

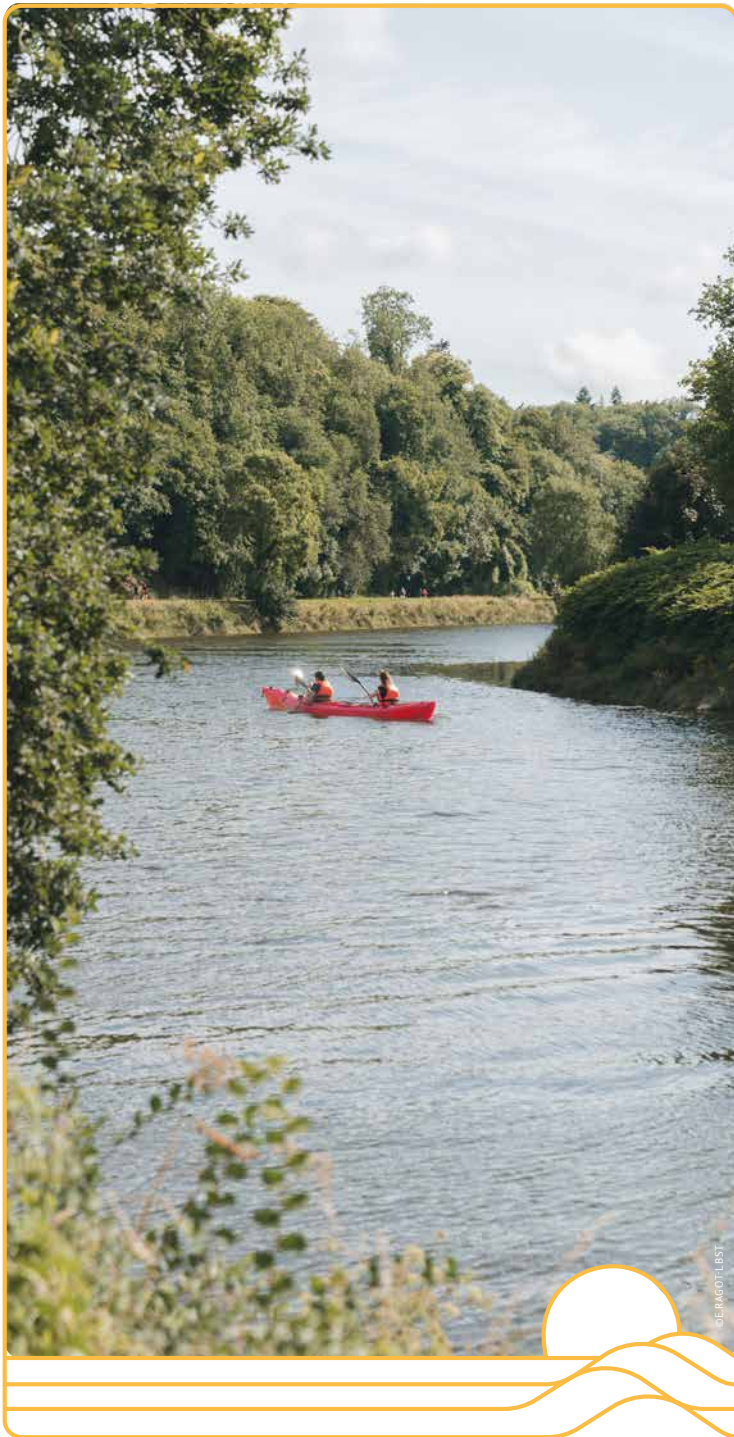


Lorient
Bretagne Sud
la belle aventure



rapport d'activités

- 
- p 6  1-La destination touristique
 - p 12  2-Les accueils
 - p 18  3-La promotion & la communication
 - p 30  4-La commercialisation
 - p 37  5-Développement & actions partenariales sur le territoire
 - p 41  6-Financement & organisation



Rapport moral

Même si ce rapport moral porte sur l'année 2025, je ne pouvais pas le commencer sans souhaiter la bienvenue aux nouveaux administrateurs élus désignés par le Conseil communautaire à la suite des élections municipales de mars.

Bienvenue à Madame Martine Pasgrimaud, nouvelle Vice-Présidente au tourisme de Lorient Agglomération, qui devient également Vice-Présidente de notre Office de Tourisme.

Bienvenue également à Madame Annick Morisseau Bertrand, conseillère communautaire, élue à Plouay, Présidente de la Sellor et de Lorient Bretagne Sud Événements ; à Madame Rozenn Métayer, conseillère communautaire et élue à Lorient ; à Monsieur Erwann Tonnerre, maire de l'île de Groix ; à Monsieur Ronan Loas, maire de Ploemeur, que nous avons plaisir à retrouver au sein de nos travaux ; et enfin à Madame Françoise Merret, maire de Gestel, qui participe à la vie de notre association depuis 2020.

Leur présence rappelle une évidence : le tourisme n'est pas un sujet à part. Il touche à l'économie, aux communes, aux mobilités, aux habitants, à l'environnement, à la culture, aux professionnels et à l'image globale de notre territoire. C'est précisément ce qui fait sa richesse. Et c'est aussi ce qui rend notre mission collective aussi passionnante qu'exigeante.

Il y a presque un an, nous inaugurons le nouveau siège de notre association et le nouvel Office de Tourisme de Lorient, en présence de Madame Nathalie Delattre, Ministre déléguée au tourisme.



Michaël CHEVRIER

Après trois années de parenthèse à la gare de Lorient, nous retrouvons le quai de Rohan. Et les visiteurs, eux aussi, ont retrouvé très vite le chemin de l'accueil : plus de 104 % de fréquentation en juillet et près de 80 % en août.

Ces chiffres confirment l'importance d'un lieu d'accueil visible, accessible, bien identifié, pleinement intégré à la ville et au parcours des visiteurs.

Mais au-delà des chiffres, ils rappellent surtout le rôle fondamental de l'accueil touristique : donner le ton d'un séjour, créer un premier lien, orienter, rassurer, donner envie, et parfois tout simplement rendre service.

Après une année 2024 globalement décevante, 2025 marque un retour à une dynamique plus favorable pour notre destination.

Certes, les résultats restent probablement en dessous de la progression que nous aurions tous pu espérer. Mais ils doivent être lus avec lucidité. L'année 2025 s'est déroulée dans un contexte national plutôt défavorable, marqué, pour de nombreuses destinations, par des baisses de fréquentation ou, au mieux, par une stagnation par rapport à 2024.

Cette tendance a également été observée chez plusieurs de nos proches voisins. Dans ce contexte, la bonne tenue de l'activité sur Lorient Bretagne Sud est un signal encourageant.

Elle confirme que notre destination s'appuie depuis plusieurs années sur une dynamique solide, progressive, et désormais mieux identifiée.

Cela doit nous rendre optimistes pour les années à venir. Pas dans une forme d'autosatisfaction, mais avec la conviction que le travail engagé collectivement produit des effets.

Pour autant, tous les secteurs n'ont pas profité de cette dynamique de la même manière. Les tensions sur le pouvoir d'achat ont été durement ressenties, notamment pour certains établissements dans la restauration. Le tourisme d'affaires reste lui aussi dans une période plus complexe, en raison d'une conjoncture économique, budgétaire et politique incertaine.

C'est pourquoi notre priorité doit rester claire : préserver une ossature forte autour du tourisme d'affaires, indispensable à l'équilibre annuel de l'activité, tout en continuant à développer un tourisme d'agrément plus présent, mieux réparti et cohérent avec les valeurs de notre territoire.

Cet équilibre doit nous permettre de progresser sereinement, sans dépendre d'un seul levier de fréquentation, et d'éviter les fluctuations parfois importantes que peuvent connaître certains territoires voisins.

Lorient Bretagne Sud a cette chance de ne pas être une destination mono-produit. Nous avons la mer, l'île de Groix, les vallées, les savoir-faire, les événements, les équipements, les professionnels, les habitants, les entreprises. C'est une force. À nous de continuer à la cultiver collectivement.

Concernant l'activité de l'Office de Tourisme, l'année a une nouvelle fois été très dense.

Accueil, information, promotion du territoire et de ses professionnels, communication, production de contenus, commercialisation, accompagnement des acteurs, projets transversaux : l'équipe a été mobilisée sur tous les fronts. Et elle l'a été dans un contexte budgétaire contraint.

L'année 2025 a en effet été marquée par une subvention en retrait par rapport à 2024. Malgré la baisse de certaines charges, notamment liées aux loyers, l'Office a dû faire des choix.

L'un des plus visibles a été la non-ouverture de l'Office de Tourisme de Guidel pendant la saison estivale. Ce n'est pas une décision anodine. Mais elle dit une chose simplement : nos marges de manœuvre budgétaires sont aujourd'hui très limitées.

La baisse de subvention que nous observons encore pour 2026 pourrait nous conduire à de nouvelles décisions fortes, voire à interroger le périmètre de certaines missions. Même si un mécanisme d'augmentation de la subvention, en concertation avec l'agglomération que nous remercions, a été mis en place pour les années à venir, il reste complexe d'imaginer qu'il puisse, à lui seul, suffire à redresser la barre. Il faut le dire clairement, sans dramatiser mais sans masquer la réalité : l'Office reste pleinement mobilisé, mais il ne peut pas durablement absorber une hausse des attentes avec une baisse des moyens. Cela nous oblige à prioriser, à faire des choix, à expliquer ces choix, et à rester collectivement responsables.

Malgré ce contexte, l'Office n'a pas ralenti. Il a continué à avancer.

Cette première année de déploiement complet de notre nouvelle promesse, "La Belle Aventure", a bien porté son nom. Tous nos supports ont été revus, adaptés, harmonisés. Ce travail renforce la cohérence de notre communication et donne davantage de lisibilité à notre destination.

"La Belle Aventure", ce n'est pas seulement une signature. C'est une manière de raconter notre territoire : sincère, accessible, vivante, tournée vers l'expérience, la rencontre et le partage.

