchargement sur le site de Quimper les documents liés à l'accessibilité : le Guide

F.A.L.C. (facile à lire et à comprendre), guide en caractères agrandis, mais aussi les brochures de la Maison du Patrimoine.

6.13 Numérique : Réseaux sociaux



Réflexion sur la façon d'améliorer notre communication et nos ventes sur ces supports.

Réflexion sur des conseils d'experts de manière régulière.

6.14 Numérique : Valorisation et soutien à la vente d'activités de loisirs

Refonte des sites Internet de Quimper et de Locronan pour intégrer la centrale de réservation

Centrale de réservation pour les activités de loisirs, de culture et sports de pleine nature en Cornouaille (secteur d'activités peu valorisé sur Internet mais représentant des centaines de structures en Cornouaille.)

Objectif :

- Acculturer les professionnels du secteur du loisir et des sports à l'usage du numérique

- Animer le réseau des professionnels (coordination des acteurs locaux du tourisme)
- Agréger les différents applications et outils de réservation sur la centrale de l'Office de Tourisme
- Répondre à des attentes
- Aider à ses petites entreprises à se faire connaître et d'éviter qu'ils ne tombent dans les mains de centrales mondiales : booking...

Réunions d'acculturation des professionnels du secteur du loisir et des sports à l'usage du numérique pour leur

présenter des solutions de digitalisation ont eu lieu :

- YoPlanning le 20 janvier
- Régiondo le 12 février
- Lokki fin mars

L'Office de Quimper Cornouaille va travailler avec l'entreprise RACCOURCI en associant un développeur quimpérois, Tom Marsal, anciennement SportRizer mais également NETAO pour le site Internet. Lancement de la commercialisation au début de l'été.

6.15 Numérique : Intelligence artificielle et Tourisme

Réunion et groupe de travail mis en place au niveau régional pour travailler sur l'IA :
-ses enjeux
-la perception et l'usage de l'IA par les salariés au sein du réseau régional

-les usages et les outils à développer pour le réseau des OT
-Analyser les opportunités et les impacts perçus dans le réseau.

Le groupe dont fait partie l'OT de Quimper Cornouaille va travailler sur 4 thématiques :

Gouvernance et rôles, Mutualisation, cas d'usages et livrables, moyens et ressources. OTB sera accompagné dans sa démarche par une structure spécialisée sur le sujet en l'occurrence Romain Bovyn société Conjecto.

MARKETING DIRECT

6.16 Dossier de presse

- Rédaction du dossier de presse annuel et réalisation sur Canva
- Elaboration d'un dossier de presse en janvier et à l'avenir en décembre de chaque année.

6.17 Accueil presse

- Les accueils presse sont des axes prioritaires pour l'OT
- Budget dédié pour les accueils presse

Élaboration et sortie d'un dossier de presse annuel, cette année en janvier.

-participation à un audit de journalistes au niveau national en lien avec le CRT Bretagne

6.18 Actions de promotion sur le marché Français

Salon Rendez-vous en France à Nice les 31 mars et 1^{er} avril

Le plus grand rendez-vous des destinations françaises et des TO étrangers.

Coordination de l'espace Bretagne par Tourisme Bretagne
Commercialisation des stands des socio-pros et institutionnels directement via Atout France

Présence de Fanny Peron pour l'OT de Quimper Cornouaille.

6.19 Actions de promotion sur les marchés étrangers

◆ **Marché Belge :**

- Plan d'action très complet composé d'influence, de partenariats média et d'une action BtoB

Campagne Reisoosting (blog et réseaux sociaux pour le marché néerlandophone
Reisoosting est un média qui rassemble une communauté fidèle de personnes passionnées de voyage. Pour cette collaboration c'est la culture et le patrimoine qui seront à l'honneur (l'histoire et l'identité bretonne, le patrimoine maritime, le savoir-faire artisanal)

- Format : Instagram stories, 2 articles de blog, liens vers l'ensemble des structures participantes (hôtels, restaurants, activités...), push des articles sur (Meta + Pinterest)
- Date : Printemps 2026 (accueil et diffusion des contenus

Libelle

Positionner la Bretagne comme destination inspirante et authentique

Libelle est un média qui inspire le quotidien : cuisine, art de

vivre, traditions, découvertes locales, bien-être et escapades accessibles. L'idée est de positionner la Bretagne comme une destination inspirante sous l'angle de la gastronomie et de la culture : villes authentiques, savoir-faire, traditions culinaires, marchés vivants...

- Date : printemps et automne 2026
- Format : 2 content pages sur libelle.be à deux dates différentes ; Plan de trafic sur 3 semaines pour chacun pour donner de la visibilité aux articles

Workshop Bretagne :

Rencontrer les professionnels de l'intermédiation en Belgique

Se commercialiser à l'international, c'est savoir adapter son offre mais aussi connaître les bons réseaux et acteurs de l'intermédiation. Nous vous proposons un accompagnement pour rencontrer des Tour-Opérateurs et agences de voyages.

