



# RAPPORT D'ACTIVITÉS 2018





<p>1</p> <p>Laissez VOUS surprendre</p> <p>Lorient l'inattendue!</p>	<p>2</p>	<p>3</p>	<p>4</p>	<p>5</p>	<p>6</p>
<p>La destination touristique "inattendue"</p>	<p>Les accueils</p>	<p>La promotion et la communication</p>	<p>La commercialisation</p>	<p>Développement et actions partenariales sur le territoire</p>	<p>Financement et organisation</p>

Laissez  
VOUS  
surprendre

LORIENT  
BRETAGNE  
SUD,  
l'inattendue!

# Rapport moral

## UN COCKTAIL 2018 PLEIN DE SAVEURS



**Jean-Patrice PHILIPPE**  
Président

Plus d'un million de touristes sur notre destination, soit 7,8 % du tourisme breton, une fréquentation dans nos bureaux d'informations et chez les professionnels en évolution positive, confirment une **réelle attractivité touristique de notre territoire**.

Un office de tourisme récompensé de son travail et de ses efforts par l'obtention de la marque qualité fin 2017, prémices à l'obtention du Classement 1<sup>ère</sup> catégorie en janvier 2018. Une nouvelle agence à Hennebont dans des nouveaux locaux. A ce jour, 4 agences sur 5 sont rénovées. La nouvelle agence de l'Île de Groix verra le jour à la rentrée prochaine. Une évolution des demandes sur les bureaux en augmentation, une présence accrue sur les réseaux sociaux avec plus de visibilité.

Plus d'outils pour contacter nos visiteurs et nos clients en 2018. Un développement de l'implantation des Points I Mobiles sur l'ensemble du territoire qui conforte l'accessibilité à l'information. Encore plus de films réalisés qui mettent en avant les différentes facettes du territoire mais aussi les nombreuses activités possibles. Films et spots gratuits et utilisables par tous sans aucune restriction, une appli numérique sur la rando, créée par Lorient Agglomération et Quimperlé Communauté, qui se développe dans son contenu et dont nous assurons la promotion.

Une mission de commercialisation groupes, affaires, individuels et billetterie qui s'accroît au profit des professionnels et avec des partenariats importants pour nous.

Nous avons fêté en 2018 les 10 ans de la BreizhBox avec plus de 25 000 clients accueillis.

Une présence renforcée de l'Office au sein des différentes instances régionales, départementales avec un rôle d'animateur parfois, et un rapprochement gagnant gagnant avec nos amis de l'office de tourisme de Quimperlé Terre Océane.

Sous l'égide de Lorient Agglomération et en partenariat avec la CCI et l'Audelor se confirme l'indispensable animation du réseau des professionnels qui a abouti (entre autres opérations) tout naturellement à cette première rencontre du tourisme du pays de Lorient, qui je l'espère deviendra notre rendez-vous annuel.





Et comment ne pas nous réjouir du succès en 2018 des différents événements qui participent à l'attractivité touristique de notre territoire... En premier lieu le Festival Interceltique de Lorient avec ses 750 000 festivaliers, les différents événements sportifs et nautiques, les différentes expositions et spectacles proposés tout au long de la saison, le festival du film insulaire de Groix, Avis de Temps Fort sur la rive gauche, sans oublier le Festival des Rias... Rappelons toujours l'importance du tourisme d'affaires en Lorient Bretagne Sud et le développement des rencontres professionnelles et congrès à la Segepex, à la Cité de la Voile...

Tous ces éléments reflètent bien la dynamique touristique de notre territoire.

N'en doutons pas ! Lorient Bretagne Sud est désormais bel et bien une véritable destination touristique incontournable dans le paysage breton, même s'il nous reste du chemin à parcourir.

Car oui ! La pause n'est pas possible, **3 enjeux importants sont devant nous**. Plusieurs axes de développement sont indispensables, certains sont déjà commencés depuis 2018 et devront voir leur maturité en 2019.

La promotion de notre territoire est bien le **premier enjeu** par un renfort et une nécessaire adaptation et évolution de notre **approche numérique**.

Pour exemple, le nouveau site internet, dont j'espère que vous avez pu apprécier la nouvelle approche, mais aussi une nouvelle approche de notre communication avec les conseils d'une nouvelle agence qui doit nous faire évoluer dans nos réflexions et actions autour des éditions papier et du numérique.

Une commercialisation renforcée par une recherche de partenariats nouveaux et des partenariats renforcés au niveau régional et départemental et une nouvelle coopération avec notre voisin de Quimperlé.

Des évolutions et des développements importants pour nos équipes au service d'une information pertinente et adaptée à la demande clients.

Un **deuxième enjeu** s'impose à nous et il est **économique**. La baisse de nos aides publiques, les nouvelles contraintes sur les ouvertures des agences sur les communes classées nous amène à une nouvelle réflexion quant à notre organisation et à l'utilisation de nos ressources internes. Nous devons être imaginatifs, et serons amenés à revalider la poursuite et la pertinence de telle ou telle mission en lien avec notre partenaire institutionnel. L'équilibre économique indispensable est bien la garantie de notre indépendance et du libre choix de nos actions.

Le **troisième enjeu** est de continuer de **développer nos outils en interne** pour améliorer le travail des équipes et en externe pour nos professionnels

En conclusion, les évolutions des attentes des professionnels, celles du comportement de nos visiteurs nécessitent toujours un travail d'adaptation permanent et une vigilance de tous les instants.

C'est en ce sens que je souhaite saluer et remercier l'ensemble des équipes et son directeur pour la qualité du travail réalisé, pour leur implication et capacité d'adaptation qui se vérifient chaque jour,

Enfin, comment ne pas remercier Lorient Agglomération (élu, sans oublier les services) pour leur accompagnement et le climat de confiance entre nos deux entités.

Je souligne aussi les partenariats majeurs qui se montent depuis 2, 3 ans avec Audelor, la CCI, la Segepex, la Sellor.

Et je vous remercie, vous les acteurs touristiques du Pays de Lorient, adhérents de notre association dont j'espère que les missions menées et les résultats affichés en 2018 vous satisferont pleinement.

**Bonne saison à tous**

Laissez  
VOUS  
surprendre

LORIENT  
BRETAGNE  
SUD,  
l'inattendue!

1

LA DESTINATION  
TOURISTIQUE  
inattendue





# UNE DESTINATION PLEINE D'ATOUTS !



## La Destination Lorient-Quimperlé Bretagne Sud comprend **TOUS LES INGRÉDIENTS** d'une véritable destination touristique

- Une **géographie**, entre rade, mer et vallées qui offre une **diversité de paysages et de loisirs** pour tous
- Une **nature préservée** dans laquelle se côtoient réserves naturelles, voies vertes, pistes cyclables, sentiers de randonnées pédestres, plages...
- Un **patrimoine culturel et maritime riche de son histoire**



- Une **accessibilité** aisée grâce aux réseaux routier, ferroviaire, aérien et un réseau de **transports en commun performant** intégrant des liaisons bus et bateaux
- Des **infrastructures touristiques** de loisirs et d'hébergements jalonnant l'ensemble du territoire
- Des **festivals et des manifestations culturelles** tout au long de l'année



Une **forte volonté politique** et un **professionnalisme des acteurs de la filière touristique** qui concourent au développement de la destination



# CARTE D'IDENTITÉ DU TERRITOIRE

>>>

## CAPACITÉ D'ACCUEIL



101 927

lits touristiques

les nuitées  
touristiques ↓

425 000	51 hôtels (+10 non classés)	1 713 chambres
771 270	50 campings (+13 non classés)	5 923 emplacements
55 729	5 villages vacances	1 542 lits
136 326	5 résidences de tourisme	1 736 lits
	2 auberges de jeunesse	422 lits

Soit un total de **27 857** lits touristiques

14 814 résidences secondaires

Soit un total de **74 070** lits touristiques



=  
**1 388 325**  
nuitées  
touristiques



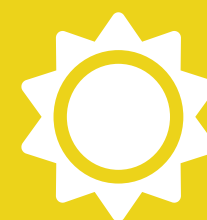
+ 15 ports de plaisance et zones de  
mouillage qui totalisent **4636 places**

(Hors gîtes, chambres d'hôtes, meublés, insolites, Airbnb) - Source : www.audelor.com

9 LA DESTINATION TOURISTIQUE INATTENDUE

## UNE MÉTÉO 2018

### EXCEPTIONNELLE



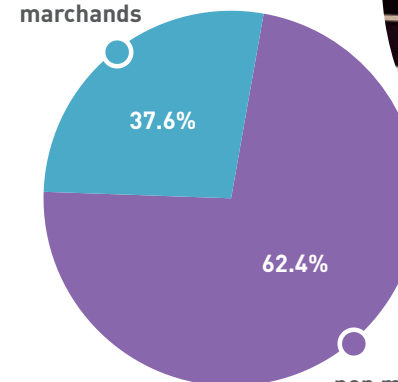
2023 heures d'ensoleillement

134 heures de soleil en plus  
entre juillet et septembre  
(par rapport à 2017) =

+ 23 %

2018 = année la plus chaude  
depuis le début  
du 20<sup>e</sup> siècle

Lits  
marchands



Lits  
non marchandés



www.lorientbretagnesudtourisme.fr



>>>

## EN CHIFFRES

Source : [www.audelor.com](http://www.audelor.com)



**46** communes  
dont **20** communes littorales  
(au sens "Loi Littoral")  
**274 960** habitants  
**1 460** km<sup>2</sup>  
**1,1 million** de touristes en 2018,  
soit 7,8% du total breton



**22** plages surveillées  
**1 700** km de sentiers de randonnée  
**3 836** emplois en hôtellerie-restauration  
**4 100** croisiéristes  
**481 244** entrées cumulées  
dans les sites touristiques  
(hors zoo)