Un très beau partenariat a également été conclu avec la marque Le Minor, à Guidel, pour habiller les salariés de l'Office, en particulier les équipes d'accueil et de promotion. Au-delà du vêtement, ce partenariat raconte quelque chose de notre territoire : un savoir-faire local, une élégance simple, une identité maritime, une forme de fierté tranquille. C'est exactement ce que nous devons continuer à faire : promouvoir le territoire en nous appuyant sur celles et ceux qui le font vivre.

La vie associative a elle aussi poursuivi son évolution. Trois grands rendez-vous jalonnent désormais notre année.

D'abord Bienvenue chez vous, notre salon local du tourisme au printemps. Un rendez-vous important, parce qu'il rappelle que les premiers ambassadeurs d'un territoire sont souvent ceux qui y vivent.

Ensuite, la soirée des acteurs, qui remplace l'assemblée générale d'hiver. En 2025, la soirée "C'est déjà 2026" a permis de créer un temps plus convivial, plus ouvert, plus tourné vers les professionnels et les projets à venir.

Enfin, Lorient Bretagne Sud Tour, moment privilégié pour les professionnels, qui connaîtra une nouvelle évolution à l'automne 2026.

Ces rendez-vous ne sont pas de simples événements dans un calendrier. Ils sont des occasions de se rencontrer, de partager, de décloisonner et de renforcer l'esprit collectif de notre destination.

Enfin, l'Office de Tourisme a renouvelé, pour une durée de 5 ans, son label Tourisme & Handicap pour l'ensemble de ses bureaux d'information touristique, couvrant les 4 familles de handicap.

Parmi les très belles satisfactions de l'année, il faut souligner, une nouvelle fois, le tourisme des groupes. Cette activité joue un rôle important, car elle permet de désaisonnaliser une partie du tourisme de loisirs. En 2025, elle a été particulièrement dynamique, avec un chiffre d'affaires généré par l'Office proche de 240 000 euros, soit un record historique. Le précédent record datait de 2023, avec 216 000 euros. Ce résultat est le fruit d'un travail commercial précis, d'une bonne connaissance du territoire, de relations suivies avec les partenaires et d'une capacité à construire des propositions adaptées.

C'est aussi un exemple concret de ce que l'Office peut apporter à l'économie touristique locale : transformer l'attractivité du territoire en activité réelle pour les professionnels.

Sur le plan statutaire, la vie associative s'est déroulée conformément à nos règles de fonctionnement.

Le Conseil d'administration, organe souverain de notre association, s'est réuni quatre fois. L'Assemblée générale ordinaire se tient aujourd'hui, après celle organisée en 2025 au Palais des Congrès de Lorient, en préambule de l'inauguration de l'Office de Tourisme.

Le bureau s'est réuni à dix reprises. Ces réunions permettent de suivre la vie quotidienne de l'Office, d'accompagner l'équipe salariée, de résoudre les difficultés, de prendre les décisions nécessaires et d'assurer la continuité de l'activité.

La commission finances s'est également réunie conformément aux usages, afin de suivre une gestion devenue plus complexe, dans un contexte où chaque choix budgétaire demande attention, rigueur et anticipation.

Je veux ici remercier très sincèrement les membres du Conseil d'administration et du bureau.

Merci pour votre temps, votre disponibilité, votre implication, votre vigilance, mais aussi pour la qualité de nos échanges. Ils sont sérieux, constructifs, francs, et souvent très conviviaux. Et cette convivialité compte aussi. Elle fait partie de la manière dont nous travaillons ensemble.

Par nature, le tourisme est une filière transversale. Il n'y a pas de bonne dynamique touristique si elle n'est pas partagée.

C'est l'une des grandes forces de notre modèle associatif : permettre aux élus, aux professionnels, aux techniciens, aux partenaires institutionnels et économiques de se parler, de mieux comprendre les enjeux et de construire ensemble.

Je veux donc remercier l'ensemble de nos partenaires institutionnels, avec lesquels nous travaillons très régulièrement.

L'Office participe à l'observatoire mené par Audelor, aux côtés de nos voisins et amis de Quimperlé Communauté et de Blavet Bellevue Océan Communauté.

Merci aux élus et techniciens de ces collectivités, et plus particulièrement à Anthony Isabel de l'Office de Tourisme Quimperlé les Rias, ainsi qu'à Marine Baranger et Bénédicte Le Brun de BBO Communauté.

Merci également à l'équipe d'Audelor, qui donne de la méthode, de la matière et de la profondeur à l'observation touristique. Leur travail permet d'objectiver les ressentis, de mieux comprendre les évolutions et d'éclairer nos décisions. Merci plus particulièrement à son président en 2025, Pascal Le Liboux, ainsi qu'à son directeur Gilles Poupard.

Sur le volet de la promotion commerciale, l'Office participe à des opérations collectives selon les échelles et les opportunités.

Avec Morbihan Tourisme, nous travaillons notamment auprès des cibles bretonnes. Merci à son président Gérard Pierre, à Patrick Levy et à toute leur équipe.

Avec Bretagne Tourisme, nous agissons à l'échelle nationale et européenne. Merci à Anne Gallo, sa présidente, à Antoine Cariou, son directeur, et à leurs équipes.

L'Office reste également fortement connecté à son réseau métier.

Nous sommes actifs au sein de la Fédération des Offices de Tourisme de Bretagne, où nous siégeons comme administrateur, aux côtés d'Erven Léon, son président, et de Pierre Bouton, son directeur.

Merci également à la CCI et à son président Philippe Rouault, notamment à travers le groupe de travail tourisme. Ces échanges portent des réflexions toujours utiles et concrètes sur l'activité touristique.

Merci aussi à la Sellor et à Lorient Bretagne Sud Événements, intégrés à notre gouvernance, avec lesquels nous échangeons régulièrement sur de nombreux sujets.

L'Office de Tourisme répond à des missions confiées par sa collectivité de tutelle, Lorient Agglomération.

Je tiens à souligner la qualité du dialogue que nous entretenons avec l'Agglomération sur l'ensemble des projets. Merci à Monsieur le Président Fabrice Loher pour sa confiance. Merci également aux services, sous la direction de Krystel Siret-Jolive, et plus particulièrement à Bénédicte Le Guéllaut et à l'ensemble du service tourisme.

Enfin, je veux terminer par l'essentiel : l'équipe salariée de l'Office de Tourisme.

Dans une année dense, avec des moyens contraints, elle a continué à accueillir, informer, organiser, vendre, promouvoir, créer, accompagner, ajuster, parfois compenser, souvent inventer.

Un Office de Tourisme, ce n'est pas seulement un bâtiment, une marque, un site internet ou une brochure. C'est d'abord une équipe. Ce sont des compétences, de l'engagement, de la présence, de l'écoute, du professionnalisme et beaucoup d'adaptation.

Merci donc à l'ensemble des salariés permanents et saisonniers pour leur travail au service des visiteurs, des habitants, des professionnels et du territoire.

L'année 2025 aura été une année encourageante, mais exigeante : une année de consolidation pour notre destination, une année de vigilance budgétaire aussi.

Elle nous rappelle que rien n'est jamais acquis, mais elle confirme aussi que Lorient Bretagne Sud avance. Pas avec de grandes déclarations, mais avec du travail, de la constance, des partenaires engagés et une destination qui a de vrais atouts.

Notre responsabilité, pour les années à venir, sera de continuer à développer un tourisme utile au territoire : un tourisme qui soutient l'économie locale, qui respecte les habitants, qui accueille tous les publics, qui valorise nos professionnels et qui s'inscrit dans le temps long.

C'est dans cet esprit que nous devons poursuivre notre route : avec lucidité, avec ambition, avec le sens du collectif, et avec cette conviction simple que le tourisme, lorsqu'il est bien pensé et bien partagé, peut-être une belle aventure pour tout un territoire.





1 *La destination* touristique

Carte d'identité du territoire

EN CHIFFRES



25 communes

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

214 259 habitants
(Population totale - source
recensement INSEE 2023)

739 km²

3 664 emplois en hôtellerie
-restauration
(4^e trimestre 2025)



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

9 Sites labellisés
Tourisme & Handicap

Carte d'identité du territoire

☞ CAPACITÉ D'ACCUEIL



40 hôtels	2 484 lits
33 campings	6 930 lits
4 villages et centres vacances	883 lits
6 résidences de tourisme	1 417 lits
4 auberges de jeunesse et hébergement collectif	429 lits
99 chambres d'hôtes	
2 368 meublés ou chambres chez l'habitant	

Soit un total de

12 143

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



le saviez-vous ? 

Ensoleillement 2025

2118 heures d'ensoleillement

795 heures de soleil entre juin et août

+27%

par rapport à 2024

En 2025, Lorient décroche le titre de **la ville la plus ensoleillée de Bretagne***.

* Source : données météorologiques 2025 – Météo Bretagne, relayées par Ouest-France (28/12/2025).

Carte d'identité du territoire

NUITÉES TOURISTIQUES



346 310 hôtels	↗
12 843 chambres d'hôtes	↘
267 659 campings	↗
42 932 aires de camping-cars	↗
82 742 centres et villages vacances	↗
138 833 résidences de tourisme	↘
78 172 meublés de tourisme	↘
18 776 auberges collectives et de jeunesse	↘
574 855* plateformes internet	↗

↗ progression par rapport à 2024

*Augmentation liée en partie aux nuitées "mineurs" transmises depuis 2025 par Airbnb.