- Date : 12 ou 13 novembre 2026
- Format : accueillir entre 30 et 35 professionnels de l'intermédiation en collaboration avec 10-12 partenaires

bretons (destinations, agences réceptives, hébergements, activités de loisirs). Communication sur l'événement dans la presse professionnelle et dans l'écosystème Atout France B2B Loisirs.

◆ **Marché Espagnol :**

- Plan d'actions complet également et cohérent avec du Bto B et de la promotion communication dans la continuité des actions menées précédemment. Deuxième pays émetteur pour QBO après l'Allemagne

Eductour B2B, accueil de TO à Madrid :

Organiser un eductour en Bretagne permet d'offrir aux tour-opérateurs et aux agents de voyage une immersion concrète dans la destination, indispensable pour renforcer leur connaissance produit et leur capacité à la vendre.

Sélection de 4 à 6 TO pertinents ayant participé au workshop 2025 à Madrid. 3-4 jours d'accueil en Bretagne.

- Date : Automne 2026

Webinaire Agenttravel :

Présenter les atouts du territoire breton aux professionnels de l'intermédiation :

Agenttravel est l'un des médias professionnels de référence dans le secteur du tourisme espagnol. Leurs webinaires, proposés tout au long de l'année, permettent de s'adresser aux agences de voyage espagnoles. L'objectif est de capter l'attention des professionnels de l'intermédiation espagnols en valorisant les atouts du territoire, les expériences différenciantes, les nouveautés et de créer un lien direct avec les professionnels qui conseillent les voyageurs.

- Date : 1 mois avant la Semaine Sainte ou après la Semaine Sainte. (Date de la Semaine Sainte 2026 : du 2 au 5 avril.)

- Format :

→ 1 Webinaire de 50min sur la destination Bretagne

→ 1 CP avant l'événement dans le quotidien en ligne

→ Bannière dans le quotidien en ligne avant l'événement

→ Mailing spécifique à la base de données

→ Publication sur les réseaux sociaux

→ Vidéo en HD

Cosmopolitan et Esquire

Cosmopolitan España est l'un des magazines féminins les plus influents du pays, reconnu pour son ton moderne, optimiste. Il s'adresse à une audience jeune, urbaine et active. **Esquire** est un magazine masculin premium, reconnu pour son regard affûté sur la mode, la culture, la

gastronomie et l'art de vivre. Son lectorat, masculin et urbain recherche des expériences qualitatives. Deux audiences différentes mais très prescriptrices. Ces médias permettent de mettre en avant la destination sous l'angle de la culture et de la gastronomie via des bonnes adresses et des personnalités inspirantes.

- Date : printemps 2026

Format :

- Article web sur chacun des médias.

- Mise en avant sur les homes des deux sites (7 jours).

- Mise en avant sur les réseaux sociaux

- Présence dans la newsletter de Esquire.es

- Amplification sur le compte Instagram de TB.

6.20 Eductours

■ Mettre en place des éductours (2 à 3) à destination des pros en automne/hiver : lieux patrimoniaux de la ville et du

territoire mais également sur des secteurs professionnels.

■ Mettre en place des éductours (2 à 3) à destination des

saisonniers au printemps et été, axés sur les sites patrimoniaux et les expositions temporaires.

6.21 Mise en place d'un observatoire du Tourisme en Cornouaille

Une réflexion est en cours afin de mettre en place un observatoire de tourisme en Cornouaille sous la houlette de l'agence d'urbanisme Quimper Cornouaille développement et du service tourisme de la destination Quimper Cornouaille.

Objectifs :

- Fournir des éléments chiffrés à notre collectivité, aux professionnels...
- Édition d'un document synthétique à une époque que nous souhaiterions refaire en 2023 ou 2024
- Faire comprendre aux collègues la finalité du travail de

saisie qu'ils réalisent notamment sur Tourinsoft

Sources : financement par l'OT de l'Observatoire Régional du Tourisme :

- MORGOAT Hôtellerie en lien avec l'INSEE
- Participation à l'enquête REFLET en 2022
- Prochainement : Flux Vision Tourisme Bretagne en lien avec Orange Business Services
- Les statistiques Tourinsoft
- Compteur porte à Quimper et bientôt à Locronan avec la société éco-compteur

- Les bilans de saison auprès des professionnels
- Nouvelle sollicitation par QBO pour participer à la mise en place d'un observatoire du commerce, travail engagé avec QCD mais également avec Tout Commence en Finistère.
- Intérêt d'enseignants de l'UBO pour travailler à l'élaboration d'un ou d'outils d'observation

6.22 Carte Professionnelle

- Bénéficiaire d'une carte professionnelle pour le personnel des Offices de Tourisme (permanents et saisonniers), à l'échelle du département du Finistère.
- Visites de 73 structures pour la deuxième édition
- Valable pour une personne
- Carte à l'initiative d'OT 29
Mise en place en mars 2026