**24** équipements touristiques  
et musées  
**8** communes touristiques  
dont 1 en cours  
**3** stations classées  
dont 1 en cours  
**3** Villes historiques  
**1** Ville d'Art et d'Histoire  
**1** Cité des Métiers d'Art  
**135** monuments historiques

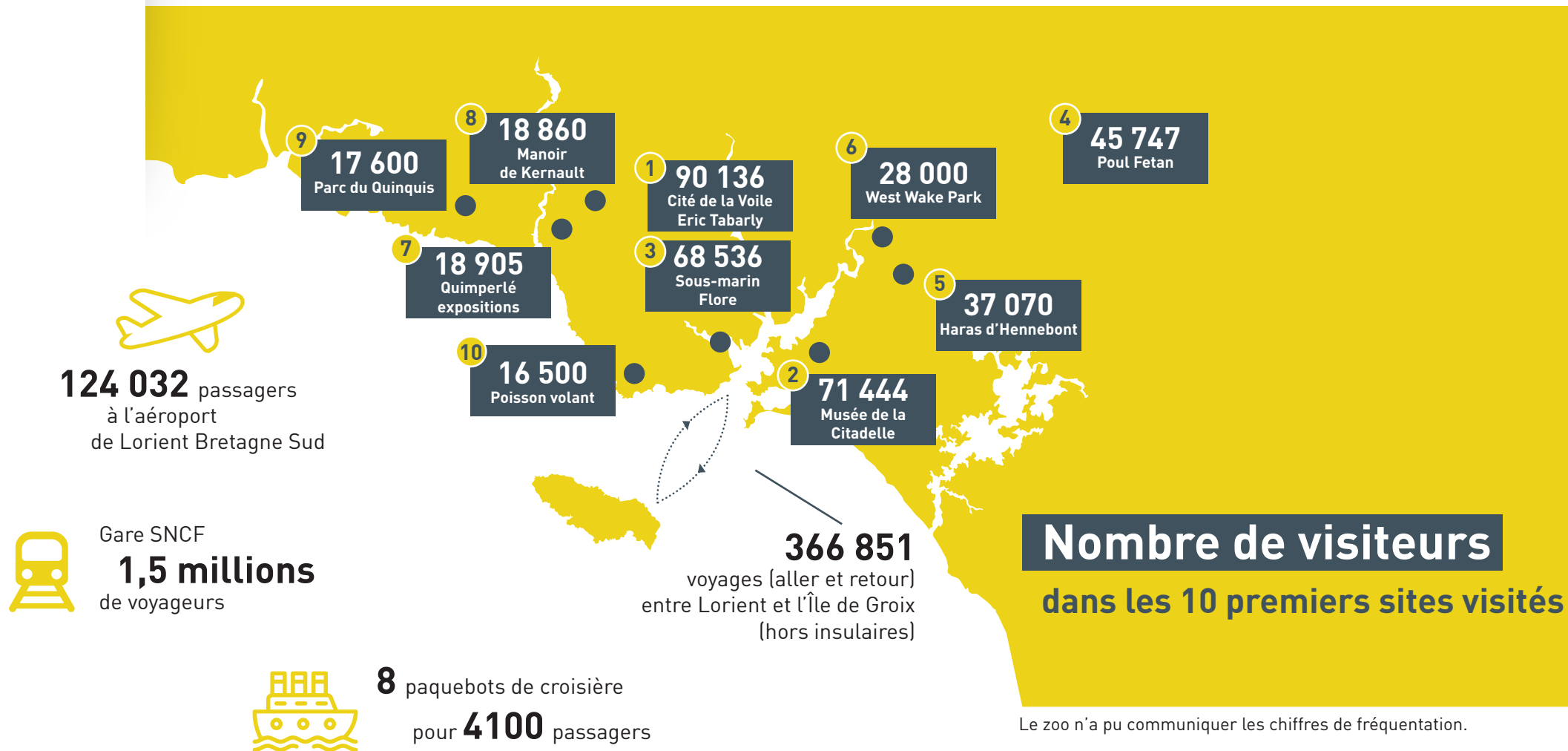




# LA DESTINATION LORIENT-QUIMPERLÉ BRETAGNE SUD

## LE TOURISME EN 2018

Source : [www.audelor.com](http://www.audelor.com)



# L'OFFICE DE TOURISME DE LORIENT AGGLOMÉRATION EN QUELQUES CHIFFRES

**LORIENT**  
BRETAGNE<sup>SUD</sup>  
TOURISME

**6** agences  
dont 1 en ligne

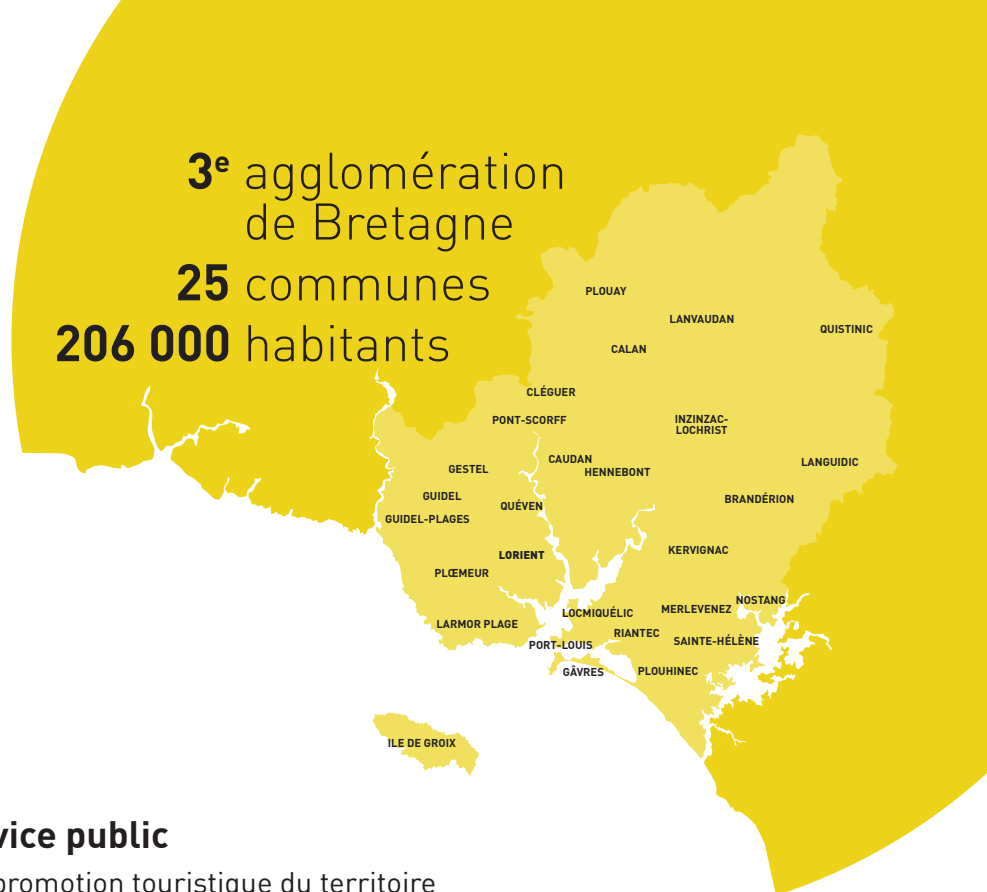
**23** points | Mobiles

Budget annuel **1,96 M€**

**22** salariés

**814** adhérents

**3<sup>e</sup>** agglomération  
de Bretagne  
**25** communes  
**206 000** habitants



## Des missions de service public

- | Accueil, information, promotion touristique du territoire
- | Communication, commercialisation de produits
- | Animation et coordination des acteurs touristiques
- | Développement de filières

## Des missions commerciales auprès de clientèles diversifiées

- | Les touristes, les excursionnistes
- | Les socio-professionnels et les partenaires
- | Les habitants et résidents secondaires
- | Lorient Agglomération et les réseaux institutionnels



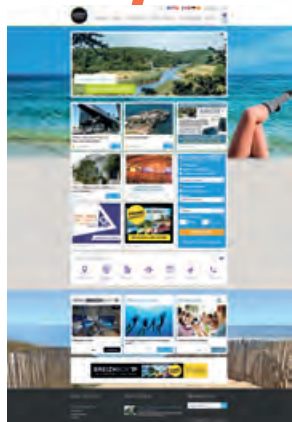


2

## LES ACCUEILS



# LES ACCUEILS DONNÉES 2018



web

**348 804**  
visiteurs uniques

Accueil  
et ventes  
en ligne  
**12 787**  
contacts



**52 151**  
accueils physiques

soit près de 200 000 personnes  
dans nos agences



Réseaux  
sociaux

**15 870**  
fans

=

**461 808**

clients, visiteurs  
effectifs et potentiels  
touchés par les outils  
mis en place dans  
le cadre de notre  
schéma d'accueil.