Soit un total de

1 563 122

nuitées touristiques marchandes

en 2025

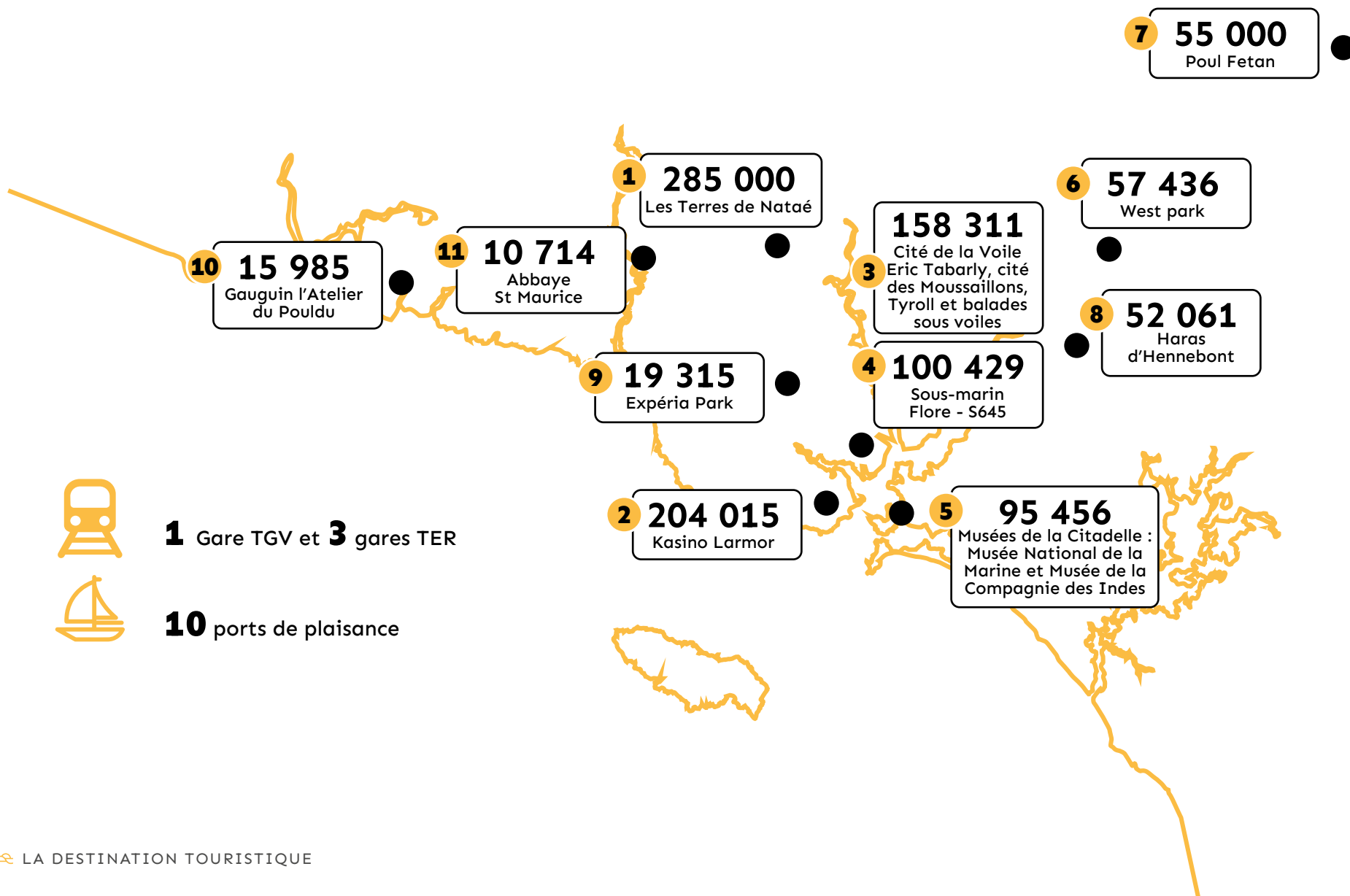
à Lorient Agglomération

+ 10%

par rapport à 2024

Nombre de visiteurs en 2025

DANS LES PREMIERS SITES VISITÉS



1 Gare TGV et **3** gares TER



10 ports de plaisance

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
- Qualité
- Tourisme & Handicap

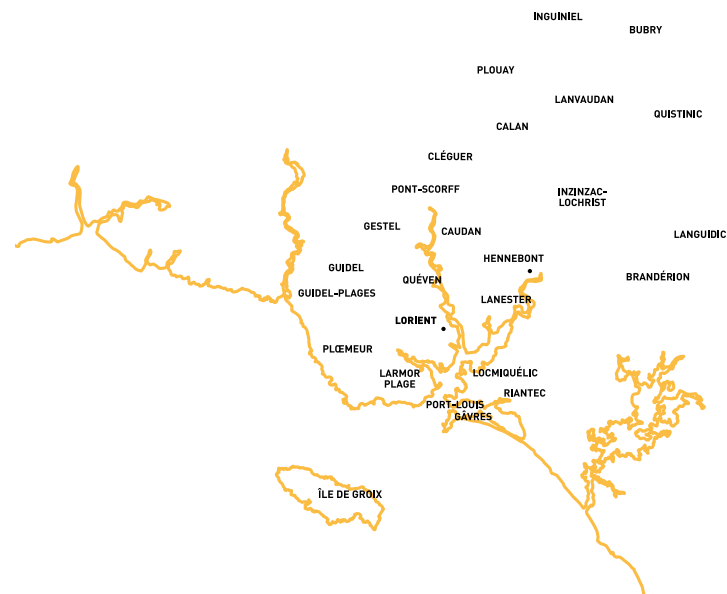
Des missions commerciales auprès de clientèles diversifiées

- 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

214 259 habitants*



7 agences à l'année
dont 1 en ligne

Budget annuel environ **1,8 M€**

22 salariés

616 adhérents

*Population totale - recensement source INSEE 2023

An aerial photograph of a beach with turquoise water and a teal text box. The text box contains the number '2' and the text 'Les accueils'. The background shows a sandy beach with gentle waves washing onto the shore. The water transitions from a light turquoise near the shore to a darker teal further out. A teal decorative line with a wavy end is at the bottom of the page.

2 Les accueils

Les accueils



ACCUEILS
physique
et téléphonique
Conseils en séjour

61 936
contacts

+5 %*
par rapport à 2024



ACCUEIL
numérique
Site web

Près de **1.7 millions**
de sessions**



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

336



26 262



27 251



RÉSEAUX
Sociaux

59 577
fans



4277



1451



+ 5 479 fans
gagnés en 2025



Carnets de voyage*

*Liste personnalisée sur demande
d'hébergements, de loisirs etc...

988
générés sur
notre site web **+117 %**
par rapport à 2024

le saviez-vous ?



Label Tourisme et Handicap

L'office de Tourisme de Lorient Agglomération est engagé
dans le label "Tourisme & Handicap" depuis 2020.
Nouvelle labellisation pour les bureaux d'informations
touristiques de Lorient et Ploemeur et renouvellement
pour Larmor-Plage, Hennebont, l'Île de Groix et Port-Louis.



**Total des visiteurs
touchés :**

1 221 048

+2.86 %
par rapport à 2024

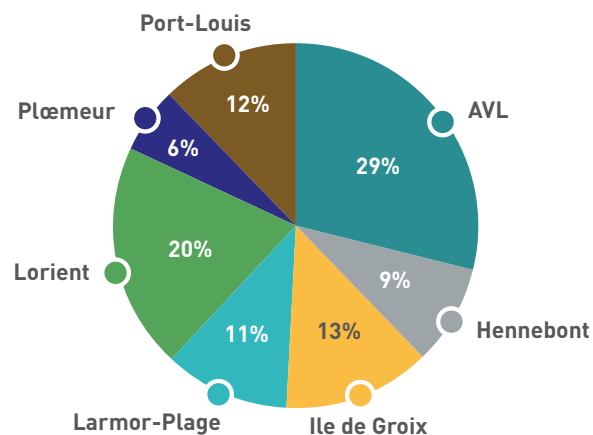


ACCUEIL PHYSIQUE & ACCUEIL EN LIGNE

Répartition par agence

29% des demandes passent par notre service téléphonique.

71% des demandes sont effectuées dans les agences de Hennebont, Île de Groix, Larmor-Plage, Lorient, Plœmeur et Port-Louis.

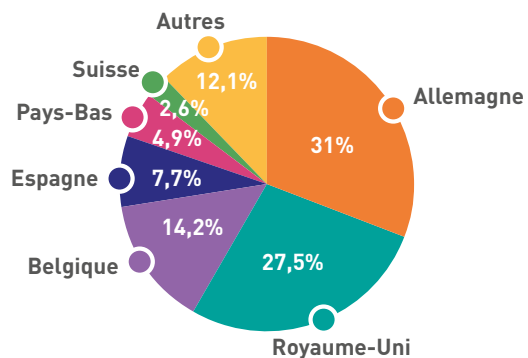


Origine de la demande

PAR PAYS

- Depuis la France : **60 113**
- Depuis l'étranger : **1 823**
- Principaux pays demandeurs :

2,9% de la demande en agence est étrangère



le saviez-vous ?

Ouverture accueil

1591 jours
> soit 10 638h



Accueil physique

46 648
contacts

contre 42 303 en 2024, soit environ

121 300 visiteurs
+10%*



accueil en ligne

15 288
contacts

contre 16 469 en 2024

-7%*

*par rapport à 2024

ACCUEIL PHYSIQUE & ACCUEIL EN LIGNE

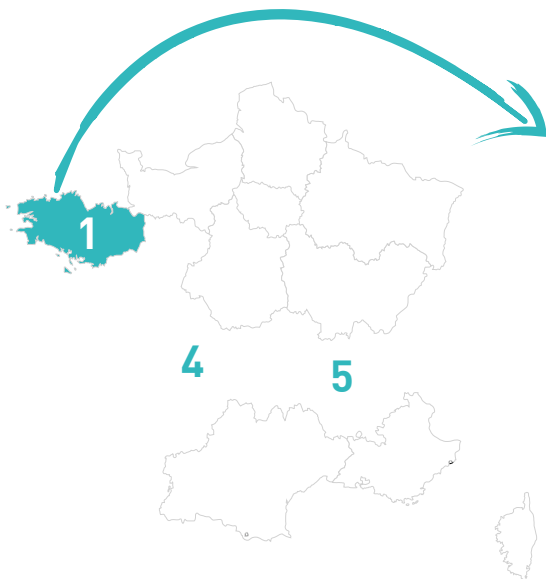
Répartition des demandes françaises

PAR RÉGION

- Top 5 des régions les plus demandeuses
 - > **Bretagne : 60 %**
 - > **Pays de la Loire : 8,5 %**
 - > **Ile de France : 7 %**
 - > Nouvelle Aquitaine : 4 %
 - > Auvergne-Rhône-Alpes : 4 %

PAR DÉPARTEMENT

- Top 5 des départements les plus demandeurs
 - > **Morbihan : 51 %**
 - > **Loire-Atlantique : 4,8 %**
 - > **Finistère : 4,1 %**
 - > Ille-et-Vilaine : 3,2 %
 - > Côtes-d'Armor : 2,4 %



Focus sur la demande bretonne

- Dans nos accueils physiques
 - > **83,9%** des demandeurs bretons sont **morbihannais**
- Via notre accueil téléphonique et mail
 - > **50%** des demandeurs bretons sont du **Morbihan**
 - > **24%** du **Finistère**



le saviez-vous ? 