EVENEMENTIELS -ANIMATIONS

6.23 6^{ème} édition des Semaines du Tourisme Economique et des Savoir-Faire

- 6^{ème} édition : du lundi 19 octobre au dimanche 01 novembre 2025 (vacances de la Toussaint).
- Co-organisation : OTB, OT
- Organisation locale : OT / Service éco de QBO
- Une semaine supplémentaire à destination des étudiants et scolaires
- Organisation locale : OT/AJE29/Service éco de QBO
- Réunion départementale avec le Secret de nos Boîtes (CCI du Finistère), OT29, en vue d'une collaboration sur l'événement

6.24 12 ans du festival Les Enfants sont des Princes 2026

- Une organisation portée par QBO mais également multipartite :
- QBO (pour le financement et l'organisation générale),
 - la ville de Quimper - Service culturel pour la programmation) et le Service Communication (réservation des sucettes Decaux, le Mag...,
 - Les communes participantes pour l'organisation communale et la programmation locale,
 - L'Office de Tourisme pour la promotion, supports de com et la diffusion.

COMMERCIALISATION

6.25 Brochures groupes

Sortie en novembre 2025.

→ Idéalement la prochaine brochure sortirait en octobre 2026 pour 2027

→ 31 produits packagés proposés

6.26 Carte de guide touristique

- Constat : une perte de guide-conférencier (5 à 6 à Quimper contre une dizaine il y a quelques années / Rennes est passé d'une cinquantaine à 25 guides actuellement...)
- Des demandes de groupes français et surtout étrangers ne peuvent être satisfaites.
- Travail sur la carte de guide touristique pour les salarié(e)s des Offices de Tourisme, carte qui ne sera pas celle de guide-conférencier.
- Mise en place d'une commission régionale et travaille engager avec l'UBO et OTB pour mettre en place une nouvelle formation à Quimper de niveau licence entre Tourisme et patrimoine
- Objectif : que tous les membres de l'équipe d'accueil soient titulaires d'une carte de guide

6.27 Régie publicitaire

- 1 soixantaine d'annonceurs
- Régie publicitaire à maintenir voire amplifier
- Commercialisation de la centrale de réservation

6.28 Réalisations de plusieurs stickers à destination des professionnels du tourisme

- Adhérents
- Langues

6.29 Adhésions de l'Office de Tourisme de Quimper Cornouaille en 2026

- | | | |
|---|--|---|
| → OT 29 (Marie LE GARREC est secrétaire adjointe – collègue des élus – et Éric VIGHETTI est vice- | président – collègue des techniciens.) | est vice-président – collègue des techniciens.) |
| | → OTB (Marie LE GARREC est membre du CA – collègue des élus – et Éric VIGHETTI | → ADN TOURISME |
| | | → ATOUT France (dernier trimestre 2026) |

6.30 Label Tourisme équitable

Obtention du label en mai 2022.

11 séjours labellisés.

L'enjeu est désormais d'améliorer la communication et d'amplifier la vente de ces

séjours labellisés Tourisme Équitable.

Renouvellement du label en 2025 et réflexion en cours sur l'opportunité du renouvellement.

Une réflexion est engagée afin de s'orienter dans les prochaines années autour d'un label Européen de Type Green Destination.

6.31 Quimper et QBO destination pour tous

L'office souhaite engager cette discussion afin que Quimper ou QBO s'engage dans cette dynamique, étant donné que seule 9 destinations sont labellisées en Bretagne et aucune en Bretagne (seule Lorient est en entrée dans la démarche). Ce type de label permettrait d'obtenir une reconnaissance nationale avec des équipements, commerces accessibles et surtout permettrait

de créer et vendre des séjours clés en main adaptés aux différentes formes de handicaps.

Marie Le Garrec, Présidente de l'Office de Tourisme aimerait voir portée par Quimper et QBO le Label National « Destination pour Tous ». Neuf destinations en France sont labellisées mais aucune en Bretagne même si la ville de Lorient travaille sur cette démarche. L'enjeu pour l'OT

serait ensuite de proposer et vendre des séjours clés en main aux personnes fragilisées. A ce jour, l'Office de Tourisme de Quimper Cornouaille ne peut faire ce travail commercial faute de structures suffisantes labellisées.

6.32 Circuit thématique pour les personnes handicapés moteur

Suite à une demande de l'Office de Tourisme et de la maison du patrimoine, un groupe d'étudiants en master 2 de l'UBO a

réalisé des circuits adaptés aux personnes en situation de handicap dans le centre-ville de Quimper. Ce travail se traduira

par la réalisation d'un document spécifique qui sera remis aux personnes concernées.

6.33 Partenariat avec Kernavélo

Réflexion en cours avec l'association Kernavélo qui va gérer la Maison des Mobilités pour mettre en place un accueil public comprenant de la

documentation de l'Office de Tourisme comprenant notamment les plans sous-main et peut être demain une borne extérieure et un écran :

questionnement sur l'utilisation de Tourinsoft, notre SIT et formation à prévoir.