Points  
I Mobiles

**32 196**  
sessions





# ACCUEIL PHYSIQUE ET ACCUEIL EN LIGNE

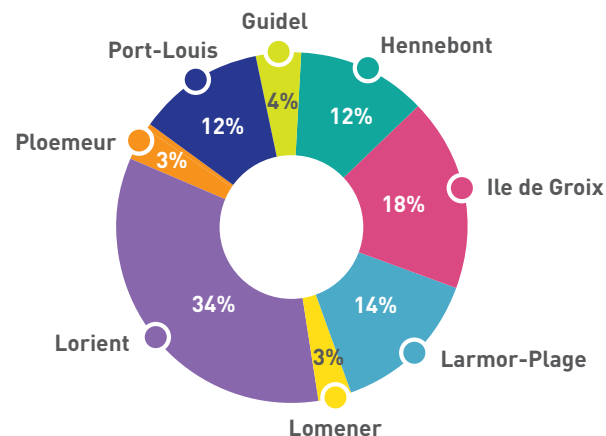
## DONNÉES 2018

### L'ACCUEIL PHYSIQUE

#### Répartition par agence



**90%** des demandes sont effectuées dans les agences de **Lorient, Groix, Hennebont, Port-Louis** et **Larmor-Plage**.



#### Origine de la demande PAR PAYS

- | Depuis la France : 46 163 soit 92,58 %
- | Depuis l'étranger : 3 698 soit 7,42 %
- | Top 5 des pays demandeurs :

**Allemagne : 747** soit - 5,44 %\*

**Royaume-Uni : 741** soit -12,41 %\*

**Belgique : 639** soit - 17,55 %\*

**Espagne : 275** soit - 0,72 %\*

**Suisse : 261** soit - 3,69 %\*

**7,42%**

de la demande en agence **est étrangère**, soit - 0,29% par rapport à 2017



**Le top 10**

**reste stable** par rapport aux années précédentes. La baisse de fréquentation des **britanniques** (à l'instar de 2017) fait des **Allemands** les premiers demandeurs en agence



### ACCUEIL PHYSIQUE

**52 151**

contre 50 716 en 2017

**+ 2,83 %**



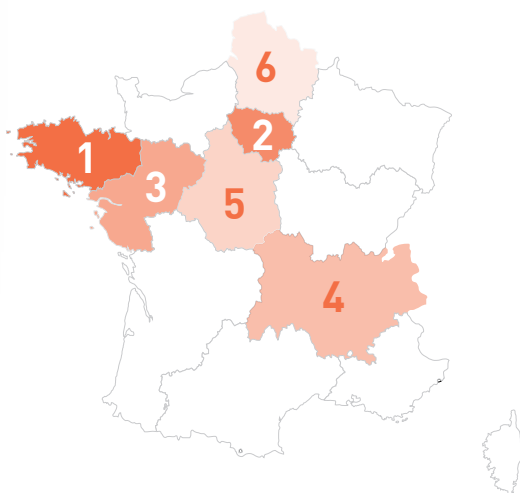
### ACCUEIL EN LIGNE

**12 787**

contre 13 894 en 2017

**- 7,97 %**

## L'ACCUEIL PHYSIQUE



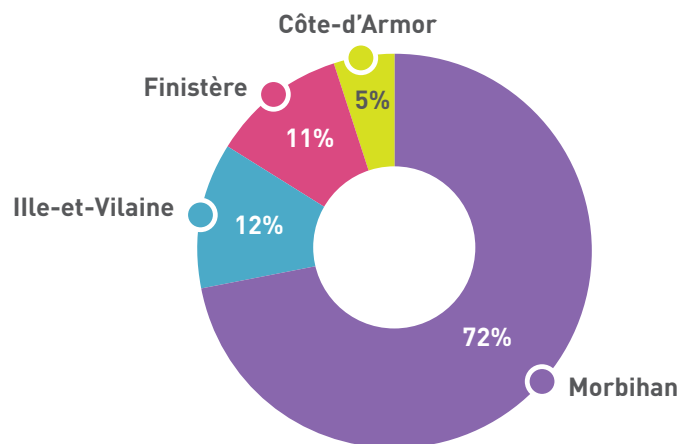
### Origine de la demande **PAR RÉGION**

#### | Top 6 des régions les plus demandeuses

- Bretagne : 17 436** (rappel 2017 : 18 009)  
= 40,99 % de la demande
- Île de France : 5 678** (rappel 2017 : 5 743)  
= 13,25 % de la demande
- Pays de la Loire : 4 450** (rappel 2017 : 775)  
= 10,38 % de la demande
- Rhône-Alpes : 2 241** (rappel 2017 : 2 358)  
= 5,23 % de la demande
- Centre : 1 705** (rappel 2017 : 1 889)  
= 3,98 % de la demande
- Nord-Pas-de-Calais : 1 097** (rappel 2017 : 1 245)  
= 2,56 % de la demande

### BRETAGNE :

Répartition des demandes par département

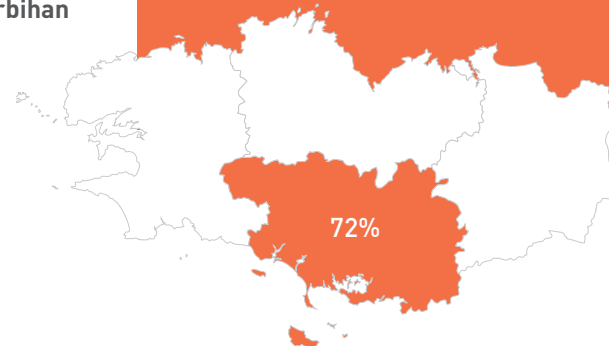


## Le top 10

reste identique.

Comme les années précédentes, plus de 40% des demandeurs sont **bretons**.

Et 72 % de la demande bretonne est **morbihannaise**.



### Origine de la demande **PAR DÉPARTEMENT**

#### | Top 5 des départements les plus demandeuses

- Morbihan : 12 812** (rappel 2017 : 13 280) = 29,13 % de la demande
- Ille-et-Vilaine : 2 207** (rappel 2017 : 2 006) = 5,02 % de la demande
- Loire-Atlantique : 2 121** (rappel 2017 : 2 075) = 4,82 % de la demande
- Finistère : 2 003** (rappel 2017 : 1 858) = 4,55 % de la demande
- Paris : 1 519** (rappel 2017 : 1 404) = 3,45 % de la demande



## ACCUEIL NUMÉRIQUE

### Sites internet

**348 804 visiteurs** uniques **+ 4 %**  
dont :

- | **www.lorientbretagnesudtourisme.fr**  
314 848 utilisateurs (contre 303 297 en 2017) = + 4%
- | **www.breizh-box.fr**  
30 495 utilisateurs (contre 30 301 en 2017) = + 1%
- | **www.lorient-tourisme-affaires.fr**  
3 461 utilisateurs (contre 3 335 en 2017) = + 4 %

### Points I Mobiles (23 installés)

**32 196 utilisateurs** (contre 29 226 en 2017) **+ 10 %**



### Réseaux sociaux (Facebook et Instagram)

**15 870 fans** **+ 4 000** gagnés en 2018



## LES RÉSEAUX SOCIAUX



### Facebook

@LorientBretagneSudTourisme

15 870 fans (+26,5 %)

328 publications



### Instagram

lorientbretagnesudtourisme  
#linattendue (créé en 2017)

Objectif de la 2<sup>e</sup> année  
atteint : 4500 abonnés  
206 publications





3

## LA PROMOTION & LA COMMUNICATION

**LORIENT**  
BRETAGNE<sup>SUD</sup>  
TOURISME

# LE PLAN D' ACTIONS MARKETING 2017-2020

## ÉLABORATION DE LA STRATÉGIE

- 1| **Analyse du marché touristique**
  - >> Breton, morbihannais, Lorient Agglomération
  - >> Étude Reflet
- 2| **Prise en compte de la stratégie et du positionnement de l'Office de Tourisme**
- 3| **Segmentation**
- 4| **Objectifs par segment**
  - >> Conquête versus fidélisations
- 5| **Établissement d'une stratégie marketing et d'un plan d'actions**
  - >> Une matrice



### Une segmentation croisée

#### | Un ciblage géographique

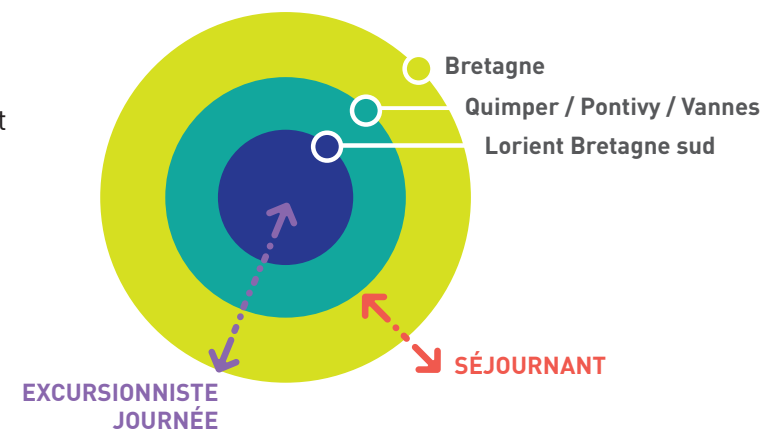
Prise en compte des stratégies des autres acteurs du tourisme, notamment le Comité Départemental du Tourisme et le Comité Régional du Tourisme  
Introduction des notions de zones de chalandise

#### | Des critères relatifs à la consommation du produit

Séjournant versus excursionniste à la journée

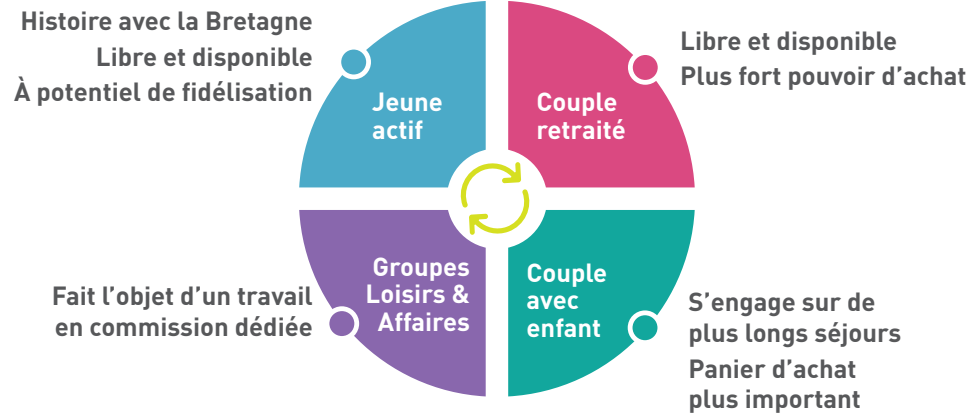
#### | Des critères relatifs aux caractéristiques du consommateur