60 %
des demandeurs
sont bretons

et 51 %
sont morbihannais

Les sites web

+ de
1.7
millions* de
sessions

- **www.lorientbretagnesudtourisme.fr**
Près de **1,5 millions*** de sessions, soit +25% vs. 2024
+ de **930 000*** utilisateurs uniques, soit +14% vs. 2024
1 min. 30 sec. de temps moyen d'engagement, soit -7% vs. 2024
+ **20%** de trafic SEO vs. 2024
- **Sites en langues étrangères**
Près de **88 000*** sessions
+ de **45 000*** visiteurs uniques
🇬🇧 🇪🇸 🇩🇪
- **Billetterie en ligne**
+ de **220 000*** sessions
+ de **117 000*** utilisateurs uniques
- **www.breizh-box.fr**
+ de **38 500*** sessions
+ de **28 000*** utilisateurs uniques

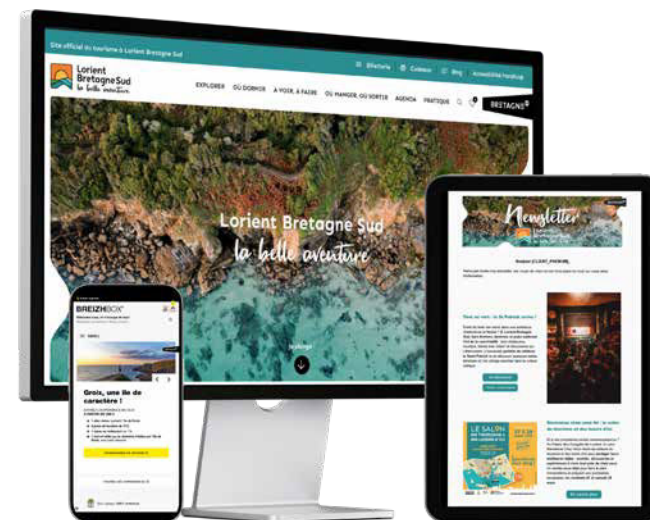
Les newsletters

A destination du grand public

- 1 newsletter** thématique mensuelle
- Près de **38%** de taux d'ouverture
- 27%** de taux de clics
- + de **13 600 destinataires** en moyenne

A destination des clients et prospects Breizhbox®

- 1 newsletter** à chaque événement calendaire
- 25%** de taux d'ouverture
- près de **12%** de taux de clics
- près de **10 700 destinataires**



ACCUEIL NUMÉRIQUE

Les réseaux sociaux

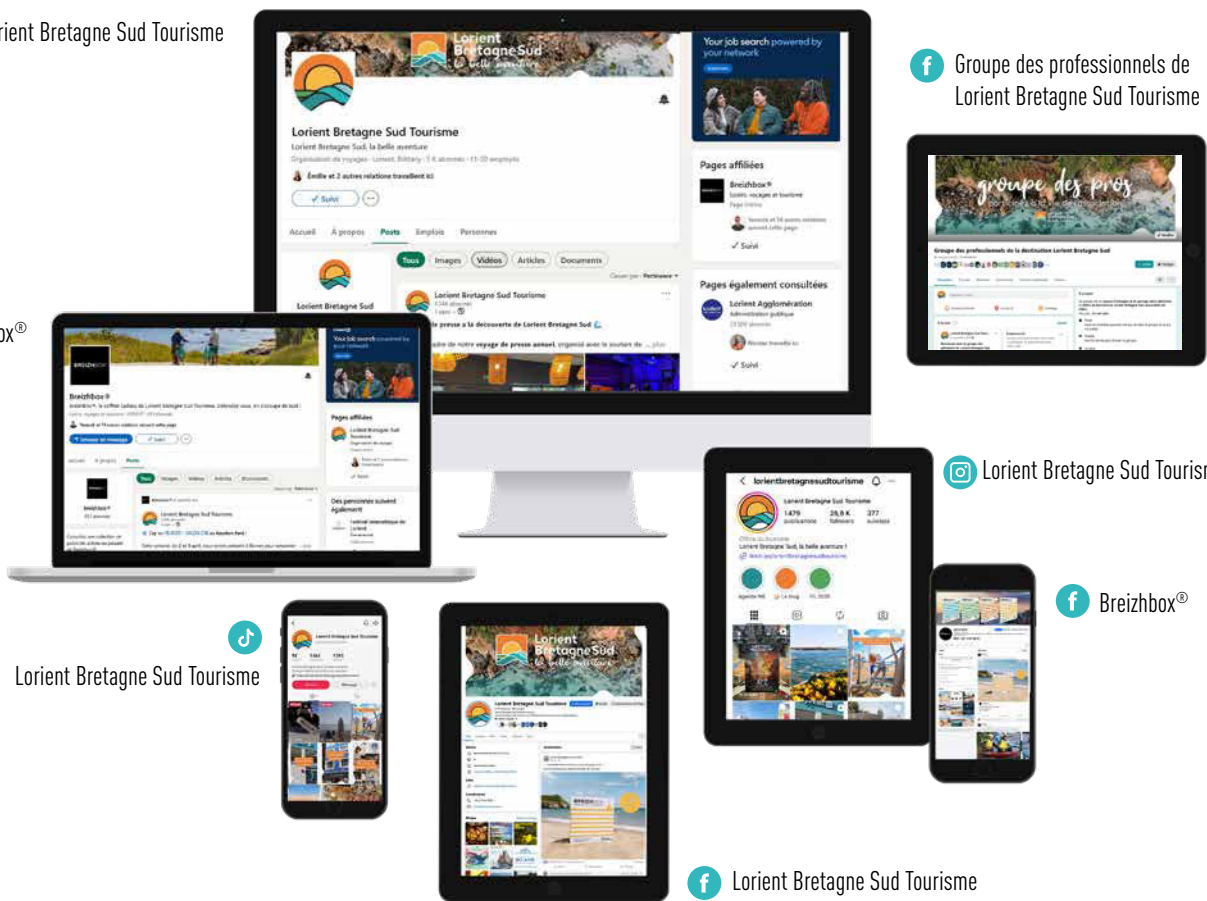


69 694 fans (y compris Breizhbox®)

+7%*

Lorient Bretagne Sud Tourisme

Breizhbox®



Groupe des professionnels de Lorient Bretagne Sud Tourisme

Lorient Bretagne Sud Tourisme

Breizhbox®

Lorient Bretagne Sud Tourisme



Facebook

@LorientBretagneSudTourisme

27 251 fans (+8%)*

172 publications

@Breizhbox®

10 117 fans

@Groupe des professionnels de la destination Lorient Bretagne Sud

créé en novembre 2025

77 membres

12 publications



Instagram

lorientbretagnesudtourisme

26 262 abonnés (+12%)*

93 publications, 266 stories

dont 45 reels (30 en collaboration)



Youtube

Office de Tourisme de Lorient Agglomération

336 abonnés (+11%)*

145 vidéos en ligne



Linkedin

@LorientBretagneSudTourisme

4 277 abonnés (+13%)*

et 71 publications

@Breizhbox®

650 abonnés



TikTok

1 451 abonnés (+ 22%)

