



Lorient
Bretagne Sud
la belle aventure

rapport d'activités

p 5  1-La destination touristique

p 11  2-Les accueils

p 17  3-La promotion et la communication

p 29  4-La commercialisation

p 40  5-Développement et actions partenariales
sur le territoire

p 43  6-Financement et organisation





© CLIO & CLEMHBST

Rapport moral

Singularité sera le mot qu'il restera de cette année 2024 qui a été décevante à bien des égards. L'activité touristique a connu un repli significatif sur le tourisme de loisirs et d'affaires.

Le succès de Paris 2024 et l'incertitude politique, conséquence de la dissolution de l'assemblée nationale début juin, ont malheureusement impacté fortement une saison touristique bien mal démarrée dès le printemps. La météo maussade n'a également pas permis de recevoir les visiteurs de "dernière minute" ni un rebond des excursionnistes après une mauvaise année 2023. Un mois d'août conforme aux habitudes a toutefois permis de sauver une saison 2024 qui restera globalement moyenne.

Côté tourisme d'affaires, après la forte dynamique des 2 années précédentes, nous observons un repli préjudiciable. Malgré les gros opérateurs et prescripteurs du territoire, le monde économique n'aimant pas les incertitudes, l'absence de visibilité politique et budgétaire ont contribué à leur attentisme et à leur capacité de créer des événements.

Une bonne nouvelle tout de même avec le tourisme des groupes, qui permet de désaisonnaliser une partie de l'activité de « loisirs », qui a encore été très actif. Le chiffre d'affaires généré par l'office inscrit 2024 comme une des meilleures années, proche de son plus haut niveau historique. L'office a su s'y adapter, au prix d'un engagement remarquable !



Michaël CHEVRIER

Côté association, l'office a encore vécu une année très riche et très dense, marquée par l'évolution de sa stratégie, adaptée au nouveau schéma de développement touristique de Lorient Agglomération, et matérialisée par la signature de la nouvelle convention d'objectifs et de moyens 2024-2026.

Dans les évolutions stratégiques notoires, il est à noter : le parti pris d'entrer dans une démarche RSE et de participer à la grande dynamique de transition engagée par de très nombreux professionnels, de prioriser de nouvelles cibles marketing avec l'ambition de muscler les avants et après saisons estivales et enfin de consolider le réseau d'accueil physique de l'office de tourisme en étant présent là où les visiteurs nous attendent.

La première application de la nouvelle stratégie a concerné l'évolution de la marque. Après 12 années d'utilisation de « Lorient Bretagne Sud, l'inattendue », un travail conséquent de la gouvernance et de l'équipe de l'office de tourisme a permis de trouver la bonne signature et le bon concept graphique pour devenir **"Lorient Bretagne Sud, la belle aventure"**.



Lorient Bretagne Sud *la belle aventure*

Cette nouvelle signature a été présentée officiellement au mois de décembre et déployée immédiatement sur le site internet, qui a atteint 1,2 millions de sessions cette année. Le reste du déploiement se fait au fur et à mesure du renouvellement des supports comme pour les brochures 2025 qui ont déjà revêtu les couleurs de la nouvelle identité graphique.

La vie associative s'est déroulée conformément aux statuts, l'organe souverain de notre organisation, le conseil d'administration, s'est réuni 4 fois, et l'assemblée générale ordinaire a lieu ce jour après celle de 2024 au West Park à Inzinzac-Lochrist.

10 réunions du bureau ont permis de suivre la vie quotidienne de l'office de tourisme et accompagner l'équipe de salariés dans la résolution des problèmes, dans la prise de décision comme garants de la continuité d'activités et de développement de l'outil office de tourisme.

La commission « finances » en charge de suivre la gestion générale de l'office de tourisme s'est aussi réunie conformément aux usages antérieurs afin de suivre un budget complexe qui demande une gymnastique permanente.

Autre évolution de la vie associative, dorénavant 3 évènements jalonnent l'année :

Le salon local du tourisme : « *Bienvenue chez vous !* », la soirée des acteurs qui remplace l'assemblée générale d'hiver (11 décembre 2025 la soirée « *C'est déjà 2026 !* ») et enfin le dernier temps fort : « *Lorient Bretagne Sud Tour* », moment privilégié pour les professionnels pour rencontrer les institutionnels, à moins que ce ne soit l'inverse !

Encore une fois, un grand merci aux membres du conseil d'administration et du bureau pour votre temps mis à disposition et pour les moments aussi riches, constructifs que conviviaux passés ensemble.

Merci également à l'ensemble de l'équipe des salariés de l'office de tourisme pour leur engagement permanent et leur professionnalisme.

Par nature le tourisme est une filière transversale. Il n'y a donc de gestion performante que si elle est partagée de manière intelligente avec tous ses acteurs, c'est ce que nous pensons être une valeur forte de l'office de tourisme associatif !

Je tiens à remercier tous les partenaires institutionnels avec qui nous travaillons quasi – quotidiennement et qui vous donnera un aperçu de son eco-système :

L'office participe à « l'observatoire » mené par Audelor avec nos voisins, et néanmoins amis, de Quimperlé Communauté et plus récemment de BBO Communauté.

Merci aux élus et techniciens de ces collectivités et plus particulièrement Olivier le Roy et Anthony Isabel de l'office de tourisme de Quimperlé les Rias, merci également à Marine Baranger et Bénédicte le Brun de BBO Communauté.

Merci à l'équipe d'Audelor d'agiter toute cette matière scientifique d'observation chargée d'objectiver des impressions et merci plus particulièrement au Président Pascal Le Liboux, et son directeur Gilles Poupard.

Côté promotion commerciale, l'office de tourisme participe à des opérations collectives selon les échelles et les opportunités :

Avec Morbihan Tourisme, principalement auprès des cibles bretonnes, merci à Gérard Pierre son Président, Patrick Levy et son équipe.

Avec Bretagne Tourisme pour l'échelle nationale et européenne. Merci à Anne Gallo sa Présidente, Antoine Cariou son directeur et son équipe !

L'office de tourisme reste connecté à son réseau « métier » en étant actif :

A la Fédération des offices de tourisme de Bretagne où nous siégeons comme administrateur auprès d'Erven Léon, son Président et Pierre Bouton son directeur.

La CCI et son Président Philippe Rouault, à travers son GT Tourisme présidé par Cédric Ragani, membre de droit de l'office de tourisme, qui porte des travaux et des réflexions toujours très pertinentes sur l'activité touristique.

Bien sûr à la Sellor et Lorient Bretagne Sud Evènement avec lesquels nous échangeons de manière permanente sur tous les sujets et qui siègent au conseil d'administration. Merci à sa Présidente, Madame Sophie Palant le Hégarat, à Cédric Guillotin et à ses équipes ainsi qu'à Patrice Valton, Président de la Sellor, Briec Morin et ses équipes.

Et enfin, l'office de tourisme répond à des missions confiées par sa collectivité de tutelle, Lorient Agglomération. Je tenais à insister sur la qualité des échanges que nous entretenons, avec toujours liberté et franchise et surtout dans le respect des fonctions de chacun, merci Monsieur le Président Fabrice Loher. Dernier exemple en date, de nous avoir permis de revenir Quai de Rohan dans des délais records. Merci également aux services sous la direction de Krystal Siret-Jolive et plus particulièrement au service tourisme.

Dans l'attente d'inaugurer le nouvel office de tourisme avec vous, je vous souhaite d'ores et déjà, à toutes et tous, une excellente saison 2025 !



An aerial photograph of a river delta. The river flows from the top left, branching into several channels that spread out across a sandy, light-colored landscape. To the left of the river, there are vibrant green fields. The overall scene is a mix of natural and agricultural elements.

1 La *destination* touristique en 2024

Carte d'identité du territoire

EN CHIFFRES



25 communes

dont **12** communes littorales
(au sens "Loi Littoral")

213 310 habitants
(Population totale - source
recensement INSEE 2022)

739 km²

3 508 emplois en hôtellerie
-restauration
(4^e trimestre 2024)



15 plages surveillées

2 réserves naturelles

1 Ville de Surf

1 Grand Site de France

1 700 km de sentiers
de randonnée



21 équipements touristiques
et musées majeurs
(+ de 2000 entrées annuelles)

8 communes touristiques

dont **3** stations classées

1 Ville historique

1 Ville d'Art et d'Histoire

1 Cité des Métiers d'Art

Carte d'identité du territoire

☞ CAPACITÉ D'ACCUEIL



40 hôtels	2 548 lits
33 campings	7 050 lits
3 villages et centres vacances	672 lits
6 résidences de tourisme	1 417 lits
5 auberges de jeunesse et hébergement collectif	406 lits
107 chambres d'hôtes	
2 210 meublés ou chambres chez l'habitant	

Soit un total de

12 093

lits touristiques marchands
(hors chambres d'hôtes
et meublés de tourisme)



le saviez-vous ?



