

DESTINATION



SAINT-MALO  
BAIE DU MONT-SAINT-MICHEL

[saint-malo-tourisme.com](http://saint-malo-tourisme.com)

BRETAGNE

# GUIDE DU PARTENAIRE 2025

AGIR ENSEMBLE !

*Saint-Malo | Cancale | Combourg | Dol-de-Bretagne  
Saint-Coulomb | Saint-Suliac*



02 99 56 64 68  
[saint-malo-tourisme.com](http://saint-malo-tourisme.com)  
[partenariat@saint-malo-tourisme.com](mailto:partenariat@saint-malo-tourisme.com)



Saint-Malo  
Agglomération

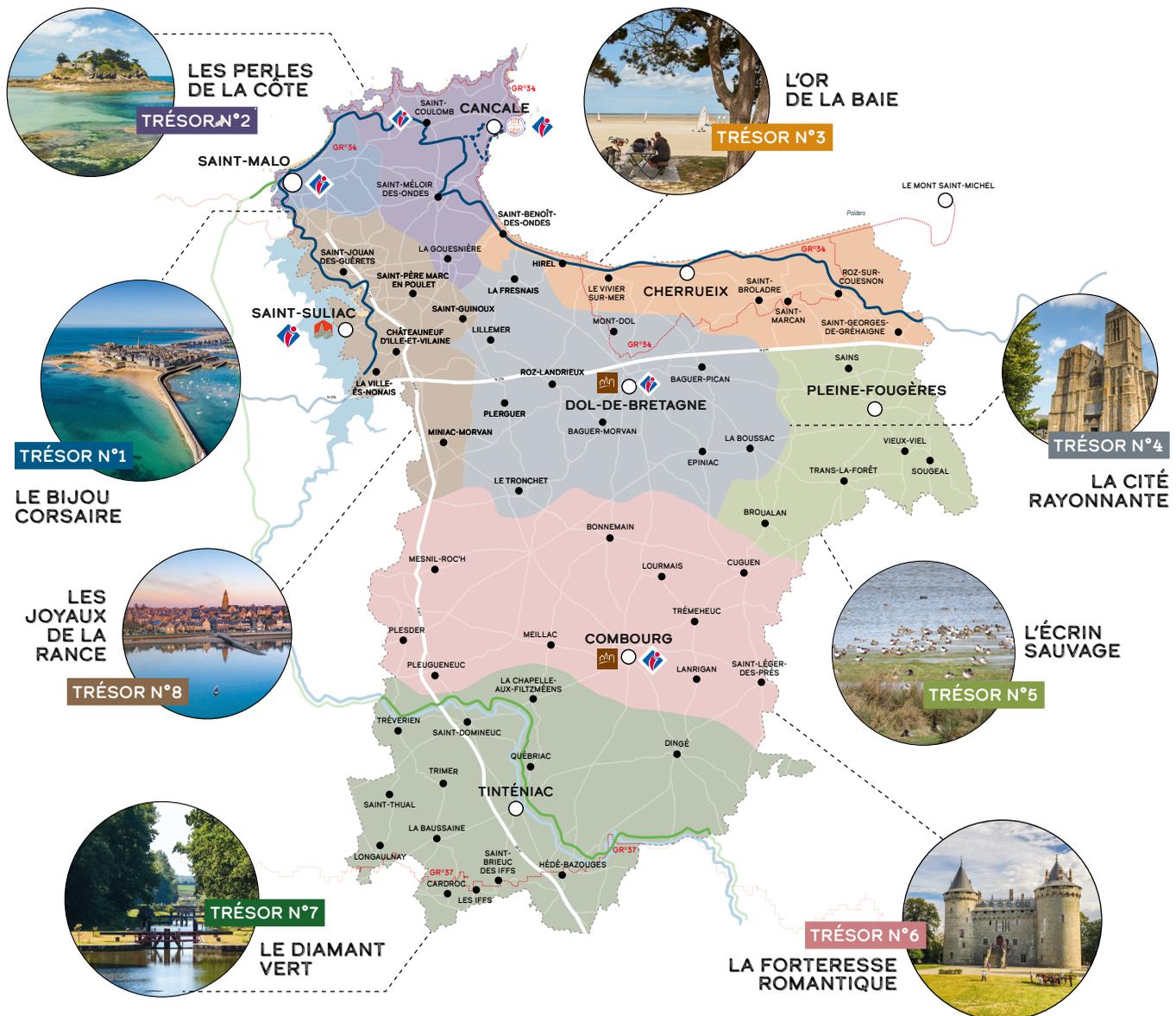


Bretagne  
romantique  
COMMUNAUTÉ DE COMMUNES

# DES TRÉSORS PRÉSERVÉS

Le territoire de Destination  
 Saint-Malo  
 Baie du Mont-Saint-Michel  
 se pare de 8 Trésors  
 reflète de leurs richesses  
 humaine, naturelle  
 et patrimoniale.

Destination Saint-Malo Baie du Mont-Saint-Michel a axé sa communication sur les Trésors Préservés de son territoire : exprimer la richesse et la diversité du territoire tout en parlant d'une seule voix, placer son ensemble sur un pied d'égalité tout en capitalisant sur ses atouts, créer des synergies entre les différentes facettes du territoire pour donner l'envie d'avoir de vrais parcours de visite.



--- Sentiers de grande randonnée GR 34 et GR 37  
 — EuroVélo 42 Liaison Manche-Océan  
 — EuroVélo 4 Vélomaritime

Credits photos : 1, 2 & 8 ©Thibault Poriel, 3 ©Alexandre Lamoureux, 4, 6 & 7 ©Simon Bourcier, 5 © CDC Pays de Dol - A. Bellanger.

# SOMMAIRE

---

## 1 PRÉSENTATION DE LA DESTINATION

---