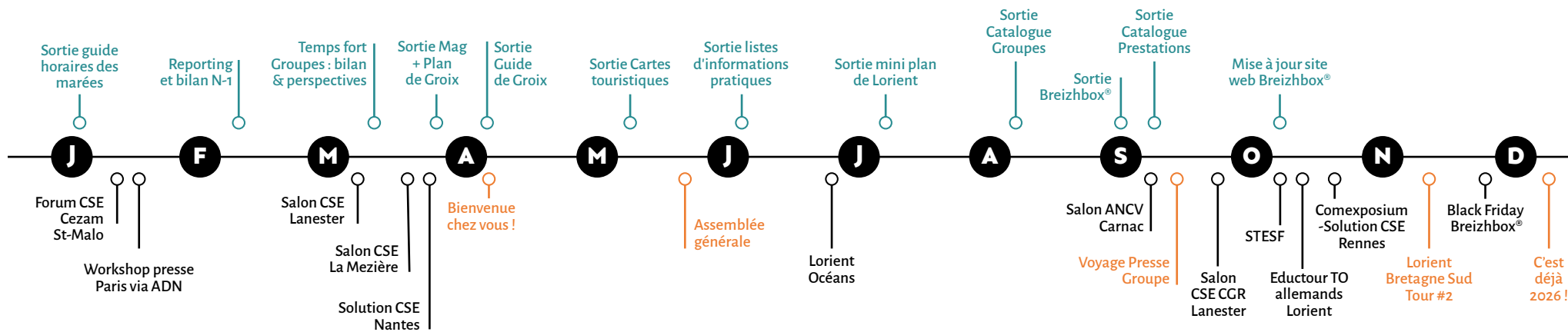
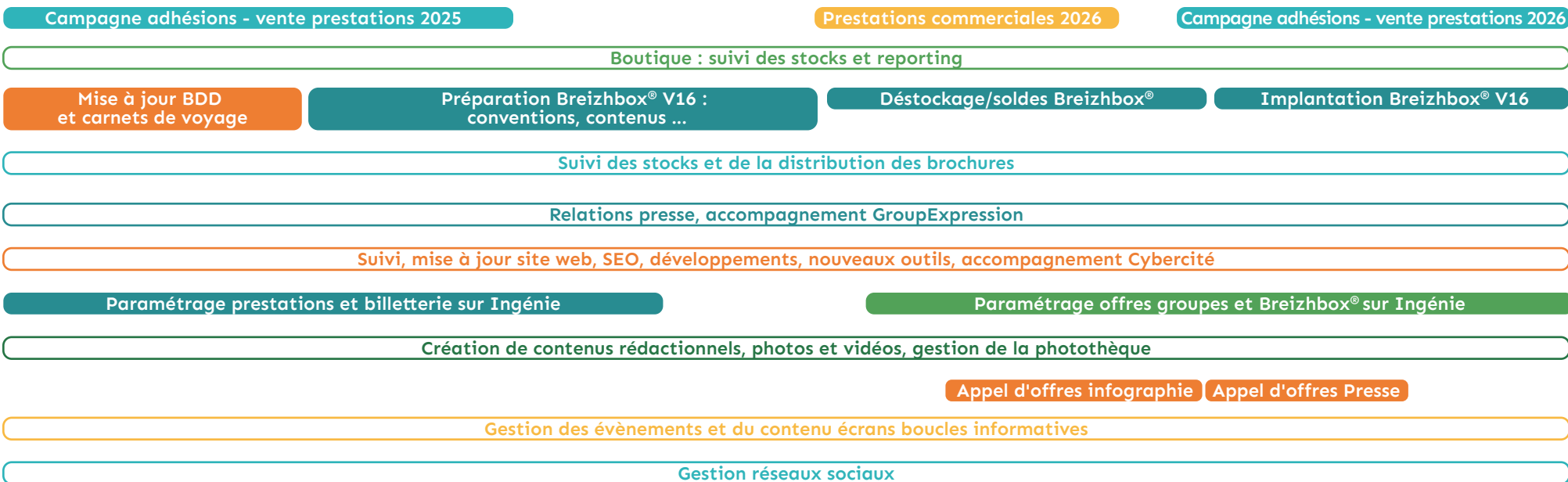
7 309 j'aime

AU 31/12/2025



3 *La promotion & la communication*

Le plan d'actions marketing 2025



Le budget 2025

Communication et Promotion

COMMUNICATION	
Stratégie	5 000,00 €
Site web LBST	31 800,00 €
Supports Print	81 000,00 €
Création de contenu	59 000,00 €
TOTAL COMMUNICATION	176 800,00 €

PROMOTION	
Territoire	48 500,00 €
Billetterie	0,00 €
Breizhbox®	37 000,00 €
Groupes	9 000,00 €
Affaires	4 000,00 €
Acteurs tourisme	2 000,00 €
Boutique/Agence	2 500,00 €
TOTAL PROMOTION	103 000,00 €

TOTAL GLOBAL PÔLE	279 800,00 €
--------------------------	---------------------



Les contenus

LES ÉDITIONS TOURISTIQUES

Les supports édités par Lorient Bretagne Sud Tourisme représentent **210 850** brochures par an. **10 594 brochures ont été téléchargées sur notre site.**

● Les indispensables

- > Le Mag 20 000 exemplaires
- > Le guide de l'île de Groix 18 000 exemplaires
- > Le plan de l'île de Groix 55 000 exemplaires
- > Le Guide des marées 22 000 exemplaires

● Les cartes touristiques

- > La rade 20 000 exemplaires
- > Littoral 25 000 exemplaires
- > De rade en ria 15 000 exemplaires
- > Vallées (Blavet & Scorff) 18 000 exemplaires

● Les mini plans urbain

- > Lorient 17 850 exemplaires

● Les listes

téléchargeables sur le site web :
lorientbretagnesudtourisme.fr

- > Aires de services et sans services pour camping-cars : 350 exemplaires
- > Location de salles pour évènements familiaux
- > Salles de spectacles et de concerts

● Guide des animations

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



le saviez-vous ? 

L'office de tourisme poursuit ses efforts de réduction des supports imprimés, d'année en année, avec une baisse de **97%** en 2025.

Dans le cadre de sa démarche RSE*

Recyclage des brochures : un petit geste à fort impact



Lorient Bretagne Sud a lancé une initiative simple visant à encourager le recyclage des brochures touristiques. Des messages de sensibilisation sont véhiculés sur nos écrans de diffusion. L'objectif est de réduire la production de papier de supports imprimés en privilégiant leur réutilisation.

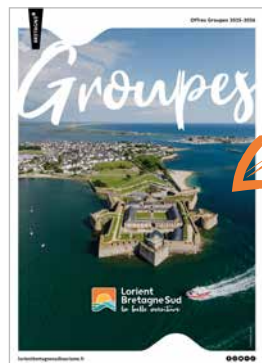
Des bacs de collecte ont été installés dans des lieux stratégiques :

- > Gare maritime de Lorient
- > Bateaux de BreizhGo Océane et de la compagnie maritime d'Escal'Ouest (départ pour l'île de Groix)
- > Offices de tourisme de Lorient, Port-Louis et Larmor-Plage

Lorsqu'elles ne sont pas réutilisées, les brochures sont confiées à Mada Breizh, association locale spécialisée, avec laquelle nous collaborons déjà pour le traitement du papier.

Les contenus

LES EDITIONS COMMERCIALES & PROMOTION



- **Catalogue Groupes Loisirs**
Brochure commerciale présentant + de 60 offres de visites, journées, séjours sur la destination
3 000 exemplaires



- **Coffrets-cadeaux Breizhbox®**
5 coffrets (dont 1 e-coffret) façonnés présentant l'offre Breizhbox® incluant le pass Breizhbox® et une carte postale.
1 650 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.
600 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
100 exemplaires

- **Tickets de tombola pour le salon Bienvenue chez vous!**
Ils remplacent les chéquiers de réduction pour les exposants au salon Bienvenue chez vous.
4 000 exemplaires + 20 000 sacs à pain distribués dans les boulangeries + 5 000 flyers



Les contenus

LES INFLUENCEURS, BLOGUEURS ET CRÉATEURS DE CONTENUS

Afin de soutenir notre stratégie de communication et d'**accroître la visibilité de la destination sur les Réseaux Sociaux** - notamment auprès de la cible DINKS (Double Income No Kids - Couples à double revenus sans enfants), nous avons noué des **partenariats** avec des influenceurs, blogueurs et créateurs de contenu à audience nationale, avec pour objectifs de :

- **Développer notre visibilité** en accédant à leur communauté via des **publications et du "live content"** sur les réseaux sociaux, ainsi que la **rédaction d'articles de blog**.
- **Séduire à travers des images et vidéos** professionnelles, avec l'émotion en plus.
- Bénéficier d'une **banque de contenus** à intégrer dans la base Médias de l'office de tourisme.



● My Wild Travel

Spécialisée dans le contenu road-trip et micro-aventures, Virginie parcourt l'Europe avec son van aménagé.

En mai 2025, elle a découvert différents territoires de notre destination : de la Presqu'île de Gâvres à Port-Louis, en passant par Guidel, Ploemeur, Larmor-Plage, Lorient et bien-sûr l'île de Groix. **Elle cumule 123 000 followers sur Instagram et a réalisé 1 article de web et 2 Réels. Sur Instagram, ces derniers ont cumulé : + de 71 000 vues et + de 14 200 likes Près de 140 commentaires engagés**



● Qaptur Prod

Société de production audiovisuelle lorientaise, Thomas, Clément et leur équipe ont réalisé 3 vidéos avec pour objectif de mettre en image le storytelling de La belle aventure. Les planches de surf, wake et de skate aux couleurs de notre nouvelle marque y ont été mises en valeur.

Les 3 vidéos ont cumulé près de 93 000 vues au total sur nos réseaux sociaux (Instagram, Facebook, TikTok et Youtube).



● Eugénie Ragot

Photographe lorientaise, Eugénie a capturé les instants de vie qui font le charme du centre-ville de Lorient et des rives du Blavet à Hennebont. 67 photographies



● Thibault Poriel

Avec ses prises de vue aériennes et lumineuses, **Thibault Poriel a immortalisé de nouveaux lieux de Lorient Bretagne Sud** : le petit port de Locmalo, la réserve naturelle de Pen Mané, la rade de Lorient, le Pérello, Lorient La Base... **50 photographies, dont 15 avec droits étendus pour les adhérents**



● Tony Esnault

Photographe lorientais, Tony Esnault a réalisé le reportage du nouvel office de tourisme de Lorient, en mettant ainsi en valeur le conseil en séjour qui y est apporté, son aménagement intérieur, ainsi que sa localisation stratégique face au port de plaisance. 73 photographies



● Bobine

Créé par François Piccione à l'écriture et Justine Hern à la photo, Bobine est un média indépendant qui célèbre les terroirs et les savoir-faire à travers une revue papier, un guide et un podcast. En juin 2025, ils sont venus découvrir et photographier Lorient, son port de pêche ainsi que Lorient La Base. **Un long article en ligne accompagné d'un podcast de 40 min, des publications sur les réseaux sociaux et 115 photographies**

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 56 000 vues* au total**

Les articles les plus consultés en 2025 :

- > Une journée à Groix
- > Un brunch réussi à Lorient Bretagne Sud
- > Visitez des lieux uniques pendant les Journées européennes du Patrimoine

- **« On a testé pour vous » : près de 7 500 vues* sur l'ensemble des articles produits.**

- **Pages inspirationnelles :**

- > Top 10 des animaux à voir à Lorient Bretagne Sud
- > Voyager éco-responsable à Lorient Bretagne Sud
- > Se déplacer en mobilités douces
- > Hébergements éco-responsables
- > Où manger éco-responsable
- > Activités éco-responsables

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

7
partenaires
nous ont fait
confiance
en 2025!