Critères démographiques  
Critères socio-économiques





## Les cibles et personas



## Un travail approfondi sur les personas

#10	Qui ?	Hébergement	durée	quand	Pourquoi ? Motivations	Problèmes à gérer	Désir(s)	Utilisation outils digitaux (sur 5)			niveau expertise
								ad	pp	app	
BZH	Hélène et Mathieu, avec Maël et Clémentine. 42 ans. Assistants et graphistes. Entre amis avec tous les enfants.	Hébergement marchand inscrit, chambre familiale	Court séjour 3 jours	Bord de mer	Profiter de la présence d'un événement, d'un festival Vivre des séjours à thème Se relaxer (Tribu) Vivir une expérience Trouver des parcs de loisirs, d'attraction et animalier Vivir un événement Partir sur une de l'été (à la mer, à l'océan) Partir en week-end à la mer, à l'océan	Trouver un hébergement pas cher et familial (chère commerciale familiale) Trouver un hébergement insolite Organiser ses déplacements et trajets sur place Trouver une activité variée, originale, véritablement insolite, golf, voile... Trouver des équipements pour anniversaires (hébergement, activités, événements) Trouver des modes de garde	voiture	3	2	2	3
								On PC à la maison ou une tablette Utilisent une Smartphon pour internet lors de leurs séjours. Ont un compte Facebook * comptes enfants selon leur âge			
								Avant			
								Pendant			
								Après			
								Partage sur Etk			
Utilisation web		Recherche d'infos, d'activités et d'événements, agenda						Possibilité partage d'expérience sur les activités 4 possibilités partage par contacts			
réponses web		Donner des infos pratiques (services médicaux, météo) Permettre de réserver son hébergement et ses activités (prévoir au sein) Accès, itinéraires, déplacements sur place Donner les distances et temps de route entre points d'intérêt Donner une liste d'hébergements qualifiés, familiaux ou inscrites Donner liste des produits locaux, produits de saison Donner une liste des bons plans, liste de dernière minute Proposer des photos et vidéos sur les offres (de destination et d'annonces) Donner toutes les infos pour un court séjour à Croix (accès, transport, logement, équipement, activités) Comment suis je sensibilisé au caractère préservé de la destination ? Carte des parcs ou sites ?						Identification d'alternatives possibles et de disponibilité C'est ouvert aujourd'hui, à quelle heure ? Il reste de la place ? De manger ou ? C'est quoi ? Météo Espaces connectés (wifi) Événements du jour			



# BUDGET 2018

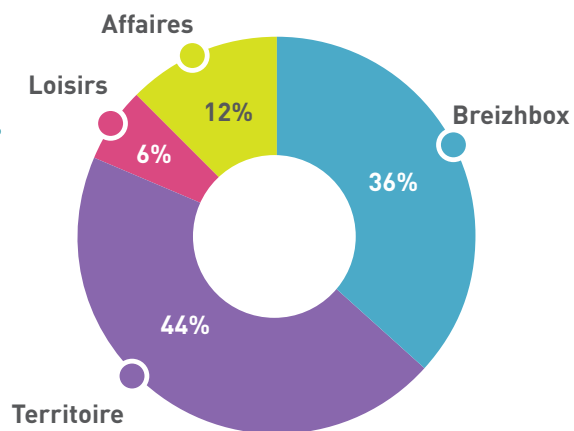
## POSTE PROMOTION

	BUDGET PROMO 2018	
Breizhbox	92 301 €	36%
Territoire	113 917 €	44%
Sous-total individuels	210 038 €	82%
Loisirs	16 633 €	6%
Affaires	29 544 €	12%
Sous-total groupes	46 177 €	18%
<b>TOTAL</b>	<b>256 215 €</b>	<b>100%</b>

POUR RAPPEL

### Répartition du budget Promo

Lorient Bretagne Sud  
Tourisme 2018





# LE TRAVAIL SUR LES CONTENUS

## LES ÉDITIONS



Les éditions de Lorient Bretagne Sud Tourisme représentent 274 000 brochures par an, hors téléchargement en ligne.

### Les indispensables

- L'inattendu Printemps-Été 2018 >> 35 000 exemplaires
- L'inattendu Automne-Hiver 2018 >> 30 000 exemplaires

### Les thématiques

- L'île de Groix 2018-2019 >> 27 000 exemplaires
- Infos pratiques 2018-2019 >> 50 000 exemplaires

### Les plans

- Lorient-Lanester 2018-2019 >> 40 000 exemplaires + 10 000 mini-plans
- L'île de Groix 2018-2019 >> 50 000 exemplaires
- Guidel 2018-2019 >> 10 000 exemplaires
- Ploemeur 2018-2019 >> 12 000 exemplaires
- Hennebont 2018-2019 >> 10 000 exemplaires



## LE CONTENU PHOTOS

**9 reportages  
photographiques**  
comportant  
**483 nouvelles  
photos**

ont été réalisés en 2018 afin d'enrichir la photothèque de Lorient Bretagne Sud Tourisme. A cela s'ajoute un shooting photos pour l'ensemble de l'équipe et pour le bureau de Lorient Bretagne Sud Tourisme, un shooting en deux temps :

CORPORATE

&

INATTENDU !





## LA PRODUCTION VIDÉO

Le travail mené par Lorient Agglomération, en étroite collaboration avec l'office de tourisme, réalisé par Lyo production, se poursuit en 2018 avec l'objectif de réaliser 60 films sur la destination touristique Lorient Bretagne Sud.

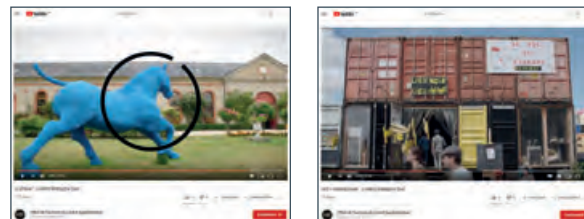
### | 25 Cartes postales revisitées

Des films d'1 minute présentant les communes du territoire



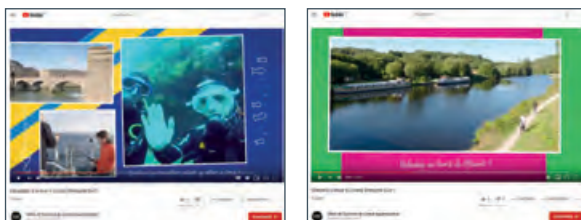
### | 22 Films découvertes

Des films de moins d'1 minute pour partir à la découverte des offres du territoire



### | 13 Films thématiques phares

Des films entre 2 et 3 minutes sur les activités, les lieux et les événements importants



### | + 1 film documentaire

1 film documentaire un film de 13 minutes pour mettre en valeur tous les atouts touristiques, sous toutes les coutures, de notre Lorient Bretagne Sud.



# 48 films

à ce jour sont réalisés :  
**23 en 2018** (6 en 2017  
et 19 pour le moment en 2019)

Des supports vidéos à retrouver sur les réseaux sociaux de Lorient Agglomération et de Lorient Bretagne Sud Tourisme, mis à la disposition des professionnels.

# LE MARKETING

## AU SEIN DE LORIENT BRETAGNE SUD TOURISME

Un marketing qui se divise en deux branches : les services et les produits.

### LES SERVICES

#### La promotion du territoire

##### | Les événements sur le territoire

- Vélo Rando Running à Lorient (avril 2018) en partenariat avec Lorient Agglomération et Quimperlé Communauté
- Ports en Fête à Lorient (16-17 juin 2018) avec la production de 15 pastilles vidéos de "témoignages d'habitants"
- Les Insulaires à Groix (septembre 2018)

##### | Les salons

- Le Nautic à Paris (décembre 2018) avec Lorient Agglomération

#### Les relations presse



## Une première !

Un déjeuner, le 30 novembre 2018, avec le rédacteur en chef de **Bretagne Magazine**, Tanguy Monnat, pour discuter des sujets possibles sur la destination Lorient Bretagne Sud.



## Les relations presse

### Les demandes d'infos et/ou de photos de la part de la presse

#### > Télévision

- TV suisse Nationale
- TV galloise S4C
- C8, émission "Les animaux de la 8"
- France 3, émission "Des racines & des ailes" ●
- TF1, émission "Bienvenue chez nous" (West Wake Park) ●
- TF1, émission "Les plus belles mariées"
- France 3, émission "Météo à la carte" (4 reportages : Bubry, Groix (Haliotis, Restaurant Le 50), choux de Lorient) ●

#### > Presse écrite (papier et/ou web) et radio

- Version Fémina (2 fois)
- Paris Match
- Femme Actuelle
- Le Mensuel du Morbihan (2 fois)
- Les Nouvelles de Lorient Agglo
- Europe 1, émission « Au cœur de l'histoire »

#### > Radio

- Partenariat renouvelé en 2018 avec JAIME Radio, 1 chronique pour les vacances d'avril puis 1 chronique hebdomadaire estivale de mi-juin à mi-septembre soit 13 chroniques
- France Bleu Breizh Izel, 1 chronique le 26 juillet
- RTBF, 1 chronique le 21 août

### Les accueils presse

- Le 06/05 à Lorient La Base, le blogueur Evan de Bretagne pour la Campagne d'attractivité "Passez à l'Ouest" ●
- Le 07/06 à Lorient, France 5, émission "Echappées belles" (Tavern Ar Roue Morvan, remorqueur Arzmael...) ●
- Le 08/06 à Groix, le Guide du Routard ●
- Le 23/06 à Groix, 5 journalistes allemands (via le Comité Régional du Tourisme - CRT) pour : ●
  - NZZ am Sonntag
  - SUPER illu
  - Passauer Neue Presse
  - RedaktionsNetzwerk Deutschland
  - Funke Mediengruppe
  - Südwest Presse and Stuttgarter Nachrichten / Zeitung
- Le 14/09 à Groix (via le CRT), l'équipe TV de la chaîne TV Sat - 1 diffusée en Allemagne, Autriche et Suisse, émission "Grenzenlos - die Welt entdecken"
- Début novembre à Lorient La Base, RMC (Chaîne 24), "RMC - Story" documentaire historique sur la base des sous-marins ●
- Le 09/11 à Lorient La Base, France 2, émission "Télématin" (SEAir) ●
- Le 09/11 à Lorient La Base, Magazine Air France



Près de **30 contacts** presse locaux, nationaux et internationaux pour notre territoire de mieux en mieux perçu, touristiquement parlant. Là aussi, des partenariats se font avec Lorient Agglomération, le CDT, le CRT...





