



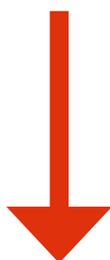
RAPPORT D'ACTIVITÉS 2022

**Golfe du
Morbihan
Vannes**
TOURISME

(OFFICE DE TOURISME &
PARC DES EXPOSITIONS CHORUS)



GOLFE du
MORBIHAN
VANNES AGGLOMÉRATION



SOMMAIRE

1 LA SOCIÉTÉ PUBLIQUE LOCALE (SPL)

- 03 Le mot du président
- 04 Statut & missions de la SPL
- 05 La gouvernance
- 05 L'organisation
- 06 Les axes stratégiques
- 10 Les grandes décisions et actions 2022 de la SPL GMVT

2 LE PARC DES EXPOSITIONS CHORUS - VANNES

- 11 Une nouvelle DSP
- 11 L'équipe
- 12 Convention de partenariat GL Events / SPL
- 12 Actions et chiffres clés 2^e semestre 2022
- 13 La politique tarifaire 2022
- 14 Les manifestations accueillies
- 16 Les manifestations co-organisées
- 17 Les actions prioritaires en 2023

3 L'OFFICE DE TOURISME

- 18 L'équipe
 - 19 Un nouveau statut
 - 20 Chiffres clés 2022
 - 21 Accueil & information
 - 24 Promotion & communication
 - 27 Commercialisation groupes loisirs & affaires
 - 28 Ingénierie & management de projets
 - 29 Les actions prioritaires en 2023

 - 30 Glossaire
-



LA SPL

LE MOT DU PRÉSIDENT

Suite à la décision du conseil municipal de ne pas renouveler la délégation de service public du parc des expositions à la société GL Events, celle-ci a été confiée à la SPL Golfe du Morbihan Vannes Tourisme.

La Société Publique Locale (SPL) « Golfe du Morbihan Vannes Tourisme », dans le respect de la stratégie touristique de GMVA, assurera des activités, dans le périmètre défini ci-dessous :

- La mission d'office de tourisme communautaire,
- La réalisation d'études et missions sur le développement touristique de son organisation, ainsi que des besoins d'animation du territoire,
- La mission de centre des congrès et du parc des expositions,
- Le portage de candidatures à l'accueil d'évènements du territoire,
- L'étude, la conception, la réalisation, la production ou la mise en œuvre d'évènements,
- La gestion d'équipements ou services à vocation touristique et/ou culturelle.

En confiant la gestion, l'exploitation et la maintenance de son équipement à la SPL, la ville souligne sa volonté d'une meilleure gestion et du développement de son équipement pour les années à venir. Le rayonnement du territoire passe par l'événementiel, la rencontre professionnelle, l'accueil de manifestations grand public et professionnelles. L'avenir du Chorus et de son positionnement dans le marché concurrentiel du grand ouest sera l'un des axes majeurs de réflexion pour la ville et la SPL.

Ces premiers mois de gestion ont été principalement dédiés à la réorganisation des équipes, à la mise en place de process et d'un plan d'actions de développement commercial. Dans ce cadre le lancement de nouveaux événements pour 2023/2024 sont les marqueurs fort du renouveau du Chorus et d'une volonté affirmée d'un retour de Vannes sur cette filière en pleine mutation après la pandémie.



© François Le Divenah

David Robo

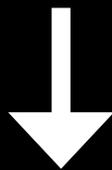
Président
Golfe du Morbihan Vannes Tourisme



STATUT & MISSIONS



La Société Publique Locale (SPL) Golfe du Morbihan Vannes Tourisme a pour objet social de « promouvoir et développer l'offre et l'attractivité touristique, sur les marchés du tourisme d'agrément, du tourisme d'affaires, des rencontres professionnelles et de l'agrément, ce aux plans local, national et international, ainsi que d'assurer des missions d'animation du territoire ».



11 actions réparties entre GMVA (54,5 %) et la ville de Vannes (45,5 %)

MONTANT DU CAPITAL SOCIAL DE LA SPL

37 400 €

3 instances propres à la SPL :

- Conseil d'Administration (CA)
- Comité d'Orientation Stratégique (COS)
- Assemblée Générale

12 administrateurs présents au Conseil d'Administration

1 DSP confiée à ce jour (au titre du Parc des expositions Chorus – Vannes)

7 arrivées ou remplacements (3 à la direction de la SPL et 4 arrivées ou remplacements au Parc des expositions Chorus - Vannes dont 1 contrat en alternance)

2 départs à l'Office de tourisme remplacés en janvier 2023

SES PRINCIPALES MISSIONS SONT :



- ➔ **d'assurer** la mission d'Office de tourisme communautaire
- ➔ **de réaliser** des études et missions, notamment d'ingénierie, répondant aux besoins du développement et de la promotion du tourisme, de son organisation, ainsi que des besoins d'animation du territoire
- ➔ **d'exercer** la mission de centre des congrès et de parc des expositions, incluant notamment la gestion, la commercialisation et l'exploitation de ce type d'équipement
- ➔ **d'assurer** le portage de candidatures à l'accueil d'événements du territoire
- ➔ **de réaliser** l'étude, la conception, la réalisation, la production ou la mise en œuvre d'événements
- ➔ **d'assurer** la gestion d'équipements ou de services à vocation touristique et/ou culturelle

DATES CLÉS



10 MARS 2022

Signature des statuts constitutifs de la SPL et 1^{re} réunion du Conseil d'Administration.

19 AVRIL 2022

Immatriculation de la SPL

1^{ER} JUILLET 2022

Démarrage de l'activité de la SPL

4 JUILLET 2022

Prise de fonction du Directeur Général

20 OCTOBRE 2022

2^e réunion du Conseil d'Administration

31 DÉCEMBRE 2022

Date de clôture du 1^{er} exercice social

LA GOUVERNANCE SPL

LE CONSEIL D'ADMINISTRATION

REPRÉSENTANTS DE GMVA

- ↳ Madame Anita Allain-Le-Port
- ↳ Madame Anne Gallo
- ↳ Monsieur Yves Bleunven
- ↳ Monsieur François Mousset
- ↳ Monsieur Roland Tabart

REPRÉSENTANTS DE LA VILLE DE VANNES

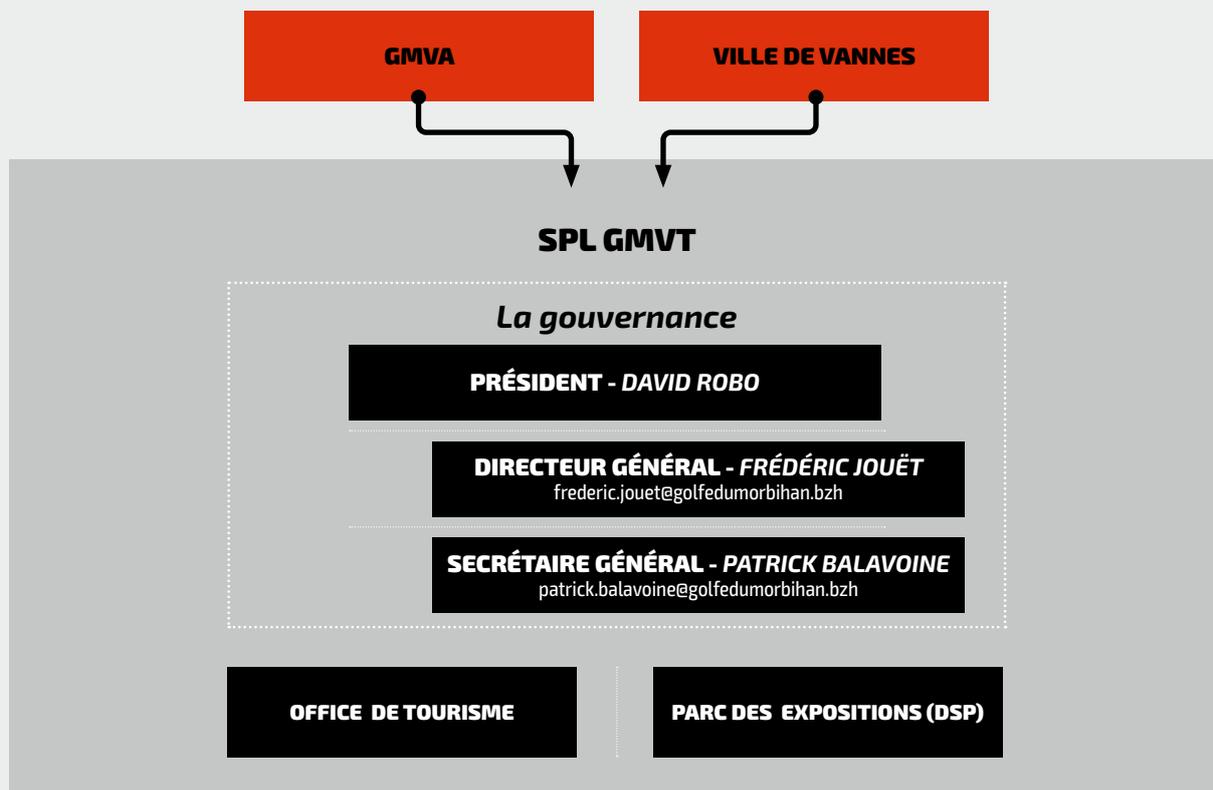
- ↳ Madame Nadine Pelerin
- ↳ Monsieur Olivier Le Brun
- ↳ Monsieur Fabien Le Guernevé
- ↳ Monsieur Franck Poirier
- ↳ Monsieur Jean-Pierre Rivery

REPRÉSENTANT DES PROFESSIONS ET ACTIVITÉS INTÉRESSÉES PAR LE TOURISME

- ↳ Monsieur Bruno Kerdal, Président UMIH 56



L'ORGANISATION



LES AXES STRATÉGIQUES



RÉSOLUMENT
AMBITIEUSE,
LA STRATÉGIE DE
LA SPL REPOSE SUR
**5 GRANDS
AXES**



1

FÉDÉRER LES ACTEURS & STRUCTURER L'OFFRE DU TERRITOIRE

La création en 2023 d'un bureau des congrès, véritable porte d'entrée et guichet unique pour les organisateurs et porteurs de projets: congrès, convention, salons, événements ... sera un des marqueurs fort de la structuration de l'offre.