Ensoleillement 2024

1 651 heures d'ensoleillement

628 heures de soleil entre juin et août

-19%

par rapport à 2023



Sources : www.audelorcom.com - Insee et taxe de séjour 2024

Carte d'identité du territoire

NUITÉES TOURISTIQUES



331 296	hôtels	↘
14 300	chambres d'hôtes	↘
251 146	campings	↗
26 996	aires de camping-cars	↘
34 836	centres et villages vacances	↘
161 937	résidences de tourisme	↗
84 423	meublés de tourisme	↘
22 555	auberges collectives et de jeunesse	↘
487 238	plateformes internet	↘

→ progression par rapport à 2023



Soit un total de

1 414 727

nuitées touristiques

en 2024

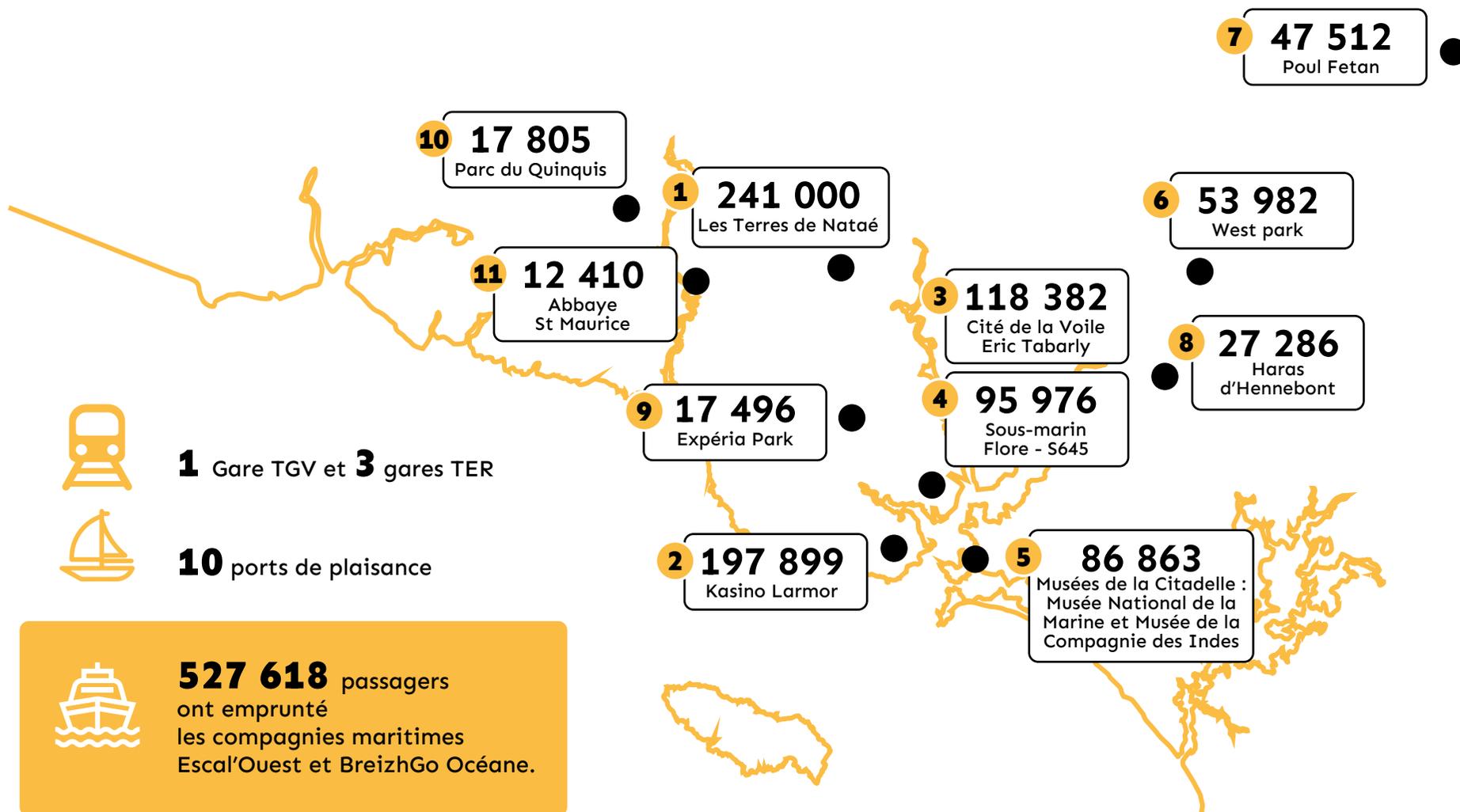
à Lorient Agglomération

-8%

par rapport à 2023

Nombre de visiteurs en 2024

DANS LES PREMIERS SITES VISITÉS



Source : www.audelor.com

L'Office de *Tourisme* de Lorient Agglomération

EN QUELQUES CHIFFRES

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

3^e agglomération
de Bretagne

25 communes

213 310 habitants*



7 agences à l'année
dont 1 en ligne

+2 agences
saisonnnières

Budget annuel environ **2 M€**

22 salariés

636 adhérents

*Population totale - recensement source INSEE 2022



2 Les accueils

Les accueils



ACCUEILS
physique
et téléphonique
Conseils en séjour

58 772
contacts



ACCUEIL
numérique

Site web

Près de **1.5 millions**
de sessions**



**Modélisation tenant compte
du nombre de visiteurs ayant refusé
le suivi cookies.



**Total des visiteurs
touchés :**

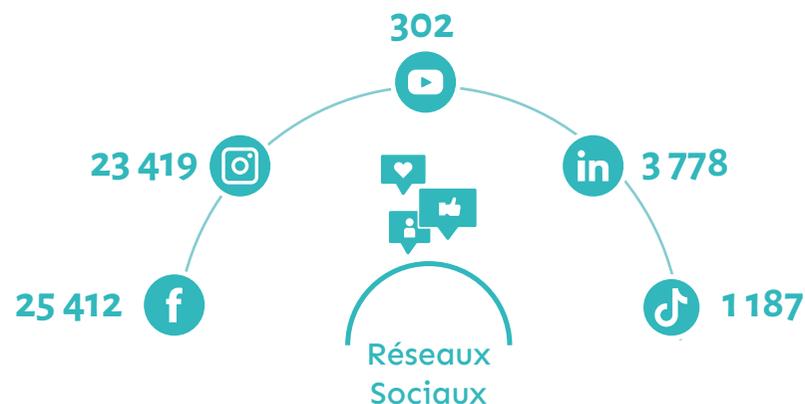
1 187 037

+3.79% par rapport à 2023



Carnets de voyage

455
générés sur
notre site web



Réseaux
Sociaux

54 098
fans



+ 4306 fans
gagnés en 2024

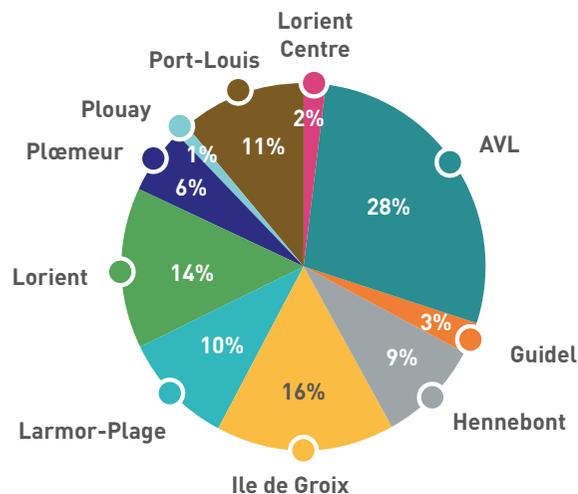


ACCUEIL PHYSIQUE & ACCUEIL EN LIGNE

Répartition par agence

28% des demandes passent par notre service téléphonique.

72% des demandes sont effectuées dans les agences de Guidel, Hennebont, Île de Groix, Larmor-Plage, Lorient, Plœumeur, Plouay et Port-Louis.



Origine de la demande

PAR PAYS

- Depuis la France : **56 584**
- Depuis l'étranger : **2 188**
- Principaux pays demandeurs :
 - > **Allemagne : 619**
 - > **Royaume-Uni : 527**
 - > **Belgique : 436**
 - > Espagne : **174**
 - > Pays Bas : **100**
 - > Suisse : **82**

3,7%
de la demande en agence
est étrangère



le savez-vous ?

Ouverture accueil
1400 jours
> soit 9600h



Accueil physique

42 303
contacts

contre 47 868 en 2023, soit environ

110 000 visiteurs
-12%*



accueil en ligne

16 469
contacts

contre 21 861 en 2023

-25%*

*par rapport à 2023

ACCUEIL PHYSIQUE & ACCUEIL EN LIGNE

Répartition des demandes françaises

PAR RÉGION

- Top 5 des régions les plus demandeuses
 - > Bretagne : 57 %
 - > Pays de la Loire : 9 %
 - > Ile de France : 8 %
 - > Nouvelle Aquitaine : 4 %
 - > Auvergne-Rhône-Alpes : 4 %

PAR DÉPARTEMENT

- Top 5 des départements les plus demandeurs
 - > Morbihan : 49 %
 - > Loire-Atlantique : 4,2 %
 - > Finistère : 3,5 %
 - > Ille-et-Vilaine : 3 %
 - > Côtes-d'Armor : 2 %



Focus sur la demande bretonne

- Dans nos accueils physiques
 - > 89% des demandeurs bretons sont morbihannais
- Via notre accueil téléphonique et mail
 - > 54% des demandeurs bretons sont du Morbihan
 - > 22% du Finistère



© J. DUBREUIL/ALUXISS

le saviez-vous ? 

57 %
des demandeurs
sont bretons

et 49 %
sont morbihannais

Les sites web

+ de
1.5
millions* de
sessions

- **www.lorientbretagnesudtourisme.fr**
+ de **1,2 million sessions**
+ de **816 000** utilisateurs uniques*
près d'**1 min 40** de temps de lecture moyen
10 600 mots-clés en top 10 Google :
+20% par rapport à 2023
- **Sites en langues étrangères**
près de **59 000 sessions**
+ de **35 300** utilisateurs uniques*
🇬🇧 🇪🇸 🇩🇪
- **Billetterie en ligne**
près de **204 500 sessions**
près de **108 000** utilisateurs uniques*
- **www.breizh-box.fr**
près de **35 000 sessions**
+ de **25 000** utilisateurs uniques*

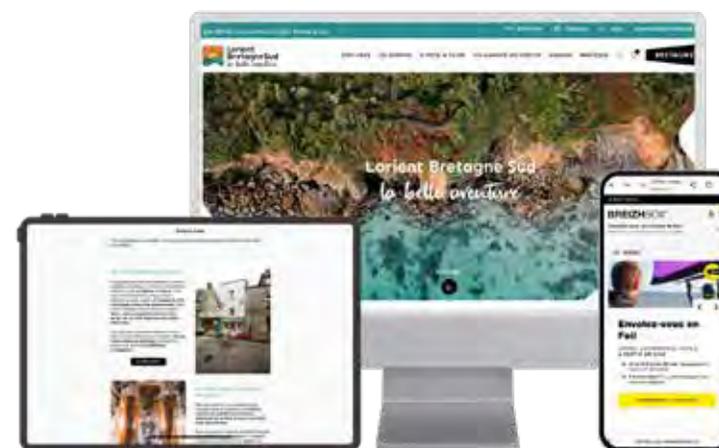
Les newsletters

A destination du grand public

- 1 newsletter thématique mensuelle**
- + de **42%** de taux d'ouverture
- près de **45%** de taux de clics
- + de **13 300** destinataires