4

## LA COMMERCIALISATION

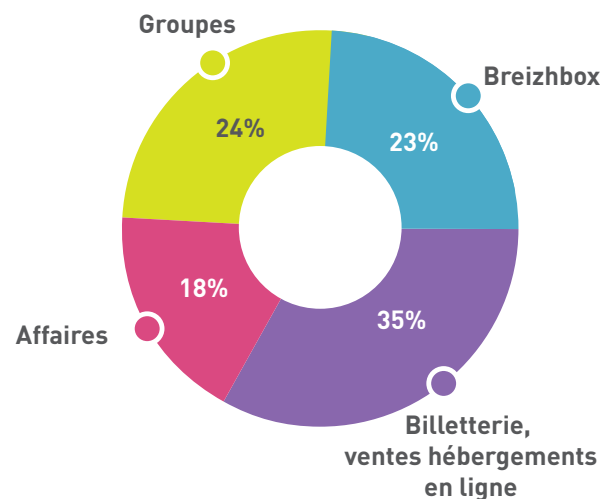


# CHIFFRE D'AFFAIRES 2018

	CA 2018
Breizhbox	205 712 €
Billetterie, ventes hébergements en ligne	307 411 €
Groupes	206 013 €
Affaires	156 243 €
<b>TOTAL</b>	<b>875 379 €</b>

## Répartition du chiffre d'affaires

Lorient Bretagne Sud Tourisme 2018



## Billetterie et hébergement

### | Synthèse billetterie et boutique 2018

- Chiffre d'affaires : 280 622,42 €
- Panier moyen : 5,36 €
- Nombre de partenaires revendus : 104



Avec une **augmentation du chiffre d'affaires des ventes** de

**4,47%**

2018 a été une bonne année.







## Breizhbox

# BREIZHBOX®

La Breizhbox®, c'est le coffret cadeau **imaginé, conçu et édité** par l'Office de tourisme de **Lorient Agglomération**.

Quatre coffrets-cadeaux différents, à utiliser en famille ou en duo, pour 272 formules de séjours 2 jours / 1 nuit. **Une box 100% locale** dont la gestion complète est assurée par l'équipe Breizhbox® (disponibilités, réservations, confirmations) qui fête ses 10 ans d'existence.



### Comparatif des ventes de Breizhbox® V8 et V9

Breizhbox® V8					
	Bleue	Verte	Orange	Violette	Total
Ventes	48 203,10 €	65 560,28 €	81 342,62 €	15 457,52 €	210 563,52 €
Nb box vendues	667	473	424	76	1640
Breizhbox® V9					
Ventes	43 392,50 €	57 657,16 €	75 736,60 €	12 431,48 €	189 217,74 €
Nb box vendues	598	427	399	61	1485



## Un produit-phare qui fête ses 10 ans !

### La Breizhbox® depuis 2009

- Plus de **13 400 Breizhbox®** vendues
- Plus de **21 000 personnes** venues en week-end ou court séjour sur la destination
- Un taux de satisfaction client de plus de **95%**
- Un taux de consommation avoisinant les **80%**
- Plus de **100 partenaires** engagés
- Des retombées économiques pour le territoire de plus de **2,7 M€**
- Plus de **130 points de vente** sur le Grand Ouest : GMS, espaces culturels, boutiques spécialisées, agences de voyages, comités d'entreprises...



# BREIZHBOX® (suite)

## > ACTIONS 2018

### | Cible CE : 10% du CA Breizhbox®

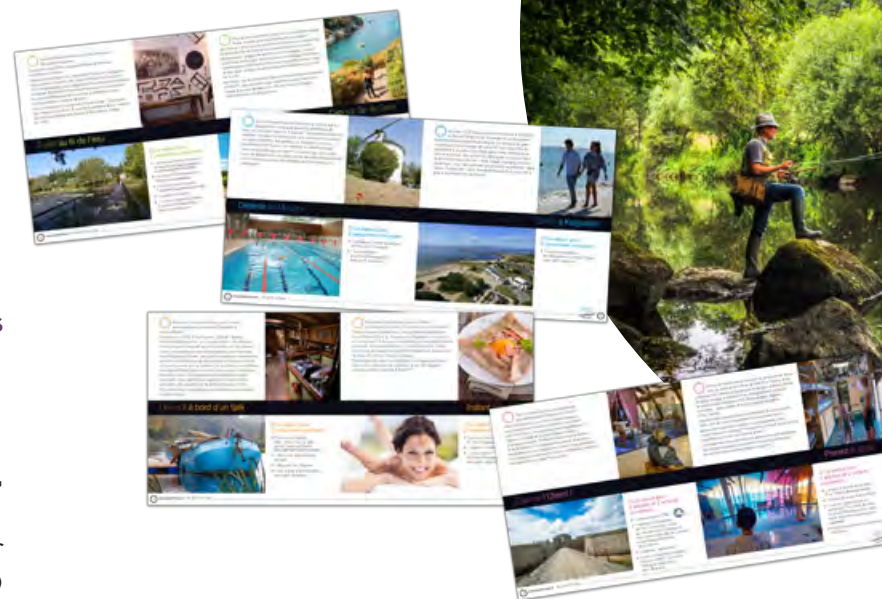
Promotion du coffret-cadeau Breizhbox® auprès des comités d'entreprises et assimilés :

- 12 salons CE sur l'année répartis sur le Grand Ouest
- Mailing à destination des CE en novembre 2018
- Communication renforcée auprès des **Inter-CE** : Cezam, Loisirs et Tourisme, DirectCE, BreizhCE...
- Participation au **Marché de Noël** du CE AIRBUS à Montoir de Bretagne : CA sur 2 jours : 6124€ / 46 Breizhbox® vendues

### | Cible grand public

Promotion du coffret-cadeau Breizhbox® auprès des particuliers :

- Achat d'**encarts publicitaires** sur différents supports : Femina Noel, Tv Mag, Urban, Sortir Ici, Sorties de secours...
- **Animation** d'une page Facebook Breizhbox®
- **Jeux radios** : campagne de pub sur Nostalgie (Nantes, Le Mans, Caen) et Jaime Radio en fin d'année 2018
- Campagnes de **communication spécifiques** au cours de l'année : St Valentin, Fêtes des mères/pères
- **Film de promotion** diffusé pendant le FIL 2018 : Quai de la Bretagne
- Mise en avant de la Breizhbox® lors de divers **événements** liés à l'Office de Tourisme : Grand Prix de Plouay, Nautic, Salon de la Rando...



### | Promotion Breizhbox®

Opération du 15 juillet au 31 octobre lancée auprès du réseau de revendeurs et le site internet breizh-box.fr

- **Diffusion de flyers** chez les partenaires, dans les agences Lorient Bretagne Sud Tourisme
- **Encarts FIL** (programme et sets de table)
- **Stand** 1er week-end du FIL (entrée du Palais des Congrès)
- Diffusion promo sur **réseaux de diffusion** de l'Office de Tourisme : points I Mobiles, sites web...
- **Emailing**
- Envoi d'un **kit promo** aux revendeurs avec étiquettes de réduction et affichage (print et écrans)

## Loisirs et groupes

Le service groupes de Lorient Bretagne Sud Tourisme est l'interlocuteur dédié et privilégié des groupes avec des offres allant du forfait sur mesure à la journée à des forfaits événements comme le Festival Interceltique de Lorient ou l'Île de Groix.

### > ACTIONS 2018

#### 12 salons CE et assimilés

- Fév. 2018 : Salon CE de Brest et de Caen
- Mars 2018 : Salon CE de Nantes
- Avril 2018 : Salon CE de Rouen, Rennes et Niort
- Mai 2018 : ANCV Nantes
- Sept. 2018 : ANCV Bénodet et Salon CE de Nantes
- Oct. 2018 : Salon CE de Rouen, Rennes et Lorient

#### E-mailing

Envoi d'un e-mailing en avril au fichier Lorient Bretagne Sud Tourisme clubs et associations : "C'est le printemps : sortez !"

#### CRM : la gestion de la relation clients

Qualification et accroissement significatif de la base de données clients :

- 2600 contacts
- 703 clubs/associations
- 375 professionnels du tourisme
- 1100 comités d'entreprise



### > RÉSULTAT 2018 DES VENTES GROUPES

Malgré un petit nombre de groupes, on constate un chiffre d'affaires et une marge à la hausse en 2018.