6.34 Les « Points Relais Information » sur la commune de Locronan

L'Office de Tourisme souhaite remettre en place des points relais sur Locronan, permettant de remettre des documents sur la Petite Cité de Caractère lorsque l'Office de Tourisme est fermé. Ces points relais pourraient reprendre ceux qui existaient déjà

depuis 2013 à savoir, 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 » serait remis pour placer à l'entrée de leurs commerces ou structures,

ainsi que des présentoirs fournis ainsi que de la documentation qui sera régulièrement réapprovisionnée. Ce dispositif qui existait depuis 2013 et qui fonctionnait bien, s'était arrêté avec LA COVID et devrait redémarrer à l'automne 2026 !

6.35 Poursuite des partenariats

L'OT va continuer sa politique de partenariats avec les de nombreuses entreprises locales tel Armor Lux, Arts de Cornouaille,

la QUB, mais également avec l'UBO pour les formations Tourisme (deux licences et un

master) et Patrimoine (une licence et un master) basées à Quimper.

II. RAPPORT FINANCIER

OFFICE DE TOURISME DE QUIMPER CORNOUAILLE

DETAIL DES CHARGES

	2025	2024
Coût d'achat des marchandises vendues	5 333	9 285
Coût d'achat des produits touristiques	114 370	165 652
Salaires, charges sociales et fiscales	557 670	550 630
Dépliants, affiches et autres publicités	69 263	90 182
Visites guidées	3 376	2 744
Salons, déplacements, réceptions	14 413	12 614
Frais administratifs :		
* Affranchissements	7 893	8 626
* Téléphone, site web	20 616	22 922
* Fournitures de bureau	2 274	2 210
* Electricité	7 709	9 591
* Assurances	4 555	4 261
* Autres achats et charges externes	86 520	97 039
Total frais administratifs	129 566	144 648
- Dotation aux amortissements	50 941	47 835
- Dotation aux provisions	10 469	8 578
- Charges financières	0	0
- Charges Diverses	16 003	14 546
<u>Total charges d'exploitation et financières</u>	971 404	1 046 713
<u>Résultat courant</u>	22 973	-8 766
<u>Résultat exceptionnel</u>	0	1 605
<u>Engagements à réaliser sur sub/reprise</u>	-13 200	8 090
<u>RESULTAT DE L'EXERCICE</u>	9 773	929

DÉTAIL DES PRODUITS

OFFICE DE TOURISME DE QUIMPER CORNOUAILLE

DETAIL DES PRODUITS

	2025	2024
Subvention QUIMPER COMMUNAUTE		
- fonctionnement	510 000	510 000
- variable (promotion et site web)	38 000	50 000
- Quote-part annuelle de subvention investissement	35 711	16 557
Cotisations	101 122	94 872
Recettes publicité	88 904	80 243
Ventes de produits touristiques	144 354	193 593
Visites guidées	27 645	25 334
Locations vitrines et panneau ext.	5 681	5 473
Locations bornes	16 843	21 185
Commissions	4 892	3 084
Ventes (Catalogues, documentation, affiches, divers)	8 604	10 578
Autres produits	7 638	14
Produits financiers	2 316	2 877
Reprise provision clients	0	0
Reprise provision retraite	2 667	4 073
Remboursements reçus (frais déplacements, divers ...)	0	20 064
<u>Total des produits d'exploitation et financiers</u>	994 377	1 037 947

BILAN ACTIF

ACTIF		Exercice N 31/12/2025 12			Exercice N-1 31/12/2024 12
		Brut	Amortissements et dépréciations (à déduire)	Net	Net
ACTIF IMMOBILISÉ	Immobilisations incorporelles				
	Frais d'établissement				
	Frais de recherche et de développement				
	Concessions, Brevets et droits similaires	31 634	30 712	922	4 216
	Fonds commercial (1)				
	Autres immobilisations incorporelles				
	Avances et acomptes				
	Immobilisations corporelles				
	Terrains				
	Constructions				
Installations techniques Matériel et outillage	110 541	49 787	60 754	82 862	
Autres immobilisations corporelles	283 354	179 015	104 339	107 422	
Immobilisations en cours				16 882	
Avances et acomptes					
Immobilisations financières (2)					
Participations mises en équivalence					
Autres participations					
Créances rattachées à des participations					
Autres titres immobilisés					
Prêts					
Autres immobilisations financières	336		336	336	
Total I	425 865	259 514	166 352	211 718	
ACTIF CIRCULANT	Comptes de liaison Total II				
	Stocks et en cours				
	Matières premières, approvisionnements				
	En-cours de production de biens				
	En-cours de production de services				
	Produits intermédiaires et finis				
	Marchandises	13 945		13 945	15 842
	Avances et acomptes versés sur commandes				
	Créances (3)				
	Créances usagers et comptes rattachés	14 239		14 239	35 995
Autres créances	177 132		177 132	59 129	
Valeurs mobilières de placement					
Instruments de trésorerie					
Disponibilités	334 481		334 481	399 248	
Charges constatées d'avance (3)	27 633		27 633	8 576	
Total III	567 431		567 431	518 790	
Comptes de Régularisation	Charges à répartir sur plusieurs exercices (IV)				
	Primes de remboursement des obligations (V)				
	Ecart de conversion actif (VI)				
TOTAL GENERAL (I+II+III+IV+V+VI)	993 296	259 514	733 783	730 508	