A destination des clients et prospects Breizhbox®

- 1 newsletter à chaque événement calendaire**
- + de **17%** de taux d'ouverture
- près de **13%** de taux de clics
- près de **10 800** destinataires



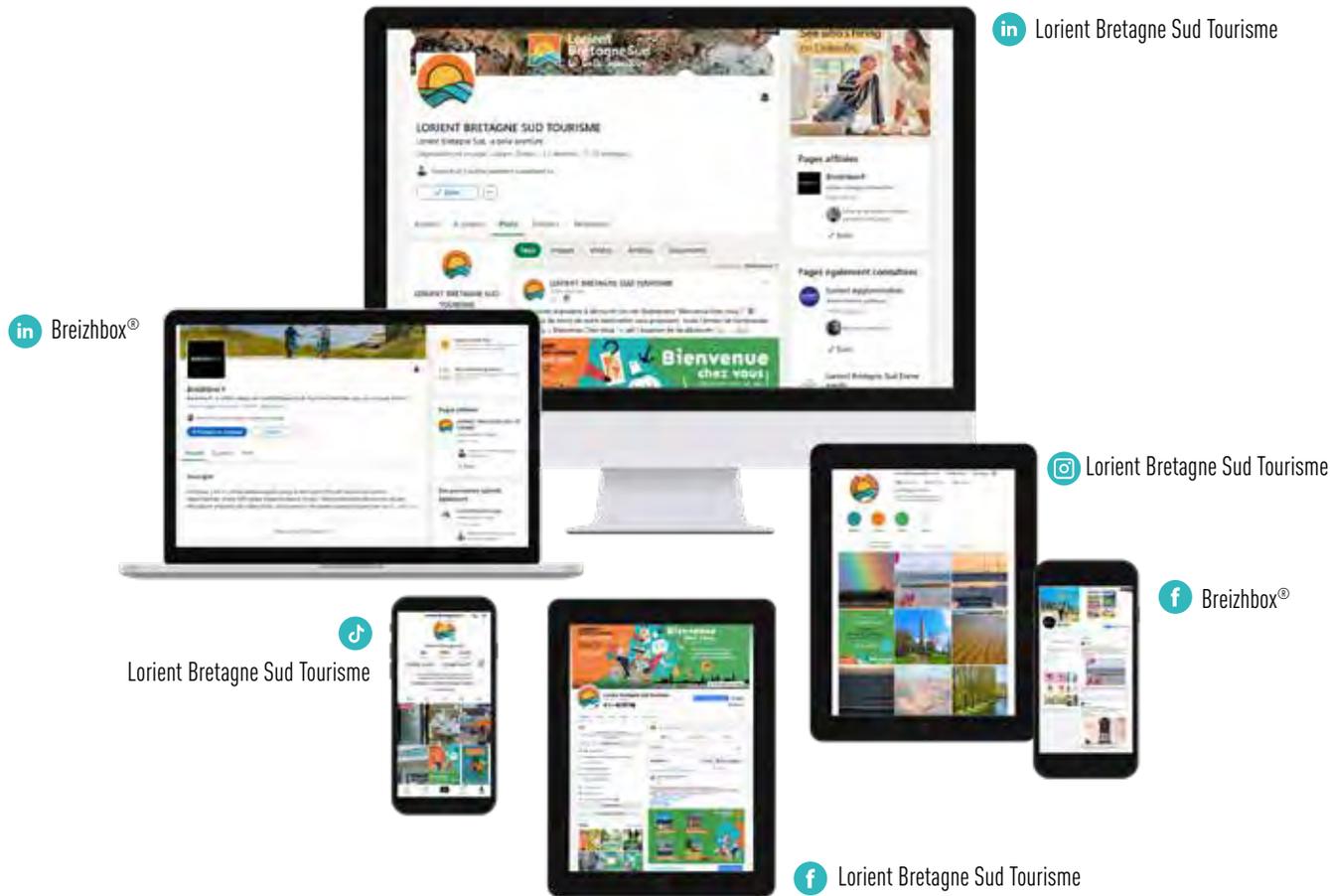
ACCUEIL NUMÉRIQUE

Les réseaux sociaux



64 870 fans (y compris Breizhbox®)

+7%*



Au 31/12/2024



Facebook

@LorientBretagneSudTourisme

25 412 fans (+1%)*

168 publications

@Breizhbox®

10 132 fans



Instagram

lorientbretagnesudtourisme

23 419 abonnés (+10%)*

97 publications, 302 stories

dont 30 reels (17 en collaboration)



Youtube

Office de Tourisme de Lorient Agglomération

302 abonnés (+10%)*

141 vidéos en ligne



Linkedin

@LorientBretagneSudTourisme

3 778 abonnés et 68 publications

(+21,5%)*

@Breizhbox®

640 abonnés



TikTok

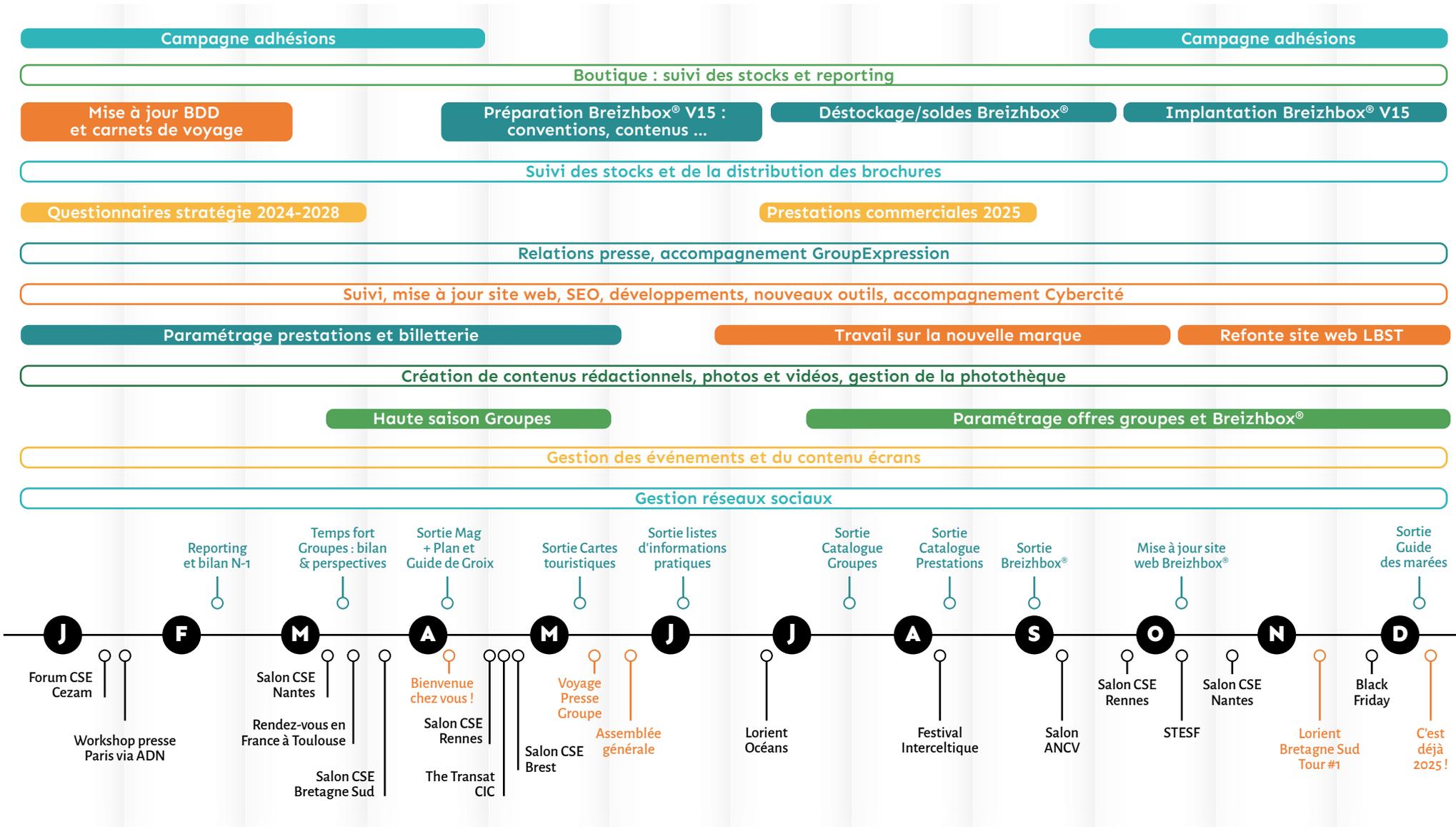
1 187 abonnés (+ 365%)

6 483 j'aime

A photograph of a street in a town. On the right, there is a large, textured stone wall. In the background, a church with a tall, pointed spire is visible under a blue sky with scattered white clouds. A paved road leads towards the church. On the left, there are more stone buildings, a motorcycle parked on the sidewalk, and some greenery. In the foreground, there are out-of-focus pink flowers.

3 La promotion & la communication

Le plan d'actions marketing 2024



Le budget 2024

Communication et Promotion

COMMUNICATION	
Stratégie	6 000,00 €
Site web LBST	33 800,00 €
Supports Print	92 500,00 €
Création de contenu	57 000,00 €
TOTAL COMMUNICATION	189 300,00 €

PROMOTION	
Territoire	38 000,00 €
Billetterie	1 000,00 €
Breizhbox®	43 200,00 €
Groupes	8 200,00 €
Affaires	5 000,00 €
Acteurs tourisme	2 000,00 €
Boutique/Agence	1 500,00 €
TOTAL PROMOTION	98 900,00 €

TOTAL GLOBAL PÔLE	288 200,00 €
--------------------------	---------------------



Les contenus

LES ÉDITIONS TOURISTIQUES

Les éditions de Lorient Bretagne Sud Tourisme représentent **232 000** brochures par an.
10 434 brochures ont été téléchargées sur notre site.