Le constat fait ces derniers mois confirme la satellisation des structures et le manque de cohésion. La représentativité sur les événements de la filière est, à ce stade, hétéroclite et illisible. À l'inverse, toutes les destinations concurrentes sont déjà structurées et lisibles.

Il nous faut une structure commune, au service de tous, qui permette à chacun de travailler sans protectionnisme et en cohésion. « Chasser en meute » pour le rayonnement du territoire.

Charte d'accueil « responsable », offre selon les jauges et les attentes, communication partagée, site web vitrine, eductours, actions de communication hors territoire, etc

Pour cela une marque est indispensable. Elle sera la bannière commune qui représentera la destination en dehors des frontières départementales. Le tourisme d'affaires a ses propres codes, différents du tourisme d'agrément. L'anglicisme est la norme. Dans notre stratégie de conquête d'une nouvelle clientèle internationale, principalement et dans un premier temps vers l'Europe du nord et le Québec, cette marque sera la bannière qui représentera la destination.



LES AXES STRATÉGIQUES ET LE COS



CRÉER LE COMITÉ D'ORIENTATION STRATÉGIQUE (COS), OUVERT À L'ENSEMBLE DES PARTIES PRENANTES

Souhaité par par le Président de la SPL, le COS réunit l'ensemble des acteurs de la chaîne de valeurs touristiques : sites événementiels, organisateurs, agences de voyages et d'incentive, collectivités territoriales, chambre de commerce, croisiéristes, hôteliers, restaurateurs, autocaristes, acteurs du patrimoine et du terroir...

Ce comité consultatif se veut ouvert et à l'écoute des propositions et suggestions pour une meilleure synergie. **Nous sommes toujours plus forts ensemble !**

Réunis une première fois en février 2023, chaque collège a un référent qui centralise et communique à la SPL ses travaux. Ces propositions seront dans la mesure du possible intégrées à la future stratégie 2023-2025.

- ➔ **Collège n°1** : acteurs économiques et institutionnels
- ➔ **Collège n°2** : professionnels de l'hébergement, la restauration et production locale
- ➔ **Collège n°3** : professionnels des mobilités (bateaux, autocars, taxis...)
- ➔ **Collège n°4** : professionnels de l'événementiel et du tourisme d'affaires
- ➔ **Collège n°5** : professionnels du loisir et du patrimoine

IMAGINER & LANCER LE NOUVEL ÉQUIPEMENT ÉVÉNEMENTIEL STRUCTURANT DU TERRITOIRE

Le Parc des Expositions Chorus - Vannes et le PAC (Palais des arts et des congrès) sont les deux équipements majeurs propriétés de la Ville de Vannes. Ces deux sites sont aujourd'hui vieillissants et ne répondent plus au marché ni aux attentes de nos clients affaires. Le Parc des Expositions est depuis longtemps sujet à une réflexion sur son avenir. Nous avons mené une étude ces derniers mois, accompagnés par la SCET, filiale de la banque des territoires. **Un nouveau projet doit être désormais porté par les élus.** Nous présenterons au printemps 2023 l'état de notre réflexion.

Vannes est la seule destination du grand ouest qui n'a pas, soit totalement rénové, soit construit un nouvel équipement depuis 30 ans. Toutes les destinations concurrentes ont agrandi, construit ou sont en cours de le faire, un site d'accueil répondant aux nouvelles normes du marché, particulièrement post-covid. L'alignement des planètes est excellent : volonté politique, engagement d'acteurs privés, nouveaux formats d'événements post crise sanitaire, désaffection des grands salons parisiens au bénéfice d'événements plus « humains », recherche de destinations nature, « vraie », responsable, demande de lieux « Safe », proximité et accessibilité, intégration à la ville etc... Nous avons aujourd'hui une opportunité unique de créer un lieu événementiel responsable et intégré à son territoire, en phase avec son ADN.

Lieu d'événements et de rencontres, lieu de vie pour les vannetais, lieu d'échanges pour les entreprises et les étudiants, vitrine de l'excellence locale, nouveau site qui repense profondément le Parc du Golfe, comme un lieu naturel, tant sur le plan environnemental, que sur son usage.



4

MIEUX ACCUEILLIR ET INTERNATIONALISER FRÉQUENTATION TOURISTIQUE

Longtemps l'Office de Tourisme a fait rayonner son territoire en s'adressant aux habitants du département et de la région dans une moindre mesure.

Les excursionnistes à la journée sont devenus majoritaires. **Cela ne répond ni aux attentes des commerçants ni à celles des hôteliers.** Les nuisances en termes de circulation et de flux commencent à être relevées par les habitants, spécifiquement sur les îles et en forte saison. Loin du surtourisme, souvent entendu, nous devons réorienter notre stratégie.

La conquête d'une clientèle étrangère, issue d'Europe du nord et du Québec dans un premier temps, est un axe fort de notre stratégie. Cette clientèle est friande de destinations natures, sportives, responsables, tournées vers leur environnement. Que ce soit les landes de Lanvaux, le littoral, les îles, nous avons la réponse à leurs attentes. **Il faut les conquérir.** À cet effet, un plan d'actions est en cours d'élaboration.

Une première action a été menée avec Atout France, au mois de mars 2023, dans les pays nordiques et au Royaume-Uni. Les retours sont extrêmement positifs et encourageants.

Il nous faut désormais **intégrer la langue de Shakespeare** à notre communication globale, notre signalétique, notre façon d'accueillir. L'offre doit évoluer et s'adapter à cette clientèle à fort pouvoir d'achat, habituée à un confort d'accueil et amoureuse du patrimoine historique français. La labellisation UNESCO des mégalithes serait, certes un atout majeur, un déclencheur, mais nous devons avancer plus vite et plus fort avant cette décision.

Nous n'oublions pas **les touristes nationaux**, qui resteront le pilier principal de nos actions. Mieux accueillir, toute l'année, offrir des découvertes pendant les ailes de saisons, proposer des parcours inédits et surprenants, donner l'envie et créer l'exceptionnel toute l'année!

Des événements nouveaux verront le jour pour marquer notre territoire. « La Nouvelle Aventure » : salon dédié au nouveau tourisme d'aventure, les Hippocampes seront repensés en ouvrant cet événement au grand public, un événement Gravel, nouvelle tendance forte du deux-roues sera initié au même moment avec les acteurs locaux, pour rendre plus lisible notre stratégie de découverte nature et responsable. Un salon de la cybersécurité tourné vers les TPI et PME, un salon du nautisme et de la pêche de loisirs,...

DEVENIR LE TERRITOIRE DE RÉFÉRENCE DU TOURISME DURABLE

Une action volontaire et accélérée se fera sur la **diminution drastique des éditions papier** pour une véritable révolution numérique.

Nous étudions les moyens d'être le **territoire innovant et précurseur en la matière.** N'attendons pas d'y être contraints, comme l'a été la grande distribution, prenons les devants et mettons en place les outils numériques de découverte du territoire au service des visiteurs.

Labels, normes, chartes, tout ce qui nous aidera à devenir un territoire identifié responsable et durable sera engagé. À ce titre, notre ambition est de devenir Destination Innovante Durable avant 2025. Ce label initié par le gouvernement, Atout France, France Congrès et Coesio est une première mondiale. GMVT le sera avec l'ensemble de la chaîne de valeurs.

Tous les territoires se revendiquent d'être « vert » et destination nature. Golfe du Morbihan Vannes peut non seulement le revendiquer mais le prouver! Territoire d'une richesse environnementale et d'une biodiversité unique, nous devons afficher en grand nos valeurs et cet atout. L'ensemble de notre stratégie intégrera tous les piliers du développement durable.

Une gestion raisonnée de notre fréquentation et un nouvel outil événementiel exemplaire sur le plan environnemental et neutre en énergie carbonée.

5



LES GRANDES DÉCISIONS ET ACTIONS 2022 DE LA SPL GMVT

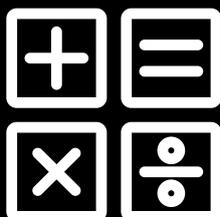


LA SPL COMME SEUL ÉTABLISSEMENT COMPÉTENT ET L'HARMONISATION DES CONVENTIONS COLLECTIVES.

Le choix des actionnaires de créer la SPL et de lui confier la gestion de l'Office de tourisme (ancien EPIC) ainsi que du Parc des Expositions Chorus - Vannes (sous DSP), implique de ne retenir qu'une seule convention collective. Le critère de droit principal dans le choix de la convention collective entre deux activités d'un même établissement est le chiffre d'affaires.

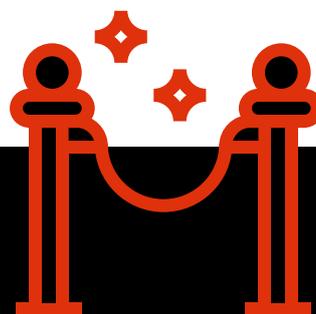
Dès lors, l'activité du Parc des expositions Chorus - Vannes étant la plus génératrice de chiffre d'affaires, la SPL sera régie par la convention collective Syntec au plus tard le 1^{er} septembre 2023. À cet effet, le processus électoral pour l'élection d'un CSE unique a démarré en décembre 2022 et une harmonisation des conventions collectives sera entrepris au cours du 2^e trimestre 2023.

LA STRUCTURATION DES ACHATS DE LA SPL GMVT EN CONFORMITÉ AVEC LE CODE DE LA COMMANDE PUBLIQUE.



GMVT, en tant que SPL, est qualifiée de pouvoir adjudicateur au sens de la définition du Code de la Commande Publique.