(1) Dont droit au bail
(2) Dont à moins d'un an
(3) Dont à plus d'un an

OUEST CONSEILS AUDIT

BILAN PASSIF

PASSIF		Exercice N 31/12/2025 12	Exercice N-1 31/12/2024 12
FONDS ASSOCIATIFS	Fonds propres		
	Fonds associatifs sans droit de reprise	170 026	170 026
	Ecarts de réévaluation		
	Réserves :		
	Réserves statutaires ou contractuelles		
	Réserves réglementées		
	Autres réserves	32 157	31 229
	Report à nouveau	19 112	19 112
	RESULTAT DE L'EXERCICE (Excédents ou Déficits)	9 773	929
	Autres fonds associatifs		
	Fonds associatifs avec droit de reprise :		
	Apports		
Legs et donations			
Résultats sous contrôle de tiers financeurs			
Ecarts de réévaluation			
Subventions d'investissement sur biens non renouvelables	132 357	166 068	
Provisions réglementées			
Droit des propriétaires			
Total I	363 425	387 363	
	Comptes de liaison		
	Total II		
PROVISIONS ET FONDS DÉDIÉS	Provisions pour risques		
	Provisions pour charges	100 622	92 820
	Fonds dédiés sur subventions de fonctionnement	39 610	26 410
	Fonds dédiés sur autres ressources		
Total III	140 232	119 230	
DETTES (1)	Emprunts obligataires		
	Emprunts et dettes auprès d'établissements de crédit (2)		
	Emprunts et dettes financières divers		
	Avances et acomptes reçus sur commandes en cours	897	5 074
	Dettes fournisseurs et comptes rattachés	77 768	66 390
	Dettes fiscales et sociales	135 545	138 158
	Dettes sur immobilisations et comptes rattachés	8 424	8 424
	Autres dettes	5 736	377
Instrument de trésorerie			
Comptes de Régularisation	Produits constatés d'avance	1 756	5 492
	Total IV	230 126	223 915
	Ecarts de conversion passif (V)		
	TOTAL GENERAL (I+II+III+IV+V)	733 783	730 508

(1) Dont à plus d'un an
Dont à moins d'un an

(2) Dont concours bancaires courants et soldes créditeurs de banques

228 370

218 423

OUEST CONSEILS AUDIT

ANNEXE

Exercice du 01/01/2025 au 31/12/2025

Annexe au bilan avant répartition de l'exercice, dont le total est de 733 783 Euros et au compte de résultat de l'exercice présenté sous forme de liste, dont les produits d'exploitation sont de 992 060.96 Euros et dégagant un excédent de 9 773 Euros.

L'exercice a une durée de 12 mois, couvrant la période du 01/01/2025 au 31/12/2025.

Les notes et les tableaux présentés ci-après, font partie intégrante des comptes annuels.

Présentation de l'association

L'action de l'association "Office de Tourisme de Quimper Cornouaille" s'étend sur le territoire des membres de Quimper Bretagne Occidentale. L'office de tourisme a pour mission de concourir au développement touristique de Quimper Bretagne Occidentale, conformément à la loi Mouly de décembre 1992, notamment par:

- L'accueil du public ;
- L'information des touristes ;
- La promotion touristique de Quimper Bretagne Occidentale en cohérence avec le Comité Départemental et le Comité Régional du Tourisme ;
- La coordination des interventions des divers partenaires du développement touristique local ;
- La consultation sur des projets d'équipements collectifs touristiques ;
- La commercialisation des biens et des prestations de services touristiques dans les conditions prévues par la loi n° 2009-888 du 22 juillet 2009 de développement et de modernisation des services touristiques fixant les conditions d'exercice des activités relatives à l'organisation et à la vente de voyages ou séjours. L'office de tourisme peut être autorisé, sur la zone géographique du Pays de Cornouaille, à commercialiser des prestations de services touristiques, dans les conditions de l'ordonnance n° 2005-174 du 24 février 2005 relative à l'organisation et à la vente de voyages et de séjours et modifiant le livre II du code de tourisme intitulé "activités et professions du tourisme".
- L'entreprise de toutes actions nécessaires à la recherche permanente d'amélioration de la qualité (hôtels, gîtes, meublés, campings), aussi bien dans le domaine de l'aménagement, de la formation que dans celui de l'animation touristique ;
- L'observation de l'activité économique du tourisme.

Pour exercer ses diverses activités, l'association dispose de locaux à Quimper au 8 rue Elie Fréron (siège social) et également sur Locronan, mis gratuitement à sa disposition par Quimper Bretagne Occidentale, dans les conditions définies par une convention de mise à disposition de locaux.

FAITS CARACTERISTIQUES DE L'EXERCICE

Néant.

EVENEMENTS SIGNIFICATIFS POSTERIEURS A LA CLOTURE

Néant.