- **154 devis réalisés** / demandes traités (218 en 2017)
- **75 devis signés** et facturés (118 en 2017)
- **Taux de concrétisation de dossier : 49%** (54% en 2017)
- **Volume d'affaires devisé : 522 302,96 €** (414 187 € en 2017)
- **Chiffre d'affaires total réalisé : 205 433,61 €** (184 886 € en 2017)
- **Marge : 35 094,10 €** (28 738,59 € en 2017)
- **Taux de marge : 17,08%** (15,54 € en 2017)

En 2018 (par rapport à 2017)

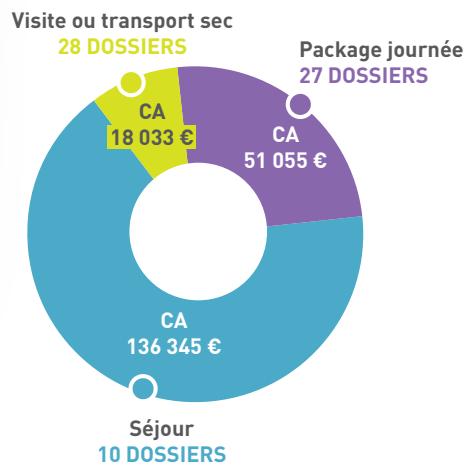
**année record**

**+ 10%**

de chiffre d'affaires

**+ 22%** de marge

## > VENTILATION DU CHIFFRE D'AFFAIRES SELON LA TYPOLOGIE DE DOSSIERS



n°1 **Le FIL**

n°2 **Lorient La Base  
+ La Rade + Port-Louis**

n°3 **L'île de Groix**



## > ANALYSE DE LA CLIENTÈLE GROUPES

◦ **2460 personnes** se répartissant en :

41 associations soit **57,75%**

2 CE soit **2,82%**

26 groupes de professionnels du tourisme soit **36,62%**

2 groupes scolaires soit **2,82%**

◦ **Provenance** de la clientèle

Morbihan : 26,39%  
Région parisienne : 15,28%  
Ille et Vilaine : 8,33%  
Grand Ouest : 6,94%  
Finistère : 5,56%  
Côtes d'Armor : 5,56%  
Loire-Atlantique : 5,56%  
Étranger : 8,33%  
Divers France : 18,06%

◦ **Top 10** des visites

**Festival Interceltique** : 923 personnes  
**K3** : 622 personnes  
**Sous-marin Flore** : 341 personnes  
Musée de la Compagnie des Indes : 338 personnes  
Cité de la Voile Éric Tabarly : 314 personnes  
Croisière sur la rade : 262 personnes  
Traversée Lorient-Groix Escal'Ouest : 198 personnes  
Espace des Sciences/Maison de la Mer : 169 personnes  
Lorient, regard sur la ville : 131 personnes  
Groix panoramique, tour de l'île : 129 personnes



## Le Festival interceltique de Lorient 2018 :

une année exceptionnelle pour  
Lorient Bretagne Sud Tourisme !

Comme l'année passée, Lorient Bretagne Sud Tourisme a traité 14 dossiers, mais ceux-ci ont généré un **chiffre d'affaires de 98 094 €** et une **marge brute de 14 607,76 €** (contre 53 402,75 € de CA en 2017 et une marge de 9 389,08 €).

## Les chiffres-clés

- 923 places de spectacles  
dont 403 sur la Grande Parade

- **14 groupes**

- 879 repas sur 10 établissements différents

- 747 nuitées sur 4 établissements différents



## Lorient Tourisme Affaires

### > PROMOTION

#### Les opérations MEET Pro Bretagne

22 mars : Couvent des Jacobins, Rennes - 22 exposants - Morbihan  
 6 décembre : Parc des expositions, Quimper - 22 exposants - Morbihan

#### Les soirées Morbihan Affaires

31 mai : Soirée Route du Rhum - La Trinité sur Mer  
 12 juin : Soirée Aéroport de Vannes - Golfe du Morbihan  
 27 septembre : Soirée Miramar La Cigale - Arzon  
 27 novembre : Soirée BPGO (Banque Populaire) - Vannes

#### Salon avec Morbihan Affaires

24 mai : Salon Meet&Com, Paris (Séminaires au bord de l'eau) :  
 24 exposants / 82 visiteurs

#### Les opérations Lorient Bretagne Sud Tourisme

20 novembre 2018 Quai des réseaux - Lorient  
 1 décembre 2018 Salon Nautic - Paris

### > COMMUNICATION

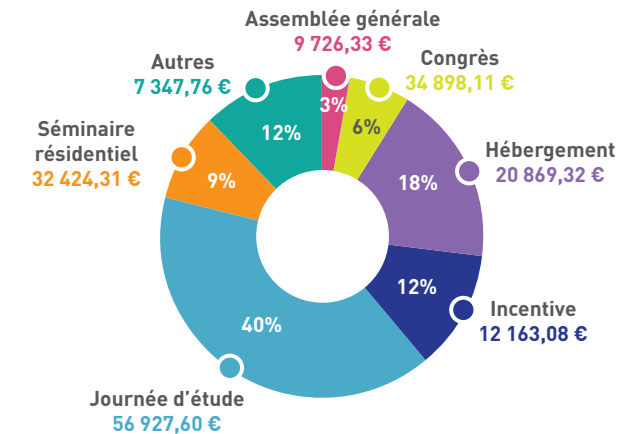
Des nouveaux supports de communication, correspondant à une nouvelle charte graphique, ont été créés afin d'assurer la promotion du service affaires de Lorient Bretagne Sud Tourisme : notamment plaquette et roll-up.



## > CHIFFRE D'AFFAIRES LORIENT TOURISME AFFAIRES 2018

**33 dossiers = 174 351,86 €**  
 (objectif 2018 : 200 000 €)

### Typologie des produits





5

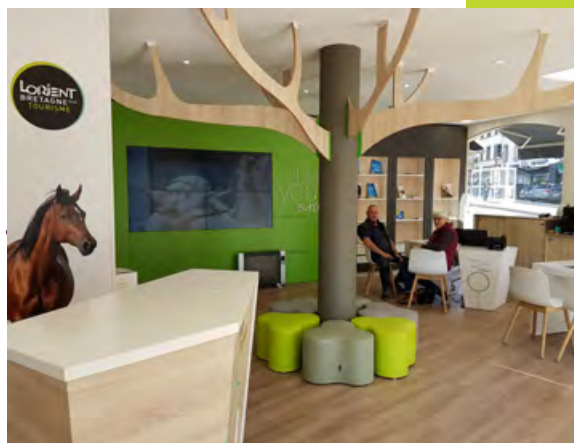
## DÉVELOPPEMENT ET ACTIONS PARTENARIALES SUR LE TERRITOIRE

**LORIENT**  
BRETAGNE<sup>SUD</sup>  
TOURISME

# UN DÉVELOPPEMENT EN PROPRE

## L'ouverture d'agence

L'agence des vallées a été ouverte en 2018 : celle d'**Hennebont**, inaugurée le 20 avril 2018. En projet, celle de **l'île de Groix** (ouverture en 2019) et celle de la **gare de Lorient** (ouverture en 2020/2021).



## Communication globale et site internet

Un appel d'offres a été lancé en 2018 pour la réalisation d'un nouveau site internet. Il sortira à l'été 2019 et c'est le prestataire Laëtis qui a été retenu.

Pour l'offre de communication globale sur la période 2020-2022, c'est l'agence Le Ciré Jaune qui a été sélectionnée.

Le développement de Lorient Bretagne Sud Tourisme et l'amélioration continue de la qualité c'est aussi des **journées de formation partenaires** organisées par l'équipe (6 en 2018) et la visite de lieux emblématiques du territoire, allant du Domaine de Kerguéhennec à la Chapelle Saint-Fiacre, en passant par Concarneau ou la Tyrolienne de Lanester.

C'est aussi la **formation des saisonniers** et le **partage d'expérience avec d'autres offices de tourisme** notamment en vue de l'obtention de la marque **Tourisme et Handicap**.



## Le classement 1<sup>ère</sup> catégorie

Lorient Bretagne Sud Tourisme a été labellisé 1<sup>ère</sup> catégorie en janvier 2018. Une belle récompense pour un dossier conséquent.

Ce classement 1<sup>ère</sup> catégorie revient à des offices qui disposent d'une équipe professionnelle et structurée et qui déploient une promotion d'envergure nationale ou internationale dans un bassin de consommation. Pour obtenir ce classement, le demandeur doit répondre à de nombreux critères en matière d'offre, de services, de publications, d'animation de réseau, d'équipe... **Une belle récompense pour Lorient Bretagne Sud Tourisme.**



## DES PROJETS MENÉS EN PARTENARIAT

### Le travail avec Quimperlé Communauté

Un travail collaboratif important est mené de part et d'autre de la Laïta entre Lorient Agglomération et Quimperlé Communauté afin de développer un territoire touristique commun.

Un travail qui se prolonge dans les opérations de communication et de promotion menées par les offices de tourisme respectifs de chaque territoire et aboutissant à la **destination touristique Lorient-Quimperlé Bretagne Sud**.

### La filière randonnée

Dans le prolongement de la coopération entre les agglomérations de Lorient et de Quimperlé, Lorient Bretagne Sud Tourisme a accompagné le lancement de **Rando Bretagne Sud**, une **application pour randonner connecté**.

Une application à utiliser en mode sportif en mode amateur, en solo ou en famille, à pied, à vélo ou à cheval. En fonction de plusieurs critères (*durée, type de paysages, niveau de difficulté...*), Rando Bretagne Sud vous propose des parcours que vous pouvez télécharger sur votre smartphone et vous laisser guider pour une randonnée connectée.



BRETAGNE <sup>BE</sup>

Le 25 octobre 2018, Lorient Bretagne Sud Tourisme est fier d'avoir obtenu

**le label**

**"Marque Bretagne"**

Cela donne le droit à notre Office de Tourisme d'apposer le logotype de la marque comme une "estampille" sur ses supports de communication, à l'exception des produits.

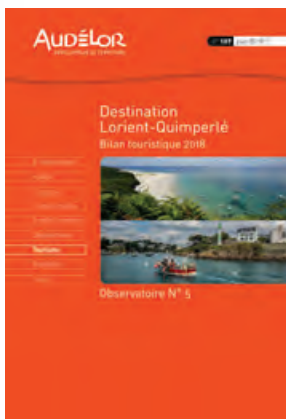
### Le travail avec l'aéroport

Lorient Bretagne Sud Tourisme est associé à la Chambre de Commerce et d'Industrie de Lorient et à Lorient Agglomération dans le travail entamé de **valorisation de l'aéroport** de Lorient Bretagne Sud. Un projet d'aménagement et d'embellissement des espaces intérieurs et extérieurs qui devrait se finaliser à l'horizon 2019.