Les contenus vidéo

La visibilité de la destination passe également par les Réseaux sociaux, à travers des formats plébiscités par les utilisateurs, tels que la vidéo courte :

- **Reels : + de 237 000 vues**** sur les vidéos réalisées en interne pour les réseaux sociaux.
- **Reels « On a testé pour vous »** : près de 351 000 vues** sur l'ensemble des vidéos créées en collaboration avec nos partenaires, et près de 20 500 vues en moyenne par vidéo.
- **Stories** : 266 publications éphémères liées à des événements, actualités ou coups de cœur.



13
partenaires
nous ont fait
confiance
en 2025!

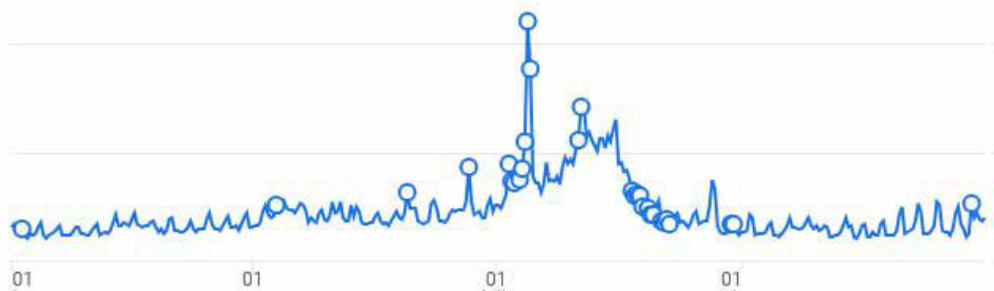
**Chiffres pour



Les contenus

LE WEB : www.lorientbretagnesudtourisme.fr

● Courbe des utilisateurs du site Internet entre janvier et décembre 2025



En 2025, nous avons confirmé **la croissance de la fréquentation** de notre site. Après une année 2024 record, le site a dépassé **le palier du million de session** pour la deuxième année consécutive.

Les pics de fréquentation ont lieu **pendant la période estivale**, la période du 14 juillet au 15 août étant la plus génératrice de flux. Nous nous efforçons néanmoins de lisser cette courbe en travaillant des contenus saisonniers, ce qui nous vaut de **belles statistiques également au mois de mai, de septembre et de décembre.**

Notre **visibilité Google est toujours en hausse.** En 2025, le site a compté **plus de 48 millions d'impressions** dans les résultats de recherche Google et 1,39 million de clics, grâce à notre stratégie SEO.

● Une préparation au futur du web

A l'ère de l'avènement des Intelligences Artificielles, l'année 2025 a marqué le début de notre préparation au GEO (référencement pour les Intelligences Artificielles) :

- > Confortation de la technique de notre site.
- > Création de contenus toujours plus expérientiels et adaptés aux recherches utilisateurs.
- > Stratégie de partage de backlinks (liens hypertexte sortants et entrants) pour renforcer notre SEO.

● Un renforcement de la rubrique Spécialités & Recettes

Thématiques génératrices de flux permettant de faire découvrir la cuisine bretonne - et par extension le territoire - au plus grand nombre, la rubrique Spécialités & Recettes de notre site Internet a été étoffée. Parfois en collaboration avec des restaurateurs de la destination, parfois issues des familles des collaborateurs, ces contenus plaisent aux utilisateurs friands de gastronomie.

- > Recette traditionnelle du Far breton : près de 28 000 vues*
- > Crêpes et galettes : plus de 3 000 vues*
- > Gâteau breton : près de 3 000 vues*

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

Les salons & évènements

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

> les 4 & 5 avril 2025 au Palais des congrès de Lorient

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

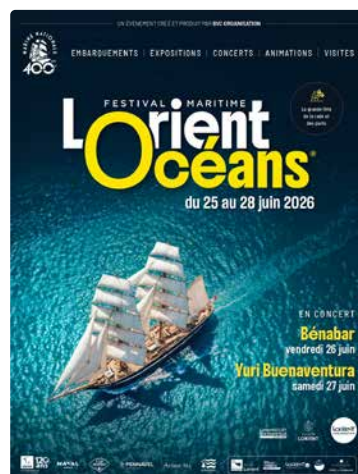
À quelques jours des vacances de printemps, l'office de tourisme vous offre la possibilité de découvrir la richesse des offres de loisirs pour s'évader à deux pas de chez soi : nautisme, musées, croisières, sorties, évènements et bien d'autres. « **Bienvenue Chez Vous !** » est un moment privilégié pour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

- > **44** exposants ont répondu présents.
- > **1500/2000** visiteurs sur les 2 jours.



- **Présence à Lorient Océans**

> du 3 au 6 juillet 2025



Les relations presse

2025 est la 4^e année de collaboration avec l'agence de presse GroupExpression et voit le nombre de demandes presse quasi équivalente à 2024.

Bilan 2025 de la collaboration avec l'agence GroupExpression, 30 retombées presse dont des TV et radios nationales pour une équivalence publicitaire de 891 000€.

+ de 88 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, Morbihan Tourisme et Tourisme Bretagne...

● **Télévision : 15 demandes**

de diverses chaînes, **TF1, France TV (Fr2-Fr3-Fr5-Fr24), Arte, M6, Ushuaia TV et de sociétés de production**, pour différentes émissions, parmi lesquelles :

- > « **Echappées Belles** » sur Fr5, samedi 4 octobre, l'émission intitulée « **Morbihan, la Bretagne dans la peau** » fait la part belle à l'île de Groix ;
- > Et des **reportages réguliers** tout au long de l'année dans **Météo à la Carte** sur Fr3...

● **Radio : 6 demandes**

de différentes radios, **Europe 1, France Culture, France Inter, RFI, RCF et France Bleu Breizh Izel.**

● **Presse écrite (papier et/ou web) : Plus de 67 demandes**

sur tous les sujets, les nouveautés (hébergements, restaurants, loisirs...), la gastronomie, les loisirs, la découverte de l'île de Groix et de Lorient Bretagne Sud en général...

Parmi ces nombreuses demandes, à noter celles de magazines et journaux très qualitatifs et à fort tirage comme **Elle Décoration, Géo, The Good Life, Ideat, AR Magazine, Désirs de Voyages, Le Monde, Le Figaro, Le Figaro Voyage**...



Les accueils *presse*

Bilan 2025 : de la simple rencontre à plusieurs jours d'accueil

- 9 accueils presse de février à octobre
 - > 4 individuels et 1 groupe (5 journalistes) via **GroupExpression**
 - > 2 via **Tourisme Bretagne**, dans le cadre de collaborations presse payantes
 - > 2 en direct

- Les accueils organisés via notre agence de presse **GroupExpression**

Temps fort de tous ces accueils presse, le Voyage Presse groupe

L'invitation de journalistes, pendant 3 jours en septembre, à découvrir notre territoire « la belle aventure », sous l'angle de la douceur de vivre et de la découverte.

5 journalistes des magazines et journaux, **Escapade Magazine, Libération, La Voix du Nord et des sites web de Yonder et Géo** y ont participé.

- 4 Voyages de Presse individuels :

- > **RFI**, Céline Develay en Avril
- > **The Good Life**, Louis Delafon en Mai
- > L'émission TV « **Echappées Belles** » en Août
- > **Elle Décoration**, Océane Algaron en Septembre

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

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. En 2025, reconduction de notre participation 1 journée et ½ les 13 et 14 janvier au Novotel Paris Est. L'occasion de rencontrer et discuter de la destination, de ses particularités... avec plus d'une 20^{aîne} de journalistes et influenceurs.



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 **962 contacts**
- > Taux d'ouverture moyen : **50%**
- > Taux de clic moyen : **32.17%**

● 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 !

Une trentaine de professionnels ont pu y assister gratuitement. Animé par **Anaïs Marcos**, Webmaster de l'Office de Tourisme, coanimé par la CIC Morbihan et nos équipes, en collaboration avec Lorient Agglomération, ils ont ainsi (re)découvert l'importance de l'image dans l'environnement numérique et dans le secteur touristique : **améliorer le positionnement sur Google, droits d'auteur, choix d'une image...** Cet atelier a été rythmé par le témoignage inspirant de Lucie Duton de Groix et Nature.



De nombreux services pour les adhérents !

Les partenaires qui en ont profité :

- Accès à la photothèque : **30**
- Revente de billetterie : **56**
- Commercialisation Breizhbox® : **120**
- Commercialisation Groupes : **52**

Lorient Bretagne Sud Tour 2025

Le rendez-vous des professionnels du tourisme

Lorient Bretagne Sud Tour #2 : Le rendez-vous des professionnels du tourisme

Durant la 1^{ère} quinzaine d'octobre, sur 4 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 (service Tourisme & Handicap, ALOEN, taxe de séjours...), BBO Communauté, la CCI du Morbihan, Gîtes de France, Morbihan Tourisme et le Bureau des Congrès Lorient BtoBreizh.

> 4 étapes :

Nostang, Groix, Hennebont, Ploemeur.



C'est déjà 2026 !

En fin d'année, l'office de tourisme organise une soirée annuelle dédiée à ses adhérents, un rendez-vous important pour se retrouver et échanger à l'échelle du territoire.

Ce temps de rencontre permet de revenir sur les actions menées au cours de l'année et de présenter les grandes lignes de l'année à venir, dans une ambiance conviviale.

La soirée est également ponctuée par des prises de parole de professionnels du tourisme, qui viennent partager leurs actualités et projets, témoignant de la richesse et de la diversité de l'offre locale.

Ce rendez-vous participe à entretenir le lien avec les adhérents et à encourager les échanges entre acteurs du territoire.

En 2025, cette édition s'est tenue au Manoir des Cotonnades à Lorient.

