

# Tourisme. Un début compliqué, un mois d'août bien embarqué

Publié le 15 août 2016



De gauche à droite : Patrick Levy, directeur du Comité départemental de tourisme et de Morbihan tourisme, Valérie Marin-Cudraz, directrice de l'office de tourisme de La Trinité-sur-Mer, Aude Flye Sainte-Marie, adjointe au tourisme de La Trinité, Dominique Meyer, premier adjoint de La Trinité, Olivier Lepick, maire de Carnac, Gérard Pierre, maire de Plouharnel et président de Morbihan tourisme, Michel Le Bras, directeur de la Compagnie des ports du Morbihan, et Bernard Hallier, maire de Quiberon et vice-président d'Aqta (Auray-Quiberon-Terre-Atlantique).

**Représentants de Morbihan Tourisme, élus locaux et professionnels du tourisme étaient rassemblés mercredi à La Trinité-sur-Mer, pour faire un point sur l'été. Un constat contrasté, mais plutôt de bon augure.**

Chaque été, Morbihan tourisme, présidé par Gérard Pierre et dirigé par Patrick Lévy, rencontre les professionnels et entrepreneurs du département, pour mettre en valeur les actions locales de tourisme. Après un passage dans le pays de Lorient, ils ont fait escale, mercredi matin, à La Trinité-sur-Mer pour rencontrer élus et acteurs touristiques des stations de la baie de Quiberon. Le ton était au bilan, sur cette mi-saison estivale.

**Un été contrasté**

Sur la pré-saison avril-mai-juin, le constat est sans appel dans toutes les communes de la baie : le tourisme a pris un coup. Sont mis en cause le contexte géopolitique tendu, les conditions météorologiques et la présence d'un unique pont au mois de mai. « Il ne faut pas oublier la grève des raffineries de pétrole. Beaucoup de Britanniques ne sont pas venus par peur de pénuries », affirme Aude Flye Sainte-Marie, adjointe au tourisme de La Trinité-sur-Mer. En juillet cependant, la situation semble s'améliorer. « À Quiberon, nous avons eu une hausse de la fréquentation de l'office de tourisme de 19 % par rapport à 2015, et pourtant l'année dernière était exceptionnelle », confie le maire, Bernard Hilliet. Pour le mois d'août, le bilan est très positif. « À Carnac, nous sommes à 100 % de nos capacités d'accueil », constate Olivier Lepick, maire de la commune. Pour l'hébergement, des inégalités se dessinent. Le camping et le mode locatif type Airbnb est en bonne marche, tandis que l'hôtellerie de milieu de gamme connaît des difficultés.

## **Une campagne dans le métro parisien**

Une étude de Flux vision d'Orange révèle que 35 % des flux touristiques du Morbihan prennent la direction de la baie, îles comprises, et 1 % uniquement vers les alignements de Carnac. Pour Gérard Pierre, « ses résultats témoignent d'une grande notoriété qui se construit depuis de nombreuses années. Nous avons mené pour la seconde année une campagne dans le métro parisien qui a connu un succès fou ». En avril, mois de la campagne, 1 million et demi de visiteurs ont été comptabilisés sur les réseaux sociaux. « Pour asseoir cette notoriété, il faut être attractif. Le panel des activités proposées est exceptionnel, notamment les activités nautiques et les grands événements comme Skedanoz », explique Patrick Levy. En dehors de nombreuses animations qui égayent le littoral, l'ensemble des élus soulignent « le côté naturel, authentique et familial de la Bretagne » qui en fait son véritable atout.

## **Une haute saison en décalage**

Pour Gérard Pierre, « la haute saison évolue. Septembre devient le troisième mois de fréquentation touristique, grâce au microclimat ». Ces dernières semaines d'été ensoleillées permettraient de compenser un début d'été difficile. Les réservations qui se sont faites timides, en début d'été, explosent, et les séjours longs se prolongent. L'été est donc loin d'être terminé dans la baie de Quiberon.