### Le travail sur les croisières

Huit paquebots ont fait escale à Lorient entre avril et septembre 2018, pour un total d'un peu plus de 4100 passagers. Ces derniers qui descendent du bateau pour profiter du territoire et qui sont accueillis à bord par les salariés de Lorient Bretagne Sud Tourisme. Des opérations pour lesquelles Lorient Bretagne Sud Tourisme s'associe à la Chambre de Commerce et d'Industrie de Lorient afin de faire de Lorient un **port de croisière**.

## Le travail sur l'observatoire Audelor



Initié et géré par Audelor (Agence d'urbanisme, de développement économique et Technopole du Pays de Lorient), chaque année Lorient Bretagne Sud Tourisme participe à l'élaboration de leur **observatoire du tourisme**.

Une collaboration qui se fait aussi avec l'**office de tourisme Quimperlé Terre Océane** depuis la création de la nouvelle destination Lorient-Quimperlé.

## Le développement des points I Mobiles

En partenariat avec Lorient Agglomération, trois nouveaux point I Mobiles ont été installés en 2018 : ceux du Palais des Congrès de Lorient, de la Capitainerie de Guidel-Plages, de la mairie de Brandérion.

Deux écrans ont été également installés dans les agences saisonnières de Guidel et de Ploemeur.



**23** Soit un total de **points I Mobiles** fin 2018

## Un point i mobile c'est plus que cela !

**L'ensemble de l'offre touristique est disponible en quelques clics**

Ces agences numériques permettent de se renseigner en tout point du territoire ou presque, via un écran interactif et de la documentation imprimée.

Hébergement, transports, loisirs... : l'ensemble de l'offre touristique est disponible en quelques clics. En complément, un écran d'information diffuse l'actualité touristique, des images et des films du territoire, transmis par les professionnels du tourisme. Toutes ces données, gérées par l'Office de tourisme, peuvent être personnalisées selon le lieu d'implantation et le type d'information. La borne permet également de toucher une clientèle qui n'aurait pas franchi la porte d'un office de tourisme.

Une vingtaine de relais numériques ont ainsi été installés dans des lieux à fort flux de passage (gare de Lorient, gare maritime, aéroport...), de même que dans les mairies ou lieux publics des communes de Lorient Agglomération ne disposant pas d'office de tourisme.

Un point i mobile est composé de deux panneaux verticaux : bleus dans les communes littorales, bleus et jaunes dans le périmètre de la rade, et verts dans les communes rurales. Une face présente une carte du territoire. Un écran y est incrusté, diffusant diverses photographies et annonçant des événements. Une tablette tactile est à disposition du visiteur s'il souhaite consulter une carte, les horaires de marée, se renseigner sur un lieu de visite... On peut aussi recharger son téléphone portable ou se connecter au wi-fi. Trop bien !



## Les rencontres organisées pour les professionnels du tourisme

*Une dynamique impulsée par Lorient Agglomération, Lorient Bretagne Sud Tourisme, Chambre de Commerce et d'Industrie de Lorient, Audelor*

Les rencontres organisées pour les professionnels du tourisme en 2018 s'articulaient autour de **6 thématiques** et ont rassemblé **229 participants** (hors organisation) soit une moyenne de 38 participants par rencontre.

**Rappel 2017** : 235 participants (hors organisation) pour 8 thématiques, soit une moyenne de 29 participants par thématique.

### Les six thématiques de 2018 :

- **Le tourisme durable** (mars - Guidel)  
>>> 22 participants
- **Eductour Groix** (mars - Groix)  
>>> 24 participants
- **Eductour Vallée du Blavet**  
(avril - Hennebont, Inzinzac-Lochrist, Quistinic)  
>>> 25 participants
- **Nouvelles de rentrée** (octobre - Lorient)  
>>> 44 participants
- **Évolution réglementaire de la taxe de séjour** (novembre)  
>>> Plouay : 19 participants  
>>> Hennebont : 21 participants  
>>> Groix : 11 participants  
>>> Lorient : 33 participants
- **Eductour Lorient centre** (décembre - Lorient)  
>>> 30 participants



## Nous venons chez vous

Chaque année, à la veille de l'été, toute l'équipe, dont nos 5 référents de bassins, embarque des dizaines de milliers de documentations et les distribuent chez près de 900 professionnels.

Ainsi, il est heureux de voir que les brochures sont toujours très attendues par les professionnels, qu'ils soient hébergeurs, restaurateurs, gestionnaires de sites de loisirs, agents d'accueils dans les collectivités ou les ports de plaisance, sans oublier les commerces et services. Ainsi, nos adhérents se font aussi le relais des supports édités par leur office de tourisme pour satisfaire au plus près les attentes de nos visiteurs.







6

## FINANCEMENT & ORGANISATION

Les supports comptables sont consultables au siège sur demande préalable (comptes annuels certifiés par le commissaire aux comptes).

**LORIENT**  
BRETAGNE<sup>SUD</sup>  
TOURISME

# LE RAPPORT FINANCIER

>>>

EN CHIFFRES

Comptes arrêtés 2018 - AG du 19/06/19

comptes de fonctionnement 2018	01 janvier / 31 décembre 2018		année 2017 Comptes arrêtés fonctionnement 2017	Ecart 2017/2018 en volume
	montant réalisé 2018	prévisionnel global année 2018 voté à l'AG du 14/02/18		
ventes billetterie	275 275,12	254 000,00	257 002,05	18 273,07
achats billetterie	254 389,40	236 220,00	238 381,84	16 007,56
Marge brute Billetterie	20 885,72	17 780,00	18 620,21	2 265,51
ventes Breizhbox	205 712,70	192 000,00	199 817,15	5 895,55
achats Breizhbox	154 114,64	144 000,00	143 094,67	11 019,97
Marge brute Breizhbox	51 598,06	48 000,00	56 722,48	-5 124,42
ventes produits groupe	206 013,00	185 000,00	184 019,72	21 993,28
achats produits groupe	169 860,08	158 175,00	156 504,57	13 355,51
Marge brute groupe	36 152,92	26 825,00	27 515,15	8 637,77
ventes 3 Degrés Ouest	156 242,68	200 000,00	247 111,62	-90 868,94
achats 3 Degrés Ouest	144 733,46	186 600,00	230 258,31	-85 524,85
Marge brute 3 Degrés Ouest	11 509,22	13 400,00	16 853,31	-5 344,09
ventes Ty boutique	30 946,00	80 000,00	50 596,40	-19 556,40
achats Ty boutique	28 055,17	56 040,00	45 921,52	-17 865,33
Marge brute Ty boutique	2 890,83	23 960,00	4 674,88	-1 685,05
ventes de marchandises	1 190,29	1 000,00	1 398,78	-208,49
achats de marchandises	952,18	800,00	576,07	376,11
Marge brute marchandises	238,11	200,00	822,71	-584,60
TVA sur marge	-8 429,00	-15 283,44	-12 228,93	3 799,93
<b>Marges brutes des activités commerciales pour les acteurs du tourisme</b>	<b>114 844,86</b>	<b>94 881,56</b>	<b>112 889,81</b>	<b>1 955,05</b>
adhésions	20 450,00	26 000,00	128 009,25	1 844,88
prestations	193 317,78	260 000,00	158 133,45	35 184,33
<b>Total des produits</b>	<b>1 080 718,57</b>	<b>1 178 000,00</b>	<b>1 213 769,49</b>	<b>-133 050,92</b>
<b>Total des charges</b>	<b>752 105,93</b>	<b>797 118,44</b>	<b>814 736,98</b>	<b>-62 631,05</b>
<b>Total marge brute</b>	<b>328 612,64</b>	<b>380 881,56</b>	<b>399 032,51</b>	<b>-70 419,87</b>
subvention principale Lorient Agglomération	1 501 885,00	1 536 001,00	1 001 190,00	500 695,00
subvention exceptionnelle (reliquat taxe de séjour en 3 fois)	126 563,33	126 668,67	628 308,21	-501 744,28
autres produits	12 424,78	1 000,00	13 712,78	-1 288,02
<b>TOTAL SUBVENTIONS ET AUTRES PRODUITS</b>	<b>1 640 873,69</b>	<b>1 663 669,67</b>	<b>1 643 210,99</b>	<b>-2 337,30</b>
<b>TOTAL DES PRODUITS</b>	<b>1 969 486,33</b>	<b>2 044 549,23</b>	<b>2 042 243,50</b>	<b>-72 757,17</b>
<b>CHARGES D'EXPLOITATION</b>				
énergies	15 846,13	18 025,00	13 222,20	2 623,93
fournitures bureautiques	3 628,97	9 375,00	8 517,77	-4 888,80
autres fournitures	6 524,42	6 955,00	10 668,34	-4 143,92
éditions	135 000,00	150 000,00	166 598,70	-31 598,70
locations matériel et mobilier	19 119,95	21 000,00	19 500,95	-381,00
loyers	6 885,82	11 000,00	10 888,32	-4 002,50
entretien et réparations des immeubles	12 598,61	16 050,00	21 376,89	-8 778,28
entretien et réparations du matériel	26 364,85	28 100,00	26 564,09	-199,24
assurances	26 694,33	8 250,00	32 102,82	-5 408,49
documentation	1 149,40	1 000,00	1 099,15	50,25
frais de formation	25 523,00	5 000,00	4 315,60	21 207,40
honoraires expertise comptable/commissaire aux comptes	24 618,00	34 000,00	22 000,00	2 618,00
honoraires divers	28 699,98	3 500,00	16 371,91	12 328,07
Plan d'actions liés à la promotion	256 838,70	233 170,00	260 759,71	-3 921,01
Plan d'actions développement numérique	26 000,00	70 000,00	20 809,24	5 190,76
frais de déplacement	12 998,75	41 299,42	24 258,85	-11 260,10
frais de réception	13 193,61	20 000,00	8 426,72	4 766,89
frais postaux	19 184,69	28 000,00	20 553,02	-1 368,33
téléphone	12 007,36	18 500,00	13 284,05	-1 276,69
frais bancaires	2 389,90	2 200,00	2 434,68	-44,78
cotisations diverses	11 229,00	9 000,00	10 883,00	346,00
<b>TOTAL CHARGES EXTERNES</b>	<b>686 495,47</b>	<b>734 424,42</b>	<b>714 636,01</b>	<b>-28 140,54</b>
<b>IMPOTS ET TAXES (taxes foncières, CFE et CVAE)</b>	<b>6 864,33</b>	<b>8 823,00</b>	<b>6 863,84</b>	<b>0,49</b>
salaires permanents	1 057 823,92	1 040 521,97	1 062 780,80	-4 956,88
salaires saisonniers	142 765,55	169 801,31	138 300,43	4 465,12
chèques déjeuners	11 132,00	15 430,00	11 260,45	-128,45
indemnités stagiaires	7 169,80	12 650,00	6 744,00	425,80
charges diverses	11 368,17	9 500,00	26 950,29	-15 582,12
<b>TOTAL FRAIS DE PERSONNEL</b>	<b>1 230 259,44</b>	<b>1 247 903,28</b>	<b>1 246 035,77</b>	<b>-15 776,33</b>
démarche qualité - classement - études		3 000,00	3 439,36	
dotations aux amortissements	10 984,17	16 000,00	16 516,10	-5 531,93
dotations aux amortissements - agence de Larmor-Plage	6 195,86	12 506,00	19 094,00	-12 898,14
dotations aux amortissements - Port-Louis	4 203,28	3 428,00	2 458,00	1 745,28
dotations aux amortissements - Hennebont	5 504,61	6 959,00	22,00	5 482,61
dotations aux amortissements - Lorient	7 881,77	7 276,00	5 197,00	2 684,77
dotations aux amortissements - Ile de Groix	0,00	0,00	0,00	0,00
dotations aux provisions	3 113,74	2 200,00	544,64	2 569,10
autres charges	2 235,57	2 029,53	16 800,80	-14 565,23
<b>TOTAL AUTRES CHARGES D'EXPLOITATION</b>	<b>40 119,00</b>	<b>53 396,53</b>	<b>64 071,90</b>	<b>-23 952,90</b>
<b>TOTAL CHARGES D'EXPLOITATION</b>	<b>1 963 738,24</b>	<b>2 044 549,23</b>	<b>2 031 607,52</b>	<b>-67 869,28</b>
<b>RESULTAT D'EXPLOITATION</b>	<b>5 748,09</b>	<b>0,00</b>	<b>10 635,98</b>	<b>-4 887,89</b>
<b>RESULTAT FINANCIER</b>	<b>3 069,32</b>	<b>0,00</b>	<b>4 067,77</b>	<b>-998,45</b>
<b>RESULTAT EXCEPTIONNEL</b>	<b>-5 076,99</b>	<b>0,00</b>	<b>-30 536,53</b>	<b>25 459,54</b>
<b>RESULTAT NET COMPTABLE</b>	<b>3 740,42</b>	<b>0,00</b>	<b>-15 837,78</b>	<b>19 578,20</b>