## 2 CHIFFRES CLÉS

---

## 3 CONSTRUISEZ VOTRE PARTENARIAT

- 1 - Pack Référencement
- 2- Pack Communication
- 3- Pack Commercialisation "Pro-Dev"

---

## 4 POUR MIEUX VOUS CONNAÎTRE

---

## 5 BON DE COMMANDE

### NOS OBJECTIFS

**Améliorer l'impact économique du tourisme en stimulant** la fréquentation et en renouvelant les clientèles, en particulier sur les ailes de saison, pour développer l'économie et l'emploi pérenne.

**Diffuser la consommation touristique dans l'espace** en incitant à l'itinérance et à la mobilité sur le territoire.

**Affirmer les dénominateurs communs de notre destination** : nature, patrimoine et eau, en fédérant les territoires et les opérateurs autour d'un projet commun.

**Développer une stratégie d'attractivité** valorisant les atouts du territoire et la notoriété internationale de la marque.

**Déployer les outils de la Marque Touristique** en s'appuyant sur les forces vives du territoire (acteurs économiques, ambassadeurs).

**S'emparer des sujets** de la digitalisation, des engagements RSE et du développement durable comme leviers de compétitivité.





# DESTINATION SAINT-MALO BAIE DU MONT-SAINT-MICHEL C'EST :



## UNE ENTREPRISE :



**Publique** : priorité à l'intérêt général avec une vision prospective et durable et un fort contrôle des élus.



**Locale** : réponses en cohérence avec son territoire, priorité aux ressources et aux retombées de proximité sur l'ensemble de sa zone d'action.