Afin de respecter les grands principes de la passation des marchés publics (égalité de traitement des candidats, liberté d'accès à la commande publique, transparence et traçabilité des procédures de sélection), la SPL GMVT a initié fin 2022 un règlement et une nomenclature des achats qui sera soumis à la validation de son conseil d'administration au printemps 2023.



LA REPRISE DES SALONS ORGANISÉS PAR L'ANCIEN DÉLÉGATAIRE DU PARC DES EXPOSITIONS CHORUS - VANNES.

Une divergence d'interprétation existe sur la propriété des salons de la Conchyliculture, du Japan Vannes Matsuri et des Breizh Games.

Le Conseil d'Administration de la SPL a, pour sa part, unanimement acté la non reconduction de ces salons à l'identique et s'appuiera sur des partenaires de qualité **pour proposer aux Vannetais des événements sur ces thématiques fortes et adressées aux publics.**

LA SIGNATURE DE DEUX NOUVEAUX PARTENARIATS.

- Le 1^{er} avec **Cap Orient Automobiles** pour le prêt d'un véhicule Kia au profit des équipes commerciales du Parc des expositions Chorus - Vannes.
- Le 2^e avec **Armor-lux** pour habiller les 5 bureaux d'information touristique ainsi que les équipes du Parc des Expositions. En contrepartie, la SPL s'engage notamment à valoriser ces partenariats sur l'ensemble de ses communications et événements.



2

LE PARC DES EXPOSITIONS CHORUS VANNES

UNE NOUVELLE DSP

30 JUIN 2022

Terme de la délégation de service public relative à la gestion du Parc des expositions Chorus - Vannes précédemment confiée au groupe GL events.



1^{ER} JUILLET 2022



La ville de Vannes, qui souhaitait renouveler ce mode de gestion, **a décidé de confier l'exploitation, l'animation, la promotion et l'entretien courant du Parc des Expositions Chorus - Vannes à la SPL GMVT**. Cette nouvelle convention a été conclue pour une durée de 3 ans à compter du 1^{er} juillet 2022 et jusqu'au 30 juin 2025.

L'ÉQUIPE

AU 31.12.2022

DIRECTION - **VALÉRIE BOUTIN**

RESPONSABLE ADMINISTRATIVE **MARJORIE RICHARD**
marjorie.richard@lechorus.com - 06 74 37 50 76

RESPONSABLE DES MANIFESTATIONS ACCUEILLIES **DAMIEN KILANI**
damien.kilani@lechorus.com - 06 86 78 58 19

ASSISTANTE DES VENTES **OPHÉLIE MUGNIOT**
ophelie.mugniot@lechorus.com - 02 97 46 41 41

CHEF DE PROJET **CÉDRIC JEAUNEAU**
cedric.jeauneau@lechorus.com - 06 30 96 22 52

CHEF DE PROJET **PIERRE EMILE JEGOU**
pierre-emile.jegou@lechorus.com - 06 76 60 65 91

DIRECTEUR DES OPÉRATIONS **PHILIPPE BLANCHO**
philippe.blancho@lechorus.com - 06 85 47 21 81

ALTERNANTE EN COMMUNICATION **PAULINE VERSHELDE**
pauline.vershelde@lechorus.com - 02 97 46 41 41

TECHNICIEN
DAVID DELCHER
david.delcher@lechorus.com
02 97 46 41 41

TECHNICIEN
FRÉDÉRIC MONFORT
frederic.monfort@lechorus.com
02 97 46 41 41

TECHNICIEN
SYLVAIN LE BRIS
sylvain.lebris@lechorus.com
02 97 46 41 41

CONVENTION DE PARTENARIAT GL EVENTS / SPL

Dans le contexte de l'arrivée à échéance de la précédente DSP, et dans une volonté de continuité de service, la SPL GMVT a **conclu en juin 2022 un contrat de partenariat avec GL events** pour la tenue des manifestations organisées prévues au 2^e semestre 2022. Il s'agit de la Foire de Vannes, du salon de la Conchyliculture et du salon Japan Vannes Matsuri.

Le contrat prévoit la mise à disposition, par la SPL GMVT, des équipes du Parc des expositions Chorus - Vannes ainsi que le partage à part égale de la marge de chacune des manifestations.

ACTIONS ET CHIFFRES CLÉS 2^E SEMESTRE 2022



35
jours
d'ouverture



16
jours de
fête foraine



16
manifestations



85 668
visiteurs



Suite au constat **de plusieurs failles apparentes dans la sécurité du Parc des Expositions**, la SPL GMVT a mandaté, fin 2022, la société AD Formations et Sécurité pour réaliser un audit sur la sûreté et la sécurité du site. Les conclusions de cet audit, réalisé au 1^{er} trimestre 2023, conduiront à la **réalisation de plusieurs investissements importants tout au long de l'année 2023**.



La SPL GMVT a également mandaté, fin 2022, la société XEFI pour réaliser, début 2023, **une étude de situation de l'infrastructure informatique du Parc des Expositions**. Aucun investissement lourd n'a été réalisé depuis le 1^{er} juillet 2022. Néanmoins, la SPL GMVT a renouvelé l'ensemble du parc informatique et a entrepris, en fin d'année, des travaux d'aménagement intérieur afin **d'améliorer les conditions de travail des équipes du Parc des expositions Chorus - Vannes**.



Enfin, la SPL GMVT, conformément à la délégation de service public qui lui a été confiée, a lancé fin 2022 **la démarche de certification Iso 20121 avec comme objectif 2023-2024**.

LA POLITIQUE TARIFAIRE 2022

TARIF JOURNALIER

- Les tarifs des halls pendant les périodes d'installation et de démontage sont minorés de 50 %.
- Le CHORUS pose en permanence une moquette M3 grise sur les sols. La moquette est facturée au loueur à un coût moindre (environ 1/3 du coût du marché de la moquette posée) pour la durée de la manifestation. Ce coût est imputable même en cas d'enlèvement demandé.
Tarif 2022 : 1,75 € H.T /m².

DESIGNATION DES ESPACES	SURFACES	H.T. EN €UROS
Hall A	3 600 m ²	3 624
Hall B	1 750 m ²	1 830
Espaces extérieurs (selon surface)	1 ha	1 727

PRESTATIONS ANNEXES

NATURE DES PRESTATIONS	UNITÉ	H.T. EN €UROS
Permanence technique		
TARIF A Heures semaine (8 h - 18 h)	L'heure	21.52
TARIF B Semaine (18h - 21 h) et Samedi (8 h - 21 h)	L'heure	32.08
TARIF C Nuits semaine (21h - 8h) et dimanche & jours fériés	L'heure	42.02
Nettoyage halls en fin de manifestation		
Hall A	Forfait	775.00
Hall B	Forfait	525.00
Enlèvement déchets	Forfait	380.00 à 545.00
Occlusion par rideau		
Hall A	Forfait	2 142.00
Hall B	Forfait	877.00
Sonorisation mobile / Micro H.F.	L'ensemble	265.00
Consommation électricité, eau, gaz, fioul	Forfait selon manifestation	

PRESTATIONS TECHNIQUES

NATURE DES PRESTATIONS	UNITÉ	H.T. EN €UROS
Stand nu avec bandeaux (structure alu / panneaux mélaminés)	Le m ² en surface occupée	14.40
Cloisonnement en panneaux mélaminés	Le m linéaire	24.75
Enseignes	L'unité	12.00
Moquette de couleur	Le m ² selon qté	5.39
Rail de LEDS	L'unité	63.85
Alimentation électrique générale (avec disjoncteur triphasé)		161.00
Alimentation individuelle des stands (PC 10 A)	Par zone	64.70
Branchement eau	Par stand	122.40
Scène (H 0.80/1.80) avec escalier (par modules 2.44X2.44)	Par stand	22.98
Gradins		8.21
Chaises coque plastique (1900 U)	Le m ²	2.99
Tables rectangulaires pliantes grises (180)	L'unité	11.09
Tables rondes Ø 1,50 m (50)	L'unité	12.44
Coffret électriques Triphasé 32 A	L'unité	98.43

CONDITIONS GÉNÉRALES

- Tous les prix sont indiqués H.T.
- Toutes les prestations sont en location. Le tarif ne comprend pas la pose et la dépose.
- PERMANENCE TECHNIQUE** : Les halls sont ouverts de 8 heures le matin à 21 heures le soir. Tout dépassement devra faire l'objet d'un accord préalable. La permanence d'un technicien en semaine et le week-end, sera refacturée suivant un barème figurant sur les devis. La location ne comprend pas les consommations : eau, électricité, gaz.
- Toutes les prestations annexes sont traitées par par le Parc des Expositions Chorus et feront l'objet d'une facturation complémentaire : gardiennage de jour et de nuit, hôtesse, personnel de sécurité, nettoyage quotidien des halls, manutentions, vestiaires...
- LA RÉSERVATION NE DEVIENT DÉFINITIVE QU'APRÈS VERSEMENT D'UN ACOMPTE DE 30 %.**

MANIFESTATIONS ACCUEILLIES 2^E SEMESTRE 2022

FORUM DE LA VIE ASSOCIATIVE

3 SEPTEMBRE

Le Forum des associations de Vannes est une mise en lumière de la richesse et du dynamisme du tissu associatif vannetais. C'est l'occasion de s'inscrire pour de nouvelles activités qu'elles soient sportives, culturelles, orientées vers la jeunesse, l'humanitaire ou le social.

- ➔ 1 JOUR
- ➔ 2 HALLS
- ➔ 368 EXPOSANTS
- ➔ 12 000 VISITEURS



BACK EUROP

19 AU 22 SEPTEMBRE

Ce salon accueille les professionnels des métiers de bouche et plus particulièrement ceux de la Boulangerie. BACK EUROP FRANCE a su devenir, en 30 ans, le leader incontesté de la distribution en Boulangerie Pâtisserie. Aujourd'hui, riche de son maillage national et de sa puissance logistique, son réseau propose un assortiment adapté à tout professionnel de la restauration commerciale.