## Rochefort. Village préféré des touristes

Publié le 19 août 2016



**Depuis que Rochefort-en-Terre (56) est devenu le village préféré des Français 2016, la petite cité de caractère voit défilier, chaque jour, des milliers de touristes. Un indice : à l'office de tourisme, on enregistre une hausse de fréquentation de 60 % !**

La victoire de Rochefort-en-Terre lors de la finale du concours « Le village préféré des Français », a eu des répercussions très fortes sur la fréquentation estivale de cette petite cité de caractère, dont les rues classées remontent aux XVI<sup>e</sup> et XVII<sup>e</sup> siècles. À l'office de tourisme, le personnel n'arrête pas : l'office connaît, cet été, une hausse de fréquentation de 50 à 60 %. « L'impact est foudroyant, se réjouit Véronique Van Den Broek, chargée de communication. Dès le lendemain de l'émission, les gens venaient voir la plaque. Et ils sont nombreux à se faire photographier à côté ». En juillet, alors que d'autres offices de tourisme de la région notaient une baisse de la fréquentation, celle de Rochefort-en-Terre s'est maintenue. Mais c'est pendant la première quinzaine d'août que les chiffres ont explosé : mercredi, pas moins de 500 personnes ont franchi la porte de l'office ! Difficile, en revanche, d'évaluer la foule qui se bouscule dans la rue principale. Mais Véronique Van Den Broek l'évalue à environ 5.000 personnes par jour. Du coup, le nombre de visites guidées est passé de deux à cinq par semaine jusqu'à la mi-septembre.

**Commerce : chiffre d'affaires en hausse de 30 %**

« Évidemment, une telle fréquentation a des effets très bénéfiques sur le commerce. Les commerçants constatent une hausse de 30 % de leur chiffre d'affaires, dit Nicolas Gicquel, directeur de l'office de tourisme. Les restaurateurs font plusieurs services et refusent du monde. Après l'émission, ils ont dû embaucher du personnel supplémentaire ce qui n'a pas été chose facile car la saison étant déjà lancée, le personnel formé était déjà placé... ». Si l'effet sur le commerce est réel, il varie aussi selon les mois : en juin, les retraités au fort pouvoir d'achat sont légion. En juillet, les familles, au budget un peu plus serré, sont plus nombreuses...

## **Bon pour tout le Morbihan !**

L'effet « Village préféré des Français » bénéficie aussi aux autres communes des alentours comme La Gacilly, La Roche-Bernard et Malestroit. Les restaurants et hébergements à 30 km à la ronde marchent bien aussi. « Même sur la côte, les gens demandent si Rochefort-en-Terre est loin », dit Gérard Pierre, vice-président du conseil départemental et président de Morbihan Tourisme. Ce dernier estime que c'est tout le département qui a pu profiter de la situation. Gérard Pierre était en visite estivale, hier, à Rochefort-en-Terre, en compagnie de Muriel Jourda, conseillère départementale du canton d'Hennebont ; Soizic Perrault, conseillère départementale du canton de Pontivy et Patrick Levy, directeur de Morbihan Tourisme. Ces bons chiffres du tourisme en Morbihan sont aussi le résultat de la campagne nationale de promotion lancée depuis deux ans, notamment dans le métro à Paris. Une campagne qui a permis au département de gagner 15 points de notoriété.

© Le Télégramme

## **Rochefort-en-Terre. Près de 60% de visites en plus dans le canton**

Rochefort-en-Terre - Publié le 19/08/2016 à 21:02



Les responsables du comité du tourisme et les membres de Morbihan tourisme devant la mairie de Rochefort-en-Terre lors de leur visite estivale, jeudi. | Ouest-France

Par Ouest-France

**Des représentants du comité du tourisme se sont rendus sur le territoire pour faire le bilan des actions menées en matière de tourisme et constater l'impact du Village préféré des Français.**

Plusieurs dirigeants du comité du tourisme et de Morbihan Tourisme se sont rendus, jeudi, sur le territoire de Rochefort-en-Terre-Billiers.

L'impact du Village préféré des Français sur Rochefort et les communes voisines a été souligné, mais aussi sur l'ensemble du canton.

## **Deux logiques**

Les responsables ont aussi évoqué la campagne d'affiches qui avait été faite dans le métro parisien et sur les réseaux sociaux. Le comité avait deux logiques, celle des destinations et celle des incontournables, comme l'est maintenant Rochefort.

L'office de tourisme a d'ailleurs créé une carte des incontournables autour de Rochefort. Les retombées sur le canton indiquent 50 à 60 % de visites en plus à l'office.

Un autre point presse aura lieu en fin de saison.