ANNEXE

Exercice du 01/01/2025 au 31/12/2025

- REGLES ET METHODES COMPTABLES -

Principes et conventions générales

La présentation des comptes sur cet exercice a été effectuée selon le référentiel ANC 2018-06, applicable aux associations à compter du 01/01/2020.

Les conventions générales comptables ont été appliquées dans le respect du principe de prudence, conformément aux hypothèses de base : continuité de l'exploitation, permanence des méthodes comptables d'un exercice à l'autre, indépendance des exercices, conformément aux règles générales d'établissement et de présentation des comptes annuels.

La méthode de base retenue pour l'évaluation des éléments inscrits en comptabilité est la méthode des coûts historiques.

Les règles et méthodes comptables, et ou méthodes d'évaluation applicables aux différents postes du bilan et du compte de résultat sont décrites ci après.

Permanence des méthodes

Les méthodes d'évaluation retenues pour cet exercice n'ont pas été modifiées par rapport à l'exercice précédent.

Le règlement ANC n° 2022 06, homologué le 30 décembre 2023, modifie le plan comptable général et s'applique à compter du 1er janvier 2025. Notamment, il modifie la définition du résultat exceptionnel, supprime la technique des transferts de charges et modifie les modèles d'états financiers. Les comptes de l'exercice clos au 31 décembre 2025 sont établis et présentés conformément aux dispositions de ce règlement. Sur les incidences du nouveau règlement sur les principaux postes de 2025, (voir ci-après 1).

Les comptes de l'exercice clos le 31 décembre 2024 ne sont pas retraités rétrospectivement des nouvelles règles. En revanche, des reclassements et des regroupements ont été opérés dans la colonne comparative "31-12-2024", entre des lignes de bilan ou du compte de résultat, pour respecter le nouveau format des états financiers (voir ci-après 2.).

1. Incidences du changement de méthodes comptables sur les principaux postes de l'exercice 2025

Impacts de la nouvelle définition du résultat exceptionnel sur l'exercice 2025

A compter du 1er janvier 2025, conformément à l'article 513-5 du PCG, le résultat exceptionnel comprend :

- Les produits et charges directement liés à un événement majeur et inhabituel et qui n'auraient pas été constatés en l'absence de cet événement ;
- Les corrections d'erreurs, à l'exception de celles qui concernent des écritures initialement imputées directement sur les capitaux propres.

ANNEXE

Exercice du 01/01/2025 au 31/12/2025

Ce changement entraîne le classement en résultat courant d'opérations qui avant l'application du nouveau règlement étaient comptabilisées par nature en résultat exceptionnel. Les principales incidences sont détaillées ci-après.

Quotes-parts de subventions d'investissement virées au résultat

Au 31 décembre 2025, les quotes-parts de subventions d'investissement virées au résultat, n'ayant pas de lien direct avec un événement majeur et inhabituel, sont comptabilisées dans le résultat d'exploitation, au poste "Subventions d'exploitation" pour 35 711 €. Au 31 décembre 2024, elles figurent en "Produits exceptionnels" pour 16 557 €.

Impacts de la suppression de la technique des transferts de charges sur l'exercice 2025

La suppression de la technique des transferts de charges entraîne le classement d'opérations qui avant l'application du nouveau règlement étaient comptabilisées dans le poste "Reprises sur amortissements, dépréciations et provisions et transferts de charges", dans d'autres postes de charges ou de produits. La principale incidence est détaillée ci-après.

Au 31 décembre 2024, les "transferts de charges" inscrits parmi les produits d'exploitation s'élèvent à 20 063 € (aucun transfert de charges financières ou exceptionnelles n'a été enregistré sur l'exercice 2024). Ce montant comprend :

- 19 511 € liés à des remboursements de personnel (indemnités journalières)
- 552 € de refacturations de frais

Le poste "Transfert de charges" étant supprimé dans le nouveau modèle du compte de résultat, la totalité de ce montant a été intégrée dans le poste "Reprises sur amortissements, dépréciations et provisions". Au 31 décembre 2025 :

- Les remboursements de formation de personnel moins des charges d'exploitation, au poste "Autres charges de personnel - Salaires et traitements" pour 11 487 € ;
- Les refacturations de frais en "Ventes de prestations de services" pour 352 €.

2. Présentation de la colonne comparative (exercice 2024)

Des reclassements et des regroupements ont été opérés dans la colonne comparative "31-12-2024", entre des lignes du bilan ou du compte de résultat, pour respecter le nouveau format des états financiers. Dans la colonne comparative :

La ligne "Charges constatées d'avance" est remontée entre la rubrique des "Créances" ;

Les transferts de charges d'exploitation sont présentés dans le poste "Reprises sur amortissements, dépréciations et provisions" ;

Les charges et produits exceptionnels sont regroupés sur les deux lignes "Produits exceptionnels" et "Charges exceptionnelles".