- ➔ 2 HALLS
- ➔ 4 JOURS
- ➔ 1 500 VISITEURS



SALON PARCOURS ENTREPRENDRE

26 SEPTEMBRE

Ce salon est organisé par des entrepreneurs pour des entrepreneurs. L'objectif est de proposer sur un même lieu, un accès à l'ensemble des professionnels permettant de mener à bien un projet d'entrepreneuriat.

- ➔ 1 JOUR
- ➔ 1 HALL
- ➔ 50 EXPOSANTS
- ➔ 1 200 VISITEURS
- ➔ 2^E ÉDITION



SALON DU MARIAGE

8 & 9 OCTOBRE

D'envergure nationale, le salon du mariage propose aux visiteurs de rencontrer des prestataires qualifiés. Facteur attractif : robes de mariées, coiffure et beauté, tenue de cérémonie, faire-part, photographes, lieux de réception, traiteurs, animation, listes de mariage, voyages de noces...

- ➔ 2 JOURS
- ➔ 1 HALL
- ➔ 35 EXPOSANTS
- ➔ 2 200 VISITEURS



SALON DE L'ÉTUDIANT

15 OCTOBRE

Ce salon s'adresse aux bacheliers, aux étudiants souhaitant se réorienter, poursuivre leurs études ou affiner leurs choix d'orientation, et aux parents et enseignants qui accompagnent les jeunes dans leurs choix d'études et de métiers.

- ➔ 1 JOUR
- ➔ 1 HALL
- ➔ 74 EXPOSANTS
- ➔ 5 000 VISITEURS



MARATHON DE VANNES

14 & 15 OCTOBRE

Pour la première fois le village Marathon se déroule au Parc des Expositions du Chorus. Ce plus grand espace nous permet d'accueillir, avec un plus grand confort partenaires, exposants, courses amies sur deux jours et toute la logistique du Marathon. L'objectif à l'avenir est de créer un grand salon du Running en Bretagne.

- ➔ 2 JOURS
- ➔ 1 HALL
- ➔ 42 EXPOSANTS
- ➔ 2 500 VISITEURS



FÊTE FORAINE

15 AU 30 OCTOBRE

Chaque année, à la même période, environ 60 000 personnes se donnent rendez-vous au parc des expositions vannetaises pour profiter des autos tamponneuses, manèges à sensations ou autres stands de tir à la carabine... Les plus gourmands ne seront pas oubliés avec les stands de barbes à papa et de croustillons.

➔ 16 JOURS

➔ PARKING DSP / VILLE

CONCOURS ORAUX

3 NOVEMBRE

Le Centre de Gestion du Morbihan organise les concours oraux et EP de technicien principal de 2nd classe.

➔ 1 JOUR

➔ 1 HALL

➔ 500 CANDIDATS

SALON DU CHOCOLAT

11 AU 13 NOVEMBRE

Le Salon du chocolat est désormais une manifestation accueillie et gérée par son créateur. Le salon accueille une centaine d'exposants qui proposent leur création en chocolat, pâtisserie, café, thé. De nombreux concours nationaux et internationaux sont programmés, des animations ainsi que 3 défilés par jour.

➔ 3 JOURS

➔ 2 HALLS

➔ 100 EXPOSANTS

➔ 18 639 VISITEURS



SALON DE L'HABITAT DÉFICOM

19 AU 21 NOVEMBRE

Le salon de l'habitat offre à ses visiteurs la possibilité de s'informer sur les matériaux, les procédés et les nouveautés de l'habitat, la décoration intérieure et extérieure ainsi que le projet immobilier.

➔ 3 JOURS

➔ 2 HALLS + L'EXTÉRIEUR

➔ 220 EXPOSANTS

➔ 7 802 VISITEURS



SALON DU VIN ET DE LA GASTRONOMIE CULINAIRE

26 AU 28 NOVEMBRE

Le salon du vin et de la gastronomie accueille de nombreux exposants venant de toute la France. Spécialités culinaires propres aux régions, animations, concours, cours de cuisine et d'œnologie sont au rendez-vous.

➔ 3 JOURS

➔ 2 HALLS OCCUPÉS + L'EXTÉRIEUR

➔ 86 EXPOSANTS

➔ 4 103 VISITEURS



STUDYRAMA

3 DÉCEMBRE

Le salon propose aux étudiants d'échanger avec des spécialistes des études supérieures, des professeurs et des étudiants. Grâce à plus de 300 formations proposées, ces professionnels conseillent sur les choix de parcours.

➔ 1 JOUR

➔ 1 HALL OCCUPÉ

➔ 70 EXPOSANTS

➔ 3 000 VISITEURS



LA NUIT DES TROPHÉES

5 DÉCEMBRE

Nuit des Trophées de la Banque Populaire Grand Ouest ! L'occasion de mettre en valeur les collaborateurs qui ont préformé, qui se sont mis au service du collectif et qui ont tout donné en 2022.

LES CHIFFRES CLÉS SONT :

➔ 1 JOUR

➔ 1 HALL

➔ 500 VISITEURS

MANIFESTATIONS CO-ORGANISÉES 2^E SEMESTRE 2022

LA FOIRE DE VANNES

8 AU 12 SEPTEMBRE

Pour la 56^e édition, La Foire de Vannes s'est déroulée du 8 au 12 septembre. Pour les 30 ans de la Foire, plus de 100 exposants étaient présents sur place et répartis sur 5 000 m² du Chorus de Vannes. Au programme, plus de 50 animations, des conférences, des concerts et un grand espace restauration. Une ambiance festive.

- ➔ **5 JOURS**
- ➔ **9 000 M² : 2 HALLS + EXTÉRIEURS**
- ➔ **105 EXPOSANTS**
- ➔ **12 580 VISITEURS**

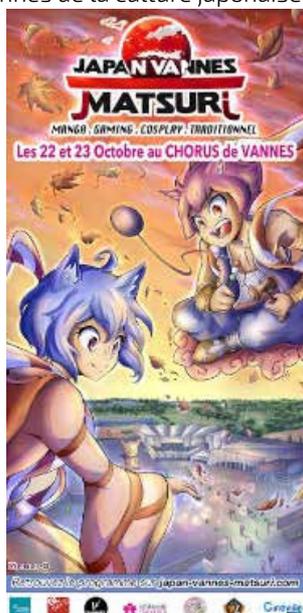


JAPAN VANNES MATSURI

22 & 23 OCTOBRE

LE rendez-vous pour les passionnés de la culture japonaise mais aussi pour tous les curieux, le Japan Vannes Matsuri est devenu l'une des plus importantes Conventions du Grand Ouest. Tout au long du week-end, le programme était chargé pour les visiteurs : 119 exposants (éditeurs, boutiques, jeunes artistes et créateurs, institutions, associations...), trois scènes occupées par des conférences, des initiations et des animations, un pôle dédicaces avec 3 invités du monde du doublage et du jeu vidéo.

- ➔ **2 JOURS**
- ➔ **5 500 M² : (HALL A + HALL B)**
- ➔ **119 EXPOSANTS**
- ➔ **120 ANIMATIONS**
- ➔ **12 589 VISITEURS**



SALON DE LA CONCHYLICULTURE

4 & 5 OCTOBRE

La 38^e édition du Salon de la Conchyliculture et des Cultures Marines est le premier rendez-vous national pour la filière conchylicole et est une occasion unique pour les équipementiers, prestataires de services et fournisseurs de la filière de promouvoir leurs expertises, présenter leurs innovations, recevoir leurs clients et rencontrer des prospects ciblés et qualifiés.

Il est incontournable pour tous les acteurs français de la filière. Avec son positionnement comme lieu de réponse aux grands enjeux, aux leviers de croissance nationaux et internationaux, cette édition a été moteur pour l'avenir du secteur (innovation, mise en marchés, organisation, développement durable, économies d'énergie, gestion financière des risques et aléas...).

Consciente du réchauffement climatique, cette année la filière conchylicole apparaît alors comme une alliée indispensable dans la lutte contre le changement climatique, puisqu'elle possède une très faible empreinte carbone et fournit de nombreux services écosystémiques, grâce notamment à la filtration de l'eau et au développement de la biodiversité.

Les professionnels ont la volonté d'être acteurs de leur avenir par la mise en avant des projets moteurs et innovants, favorisant ainsi des échanges constructifs entre les différents acteurs de la filière au niveau national et international.

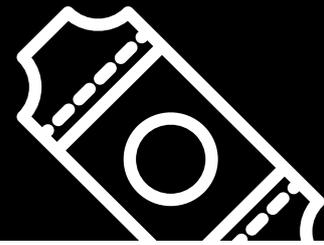
- ➔ **2 JOURS DONT 1 SOIRÉE « PARTENAIRES »**
- ➔ **5 500 M² (HALL A + HALL B)**
- ➔ **98 EXPOSANTS REPRÉSENTANTS 18 SECTEURS D'ACTIVITÉS**
- ➔ **8 PITCHS INNOVATION**
- ➔ **4 DÉLÉGATIONS ÉTRANGÈRES**
- ➔ **1 555 VISITEURS**



LES ACTIONS PRIORITAIRES EN 2023



L'année 2023 sera principalement consacrée au renouveau du portefeuille d'affaires, à la mise en conformité du Parc des expositions et à l'étude de son évolution future.



Le plan d'action commercial est principalement axé vers l'accueil de nouvelles manifestations et la création de nouveaux salons pour 2023/2024 :

- « La Nouvelle Aventure » (tourisme nomade et nature),
- Cybersécurité pour les PME,
- Nautisme et pêche de loisirs.

La Foire de Vannes qui était en déclin depuis de nombreuses années ne sera pas reconduite. Cet événement historique n'attirait que peu de monde et la mise en place de la gratuité par GL events a mis un terme radical à la rentabilité de cette foire.