An aerial photograph of a city waterfront at sunset. The sun is low on the horizon, casting a warm, golden glow over the scene. In the foreground, a boat is moving through the water, leaving a white wake. To the left, a marina is filled with numerous sailboats docked at piers. The city buildings and streets are visible in the background, with a prominent tall, thin tower on the right side. The overall atmosphere is peaceful and scenic.

4 La commercialization

Billetterie et boutique

35%
du chiffre d'affaires
total est généré
par la billetterie,
soit 347 089 €
sur 995 553 €

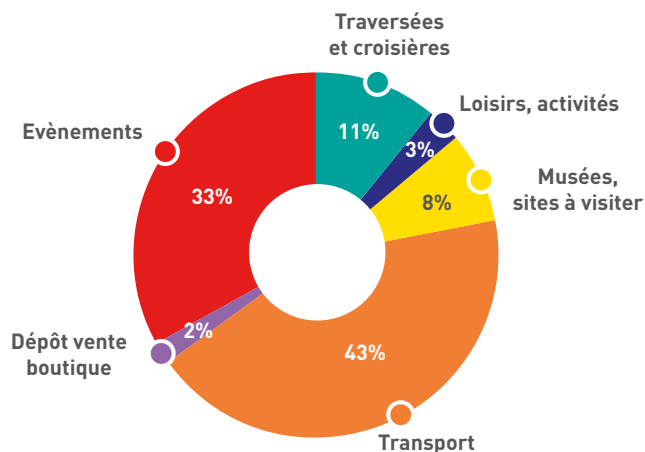
Chiffre d'affaires des ventes billetterie & boutique

56
partenaires
revendus

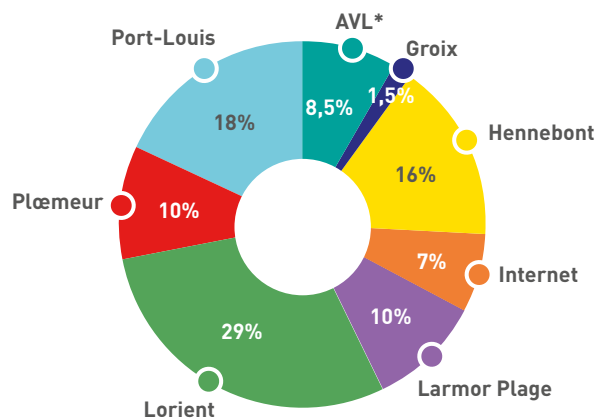
Panier moyen
billetterie
43€/client

54 produits
paramétrés réservables en ligne
sur lorientbretagnesudtourisme.fr, espace billetterie

87% des ventes sont générées par :
**le Festival Interceltique
de Lorient, les compagnies
maritimes, les transports.**



Les points de vente (offices de tourisme)



*Accueil et Vente en Ligne



STESF*

*Semaine du Tourisme
Économique
et des Savoir-Faire

Ce temps fort est organisé pour valoriser les artisans, producteurs, créateurs et professionnels locaux qui perpétuent des gestes techniques, culturels ou artistiques au coeur 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 :

- 20 octobre au 2 novembre 2025
- 15 entreprises engagées
- 727 réservations effectuées par l'office de tourisme, soit **+57%***
- 1 127,50 € de CA, soit **+de 232%***

* Par rapport à 2024

Adhésions et prestations

23 %
du chiffre d'affaires total est généré par les adhésions et prestations soit 232 555 € sur 995 553 €



232 555 € de CA généré :
● 25 010 € d'adhésions
● 207 545 € de prestations pour 616 adhérents

11% des adhérents hors territoire

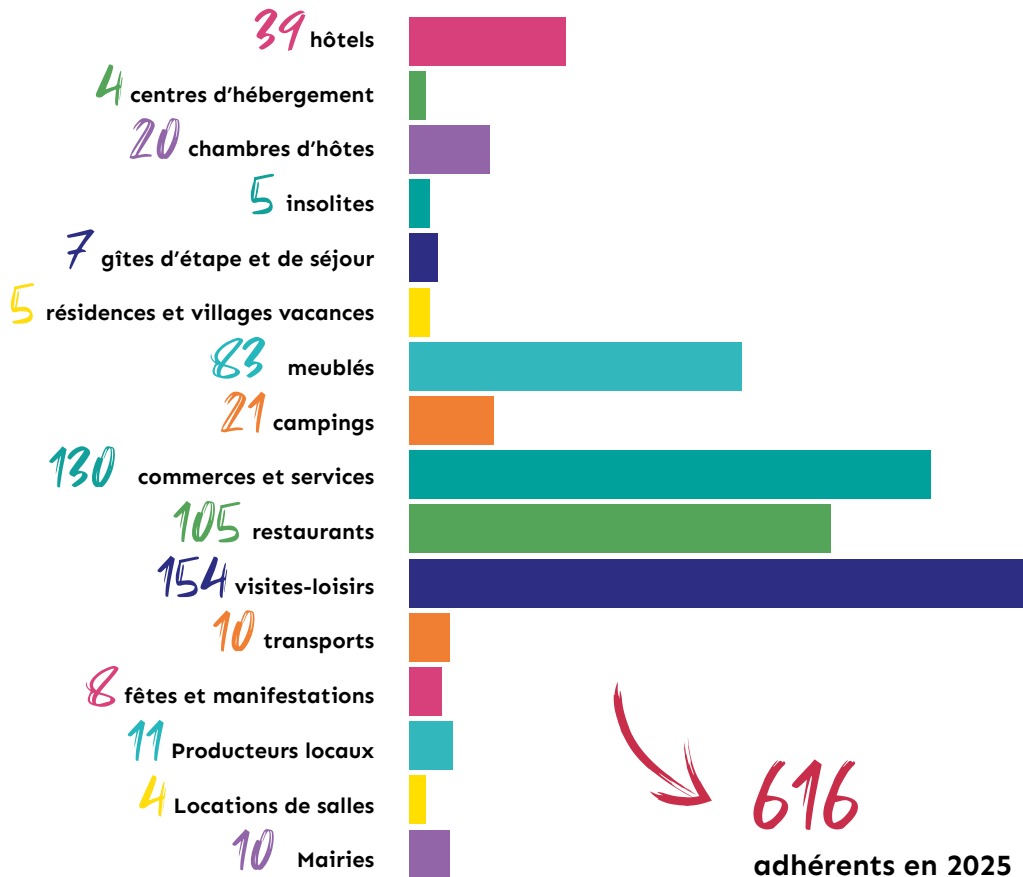


Evolution *stable*
par rapport à N-1

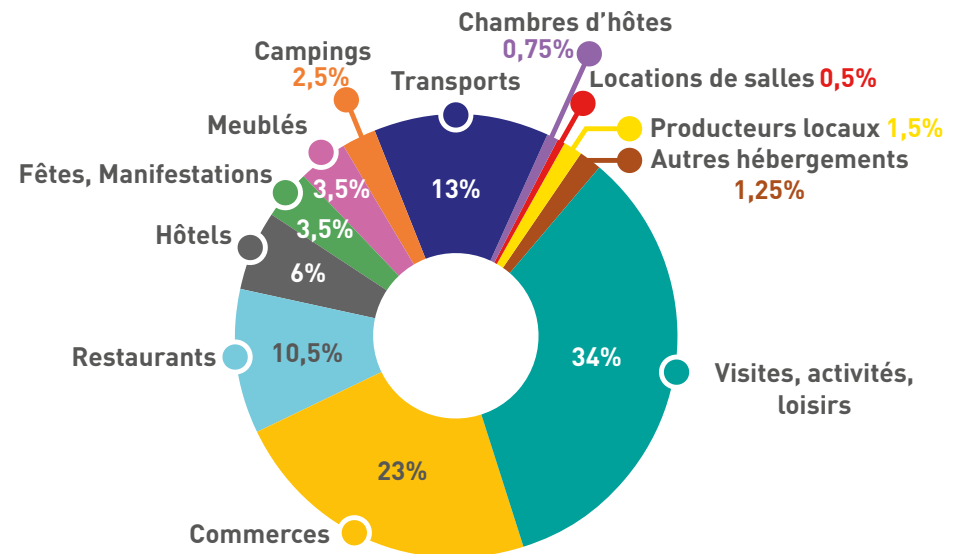
70 % pour les supports papier

30 % pour les formules digitales

Les adhérents par secteur



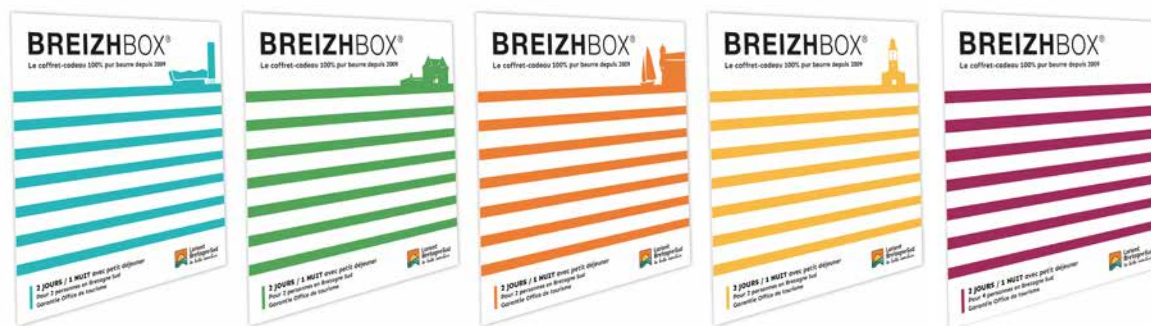
Quelle part du chiffre d'affaires par type d'adhérents (Vente prestations hors adhésions) ?