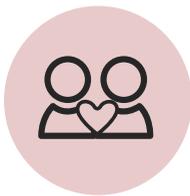
**Spécifique** avec deux marchés complémentaires, tourisme de loisirs et d'affaires, aux enjeux identiques :

- L'attractivité (promouvoir, attirer, faire rayonner)
- L'hospitalité (excellence de l'accueil, qualité des offres, fidélisation)



**Nécessitant réactivité et agilité** dans ses actions, performance dans ses résultats et transparence dans sa gestion.

## LES CIBLES PRIORITAIRES EN COMMUNICATION :



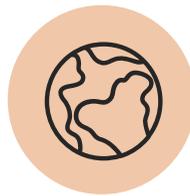
### DINKS

Couples actifs sans enfant, bénéficiant de deux revenus et un pouvoir d'achat important.



### GROUPES

Loisirs ou professionnels, la cible groupe requiert une capacité d'accueil spécifique et des infrastructures adaptées.



### ÉTRANGERS

Allemands, Anglais et pays limitrophes, familles et couples.



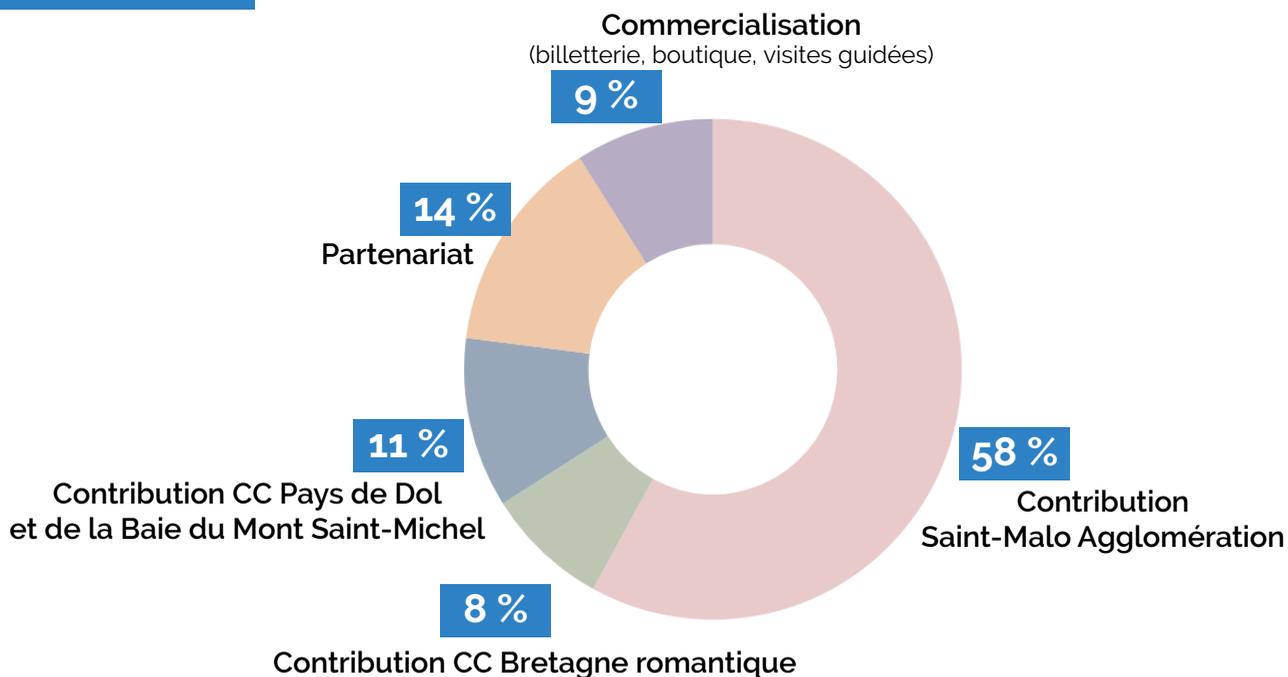
### LOCAUX

Bretons, en famille, en couple ou en solo, en quête d'aventure pour un week-end ou un tourisme affinitaire.