● Les indispensables

- > Le Mag 25 000 exemplaires
- > Le guide de l'île de Groix 22 880 exemplaires
- > Le plan de l'île de Groix 60 000 exemplaires
- > Le Guide des marées 22 000 exemplaires

● Les cartes touristiques

- > La rade 25 000 exemplaires
- > Littoral 25 000 exemplaires
- > Rive gauche 15 000 exemplaires
- > Vallée du Blavet 12 000 exemplaires
- > Vallée du Scorff 10 000 exemplaires

● Les mini plans urbain

- > Lorient 15 300 exemplaires

● Les listes

téléchargeables sur le site web : lorientbretagnesudtourisme.fr

- > Aires de services et sans services pour camping-cars : 700 exemplaires
- > Location de salles pour événements familiaux
- > Salles de spectacles et de concerts

● Guide des animations

Support présentant les activités, événements et manifestations pendant certaines vacances scolaires

● Flyer billetterie : 10 000 exemplaires



le saviez-vous ? 



Dans la démarche RSE initiée par l'Office de Tourisme, l'objectif est de réduire notre production Print de **10 %** par an.



Renouvellement de la labellisation Tourisme et Handicap

L'office de Tourisme de Lorient Agglomération est engagé dans le label "Tourisme et Handicap" depuis 2020.

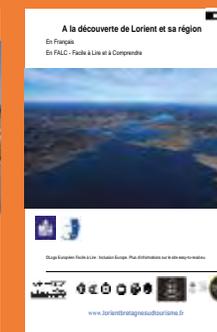
Dans le cadre d'un accueil privilégié et accessible, nous avons renouvelé 2 documents adaptés aux 4 familles d'handicap en collaboration avec l'organisme de relecture, d'évaluation et d'approbation, l'ESAT-ADAPEI Les Bruyères de Plumelec.

● Le guide pratique des lieux accessibles à tous

● Le guide en français en FALC (Facile à Lire et à Comprendre)*

*Le document a obtenu une note globale de **18,6/20** selon la liste de vérification des documents FALC.

Ils sont mis à disposition dans nos agences sur demande et téléchargeables sur notre site web.



Les contenus

LES EDITIONS COMMERCIALES & PROMOTION



- **Catalogue Groupes Loisirs**
Brochure commerciale présentant + de 60 offres de visites, journées, séjours sur la destination
2 800 exemplaires



- **Coffrets-cadeaux Breizhbox®**
4 coffrets façonnés présentant l'offre Breizhbox® avec son livret de promotion de la destination et incluant le pass Breizhbox®, un questionnaire de satisfaction et une carte postale.
1 950 coffrets-cadeaux

- **Catalogue de prestations**
Brochure commerciale présentant les prestations de communication proposées aux professionnels du tourisme.
300 exemplaires



- **Autocollant partenaire**
Autocollant remis à nos adhérents-partenaires pour créer une dynamique de réseau.
250 exemplaires

- **Dossier de presse**
Brochure réalisée en collaboration avec l'agence de presse pour mettre en avant les points forts et les nouveautés de la destination
150 exemplaires

- **Chéquier de réduction pour le salon Bienvenue chez vous !**
Chéquier proposant des tarifs préférentiels pour les exposants au salon Bienvenue chez vous ! Validité au 30 juin 2024
2 000 exemplaires



Les contenus

LES INFLUENCEURS, BLOGUEURS ET CRÉATEURS DE CONTENUS

Dans le cadre de notre stratégie de communication et pour développer notre notoriété auprès de la cible DINKS*, nous avons fait appel à des influenceurs, blogueurs et créateurs de contenus d'envergure nationale avec pour objectifs de :

- **Développer notre visibilité en accédant à leur communautés via du "live content"** sur les réseaux sociaux et rédaction d'articles de blogs
- Séduire à travers **des images et vidéos pros**, avec l'émotion en plus
- Bénéficier **d'une banque de contenus** à intégrer dans la base média LBST

*Double Income No Kids



- **LouanneManShow**
Une première collaboration fructueuse avec TER BreizhGo !
Louanne et son amie Swann Périssé sont venues découvrir Lorient Bretagne Sud en train et en mode slow tourisme.
A elles deux, elles cumulent 577k followers sur Instagram et 819k abonnés sur Youtube.



- **Hello Travelers**
Margot et Julien, couple de blogueurs et influenceurs spécialisé dans le voyage.
Ils sont venus découvrir la destination à travers la Breizhbox®
20 photos, 1 vidéo et vlogging de leur séjour via des stories Instagram
+80k followers



- **Clo&Clem**
Couple de blogueurs (vidéastes/photographes) et influenceurs.
Basés en Bretagne et spécialisés dans le voyage.
50 photos, 3 vidéos et vlogging de leur séjour via des stories Instagram
+250k followers



- **Tony Esnault**
Photographe local qui a réalisé des reportages photos pour mettre en avant la destination, côtés Vallées du Scorff et du Blavet.
Il a aussi participé au projet de promotion de la Breizhbox® à travers les saisons et les temps forts calendaires (fête des Grands-Mères, été indien...), avec un ton décalé.
156 photos

Les contenus

CRÉATION INTERNE

Les contenus rédactionnels

Dans l'objectif d'améliorer la visibilité de la destination et de ses professionnels sur Internet tout au long de l'année, mais aussi de séduire les internautes avec du contenu inspiratif, nous créons plusieurs types de contenus rédactionnels.

- **Articles de blog : + de 50 300 vues* au total**

Les nouveautés de l'année les plus consultées

- > [Top 10 des hébergements insolites préférés](#)
- > [Ateliers, activités et cours créatifs : nos bonnes adresses](#)
- > [Nos idées pour des vacances bien-être](#)

- **« On a testé pour vous » : près de 5 500 vues* sur l'ensemble des articles produits.**

- **Pages inspirationnelles :**

- Des vacances au gré des saisons
- Top 10 des petits ports bretons
- City-break à Lorient : un week-end sans voiture

*Chiffres modélisés selon le taux d'acceptation du bandeau cookies du site internet www.lorientbretagnesudtourisme.fr

10
partenaires
nous ont fait
confiance
en 2024 !

Les contenus vidéo

La visibilité de la destination passe également par les nouveaux formats plébiscités par les utilisateurs des réseaux sociaux. Nous avons donc créé des contenus vidéo courts tels que :

- **Reels : + de 251 000 vues**** sur les vidéos réalisées en interne pour les réseaux sociaux.
- **Reels « On a testé pour vous »** : près de 355 000 vues** sur l'ensemble des vidéos sponsorisées
- **Stories** : 302 publications éphémères liées à des événements, actualités ou coups de cœur.

13
partenaires
nous ont fait
confiance
en 2024 !



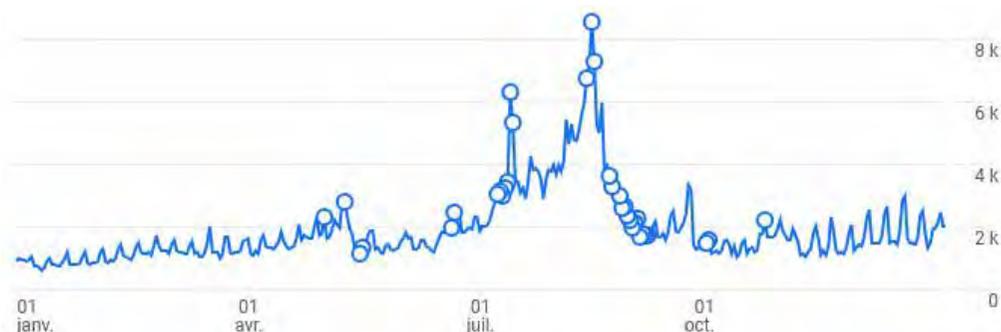
**Chiffres pour



Les contenus

LE WEB : www.lorientbretagnesudtourisme.fr

● Courbe des utilisateurs du site Internet entre janvier et décembre 2024



En 2024, nous avons maintenu la **croissance de la fréquentation** sur notre site, en atteignant le **palier du million de sessions** pour la première fois.

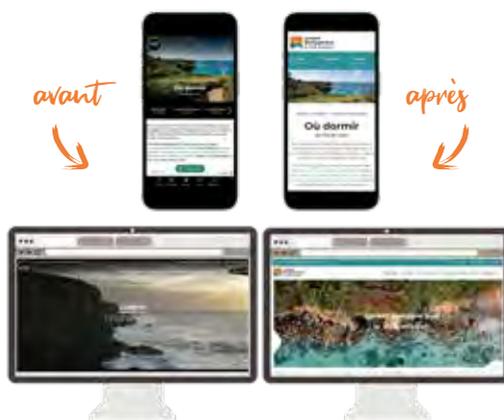
La durée d'engagement moyenne fait preuve de l'intérêt des internautes pour les contenus : **1 mn 37 sec.**

Les pics de fréquentation ont lieu pendant la **période estivale**. Nous nous efforçons néanmoins de lisser la fréquentation en travaillant des contenus saisonniers.

Notre **visibilité Google est toujours en hausse**. En 2024, le site a compté **plus de 75 millions d'impressions** dans les résultats de recherche Google.

● De nouveaux développements

- > **Refonte graphique** en décembre 2024, pour correspondre aux attentes actuelles des utilisateurs et à notre nouvelle marque.
- > **Nouvelles prestations web** pour apporter toujours plus de visibilité à nos partenaires.
- > **Formulaire de saisie des manifestations** pour s'afficher sur nos pages Agenda.



● Partenariats web et backlinks

En 2024, nous avons mis en place **des échanges de contenus et de liens hypertexte avec les offices de tourisme voisins et d'autres partenaires.**

Objectifs :

- > **Améliorer l'expérience utilisateur** en proposant du contenu sur les destinations voisines.
- > **Améliorer notre visibilité web** par le biais d'une stratégie de netlinking et d'échange de backlinks.



Les salons & événements

- **Reconduite du salon du tourisme Bienvenue Chez Vous !**

> les 5 & 6 avril 2024 au Palais des congrès de Lorient

« **Bienvenue chez vous !** », l'évènement qui vous fait découvrir les activités, loisirs et pépites de Lorient Bretagne Sud.