ANNEXE

Exercice du 01/01/2025 au 31/12/2025

- COMPLEMENT D'INFORMATIONS RELATIF AU BILAN -

Etat des immobilisations

	Valeur brute début d'exercice	Augmentations	
		Réévaluations	Acquisitions
Autres postes d'immobilisations incorporelles			
TOTAL	31 634		
Installations techniques, Matériel et outillage industriel	110 541		
Installations générales agencements aménagements divers	121 654		21 513
Matériel de bureau et informatique, Mobilier	139 245		943
TOTAL	371 440		22 456
TOTAL GENERAL	403 074		22 456

	Diminutions		Valeur brute en fin d'exercice	Réévaluation Valeur d'origine fin exercice
	Poste à Poste	Cessions		
Autres immobilisations incorporelles			31 634	31 634
Installations techniques, Matériel et outillage industriel			110 541	110 541
Installations générales agencements aménagements divers			143 167	143 167
Matériel de bureau et informatique, Mobilier			140 187	140 187
TOTAL			393 895	393 895
TOTAL GENERAL			425 529	425 529

Etat des amortissements

Situations et mouvements de l'exercice	Montant début d'exercice	Dotations de l'exercice	Diminutions Reprises	Montant fin d'exercice
Autres immobilisations incorporelles	27 418	3 294		30 712
Installations techniques, Matériel et outillage industriel	27 679	22 108		49 787
Installations générales agencements aménagements divers	45 820	15 904		61 724
Matériel de bureau et informatique, Mobilier	107 656	9 635		117 291
TOTAL	181 155	47 647		228 802
TOTAL GENERAL	208 573	50 941		259 514
Ventilation des dotations de l'exercice	Amortissements linéaires	Amortissements dégressifs	Amortissements exceptionnels	Amortissements dérogatoires
				Dotations
				Reprises
Autres immob.incorporelles	3 294			
Instal.techniques matériel outillage indus.	22 108			
Instal.générales agenc.aménag.divers	15 904			
Matériel de bureau informatique mobilier	9 635			
TOTAL	47 647			
TOTAL GENERAL	50 941			

ANNEXE

Exercice du 01/01/2025 au 31/12/2025

Tableau de variation des fonds propres

ANC 2018-06 : Art. 431-5

VARIATION DES FONDS PROPRES	A l'ouverture	Affectation du résultats	Augmentation	Diminution ou consommation	A la clôture
Fonds propres sans droit de reprise	170 026				170 026
Réserves	31 229	929		0	32 157
Report à nouveau	19 112				19 112
Excédent ou déficit de l'exercice	929	-929	9 773	0	9 773
Situation nette	221 295		9 773	0	231 068
Subventions d'investissement	166 068		2 000	35 711	132 357
TOTAL I	387 363		11 773	35 712	363 425

ANNEXE

Tableau de variation des fonds dédiés

ANC 2018-06 : Art. 431-6

Une information relative aux fonds dédiés est donnée dans l'annexe par projet ou catégorie de projet selon les rubriques figurant dans le tableau ci-après :

VARIATION DES FONDS DEDIES	A L'OUVERTURE DE L'EXERCICE	REPORTS	UTILISATIONS		TRANSFERTS	A LA CLOTURE DE L'EXERCICE	
			Montant global	Dont remboursements		Montant global	Dont fonds dédiés *
Subventions d'exploitation	26 410	13 200				39 610	
Subvention variable 2023	4 500					4 500	
Subvention variable 2023	20 000					20 000	
Subvention variable 2024	1 910					1 910	
Subvention variable 2025		13 200				13 200	
TOTAL	26 410	13 200				39 610	

* correspondant à des projets sans dépense au cours des deux derniers exercices

ANNEXE

Exercice du 01/01/2025 au 31/12/2025

Etat des provisions

Provisions pour risques et charges	Montant début d'exercice	Augmentations Dotations	Diminutions Montants utilisés	Diminutions Montants non utilisés	Montant fin d'exercice
Pensions et obligations similaires	92 820			92 820	
Autres provisions pour risques et charges		10 469	-90 153		100 622
TOTAL	92 820	10 469	-90 153	92 820	100 622
TOTAL GENERAL	92 820	10 469	-90 153	92 820	100 622
Dont dotations et reprises d'exploitation		10 469	2 667		

Etat des échéances des créances et des dettes

Etat des créances	Montant brut	A 1 an au plus	A plus d'1 an
Autres immobilisations financières	336	336	
Autres créances clients	14 239	14 239	
Personnel et comptes rattachés	960	960	
Débiteurs divers	176 172	176 172	
Charges constatées d'avance	27 633	27 633	
TOTAL	219 341	219 341	

Etat des dettes	Montant brut	A 1 an au plus	De 1 à 5 ans	A plus de 5 ans
Fournisseurs et comptes rattachés	77 768	77 768		
Personnel et comptes rattachés	66 885	66 885		
Sécurité sociale et autres organismes sociaux	63 198	63 198		
Taxe sur la valeur ajoutée	1 594	1 594		
Autres impôts taxes et assimilés	3 867	3 867		
Dettes sur immobilisations et comptes rattachés	8 424	8 424		
Autres dettes	5 736	5 736		
Produits constatés d'avance	1 756	1 756		
TOTAL	229 229	229 229		