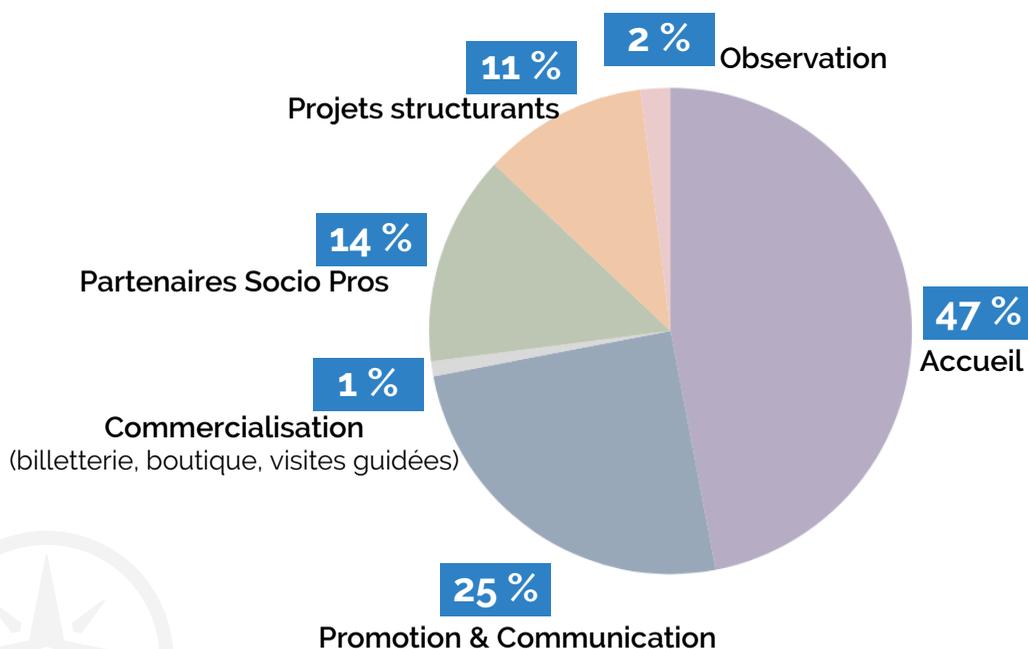
# CHIFFRES CLÉS 2023



## RESSOURCES DE L'OFFICE DE TOURISME :



## UTILISATION DU BUDGET & TEMPS VALORISÉ DE L'OFFICE DE TOURISME :



# Vos offices de tourisme, un média puissant à votre service

## DONNÉES OBSERVATOIRE 2023



**10 532 474**  
**NUITÉES**

(marchandes et non marchandes)

Dont **6 644 090** nuitées  
en clientèles françaises  
et **3 888 384** en  
clientèles étrangères (1)

**139 818** lits  
touristiques dont **41%**  
en hébergements  
marchands

**34 142 631 VISITES**

(21 296 882 françaises et 12 875 749 étrangères)



Satisfaction des visiteurs :

**8.9/10**

**70%** des visiteurs  
recommandent leurs  
lieux de séjour à leur  
entourage (2)

Consommation  
touristique des  
visiteurs :  
**1 293 M€** (2)

(1) : Analyse Orange Flux Vision Tourisme permet de convertir des informations techniques du réseau mobile en indicateurs statistiques à l'échelle du territoire de la SPL.

(2) Enquête REFLET 2022 – Tourisme Bretagne – Destination Régionale Cap Fréhel -Saint-Malo Baie du Mont Saint-Michel



**461 282**

visiteurs dans nos bureaux  
d'information (+ à distance)



**2 588 054**

Une portée totale sur nos réseaux  
sociaux grand public  
(nombre de personnes qui ont vu nos  
publications sur leur fil d'actualité)



près de

**100 000**

abonnés sur  
nos réseaux sociaux  
(Facebook, Instagram, LinkedIn)



**32,98**

Equivalent Temps Plein  
(2023)



**1 017 179€**

CA généré par Elloha pour le  
compte de nos partenaires  
(plateforme hébergement)



près de  
**900**

partenaires



**399 705€**

ventes en ligne  
& guichets



**7 990 246**

événements sur le site web  
(nombre d'actions sur les pages)