Le Parc des expositions Chorus - Vannes étant exploité par la SPL GMVT, **soumise au code de la Commande Publique**, les principaux contrats de prestations de services nécessaires à son exploitation seront remis en concurrence et des appels d'offres seront lancés tout au long de l'année 2023 (sécurité, nettoyage, montage/démontage...).



Plusieurs investissements nécessaires et urgents, non réalisés par l'ancien délégataire, seront mis en œuvre pour pallier aux manques de sécurité du Parc :

- sécurisation des accès avec la motorisation du portail principal et l'installation d'un système par badge des bureaux,
- sécurisation du site avec l'installation d'un réseau de caméras de surveillance,
- marquage au sol des places PMR, exposants, visiteurs et administration.

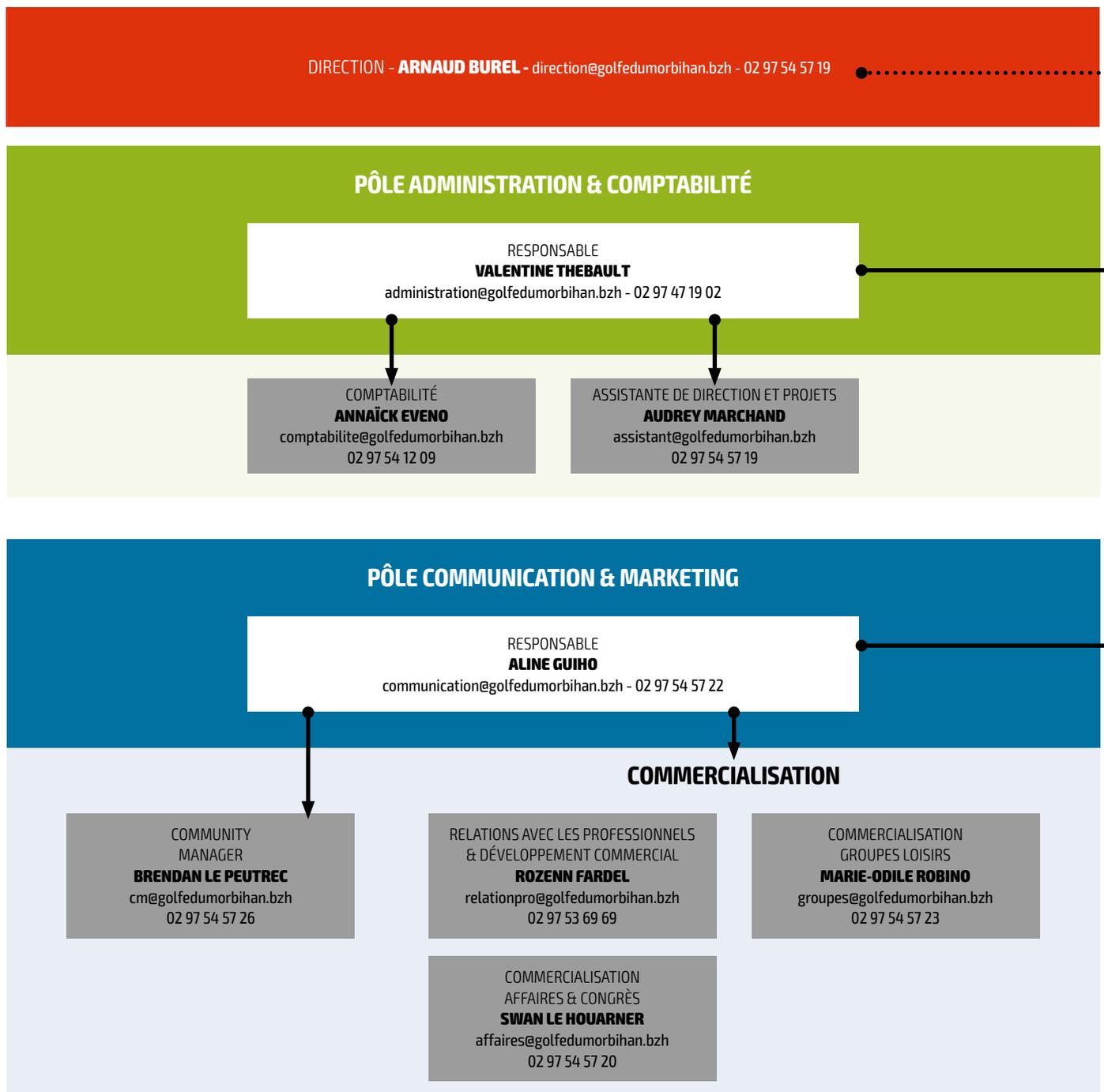
Enfin, l'étude pour le renouveau du parc des expositions, lancée en 2022, va se poursuivre en 2023 avec notamment la présentation d'un projet aux élus de la Ville au printemps.

3

L'OFFICE DE TOURISME

L'ÉQUIPE

AU 31.12.2022



UN NOUVEAU STATUT



- **26 novembre 2021** : transmission à M. Robo, président GMVA, des bilans d'activité de 2018 à 2021, Comptes Administratifs, informations techniques et administratives pour la gestion et l'exploitation de l'OT, informations sur les personnels et sur les biens
- **7 décembre 2021** : CODIR : présentation du projet de SPL par M. Bleuven
- **4 mai 2022** : Réunion avec l'équipe et le président de l'OT, les directions de service de GMVA : présentation des modalités de transfert du personnel à la SPL, transfert des missions de l'OT, impacts financiers, présentation du nouveau directeur général de la SPL Frédéric Jouët.
- **19 mai 2022** : Conseil communautaire du 19 mai : délibération de l'EPCI pour renoncer à l'exploitation de l'EPIC
- **7 juin 2022** : CODIR : présentation du transfert de l'Office de Tourisme à la SPL par M. Bleuven, clôture des régies, dissolution de l'EPIC au 30 juin, gestion de la TS confiée à GMVA.

PÔLE ACCUEIL & INFORMATION - QUALITÉ TOURISME

RESPONSABLE PÔLE ACCUEIL RHUYS & QUALITÉ TOURISME
SANDRA LERAY
accueilqualite2@golfedumorbihan.bzh - 02 97 53 87 89

RESPONSABLE PÔLE ACCUEIL VANNES-LANVAUX & QUALITÉ TOURISME
EMMANUELLE JIQUEL
accueilqualite1@golfedumorbihan.bzh - 02 97 54 57 24

PRESQU'ÎLE DE RHUYS 02 97 53 69 69

VANNES - LANVAUX 02 97 47 24 34

ACCUEIL
& ANIMATION NUMÉRIQUE
SANDRINE REUZÉ
numerique@golfedumorbihan.bzh

ACCUEIL
& QUALITÉ TOURISME
SYLVIE BLANCHO
qualite@golfedumorbihan.bzh

ACCUEIL & RELATIONS
AVEC LES PROFESSIONNELS
CÉDRIC NICOLAS
relation-pro2@golfedumorbihan.bzh

ACCUEIL
& TOURISME DURABLE
MARION BUCHHOLD
information@golfedumorbihan.bzh

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

ACCUEIL & TOURISME DURABLE
MATHILDE HABERKORN
information1@golfedumorbihan.bzh

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

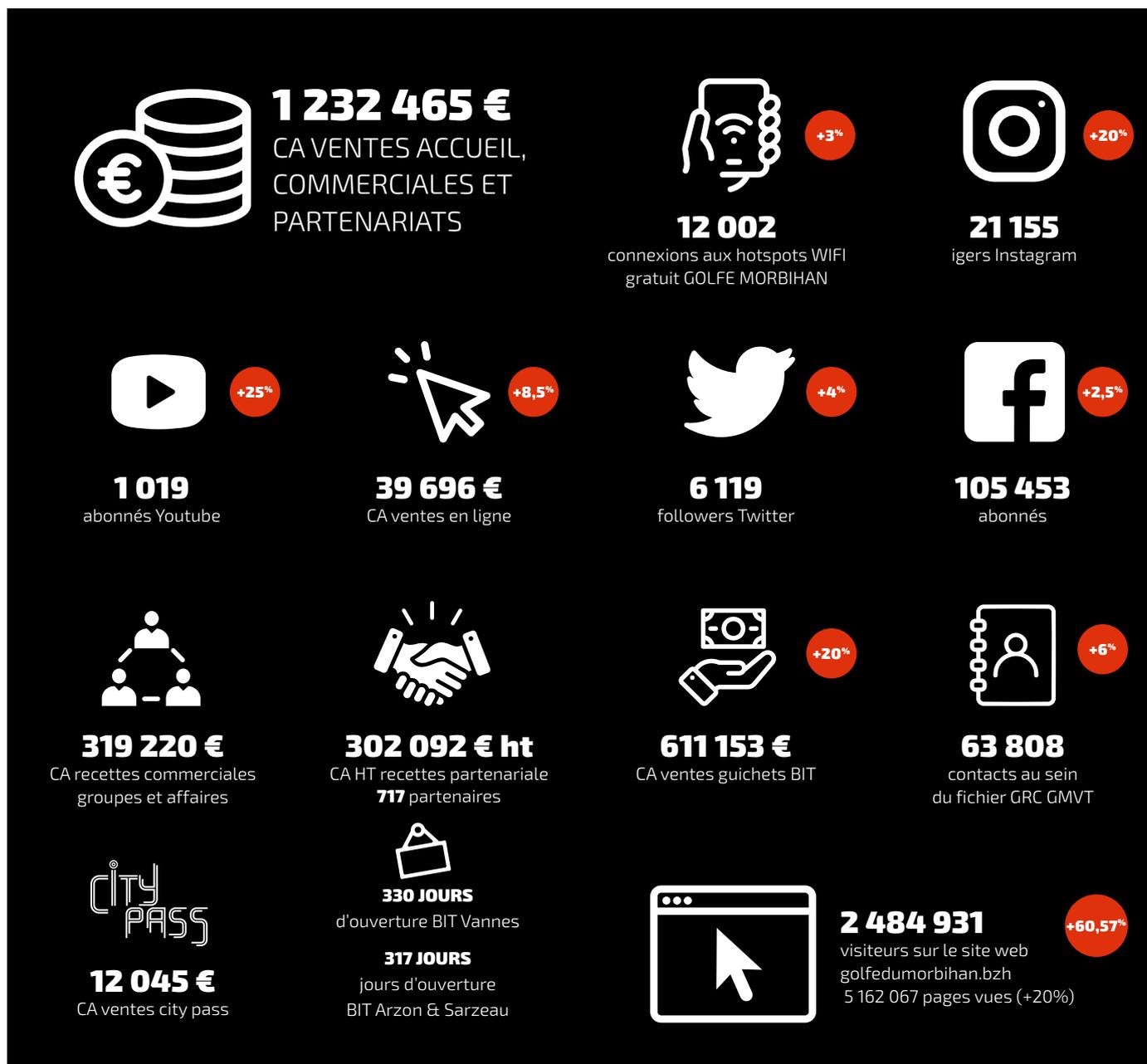
ACCUEIL & RELATIONS AVEC
LES PROFESSIONNELS
VIRGINIE HERVY
accueil@golfedumorbihan.bzh