Autres immobilisations incorporelles

Les brevets, concessions et autres valeurs incorporelles immobilisées ont été évalués à leur coût d'acquisition, mais à l'exclusion des frais engagés pour leur acquisition.
Ces éléments sont amortis sur la durée de leur utilisation par l'entreprise à savoir :

	Valeurs	Taux d'amortissement
plateforme de réservation	13 152	20.00
logiciels	11 912	33.33
photothèque	6 250	20.00
photothèque	320	25.00

Evaluation des immobilisations corporelles

La valeur brute des éléments corporels de l'actif immobilisé correspond à la valeur d'entrée des biens dans le patrimoine compte tenu des frais nécessaires à la mise en état d'utilisation de ces biens, mais à l'exclusion des frais engagés pour leur acquisition.

ANNEXE

Exercice du 01/01/2025 au 31/12/2025

Evaluation des amortissements

Les méthodes et les durées d'amortissement retenues ont été les suivantes :

Catégorie	Mode	Durée
Matériel donné en location	linéaire	5 ans
Agencements et aménagements	linéaire	0 à 10 ans
Matériel de bureau et informat	linéaire	3 à 5 ans
Mobilier	linéaire	5 ans

Evaluation des matières et marchandises

Les marchandises ont été évaluées à leur coût d'acquisition.

Evaluation des créances et des dettes

Les créances et dettes ont été évaluées pour leur valeur nominale.

Dépréciation des créances

Les créances ont, le cas échéant, été dépréciées par voie de provision pour tenir compte des difficultés de recouvrement auxquelles elles étaient susceptibles de donner lieu.

Produits à recevoir

Montant des produits à recevoir inclus dans les postes suivants du bilan	Montant
Autres créances	495
Total	495

Charges à payer

Montant des charges à payer incluses dans les postes suivants du bilan	Montant
Dettes fournisseurs et comptes rattachés	37 427
Dettes fiscales et sociales	131 975
Dettes sur immobilisations et comptes rattachés	8 424
Total	177 825

Charges et produits constatés d'avance

Charges constatées d'avance		Montant
Charges d'exploitation		27 633
Total		27 633
Produits constatés d'avance		Montant
Produits d'exploitation		1 756
Total		1 756

ANNEXE

Exercice du 01/01/2025 au 31/12/2025

Subventions d'équipement

L'association a bénéficié sur les exercices précédents et cet exercice de subventions d'investissement octroyées par QBO et la Région Bretagne.
Les subventions sont réintégréées au résultat au même rythme que l'amortissement des biens subventionnés.

- COMPLEMENT D'INFORMATIONS RELATIF AU COMPTE DE RESULTAT -

Ventilation des subventions

Répartition par secteur d'activité	Montant
Subvention de fonctionnement accordée par QBO dans le cadre de la convention d'objectifs 2022-2025	510 000
Subvention variable accordée par QBO au titre de 2025 dédiée à la réalisation de projets spécifiques	38 000
Total	548 000

Effectif moyen

	Personnel salarié
Cadres	2
Employés	11
Total	13

Valorisation des contributions volontaires

Les contributions volontaires en nature sont comptabilisées en pied de compte de résultat pour un montant global de 134 428 € et se répartissent comme suit:

- bénévolat 21 625 € correspondant selon les décomptes tenus par l'association à 1 379 heures valorisées au taux horaire brut du SMIC de 11.88 € au 31/12/2025, majoré de 32% de cotisations sociales patronales.
- mise à disposition par Quimper Bretagne Occidentale des locaux situés 8 rue Elie Fréron à Quimper, valorisée 99 624 € correspondant à la valeur locative brute 2025 selon données cadastrales.
- mise à disposition par Quimper Bretagne Occidentale des locaux situés Place de l'Eglise à Locronan, valorisée 13 179 € correspondant à la valeur locative brute 2025 selon données cadastrales.

ANNEXE

Exercice du 01/01/2025 au 31/12/2025

- ENGAGEMENTS FINANCIERS ET AUTRES INFORMATIONS -

Engagement en matière de pensions et retraites

La société n'a signé aucun accord particulier en matière d'engagements de retraite. Ces derniers se limitent donc à l'indemnité conventionnelle de départ à la retraite. La provision pour charges est comptabilisée pour l'ensemble du personnel salarié. Elle s'élève à 100 622 € contre 92 820 € au 31/12/2024, soit une reprise de 2 667 € et une dotation de 10 469 €.

Les paramètres retenus sont les suivants:

- application de la méthode rétrospective des unités de crédit projetés.
- âge de départ volontaire à la retraite 60 - 64 ans (âge légal de départ)
- taux de charges sociale 32%
- table de mortalité INSEE 2014
- turn over faible
- évolution des salaires (inflation comprise) 2%
- taux d'actualisation - IBOXX Corporates AA - 3.60%