**980 570**

utilisateurs sur le site web



# POURQUOI DEVENIR PARTENAIRE ?



## 3 niveaux d'engagement

1. LE PACK RÉFÉRENCIEMENT
2. LE PACK COMMUNICATION
3. LE PACK COMMERCIALISATION "PRO-DEV"

## 1. LE PACK RÉFÉRENCIEMENT

Devenir partenaire de la destination assure au professionnel la possibilité de :

 **Rejoindre un réseau** de professionnels que la destination s'emploie à mettre en valeur via ses structures, ses équipes, ses outils.



Bruno COLAS - Blackemroad (balades commentées en voiture de collection) - Saint-Malo :

**"Je me suis senti écouté et compris, je dirais même, en phase."**



Bernard PELLAN - Président de l'hippodrome de Saint-Malo :

**"Les relais d'informations activés par l'office de tourisme et leurs conseils à l'accueil ont entraîné un regain de fréquentation de nos journées d'animations familiales."**



**Se rendre visible** en investissant les multiples espaces de mise en valeur réservés aux partenaires (espace internet, « bons plans », « actu du réseau », dépôts de flyers au sein des bureaux, guide des partenaires, « café-zoom », affichage...).



**Accroître son réseau** et se faire connaître auprès de ses confrères et des élus, en participant aux opérations réservées aux partenaires (soirée des partenaires, bourse touristique, ateliers thématiques, Éductours...).



Précilia RICHEUX - Domaine du Logis - La Chapelle-aux-Filtzméens :

**"La bourse touristique a notamment été l'occasion d'envisager une potentielle collaboration entre un prestataire de loisirs et le camping dans le cadre de séminaires affaires."**

Christelle PERDRIEL - Brittany Ferries - Saint-Malo:

**"Cet Eductour en Bretagne romantique a été pour moi une journée de découvertes de paysages et de personnages, sources de grande inspiration."**



Mary WINSTON NICKLIN, journaliste :

**"Merci beaucoup pour votre aide pour mon récent article dans National Geographic."**

Bruno BOULC'H MASCARET - Gîte Bonne Rencontre - Saint-Malo :

**"Votre mini dossier de presse a été une opportunité idéale de mise en application sur ma propre communication, sur les réseaux sociaux."**



**Se développer** grâce à la dynamique du Pôle Communication centrée sur le rayonnement du territoire et de ses acteurs (interactions avec + 500 journalistes français et étrangers, accueils presse/influenceurs, plan de communication, relais d'informations de la destination...).



**Se professionnaliser** grâce à l'expertise du Pôle Projets & Développement dédié à la démarche qualité, à l'observatoire touristique, au déploiement des labels, à l'accompagnement des partenaires dans leur évolution, à la valorisation des circuits (pédestres, vélo, ...).



Gaël DU JONCHAY - Camping de la Ville Huchet - Saint-Malo :

**"Merci au Pôle Développement : Ces données sont passionnantes ; on en apprend tous les jours."**

Fabien TUTOY - Château de la Croix Chemin - Saint-Léger-des-Prés :

**"Les boucles rando / vélo proposées dans vos nouvelles cartes répondent totalement à une demande du moment."**





## 2. LE PACK COMMUNICATION

Un investissement média renforce la notoriété, la visibilité et l'attractivité de l'annonceur au sein d'un environnement choisi, vers un lecteur rassuré par la caution de l'Office du Tourisme, perçu comme un « expert tiers de confiance ».\*

\* Citation Mathieu Vadot – consultant expert tourisme – id-rézo.

### VISIBILITÉ EDITIONS

Notre documentation est repensée chaque année pour :

- Valoriser l'attractivité de la destination en toute saison et sur l'intégralité du territoire.
- Transmettre au lecteur des informations issues du territoire, des idées séjours, des portraits « coups de cœur » de la rédaction.
- Proposer un écrin de communication à nos partenaires, assurés d'être exposés au sein d'un environnement qualitatif et à destination d'un lectorat captif.