À quelques jours des vacances de printemps, l'office de tourisme vous offre la possibilité de découvrir la richesse des offres de loisirs pour s'évader à deux pas de chez soi : nautisme, musées, croisières, sorties, évènements et bien d'autres. « **Bienvenue Chez Vous !** » est un moment privilégié pour rencontrer tous ces producteurs de plaisirs et de souvenirs et de profiter de ces circuits courts pour préparer votre programme de loisirs.

- > **57** exposants ont répondu présent
- > **2 500** visiteurs sur les 2 jours.



- **Présence à The Transat CIC**

> du 23 au 28 avril 2024

- **Présence à Lorient Océans**

> du 27 au 30 juin 2024



Les relations presse

2024 est la 3^e année de collaboration avec l'agence de presse GroupExpression et voit le nombre de demandes presse égalier celui de 2023.

Bilan 2024 de la collaboration avec l'agence GroupExpression : 32 retombées presse dont des TV et radios nationales pour une équivalence publicitaire de 1.14M€ (2 fois plus qu'en 2023).

95 contacts presse locaux, nationaux et internationaux

Principalement des demandes en direct et via notre agence de presse GroupExpression mais aussi via des partenariats avec Lorient Agglomération, l'ADT 56, le CRT...

- **Télévision** : 20 demandes parmi lesquelles :
 - > **Le JT de 13h sur TF1, reportage de 7 min "Week-end à Lorient : l'appel du grand large"** diffusé devant plus de 5 millions de téléspectateurs ;
 - > L'émission **"Très très bon !" de François-Régis Gaudry**, reportage de 55 minutes sur la gastronomie à Lorient Bretagne Sud
 - > Des reportages réguliers tout au long de l'année dans **Météo à la Carte sur France 3...**
- **Radio** : 4 demandes de différentes radios : **Europe 1, RTL RFI et Vivacité - RTBF** pour diverses émissions comme **"Les balades du week-end"** par Vanessa Zhâ.
- **Presse écrite (papier et/ou web)** : Plus de 70 demandes sur tous les sujets : Parmi ces nombreuses demandes, à noter celles de magazines et journaux très qualitatifs et à fort tirage comme : **Elle, Marie Claire Idées, Marie France, Voyage de Luxe, M Le Monde, Image&Nature, Le Figaro, Les Echos, L'Equipe...**



Les accueils presse

Bilan 2024 : de la simple rencontre à plusieurs jours d'accueil

● 14 journalistes accueillis de janvier à septembre

- > 4 individuels et 1 groupe (5 journalistes) via GroupExpression
- > 1 via Tourisme Bretagne, pas de collaboration presse payante en 2024
- > 1 via Morbihan Tourisme
- > 3 en direct

Moment fort de tous ces accueils presse : le Voyage Presse groupe !

L'invitation de journalistes, pendant 3 jours en mars, à découvrir notre territoire, des vallées au littoral en passant par l'île de Groix à travers notamment nos restaurants et producteurs avec pour fil rouge "la gastronomie à Lorient Bretagne Sud". 5 journalistes des magazines : **Cuisine Actuelle**, **Gourmand**, **Vital Food**, **Maxi Cuisine** et **Marie France** y ont participé.

● 4 Voyages de Presse individuels :

- > **Le Figaro**, Julie Malo en Janvier
- > **Voyage de Luxe**, Antoine Lorgnier en Mai
- > **L'émission TV « Très très bon ! »** de François Régis Gaudry en Juin
- > **Notre Temps**, Jean-Pierre Raymond en Septembre



Une relation presse travaillée tout au long de l'année !

Food Trip Breton by Bretagne X Victor Blanchet

Une expérience immersive bretonne à Paris sur une demi-journée !
De nombreuses rencontres média dans un cadre d'exception pour échanger autour de la destination Lorient Bretagne Sud en dégustant le meilleur des produits bretons.
Brunch organisé par le CRT Bretagne.

Le workshop Presse d'ADN Tourisme : LE rdv du début d'année pour lancer la saison des accueils presse !

Un salon incontournable qui met en avant de nombreuses destinations françaises. L'occasion de rencontrer et discuter de la destination, de ses nouveautés, auprès de plus d'une centaine de journalistes spécialisés tourisme.

Les services aux adhérents



Dans le cadre de notre stratégie 2024-2028, l'office de tourisme a intensifié ses actions à destination des professionnels du territoire.

Objectif : mieux informer, favoriser les échanges et accompagner la montée en compétences de nos adhérents. Voici un tour d'horizon des actions menées cette année.

● 1 newsletter mensuelle dynamique et suivie

"Le rendez-vous du tourisme" partage chaque mois les actualités locales, un focus sur les nouveaux adhérents, une revue de presse « Ils parlent de nous ! » et le calendrier de la vie associative :

- > Envoyée à **894 contacts**
- > Taux d'ouverture moyen : **51%**
- > Taux de clic moyen : **31.35%**

● 1 distribution des brochures et cartes touristiques

Dès la réception des éditions puis réassort sur demande tout au long de l'année.



● 1 atelier numérique lors du Salon local du tourisme Bienvenue chez vous !

A l'occasion du salon Bienvenue Chez Vous !, des professionnels ont pu assister gratuitement à un atelier numérique coanimé par la CIC Morbihan et nos équipes, en collaboration avec Lorient Agglomération. Une trentaine de participants ont ainsi (re)découvert l'importance de l'image dans l'environnement numérique et dans le secteur touristique : référencement Google, droits d'auteur, choix d'une image...



● 1 Tuto vidéo pour mieux s'approprier nos outils

Un format court, rythmé et pédagogique pour présenter les brochures et supports utiles à l'accueil des visiteurs et permettre à chaque professionnel et à ses saisonniers de mieux orienter les clientèles.



● 1 Temps-fort autour de la filière Groupes

2h30 d'échanges pour présenter les performances 2023, valoriser l'offre commerciale et aborder les objectifs et stratégies futures.

NOUVEAU

Lorient Bretagne Sud Tour #1 : Le rendez-vous des professionnels du tourisme

Durant la 1^{ère} quinzaine de novembre, sur 3 dates aux 4 coins du territoire, l'office de tourisme est allé à la rencontre de ses adhérents pour répondre à leurs questions et renforcer le lien direct avec les interlocuteurs privilégiés de la destination. De nombreuses thématiques abordées au cours de ces demi-journées : commercialisation, évolutions digitales, relation presse, promotion, accompagnement à la formation, montée en compétences, labellisation, accessibilité...

En partenariat avec Lorient Agglomération, la CCI, Gîtes de France et le Bureau des Congrès Lorient BtoBreizh.

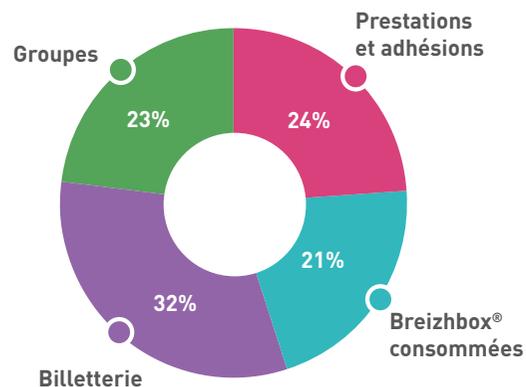
- > **3 étapes** : Hennebont, Groix, Larmor-Plage
- > **90** professionnels inscrits (soit 15% des adhérents)
- > **90%** de taux de satisfaction
- > **85%** des présents recommandent ce format à d'autres pros du tourisme



4 La commercialization

Le chiffre d'affaires généré

	CA 2024
Breizhbox® consommées	199 915 €
Billetterie	306 771 €
Groupes	212 790 €
Prestations et adhésions	225 894 €
TOTAL	945 370 €



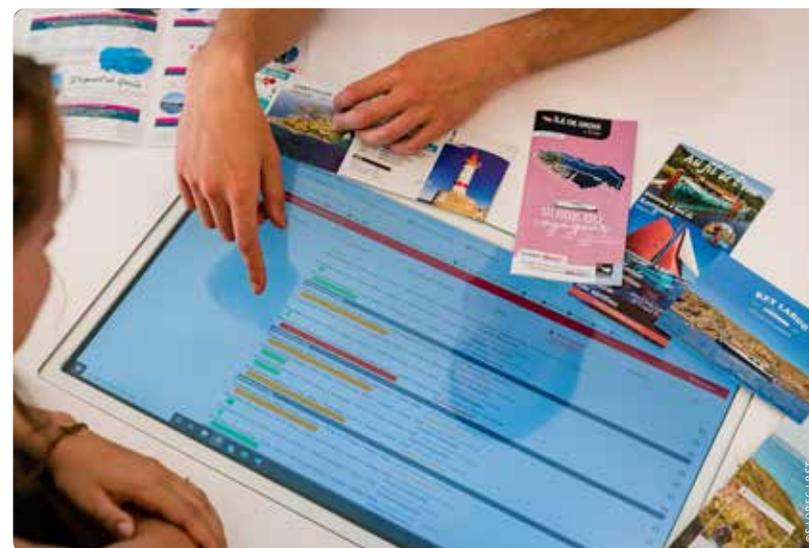
Billetterie

- **Synthèse billetterie et boutique 2024**
 - > Chiffre d'affaires : **306 771 €**
 - > Nombre de partenaires revendus : **45**



Prestations

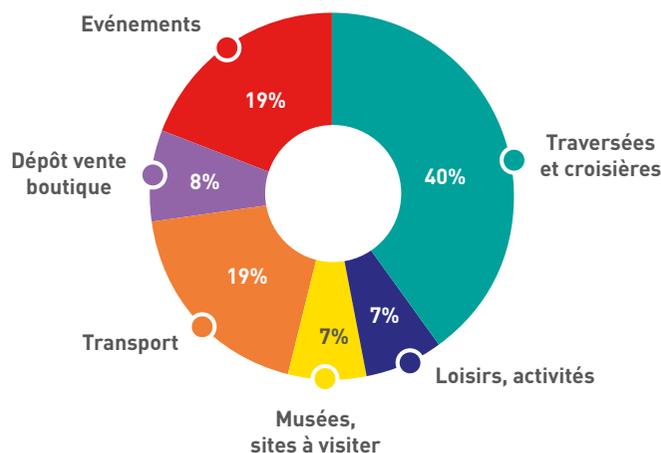
- **aux acteurs du tourisme 2024**
 - > CA prestations : **204 695 €**
 - > CA adhésions : **21 199 €**



Billetterie

Chiffre d'affaires des ventes billetterie

Dépôt vente boutique	24 610 €
Événements	57 679 €
Traversées et croisières	121 241 €
Musées, sites à visiter	22 773 €
Loisirs, activités	22 062 €
Transport	58 406 €



soit
45
 partenaires revendus

75
 produits paramétrés
 réservables en ligne
 sur notre site web



STESF

Semaine des Savoir-Faire

La Semaine des Savoir-Faire (STESF) est organisée pour valoriser les artisans, producteurs, créateurs et professionnels locaux qui perpétuent des gestes techniques, culturels ou artistiques au cœur de notre territoire. Cet événement, porté par la Région Bretagne, a permis de créer du lien entre tradition et modernité, tout en mettant en lumière l'excellence locale auprès d'un large public.