# LE CONSEIL D'ADMINISTRATION DE LORIENT BRETAGNE SUD TOURISME

>>> Une association loi 1901 : un conseil d'administration et des membres

## 1<sup>er</sup> sous collègue

### Les membre élus

→ 6 membres désignés par Lorient Agglomération

**Nathalie Le Magueresse**, maire de Locmiquélic  
**Teaki Dupont**, adjointe au maire de Ploemeur  
**Gisèle Guilbart**, maire de Quistinic  
**Marie-Françoise Roger**, adjointe au maire de Groix  
**André Hartereau**, maire d'Hennebont  
**Marc Bourtruche**, maire de Quéven

## 2<sup>e</sup> sous collègue

### Les professionnels

→ 12 membres élus

**Bastien Malgrange**, Escal'Ouest  
**Géraldine Scardin**, Lorient Compagnie des commerces  
**Martine Geffray**, Agence 12.10 Développement territorial  
**Jean-Pierre Henry**, association locale d'Hennebont  
**Frédéric Lantoine**, Belambra Clubs  
**Pavel Jirsa**, Golfs de Quéven et Ploemeur  
**Marie Le Luhandre**, Festival Interceltique de Lorient  
**Brieuc Morin**, Sellor  
**Cédric Guillotin**, Lorient Bretagne Sud Expo Congrès  
**Jean-Patrick Philippe**, adhérent, Guidel  
**Yves Jéhanno**, Gîtes de France du Morbihan  
**Anne-Sophie Tonnerre**, Compagnie Océane

## 3<sup>e</sup> sous collègue

### Les membres de droit

→ 3 membres

**Stéphane Guyot**, représentant du Club Hôtelier  
**Gérard Le Faouder**, Représentant de la CCI  
**Tristan Douard**, Audelor, Représentant d'Audégor

## LE BUREAU

### Président

**Jean-Patrick Philippe**, adhérent Guidel

### Vice-Présidente

**Nathalie Le Magueresse**, maire de Locmiquélic

### Vice-Président

**Stéphane Guyot**, représentant du Club Hôtelier

### Trésorier

**Gérard Le Faouder**, Représentant de la CCI

### Secrétaire

**Martine Geffray**, Agence 12.10 Développement territorial

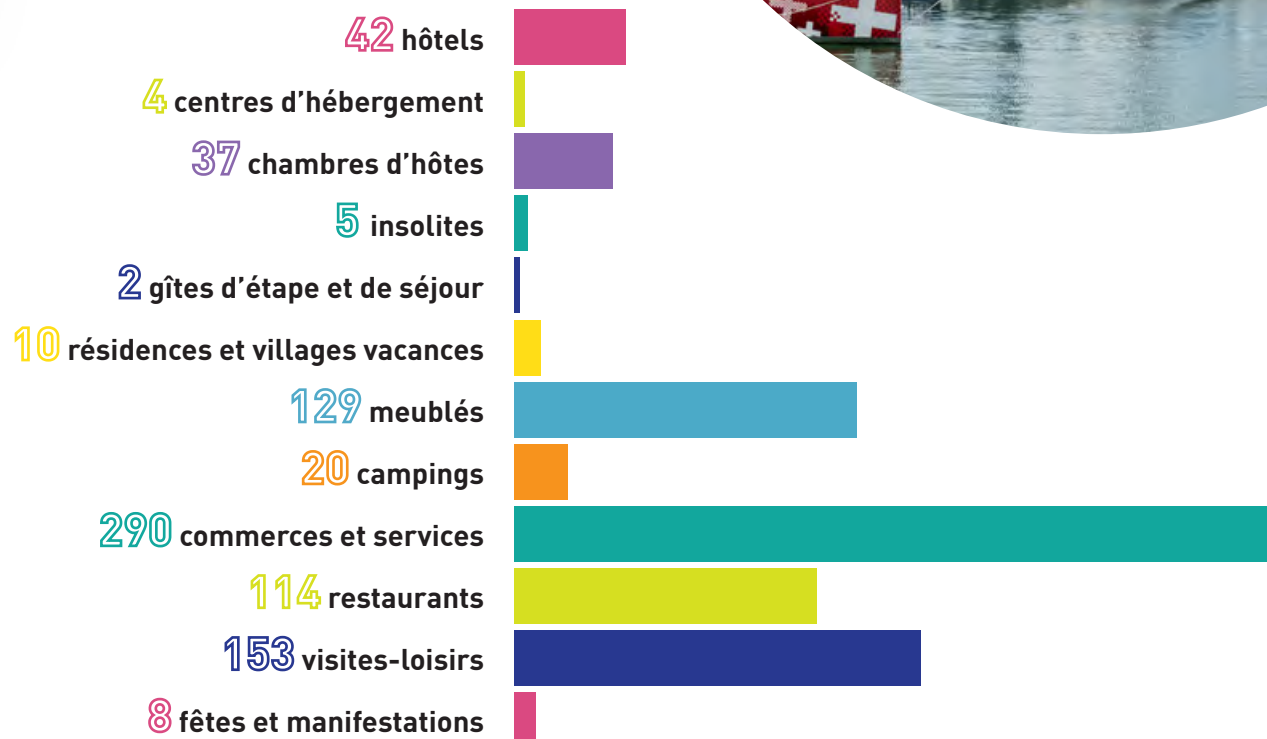
### Membre du bureau associée

**Anne-Sophie Tonnerre**, Compagnie Océane



## LES ADHÉRENTS

814 adhérents en 2018



## Enquête de satisfaction auprès des acteurs du tourisme en 2018

Fin novembre, une enquête de satisfaction a été envoyée aux acteurs du tourisme du Pays de Lorient. L'office de tourisme a collecté 142 réponses, dont 96,5% venant d'adhérents ou de bénéficiaires de prestations de l'office de tourisme.

Près de **80%** des professionnels interrogés se déclarent satisfaits ou très satisfaits de la diversité des prestations proposées par l'office de tourisme. 74% des professionnels interrogés se déclarent satisfaits ou très satisfaits de la diversité des prestations, 64% en ce qui concerne les tarifs des prestations.

# L'ORGANISATION ET L'ORGANIGRAMME DE L'ÉQUIPE : 22 SALARIÉS EN 2018







LORIENT  
BRETAGNE  
SUD,  
*l'inattendue!*



Lorient Bretagne Sud Tourisme  
Quai de Rohan - 56100 LORIENT  
[www.lorientbretagnesudtourisme.fr](http://www.lorientbretagnesudtourisme.fr)