ACCUEIL & RELATIONS AVEC
LES PROFESSIONNELS
NOLWENN HARREWYN
partenariat1@golfedumorbihan.bzh

ACCUEIL & RELATIONS AVEC
LES PROFESSIONNELS
SANDRINE LORGEUX
accueil1@golfedumorbihan.bzh

ALTERNANCE
ACCUEIL
AUDREY PÉRESSE
information2@golfedumorbihan.bzh

CHIFFRES CLÉS 2022



Sources : Google analytics, Données GMVT

GESTION & MANAGEMENT DE L'OT

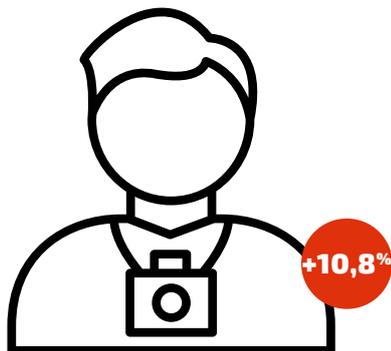


- ➔ **2 CODIR** : 29 mars au Hézo et 7 juin à Plescop
- ➔ **3 réunions d'équipe**
- ➔ **50 briefs** (accueil, numérique, commercialisation...) et 15 réunions de direction des pôles
- ➔ **49 bull team** (newsletter hebdomadaire interne)
- ➔ **10 salariées** ont participé à la Vannetaise le 9 octobre



- ➔ **29.15 ETP**
 - équipe permanente de **24 personnes**
 - équipe saisonnière de **20 personnes** (2 à 7 mois)
- ➔ **1 alternante**
- ➔ **7 stagiaires** (3^e collège à Licence pro)
- ➔ **541 heures** de formations cumulées agréées pour 24 salariés dont une formation en intra les 15 et 16 décembre sur "L'accueil à valeur ajoutée"

ACCUEIL & INFORMATION



193 789
VISITEURS

+10,8%



216 725 demandes (visiteurs + demandes mails, tél)

+12%



16 789
réponses aux demandes
d'information
par téléphone

+14%



3 589
mails
+ eformulaires

-3%



2 558
chats* sur le site
*Discussions instantanées

-11%

ORIGINES DE LA CLIENTÈLE



92 % FRANCE



TOP 5 DES RÉGIONS FRANÇAISES

- BRETAGNE : **16 %** ▼
- ILE DE FRANCE : **12 %** ▼
- PAYS DE LA LOIRE : **10 %** ▼
- AUVERGNE RHÔNE ALPES : **5 %** ▼
- NOUVELLE AQUITAINE : **5 %** ▼



8 % CLIENTÈLES INTERNATIONALES

+30%



TOP 5 DES PAYS

- BELGIQUE : **20 %**
- ALLEMAGNE : **20 %**
- ESPAGNE : **16 %**
- ROYAUME UNI : **14 %**
- SUISSE : **6,5 %**

LA FRÉQUENTATION DES BUREAUX D'INFORMATION TOURISTIQUE

BIT OUVERTS À L'ANNÉE					BIT SAISONNIERS		
VANNES	GRAND-CHAMP	ARZON	SARZEAU	SAINT-GILDAS-DE-RHUYS	ÎLE-AUX-MOINES	ARRADON	SÉNÉ
64 067 visiteurs +4 % ▲	1 298 visiteurs +9,5 % ▲	34 215 visiteurs +22 % ▲	25 033 visiteurs +8 % ▲	9 589 visiteurs +3,5 % ▲	54 459 visiteurs +17,5 % ▲	1 325 visiteurs -50 % ▼	1 796 visiteurs +30 % ▲
392 484 visiteurs (cellule de comptage entrées)		138 044 visiteurs (cellule de comptage entrées)					

ACCUEIL & INFORMATION (SUITE)

MIEUX ACCUEILLIR :
LE SADI

(Schéma d'Accueil et de Diffusion de l'Information)

NOS ACTIONS :

- ➔ L'hospitalité digitale, les écrans dynamiques, le wifi territorial, la stratégie des médias sociaux, les actions webmarketing ciblées (newsletters)...
- ➔ L'accueil hors les murs : 5 journées, le déploiement des cabanes et présentoirs (voir ci-contre).
- ➔ Les points info partenaires, les journées partenaires : 2 points d'accueil en mars et en juin avec 145 partenaires accueillis et 10 journées de livraison du Golfe et vous, les éductours : plus de 70 visites, la formation des saisonniers...

LES POINTS INFOS
PARTENAIRES
ET CABANES
PRÉSENTOIRS

En 2022, 64 cabanes à l'effigie de la marque « Golfe du Morbihan Vannes... la rencontre avec l'exceptionnel » sont réparties sur l'ensemble des 34 communes, 28 mairies ainsi que 36 partenaires.

Réalisés en bois de bourriches, ces mobiliers diffusent la collection d'éditions de l'Office de tourisme. Chaque début de mois, l'OT interroge les points info partenaires sur leurs besoins. La livraison est organisée par l'OT. En saison, le réassort des cabanes est hebdomadaire.



Total distribution (nombre d'exemplaires)

	MAG	MAG HIVER	GL	GG	HB	GY	Plans	Total
2022	11 300	2 180	9 500	13 500	1 455	14 800	57 430	110 165

-8%

LES ACTIONS 2022
DD/RSE/SST

L'OFFICE DE TOURISME EST
PARTENAIRE SITE RELAIS DU
PARC NATUREL RÉGIONAL
DU GOLFE DU MORBIHAN

VENDREDI 4 MARS

COLLECTE NATIONALE DES RESTOS DU CŒUR

JEUDI 17 MARS

JOURNÉE D'ÉQUIPE DD :

Visite de partenaires labellisés + ramassage des déchets avec l'association Les Mains dans le Sable.

TOUTE L'ANNÉE

- Nous initions le public au « troc ta brochure ».
- Objectifs :** inviter les visiteurs à réduire leur consommation de papier, exemple adressé à nos partenaires pour les sensibiliser dans cette même démarche.
- Accompagnement par une ergothérapeute sur les aménagements des postes de travail.

L'ENGAGEMENT QUALITÉ, LE FIL
CONDUCTEUR DES ACTIONS
DE L'OFFICE DE TOURISMENotre engagement
Qualité Tourisme®

L'OT Golfe du Morbihan Vannes Tourisme est engagé dans une démarche de qualité et a obtenu la marque nationale Qualité Tourisme™ en 2019 et sera audité à nouveau en 2024.



LA CATÉGORIE I

L'OT Golfe du Morbihan Vannes Tourisme a obtenu le classement en Catégorie I par arrêté préfectoral le 6 juillet 2018. Le classement est valable 5 ans.

BOUTIQUE & BILLETTERIE



+17%

593 213 €

CA billetteries

DONT :

35 581 € CA ventes en ligne

+137%

557 632 € CA ventes
aux guichets

+24%



-31%

17 940 €

CA boutique

DONT :

4 115 € en vente en ligne

-13%

13 825 € au guichet

-88%



+20%

611 153 €

CA total 2022 boutique
+ billetterie en 2022

DONT :

39 696 € CA ventes en ligne

+85%

571 457 € CA ventes
aux guichets

+17%



Panier moyen : **53 €**

+23%

Billetteries maritimes
509 482 €

+26%

Billetterie loisirs et
visites guidées
59 651 €

+178%

Billetterie
spectacles
12 035 €

+42%



11 494 dossiers traités
dont 2252 en vente en ligne et 9242 au guichet

+1,8%

**CITY
PASS**



12 045 €

+32%

PASS 72H ADULTE	134
PASS 48H ADULTE	101
PASS 24H ADULTE	64
PASS 72H ENFANT	17
CITY PASS HIVER ADULTE	14
PASS 24H ENFANT	7
PASS 48H ENFANT	12
TOTAL	349

LA MARQUE TOURISME & HANDICAP



Tourisme & Handicap est une marque nationale créée en 2001. Elle est la seule marque attribuée aux professionnels du tourisme qui s'engagent dans une démarche qualité ciblée sur l'accessibilité aux loisirs et aux vacances pour tous.

En 2021, le bureau de Vannes (renouvellement) ainsi que les bureaux de Grand-Champ, Arzon et Saint-Gildas de Rhuys (demandes initiales) ont tous obtenu la marque pour les 4 handicaps : auditif, mental, moteur et visuel.

TROPHÉE

Lors de la Remise des Trophées du Tourisme Accessible qui s'est tenue au Salon Handica à Lyon le 1^{er} juin dernier, l'Office de Tourisme Golfe du Morbihan Vannes Tourisme s'est vu décerner parmi 300 candidatures le Trophée d'Or remis par la Direction Générale des Entreprises.