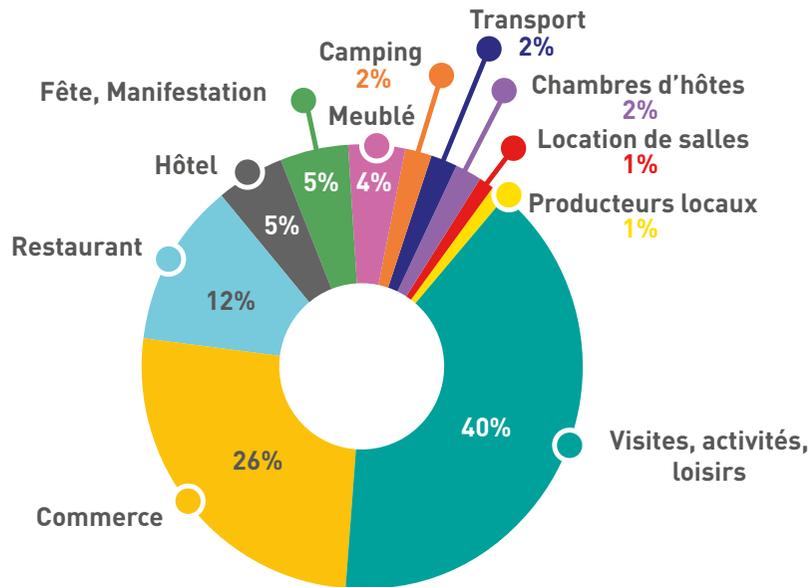
Au programme : visites d'ateliers, démonstrations, expositions, rencontres avec des artisans, conférences, et ateliers participatifs. La STESF a favorisé les échanges entre les acteurs du territoire (entreprises, institutions, habitants, touristes) tout en renforçant l'attractivité économique et culturelle locale.

Chiffres-clés :

- du 21 octobre au 3 novembre 2024
- 11 entreprises engagées
- 310 réservations effectuées par l'office de tourisme

Adhésions et prestations

Chiffre d'affaires des prestations réparti par type d'adhérents (hors adhésions)



Répartition du CA par support

- Les encarts supports papier représentent 70 % du CA et 631 prestations.
- Les formules digitales représentent 30% du CA et 371 prestations.

➔ **+8% de formules digitales** par rapport à N-1 grâce à de nouvelles offres déployées : Digitale Fairguest, vidéos restaurants ...

225 894 € de CA généré :

- 21 199 € d'adhésions
- 204 695 € de prestations pour 636 adhérents

11% des adhérents hors territoire

Evolution *stable* par rapport à N-1

le saviez-vous ?

De nombreux services pour les adhérents !

Les partenaires qui en ont profité :

- Accès à la photothèque : **22**
- Revente de billetterie : **40**
- Commercialisation Breizhbox® : **120**
- Commercialisation Groupes : **90**

Breizhbox®

La Breizhbox®, c'est le coffret cadeau **imaginé, conçu et édité par l'office de tourisme de Lorient Agglomération**. Cinq coffrets-cadeaux différents, à utiliser en duo ou en famille, pour plus de 150 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 15 ans d'existence !

Ces coffrets-cadeaux sont disponibles en deux formats : coffret physique ou dématérialisé pour suivre les habitudes de consommation actuelles.



Comparatif des ventes de Breizhbox® V14 et V15

au 31/12/2024

Breizhbox® V14						
	Bleue	Verte	Orange	Jaune	Violette	BOX VENDUES
Ventes	19 223€	55 399€	52 526 €	35 987€	3 953 €	167 088 €
Nb box vendues	213	355	246	128	18	960

Breizhbox® V15 (en cours de commercialisation)						
	Bleue	Verte	Orange	Jaune	Violette	BOX VENDUES
Ventes	12 123 €	21 667€	30 037	19 459€	2 806 €	86 091 €
Nb box vendues	137	140	141	69	12	499



Breizhbox® fête ses 15 ans ! Un produit-phare depuis 2009 !

- Plus de **22 500 Breizhbox®** vendues
- Plus de **38 000 personnes** venues en week-end ou court séjour sur la destination
- Un taux de satisfaction client de plus de **95%**
- Un taux de consommation à **81%** pour la V13 et de **33%** pour la V14 (au 31/12/2024)
- Plus de **120 partenaires** engagés
- Des retombées économiques pour le territoire de près de **4,8 M€**
- Près de **80 points de vente** sur le Grand Ouest : GMS, espaces culturels, boutiques spécialisées, agences de voyages, comités d'entreprises...

Actions 2024

● Cible CE

- > 10 salons et marché de Noël
- > Communication renforcée auprès des Inter-CE : Cezam, Loisirs et Tourisme, Breizh CE, Toutateam...
- > Envoi d'emailing réguliers à notre base de contact pour maintenir le lien
- > Partenariat avec le COS Loire Atlantique : **28K€** de CA sur V13 (et 16% de non-consommation) et 20K€ sur V14 (et 35% de non-consommation au 01/04/2025)

● Cible entreprises

- > Partenariat avec mise en avant de Breizhbox® : Festival pêcheurs du monde, Crédit Agricole, speed meeting...
- > Prospection
- > Emailing
- > Partenariat avec la Mairie de Lorient pour les cadeaux de retraite de leurs agents

● Cible grand public

- > Achat d'espaces publicitaires
- > Animation de la page Facebook et LinkedIn Breizhbox®
- > Partenariat avec des acteurs locaux : J'aime Radio, RMN, France Bleu Breizh Izel, Ouest France, Compagnie Océane...
- > Campagnes de communication spécifiques au cours de l'année : St-Valentin, Printemps, fête des mères/pères...
- > Black Friday : Newsletter et mise en place d'un code promo spécifique sur le site web : **8 700€ CA** pour 51 Breizhbox vendues
- > Campagne de déstockage de fin juin à l'implantation de la nouvelle version, en magasin et sur le site web : **122 Breizhbox® vendues pour 20K€ de CA.**
- > Campagne de communication pour Noël 2024 : Campagne audio-digitale avec radio Régie Régions, sacs à pain avec Média Impact, encarts et publi-rédactionnels, jeux-concours radio, campagne Meta...

NOUVEAU



15 ans ça se fête !

Pour ses 15 ans, Breizhbox® s'est refait une beauté :

- Un nouveau packaging plus «light» et éco-responsable
- Des visuels de couverture en partenariat avec l'affichiste local *La Loutre* pour illustrer l'identité du territoire
- Une identité graphique remodelée et plus dans l'air du temps
- Des présentoirs et une PLV repensés

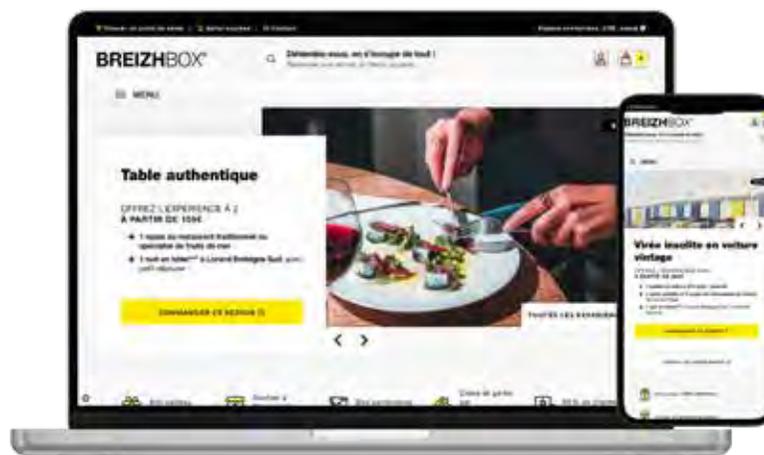
Bilan 2024

● Les chiffres-clés

- > **Près de 60%** de ventes en e-coffrets
- > **13 %** des ventes en magasin
En baisse constante, cela représentait 40% des ventes les belles années
- > **Panier moyen de 174€** : chiffre stable sur ces 2 dernières années (la Breizhbox verte représente 37% des achats, suivie par la Breizhbox orange à 26%).
- > **911 séjours réservés** en 2024 (contre 1131 en 2023)
Restant à consommer V14 : 702 Breizhbox®

Accueil presse pour l'émission Capital

Un journaliste est venu suivre l'équipe Breizhbox® lors du démarrage des soldes à l'été 2024. Diffusion prochaine sur M6 !



Les bons et cartes cadeaux

- 52 comptes partenaires actifs
- 180 offres disponibles
- 80€ de panier-moyen
- 3400 visiteurs uniques sur la market-place www.bons-cadeaux.lorientbretagnesudtourisme.fr

Via le service commercialisation :

- **60 cartes-cadeaux billetterie d'une valeur de 50€** à utiliser pour tout achat de billetterie dans tous les offices de tourisme et via notre accueil téléphonique
- **22 bons-cadeaux restaurant by Breizhbox®** d'une valeur de 60€ à utiliser dans nos restaurants partenaires

Soit **4 320€**
de CA supplémentaire généré.