17%
du chiffre d'affaires
total est généré
par la vente de
Breizhbox
soit 171 379 €
sur 995 553 €

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 16 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® V15 et V16

au 31/12/2025

Breizhbox® V15						
	Bleue	Verte	Orange	Jaune	Violette	BOX VENDUES
Ventes	21 243 €	42 396 €	58 763 €	38 443 €	5 809 €	166 654 €
Nb box vendues	241	277	278	137	25	958
Vente sur le site internet	39%	43%	73%	77%	100%	57%

Breizhbox® V16 (en cours de commercialisation)						
	Bleue	Verte	Orange	Jaune	Violette	BOX VENDUES
Ventes	11 317 €	25 586 €	36 239 €	16 855 €	1 346 €	91 343 €
Nb box vendues	127	165	168	60	6	526
Vente sur le site internet	58%	56%	86%	85%	100%	70%



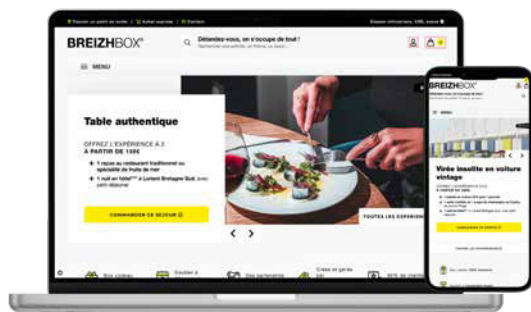
Breizhbox® fête ses 16 ans ! Un produit-phare depuis 2009 !

- Plus de **23 000 Breizhbox®** vendues
- Plus de **16 000 séjours** réservés depuis le lancement
- Plus de **35 000 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 **88%** pour la V14 et de **32%** pour la V15 (au 31/12/2025)
- Plus de **120 partenaires** engagés
- Des retombées économiques pour le territoire de près de **5 M€**
- Près de **80 points de vente** sur le Grand Ouest : GMS, espaces culturels, boutiques spécialisées, agences de voyages, comités d'entreprises...

Bilan et actions 2025

● Les chiffres-clés

- > **Plus 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%).
- > **790 séjours réservés** en 2025 (contre 911 en 2024)
Restant à consommer V15 : 377 Breizhbox®



● Les actions

Cible CE

- > Présence sur 8 salons et marchés
- > Communication et partenariats avec des réseaux CE
- > Campagnes d'emailing régulières
- > Partenariats générant du chiffre d'affaires

Cible entreprises

- > Partenariats et opérations de visibilité
- > Actions de prospection et emailing
- > Collaboration avec des acteurs publics pour des cadeaux

Cible grand public

- > Campagnes SEO et audiovisuelle (vidéos poussées sur les sites de replay)
- > Tombola/jeu concours chez nos meilleurs revendeurs
- > Partenariats médias et locaux
- > Campagnes commerciales saisonnières et opérations promotionnelles
- > Actions spécifiques (Black Friday, déstockage, Noël) générant des ventes




Les bons et cartes cadeaux UBILIZ

- 52 comptes partenaires actifs
- 180 offres disponibles

 Offrir en cadeau

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 **1 479€** de **CA supplémentaire** généré, concrétisé sur la marketplace Lorient Bretagne Sud Tourisme.
Cela ne prend pas en compte les acheteurs qui seraient ensuite allés directement visiter le site du prestataire pour finaliser leur achat.

 soit **25** ventes

Groupes loisirs

25 %
du chiffre d'affaires
total est généré
par le service
Groupes Loisirs
soit 244 530 €
sur 995 553 €

Bilan et actions 2025



2025, 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

- > **281 devis réalisés / demandes traitées** (322 en 2024)
- > **167 devis signés et facturés** (204 en 2024)
- > **Taux de concrétisation de dossier : 59%** (63 % en 2024)
- > **Volume d'affaires devisé : 606 187 €** (575 410 € en 2024)
- > **Chiffre d'affaires total réalisé : 244 530 €** (212 790 € en 2024)
- > **Marge : 35 639 €** (29 520 € en 2024)
- > **Taux de marge : 14,6%** (13,9 € en 2024)

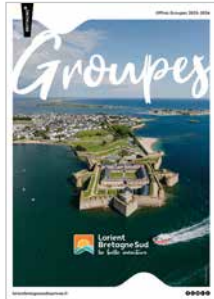
● Les actions

- > Présence sur 7 salons et portes ouvertes
- > Organisation de 2 Éducteurs Pro Tourisme de la destination auprès de TO français et allemand
- > 4 envois annuels de newsletters spécifiques auprès de 11 705 destinataires avec un taux d'ouverture de 40 %
- > Édition de la brochure Groupes et envoi à + de 2620 contacts sur le grand Ouest
- > E mailing auprès de 4240 contacts

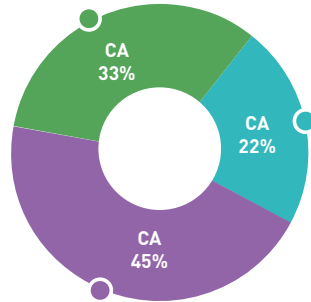


Groupes loisirs

● Chiffre d'affaires selon la typologie de dossiers en 2025



Visites ou transports secs
122 DOSSIERS



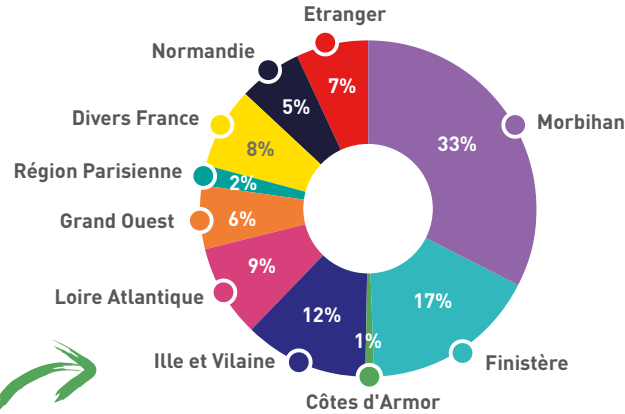
Packages Séjours
6 DOSSIERS

Combinés journée
39 DOSSIERS

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

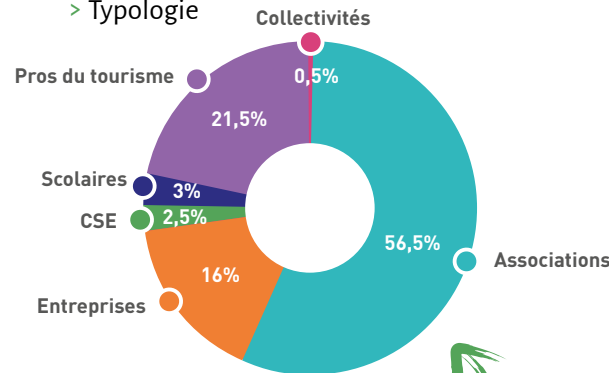
● Analyse de la clientèle 2025

> Origine



Stabilité dans l'origine géographique des clients.
72% sont d'origine bretonne

> Typologie



Hausse de la part Entreprise
Baisse des autres catégories (excepté une stabilité des CSE)
Légère hausse des revendeurs Pro 21,5% contre 19,6% en 2024

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 45,33€/ personne (+126,65% par rapport à 2024).

Au total,

5 364
personnes accueillies

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 dont Lorient Bretagne Sud. 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

lorient-evenements.bzh
lorient-tbobreizh.bzh



5 *Développement et actions* partenariales sur le territoire

Le cap stratégique 2024-2028

2025 est la première année complète de déploiement de la nouvelle stratégie de l'office de tourisme.

De nombreuses réalisations ont pu aboutir dès cette première année. Les plus visibles concernent les supports de communication qui se sont mis aux couleurs de *la belle aventure* et de sa nouvelle promesse touristique ou le déménagement du bureau d'informations touristiques de Lorient de retour Quai de Rohan.

D'autres moins visibles ont permis d'amorcer une promotion ciblée à l'étranger ou de poursuivre la structuration de l'équipe pour gagner encore en disponibilité et en efficacité.



- **Un nouvel élan pour l'accueil à Lorient, déménagement réussi !**

En 2025, le bureau d'informations touristiques de Lorient retrouve un emplacement privilégié au **11 quai de Rohan**, au cœur du port de plaisance. Après 2 années près de la gare, il s'installe à un point stratégique, proche des flux touristiques.

Ce nouvel espace a été inauguré en grande pompe par la ministre déléguée au Tourisme.

Ce retour sur le port renforce son attractivité et son accessibilité et lui offre une meilleure visibilité, en lien direct avec l'identité maritime de la ville.

Entièrement repensé, l'office de tourisme nouvelle génération propose un espace d'accueil moderne, fonctionnel et chaleureux. En plus des services habituels : une boutique aux couleurs de *La Belle Aventure*.



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.



Le cap stratégique 2024-2028 (suite)



● Lorient Bretagne Sud se glisse dans les valises

Un coin boutique a été aménagé dans le nouvel office de tourisme de Lorient. Cet espace est également déployé dans nos autres bureaux.

Cette offre met en valeur le territoire à travers une **sélection variée**.

On y retrouve une sélection de produits logotés **La Belle Aventure** : t-shirts, sweats, magnets, cartes postales, disques de stationnement, crayons...

Tous ont été soigneusement choisis pour leur qualité et leur fabrication responsable.

La boutique propose également des affiches, cartes postales et magnets **La Loutre**.

● Le Minor habille LBST, une collab d'exception !

Dans le cadre du développement de sa marque, **Lorient Bretagne Sud s'est associé à Le Minor, en échange de visibilité, pour habiller ses équipes aux couleurs de La Belle Aventure**. Cette collaboration permet de proposer des vêtements conçus avec un savoir-faire local reconnu.


Les produits, à la fois durables et de qualité, renforcent l'identité de la destination et offrent aux visiteurs une image cohérente et professionnelle de l'accueil.





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.



6 Financement & organisation

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

Le rapport financier

Analyse Billetterie, Breizhbox® et Groupe

Produits d'exploitation



Autres achats & charges externes

Compte de résultat

Le conseil d'administration en 2025

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 Évènements
- > **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 Le Liboux** - 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

L'organisation et organigramme de l'équipe

22

salariés en 2025