Cette distinction nationale vient récompenser le travail de coordination et d'expertise de l'Office de tourisme en la personne de **Gaëlle RAUD** (référente de la marque Tourisme & Handicap) ainsi que la dynamique et l'engagement fort porté par l'ensemble de l'équipe en faveur de l'accessibilité.

FRÉQUENTATION DES SITES PARTENAIRES

1 264 entrées validées
Total CA reversé = **9838,41 €**



TOP 3 DES VISITES

- 1 - DOMAINE DE SUSCINIO
145 entrées
- 2 - ANGELUS
131 entrées
- 3 - PETIT TRAIN TOURISTIQUE DE VANNES
117 entrées

PROMOTION & COMMUNICATION

La communication touristique print et digitale, créée par l'Office de Tourisme en 2017, dans le cadre du Schéma touristique porté par Golfe du Morbihan Vannes agglomération, se veut être une invitation au voyage et à LA RENCONTRE AVEC L'EXCEPTIONNEL.

Objectifs :

- Informer visiteurs, résidents et habitants
- Séduire nos clientèles potentielles
- Assurer la promotion commerciale des professionnels du tourisme

LA COMMUNICATION PRINT



- Le Magazine de voyage **50 000 ex**
- Le Guide Gourmand **65000 ex**
- Le Guide Loisirs & Pratique **65000 ex**
- Le Guide Hébergements **10 000 ex**

Les plans et cartes touristiques :

- > Plans Golfe (**80 000 ex**)
- > Lanvaux (**5 000 ex**)
- > Rhuy (**80 000 ex**)
- > Vannes (**100 000 ex**)
- > Cartes des îles
(Ile-aux-Moines **100 000 ex**
& Arz **60 000 ex**)

Le journal des animations Golfe et vous

- 2 331** événements annoncés
- > Printemps - **50 000 ex** (avril à juin)
 - > Été - **60 000 ex**. (juillet à octobre)
 - > hiver - **25 000 ex**. (novembre à mars).

LA COMMUNICATION DIGITALE

Le site web golfedumorbihan.bzh



2 484 931

visiteurs uniques

51 % DES VISITES ENTRE JUIN ET SEPTEMBRE
61 % VISITES SUR MOBILES

DIMANCHE 14 AOÛT

27 165 UTILISATEURS

PLAN D'ACTIONS WEBMARKETING 2022

- Rédaction de 40 nouvelles pages SEO et optimisation SEO de 25 pages existantes
- Accompagnement GRC par Anabatiq en partenariat avec le CRT Bretagne (8 ateliers personnalisés : audit, plan de collecte et plan d'animations)

TOP 5 PAGES (NOMBRE DE SESSIONS)

- Webcams **548 790**
- Grandes mares 2022 **123 567**
- Découvrir Vannes **116 496**
- Agenda **84 020**
- Incontournables du Golfe du Morbihan **66 688**



91 %
FRANCE



9%
PAYS ÉTRANGERS

LA STRATÉGIE GRC



38 NEWSLETTERS
33 912 CONTACTS
TAUX D'OUVERTURE : 35,82 %
246 332 EMAILS



PLAN DE COMMUNICATION

Objectif : favoriser un tourisme en toutes saisons

MARCHÉ FRANÇAIS



ACCOMPAGNEMENT RELATIONS PRESSE AGENCE AIR PUR

• 1 dossier de presse annuel
« Le Golfe du Morbihan à
contre-courant »

• 3 dossiers de presse thématiques :

- ➔ Nature/Grand espaces (mars)
- ➔ Citytrip (mai)
- ➔ Artisanat/savoir-faire (septembre)

• 1 Voyage de presse (juin)

• Rédaction et diffusion de brèves presse

• Réponses aux demandes entrantes, envois de propositions de sujets aux émissions TV, aux reporters tourisme, aux radios...

• Veille, relances et propositions quotidiennes. Organisation d'accueils presse individuels.

- ➔ 60 retombées presse
- ➔ 1 204 832 € ht équivalence pub
- ➔ 17 410 005 auditeurs
- ➔ 21 264 559 lecteurs
- ➔ 27 890 726 internautes

HORS AGENCE RP :

- ➔ 15 retombées presse
- ➔ 348 145 € ht équivalence pub



PARRAINAGE METEO FRANCE TV

• Parrainage Météo TV

04/04 au 31/12 (9 mois)

- ➔ 738 diffusions - 76.72 millions contacts pub

• Publicité classique TV city pass

29/05 au 31/12 (7 mois)

- ➔ 199 diffusions - 22.16 MILLIONS contacts pub

• Numérique préroll city pass

23/05 au 31/12 (7 mois)

- ➔ 481 640 impressions - 4 487 clics

DISPLAY ADDITI

Deux campagnes de publicité géolocalisées et ciblées en ligne sur les sites du groupe Ouest France



• VACANCES DE TOUSSAINT : 01 AU 22/10

- ➔ 426 466 impression - 816 clics

• VACANCES DE NOËL : 03 AU 24/12

- ➔ 425 959 impressions - 774 clics

EN PARTENARIAT AVEC LE CRT TOURISME BRETAGNE

• Production et diffusion de podcasts « roadtrip entre amis » avec Marine Baousson, ambassadrice du podcast et un.e invité.e. 12 sept – 9 nov

- ➔ +3 000 ÉCOUTES.
- ➔ 2^E CAMPAGNE prévue au 1^{er} trimestre 2023

• 3 Partenariats éditoriaux :

LE PARISIEN WEEKEND & LE PARISIEN.COM & RÉSEAUX SOCIAUX (cibles familles) 15 avril

- ➔ 223 000 EX DIFFUSÉS (2.3 millions de lecteurs)
- ➔ 16 682 lectures du dossier en ligne
- ➔ + 1 MILLION D'IMPRESSIONS sur les réseaux sociaux

LE PARISIEN WEEKEND & LE PARISIEN.COM & RÉSEAUX SOCIAUX (cibles dinks) 9 septembre

- ➔ 223 000 EX diffusés (2.3 millions de lecteurs)
- ➔ + 11 000 lectures du dossier en ligne

GRANDS REPORTAGES / TREK MAG : PRINT ET WEB

- ➔ 70 000 EX. - 500 000 lecteurs
- ➔ 2043 visites web

• 2 campagnes partenariales digitales :

CIBLE FAMILLES SUR FACEBOOK - 1^{er} avril au 17 juin

- ➔ 17 millions impressions - 25 400 clics

CIBLES DINKS SUR INSTAGRAM - 2 vagues : printemps 1^{er} mars au 17 mai et automne 28 août au 13 octobre

- ➔ 16.7 millions impressions - 15 655 clics

• Participation à l'Event presse « Brunch breton » Paris le 22 novembre

- ➔ 30 journalistes

MARCHÉS EUROPÉENS



WORKSHOP RENDEZ-VOUS EN FRANCE - ATOUT FRANCE - NANTES

Accueils à Vannes de 2 groupes de TO en pré-tours en partenariat avec le CRT & participation au workshop à Nantes

JOURNÉES PARTENARIALES ATOUT FRANCE PARIS 14 ET 15 JUIN

Workshop : rencontres et rdv avec les représentants Atout France européens

EN PARTENARIAT AVEC LE CRT TOURISME BRETAGNE

ALLEMAGNE : marketing d'influence

- **TRAVELISTO AVRIL** : Mix social media, podcast, contenu blog, idée séjour web
 ↳ 56 636 personnes touchées

PAYS-BAS : 4 Partenariats médias printemps

- **THE HIKE** : accueil, articles web, social media, idée séjour web
 ↳ 29 464 sessions web,
 ↳ 163 000 impressions social media

- **FIETS ACTIEF** : publipédagogique, article web, newsletters, social media,
 ↳ 1 325 pages vues,
 ↳ 60 000 contacts newsletters

- **MAMAPLAATS** : accueil, article web, newsletter, social media et jeu concours
 ↳ 93 500 personnes touchées

- **FABULOUS MAMA** : newsletters et social media
 ↳ 122 558 contacts newsletters
 ↳ 6 000 personnes touchées social medias

ESPAGNE : marketing d'influence

- **LOS VIAJES DE MARY JUIN** : accueil, articles, social media, vidéos, newsletter, idée séjour web
 ↳ 690 000 impressions social media,
 ↳ 7520 pages vues

SUISSE : marketing d'influence

- **MORGANE SCHALLER SEPTEMBRE** : accueil, social media, 3 articles blog, achat photos
 ↳ 81 269 personnes touchées,
 ↳ 1910 pages vues
- **ÉVÈNEMENT PRESSE À LAUSANNE** : La gastronomie à l'honneur
 ↳ Cibles : journalistes et blogueurs - Mars
 Immersion en Bretagne par un événement de 2h30 au sein d'une crêperie bretonne
 ↳ 15 JOURNALISTES en rendez-vous privilégiés

COMMERCIALISATION GROUPES & AFFAIRES



319 220 €
CA 2022

ILS NOUS ONT FAIT CONFIANCE EN 2022 :

- > SPIE CITYNETWORKS
- > GRDF
- > ALLIANZ IARD
- > BANQUE POPULAIRE GRAND OUEST
par AMS EVENEMENTS
- > MAISON CHANCERELLE
- > GMH
- > AKENEO
- > UFME
- > ECRITEL

L'ACTION COMMERCIALE CONGRÈS & AFFAIRES



206 312€
CA

- 56 DEVIS
- 18 RÉSERVATIONS
- 809 NUITÉES
- 1 537 PARTICIPANTS
- 134 € PANIER MOYEN
- 184 664 € CA REVERSÉ AUX PARTENAIRES

En 2022, Swan Le Houarner a participé à la promotion du tourisme d'affaires :

- 7/01 : intervention UCO - présentation du service affaires
- 3/03 : AG Morbihan Affaires - Domaine de l'aéropiste
- 29/03 : Meet Pro La Gacilly - Morbihan Affaires
- 12 ET 13/05 : So Événement Nantes - Congrès Cités
- 19, 20 ET 21 /10 : AG et réunions de travail Congrès Cités à Laval.
- 15 ET 16 /11 : Salon Heavent - Séminaire expo à Paris - Morbihan Affaires