Actions 2024

NOUVEAU

● 8 salons et portes-ouvertes

- > 16 janvier - Forum CSE Cezam - La Mézière
- > 21 mars - CSE Bretagne Sud Parc Expo Lorient
- > 28 mars - Solution CSE Brest
- > 17 et 18 avril - Eluceo Rennes
- > 12 et 13 septembre - Solution CSE Nantes
- > 17 septembre - ANCV Pleumeur Bodou
- > 3 et 4 octobre - Solution CSE Rennes
- > 8 octobre - Méga CGR Lanester

● Newsletters spécifiques

- > 5 envois annuels pour 10 140 destinataires
- > 34% de taux d'ouverture

● Brochure Groupes loisirs annuelle :

+ de 60 offres de visites, journées, séjours produites par nos soins.

- > Tirage de 2 800 exemplaires
- > Envoi courrier à notre base de données (+ de 2 400 contacts sur le Grand Ouest)
- > Support de promotion lors des salons pros
- > Disponible en téléchargement sur lorientbretagnesudtourisme.fr
- > Disponible dans les offices de tourisme
- > Expédiée sur demande

NOUVEAU

● Mini-site Groupes intégré à notre site de destination

- > Une rubrique dédiée aux produits Groupes commercialisés : par thématique, par type de clientèle, par lieu...
- > 1 formulaire de contact intégré à notre base de données et optimisé
- > 7679 vues
- > 4729 utilisateurs uniques
- > Pics de fréquentation des pages en septembre et octobre puis en janvier et février

● Rendez-vous en France : Le salon des TO étrangers

- > Toulouse, les 26 et 27 mars
- 27 rendez-vous en face to face avec des TO étrangers pour présenter la destination

● Portes Ouvertes ROUXEL LAMBERT

- > Larré, le 3 février
- Présentation des offres groupes Responsables de Groupes et Grand Public pour GIR*

*Groupement d'Inviduels Regroupés

Bilan 2024



Proche de l'année record !

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.

● Les chiffres-clés

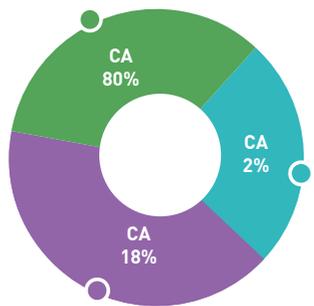
- > **322** devis réalisés / demandes traitées (292 en 2023)
- > **204** devis signés et facturés (185 en 2023)
- > Taux de concrétisation de dossier : **63%** (identique en 2023)
- > Volume d'affaires devisé : **575 410 €** (481 610 € en 2023)
- > Chiffre d'affaires total réalisé : **212 790 €** (206 972 € en 2023)
- > Marge : **29 520 €** (28 633 € en 2023)
- > Taux de marge : **13,9%** (13,8 € en 2023)



Groupes loisirs

● Chiffre d'affaires selon la typologie de dossiers en 2024

Visite ou transport sec
163 DOSSIERS



Packages Séjours
4 DOSSIERS

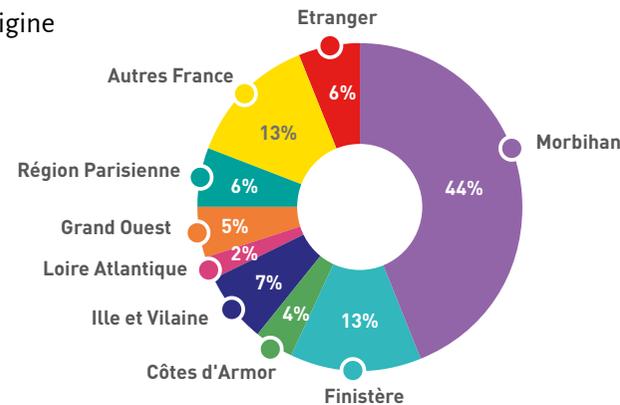
Combinés journée
37 DOSSIERS

- de combinés
- de séjours
- + de clients en prestation sèche



● Analyse de la clientèle 2024

> Origine



Stabilité
dans l'origine géographique des clients.

Le profil type du client groupe

Une association morbihannaise de 32 personnes achetant plusieurs visites, sans restauration à Lorient La Base et sur la rade pour un panier moyen de 20€/ personne.

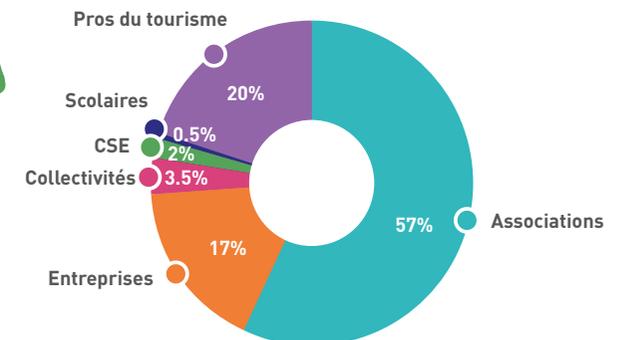
Au total,

6 498

personnes accueillies

> Typologie

Hausse de la part Entreprise
Baisse des Collectivités
Baisse des Revendeurs Pro
19,6% contre 24% en 2023



Tourisme d'affaires

LORIENT B TO BREIZH

Une signature commune pour l'attractivité du Tourisme d'Affaires sur Lorient Bretagne Sud

L'année 2024 a marqué une étape structurante pour le développement du tourisme d'affaires à Lorient Bretagne Sud avec le lancement officiel, le 3 octobre, du **Bureau des Congrès "Lorient BtoBreizh"**.

Ce nouvel outil porté par Lorient Bretagne Sud Événements fédère les acteurs du territoire autour d'une ambition commune : **positionner durablement Lorient comme une destination MICE** (Meetings, Incentives, Conferencing, Exhibitions) de référence.

Des premières actions structurantes en 2024

Communication et visibilité

- > Création d'une identité visuelle dédiée : « Lorient BtoBreizh »
- > Lancement du **site vitrine**, en portant attention à l'ergonomie mobile, l'inclusion et la sobriété numérique
- > Déploiement d'une campagne presse dans des médias spécialisés
- > Création d'un blog thématique sur le site de Lorient Bretagne Sud Tourisme
- > Lancement de la page LinkedIn dédiée au Bureau des Congrès

Actions de prospection et de commercialisation BtoB

- > Participation à plusieurs salons et workshops professionnels sous la bannière "Lorient BtoBreizh"
- > Organisation d'un événement BtoB original dans le cadre de Lorient Océans, à bord de l'Étoile du Roy

Animation du réseau local

- > Soirée de lancement du Bureau des Congrès, le 3 octobre au Palais des Congrès, réunissant 80 à 100 professionnels du territoire
- > Participation à la première rencontre inter-Bureaux des Congrès du Grand Ouest à Nantes



Une mission claire : "faciliter la ville" pour les organisateurs

Véritable guichet unique, le Bureau des Congrès agit comme interface entre organisateurs d'événements, institutions, prestataires locaux et réseaux professionnels. Il propose un accompagnement personnalisé, gratuit, et adapté aux besoins des organisateurs, pour faciliter la conception et la réussite des événements professionnels, tout en valorisant l'offre locale.

Parmi ses missions principales :

- Promouvoir Lorient Bretagne Sud comme destination MICE auprès des marchés régionaux et nationaux
- Fédérer les acteurs de la filière locale et structurer une offre événementielle cohérente et compétitive
- Répondre efficacement aux demandes des organisateurs via un service d'orientation et de mise en relation sur mesure
- Créer des outils de communication et supports de promotion adaptés aux besoins du secteur



5 *Développement et actions* partenariales sur le territoire

Nouveau *cap* stratégique !

Dans un contexte de mutations rapides du secteur touristique et des attentes des clientèles, l'office de tourisme de Lorient Agglomération a amorcé en 2023 l'élaboration de sa nouvelle stratégie. Cette démarche s'inscrit dans une volonté d'adaptation, d'innovation et de renforcement de notre ancrage territorial, en plaçant nos partenaires et adhérents au cœur de la réflexion.

Une consultation large pour poser les fondations

Pour nourrir cette stratégie, l'office de tourisme a engagé dès la fin 2023 une grande enquête participative auprès de ses adhérents. Trois questionnaires distincts ont été diffusés, chacun portant sur une thématique clé :

- **L'accueil** : perceptions des pratiques actuelles, attentes en matière de qualité, d'horaires, d'information touristique.
- **La promotion et la commercialisation** : efficacité des outils actuels, visibilité des offres, besoins en accompagnement.
- **La vie associative et les services aux adhérents** : relation avec l'office, participation à la vie de l'association, services attendus.

Cette phase de consultation auprès de nos adhérents a permis de dresser un véritable **état des lieux des besoins et attentes** vis-à-vis de l'office de tourisme. Ce diagnostic, que l'on peut considérer comme un audit complet de nos services, met en lumière plusieurs enseignements clés qui guideront notre stratégie à venir :

- **Une légitimité confirmée** : l'office est perçu comme un acteur utile, au service de ses adhérents professionnels, apportant outils, support et promotion.
- **Un besoin fort d'accompagnement numérique** : 70 % des répondants souhaitent bénéficier de conseils pour mieux appréhender le digital et faire évoluer leurs pratiques.
- **Une réflexion attendue sur l'accueil** : l'information touristique en mobilité, les usages numériques et les évolutions des métiers d'accueil doivent être repensés collectivement.
- **Un levier de réseau à valoriser** : avec plus de 600 adhérents, l'effet réseau est une force que nous devons renforcer et activer davantage.
- **Une dynamique collective à entretenir** : les réponses témoignent d'une conviction partagée : **le tourisme est l'affaire de tous !**



La belle aventure, ensemble !

Afin de garantir une activité économique durable et soutenable face aux grands enjeux climatiques et sociaux, l'office de tourisme s'engage dans une démarche globale RSE (Responsabilité sociétale des entreprises).

Cet engagement concerne tant son fonctionnement interne que ses relations avec les visiteurs, les professionnels du tourisme et les institutions. À terme, l'office de tourisme vise une labellisation, affirmant son exemplarité, son dynamisme et sa volonté de devenir une ressource pour le territoire.



ACCUEIL

Au plus près des visiteurs

Notre ambition : faire de chaque point de contact une véritable porte d'entrée chaleureuse vers la destination.

 **Pérenniser l'accueil physique :** conforter le maillage territorial des bureaux d'informations touristiques.

 **Déployer un accueil mobile** pour aller à la rencontre des visiteurs là où ils sont.

 **Former et outiller** les professionnels pour qu'ils deviennent les premiers **ambassadeurs** du territoire.

 **Innover dans les outils d'accueil :** vers un canal d'information touristique en temps réel et un outil digital nouvelle génération (dans le cadre du projet régional OTB).

PROMOTION & COMMERCIALISATION

Une nouvelle aventure commence !

Notre objectif : promouvoir Lorient Bretagne Sud à l'image de sa promesse, de ses talents et de ses saisons.

 **Nouvelle identité visuelle** déployée sur l'ensemble des supports.

 **Canal digital** d'information touristique clair, structuré, adapté aux cibles et usages.

 **Base de données clients/prospects** opérationnelle pour personnaliser les actions.

 **Renforcer la promotion à l'international,** développer l'accueil des groupes étrangers.

 **Cibler 4 clientèles prioritaires :** locaux (habitants et proximité), couples 30-45 ans sans enfants, retraités, clientèles étrangères.

 Développer de **nouveaux partenariats :** bureau des congrès, tourisme de savoir-faire, événements hors-saison.

VIE ASSOCIATIVE & SERVICES

Plus de services, plus de proximité

Notre rôle : être un réseau fédérateur et un allié opérationnel du quotidien pour les acteurs touristiques.

 **Animation du réseau** renforcée par pôles géographiques et par filières.

 **Structuration des services** aux adhérents : accompagnement, conseils, outils concrets.

 Création du **Lorient Bretagne Sud Tour**, temps fort de rencontres et d'échanges entre professionnels du territoire.

An aerial photograph of a coastal town, likely Jersey, showing a harbor with many boats, a large island in the foreground, and a cityscape in the background. A red banner with white text is overlaid on the image.

6 Financement & organisation

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

Le rapport financier



	Résultat 2024	resultat 2023	BP 2024
Produits d'exploitation	2508879	2700544	2460500
Ventes billetterie	306771	375373,39	300000
Achats billetterie	281960	347657,36	276000
Marge	24811	27716,03	24000
Ventes Breizhbox	199915	252502	220000
Achats Breizhbox	126780	206778,72	154000
Non consommées	41000	58879	
Marge	32135	45723,28	66000
Ventes groupes	212790	206972	210000
Achats groupes	183514	178522,61	174300
Marge	29276	28449,39	35700
TVA sur marge	-5855	-5690	-25140
Adhésions	21199	20658	22000
Prestations	204695	195792	205000
Total autofinancement	347261	371527	327560
Subvention de fonctionnement	1533500	1533670	1533500
Autres subvention		2000	
Sous total Subvention	1533500	1535670	1533500
Autres recettes	30008	44813	
Total produits après impôts	1910769	1952010,43	1861060

TAUX DE MARGE

8,1%

16%

13,8%

18,2%

Le rapport financier (suite)

Charges d'exploitation			
Plan Promotion	301682	323295	290000
Charges diverses	388719	393186,2	410922
impôts et taxes	39036	37067	
charges personnels	1155387	1143719	1165500
Reprise sur provision	12065	44625	
Dotation aux amortissements	41342	42292	
Dotation aux provisions	14433	14447	
Autres charges d'exploitation	3913	10589	

Résultat d'exploitation	-23410	28277	-34223
Résultat financier	16570	8421	
Résultat exceptionnel	3279	-14455	

Résultat de l'exercice	-3561	22243	
------------------------	-------	-------	--

Le conseil d'administration en 2024

DE LORIENT BRETAGNE SUD TOURISME

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

● 1^{er} sous collège

LES MEMBRE ÉLUS

→ 6 membres désignés par Lorient Agglomération

- > **Sophie Palant Le Hégarat** - Adjointe au maire de Lorient
- > **Daniel Martin** - Maire de Port-Louis
- > **Françoise Merret** - Adjointe au maire de Gestel
- > **Antoine Pichon** - Maire de Quistinic
- > **Anne-Valérie Rodrigues** - Adjointe au maire de Plœmeur
- > **Dominique Yvon** - Maire de Groix

● 2^e sous collège

LES PROFESSIONNELS

→ 12 membres élus

- > **Mickaël Chevrier** - Hôtels Le Victor Hugo et le Patio de Victor à Lorient
- > **Thomas Debourneuf** - Belambra Clubs
- > **Cédric Guillotin** - Lorient Bretagne Sud Événements
- > **Franck Haroche** - West Park à Inzinzac Lochrist
- > **Yves Jéhanno** - Gîtes de France du Morbihan
- > **Magali Le Cocq** - Camping de la Plage à Guidel
- > **Bastien Malgrange** - Escal'Ouest à Lorient
- > **Jean-Philippe Mauras** - Festival Interceltique de Lorient
- > **Christelle Morin-Boitard** - Sellor à Larmor-Plage
- > **Sébastien Musset** - Les Terres de Natae à Pont-Scorff
- > **Vincent N'Guyen** - Restaurants L'Interprète à Plœmeur et l'Étal à Lorient
- > **Christian Turrini** - Le Key Largo à Locmiquélic

● 3^e sous collège

LES MEMBRES DE DROIT

→ 3 membres

- > **Fabien Avis** - Représentant de la CCI et gérant de l'hôtel Brithôtel Cléria à Lorient
- > **Pascal Leliboux** - Président d'Audélor à Lorient
- > **Jean-Michel Potrel** - Représentant du Club Hôtelier et gérant de l'Hôtel La Citadelle à Port-Louis

LE BUREAU AU 31 DÉCEMBRE 2024

Président

- > **Mickaël Chevrier** - Hôtels Le Victor Hugo et le Patio de Victor à Lorient

Vice-Présidentes

- > **Anne-Valérie Rodrigues** - Adjointe au maire de Plœmeur
- > **Magali Le Cocq** - Camping de la Plage à Guidel

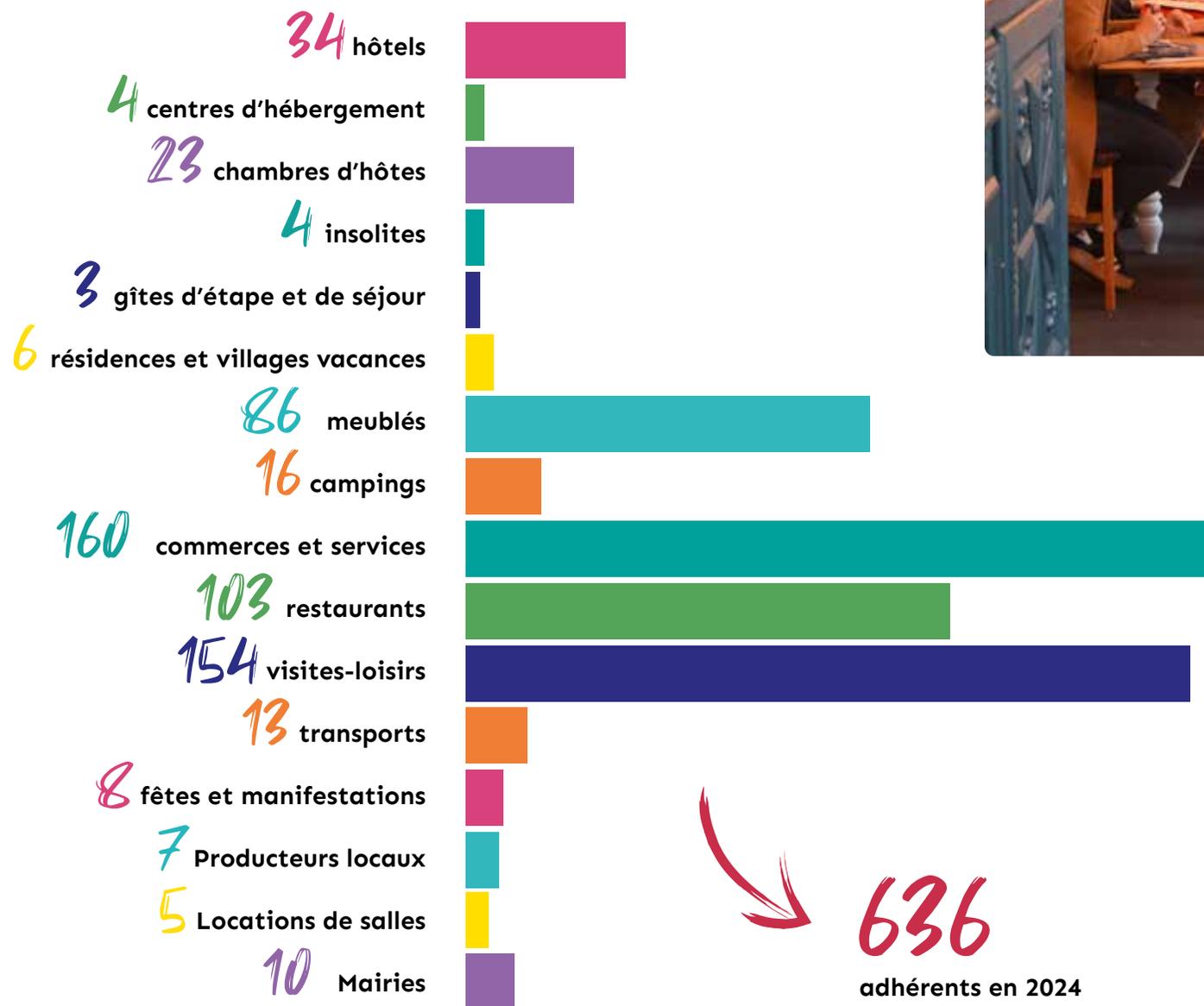
Trésorier

- > **Christian Turrini** - Le Key Largo à Locmiquélic

Secrétaire

- > **Cédric Guillotin** - Lorient Bretagne Sud Expo Congrès

Les adhérents



L'organisation et organigramme de l'équipe

22

salariés en 2024