L'Office de tourisme est membre des réseaux
Congrès Cités et Morbihan Affaires

L'ACTION COMMERCIALE GROUPES LOISIRS



93 283 €
CA 2022

- 105 DEVIS
- 47 RÉSERVATIONS
- 1 699 PARTICIPANTS
- 77 364,78 €
CA REVERSÉ AUX PARTENAIRES
- 2 SÉJOURS
- 57 NUITÉES
- 45 PACK JOURNÉE
- 54,77 € PANIER MOYEN

TREK RANDO 9 551 € CA 2022
GOLFE DU MORBIHAN (4 SÉJOURS - 12 PERSONNES)

VISITES GUIDÉES GROUPES VILLE DE VANNES



19 625 €
CA 2022

- 200 DEVIS
- 3 764 PARTICIPANTS
- 140 RÉSERVATIONS



84 % clientèles
françaises



16 % clientèles
internationales

INGÉNIERIE & MANAGEMENT DE PROJETS



ON PISTE

- **36 PARCOURS DE TRAIL, MARCHE NORDIQUE ET VÉLO**
- **14 PARCOURS DE TRAIL** : 9 à 25 km = 232,85 km balisés + 3 ateliers Trail : côte courte, côte longue et piste
- **5 PARCOURS DE MARCHE NORDIQUE** : 4 à 16 km = 53,90 km balisés
- **5 PARCOURS DE VTT/ VTTAE** = 150 km balisés
- **8 PARCOURS DE GRAVEL** : 20 à 220 km = 800 km cumulés

TOTAL = plus de 1 000 km de circuits

- ➔ **2^E/50** destination la plus consultée sur On Piste
- ➔ **+ 100 000** vues totales liées aux pages GMVT
- ➔ **30 000** téléchargements de l'app
- ➔ **UN PROJET INCLUSIF** et accessible à tous (habitants, visiteurs et personnes en situation de handicap)

Les projets structurants 2022 :

- ➔ **LABELLISATION** Espace Gravel FFC, le 2^e en France
- ➔ **COMMERCIALISATION** d'un séjour itinérant gravel avec Cap Liberté
- ➔ **COMMUNICATION** : accueils presse, shooting photo gravel, salon du gravel à Angers, podcast La Bande à D+, aménagement carte accueil BIT Vannes, création 11 panneaux sur les points de départ des communes



GEOVELO

Afin d'accompagner l'engouement croissant pour les déplacements à vélo, l'agglomération et l'Office de tourisme ont souhaité mettre en place un outil numérique spécifique via l'application Geovelo.

Geovelo est une application gratuite de guidage pour faciliter et sécuriser les déplacements à vélo. Elle permet en temps réel de trouver facilement l'itinéraire à vélo le plus adapté selon plusieurs critères (du plus rapide au plus sécurisé) et d'accéder à des suggestions d'itinéraires de balades à vélo.

OBJECTIFS :

- ➔ Faciliter et sécuriser la pratique du vélo au quotidien sur le territoire
- ➔ Mettre en avant des idées de balades touristiques et s'adapter aux nouveaux comportements des visiteurs en terme d'usage numérique.

Le financement s'élève à 34 200 € TTC répartis entre l'agglomération et l'Office du Tourisme (budget OT : 10 000 € HT).

- ➔ **452 740** itinéraires calculés
- ➔ **184 708** kilomètres parcourus en 2022
- ➔ **26857** trajets enregistrés



LA CHARTE DU VOYAGEUR

Né à Vannes d'un projet local en 2019, le projet a été co-écrit en 2022 avec les 60 offices de tourisme de Bretagne portés par OTB, fédération régionale des Offices de tourisme avec le soutien du Comité Régional du Tourisme. La Charte a été co-écrite par des habitants, élus, professionnels du tourisme, ONG Green Cross accompagnés par L'agence de communication Le Homard Bleu.

- ➔ **12** messages bienveillants
- ➔ **10 000** signataires en 2022
- ➔ **2 AMBASSEURS :**
 - Servane Escoffier-Burton, navigatrice
 - Louis Bodin, journaliste ingénieur météorologiste.
- ➔ **1 PRIX :**
 - Victoires de la Bretagne en décembre 2022

VICTOIRES DE LA
BRETAGNE

Lauréat 2022 des victoires de la Bretagne Victoire du tourisme et du patrimoine



LES HIPPOCAMPES DU GOLFE DU MORBIHAN 4^E ÉDITION

JEUDI 1^{ER} DÉCEMBRE

- **1 JOURNÉE DE CONFÉRENCES**
pour prendre du recul et penser le voyage différemment
- **1 TEMPS D'ÉCHANGES**
où se mêlent experts, élus et grand public pour réfléchir à une approche durable et responsable du voyage sur le territoire
- **1 LABORATOIRE D'IDÉES**
autour d'une thématique économique-tourisme transversale.

Fidèle depuis leur création, Louis Bodin - météorologiste et rédacteur en chef du service météo RTL et TF1 - a animé cette année encore avec passion et sincérité l'ensemble de la journée. Nono - dessinateur, affichiste et professeur de philosophie - était également présent pour dessiner et croquer avec humour les conférences en direct.

THÈME 2022 : VOYAGER SERA-T-IL ENCORE RESPONSABLE ?

Intervenants 2022 : Pierre-Ambroise Bosse, Justine Dupont, Matthieu Tordeur, Philippe Gloaguen, Jean-Didier Urbain, Isabelle Brémond, Agnès Lecompte, David Medioni, Servane Escoffier-Burton.

Retrouvez les éditions sur
www.golfedumorbihan.pro



LA SEMAINE DU TOURISME ÉCONOMIQUE & DES SAVOIR-FAIRE

24 OCTOBRE AU 6 NOVEMBRE 2022

BRETAGNE

- **384** entreprises
- **7 769** participants
- CA : **12 310.10€**.
- **1 PRIX** : «Best Strategy for Creative Tourism Development»

GMVA :

- **16** entreprises
- **550** participants

DIGGY

Diggy est une application nationale gratuite développée par le groupe Internep-TF1. Grâce à un parcours géolocalisé, le visiteur a le privilège de découvrir les secrets de sites via des vidéos. Dans la continuité des parcours de visites lancés en 2021 à Vannes, deux nouveaux parcours ont vu le jour en 2022 : les secrets du street-art à Vannes et les mégalithes des Landes de Lanvaux.



OBJECTIFS :

- répondre à la demande récurrente de thématisation des visites
- promouvoir l'offre culturelle du territoire

LES ACTIONS PRIORITAIRES EN 2023

MIEUX ACCUEILLIR

- **Poursuite du SADI**
- Suivi des **projets d'aménagements** des 2 nouveaux Bureaux d'information touristique à Sarzeau et Arzon (ouverture 2024)
- **ADN Tourisme** : Lancement de la Charte de l'Hospitalité (co-animation du Groupe de travail national Hospitalité)
- **OTB** : traductions de la Charte du Voyageur, écriture d'une Charte du petit voyageur.

EN TOUTES SAISONS

- Développement de la promotion sur les marchés européens avec **Atout France et CRT Tourisme Bretagne** : Grande-Bretagne et Europe du Nord (presse, BtoB...)
- **Promotion sur le marché français** : stratégie d'accompagnement agence RP, salons BtoC et actions de promotion commerciale BtoB
- **Webmarketing** : stratégie de création de contenus SEO, médias sociaux, GRC
- Développement et promotion du **City Pass Golfe du Morbihan Vannes**
- Actions de développement du **tourisme sportif de plein air** avec Rossignol et On Piste : balisage, signalisation, presse, promotion.

GLOSSAIRE

ADN TOURISME	FÉDÉRATION NATIONALE DES ORGANISMES INSTITUTIONNELS DE TOURISME
BIT	BUREAU D'INFORMATION TOURISTIQUE
CA	CHIFFRE D'AFFAIRES
CSE	COMITÉ SOCIALE ÉCONOMIQUE
CODIR	COMITÉ DE DIRECTION
COS	COMITÉ D'ORIENTATION STRATÉGIQUE
CRT BRETAGNE	COMITÉ RÉGIONAL DU TOURISME DE BRETAGNE
DD	DÉVELOPPEMENT DURABLE
DSP	DÉLÉGATION DE SERVICE PUBLIC
EPCI	ETABLISSEMENT PUBLIC DE COOPÉRATION INTERCOMMUNALE
EPIC	ETABLISSEMENT PUBLIC À CARACTÈRE INDUSTRIEL ET COMMERCIAL
ETP	ÉQUIVALENT TEMPS PLEIN
GMVA	GOLFE DU MORBIHAN VANNES AGGLOMÉRATION
GMVT	GOLFE DU MORBIHAN VANNES TOURISME
GRC	GESTION DE LA RELATION CLIENTS
OT	OFFICE DE TOURISME
OTB	OFFICES DE TOURISME DE BRETAGNE (FÉDÉRATION RÉGIONALE)
RSE	RESPONSABILITÉ SOCIÉTALE DES ENTREPRISES
SADI	SCHÉMA D'ACCUEIL ET DE DIFFUSION DE L'INFORMATION
SEO	SEARCH ENGINE OPTIMIZATION (RÉFÉRENCEMENT NATUREL)
SPL	SOCIÉTÉ PUBLIQUE LOCALE
SST	SAUVETEUR SECOURISTE DU TRAVAIL
UMIH	UNION DES MÉTIERS ET DES INDUSTRIES DE L'HÔTELLERIE





(OFFICE DE TOURISME &
PARC DES EXPOSITIONS CHORUS)

SPL Golfe du Morbihan Vannes Tourisme

📍 8, rue Daniel Gilard - 56000 Vannes

🌐 www.golfedumorbihan.bzh

 @SPL GOLFE DU MORBIHAN VANNES TOURISME