**Magazine de destination**  
*Attirer, donner envie,  
sortir des sentiers battus*



**Guide Pratique de Séjour**  
*Quoi faire sur place ?*



**Plans de villes gratuits**



**Cartes rando/vélo**  
*Valoriser l'offre  
d'itinéraires, le rétro-littoral*

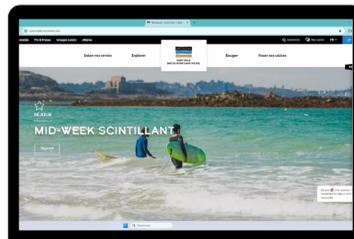
### CHIFFRES CLÉS

→ **+200 000 tirages** assurent une valorisation de la destination diffusée tant à l'extérieur (salons, congrès, encartages magazines nationaux...) que sur le territoire (Bureaux d'Information Touristique, partenaires, points touristiques saillants, Palais du Grand Large, événements divers...).

## VISIBILITÉ DIGITALE

**Nos outils digitaux favorisent l'accès à de multiples informations 24h/24 auprès d'une grande diversité d'utilisateurs :**

- La base de données « partenaires » (SIT) constitue l'outil principal de travail de nos conseillers en séjour pour un accompagnement personnalisé.
- Les écrans intérieurs publicitaires consacrés aux annonceurs.
- Le site internet présente les informations pratiques et événementielles du territoire et de ses acteurs avec une intégration respectueuse des campagnes publicitaires de nos partenaires.



- Les newsletters : "Au fil des saisons", "À vos Agendas" bi-mensuelle adressées aux abonnés de la destination.



- Les outils dynamiques de valorisation de nos partenaires et d'échanges interactifs à travers les réseaux sociaux ( Facebook – Instagram – LinkedIn).



## CHIFFRES CLÉS

- Plus de **3 millions de pages vues** et **7,9 millions d'interactions** sur notre site institutionnel.
- **Près de 100 000 abonnés** sur nos réseaux sociaux (Facebook – Instagram – LinkedIn).
- **473 052 interactions** réseaux sociaux (cela comprend les réactions, partages, commentaires et enregistrements).





## ANIMATIONS, PRIVATISATION D'ESPACE

**Permettre à un partenaire d'aller à la rencontre de tous les visiteurs de nos agences pour un échange exclusif.**

- La mise à disposition d'un espace dédié à l'entrée de l'agence permet une prise de contact avec tout ou partie des visiteurs. L'exclusivité réservée au partenaire garantit une expérience optimisée.
- Des espaces vitrines (distincts selon nos agences) renforcent la visibilité d'une offre, d'un balisage, d'une animation.



Matthieu MARTIG - Micro-Zoo  
- Saint-Malo :

**"J'ai eu l'occasion de faire connaître le Micro-Zoo et d'aller à la rencontre des visiteurs. Il y a ici un véritable enjeu de visibilité".**



Antoine ARGALON - Côté Vignoble  
- Dol-de-Bretagne :

**"Au delà de toutes les rencontres générées à l'Office de Saint-Malo, cette animation nous a ensuite permis d'accueillir des visiteurs directement à la boutique à Dol".**

# 3. LE PACK COMMERCIALISATION : "PRO-DEV" NOUVEAU

Afin de promouvoir la diffusion des flux touristiques tout au long de l'année et sur l'ensemble du territoire, la SPL a lancé à la demande du conseil d'administration, de mars à mai 2024, une étude d'opportunité quant à la commercialisation de prestations auprès des groupes loisirs et affaires, menée par un conseil extérieur dans le cadre d'une démarche de co-construction avec les professionnels et les collectivités.

RÉALISÉ	EN COURS	À VENIR
<p><b>1.</b> Scénario retenu à l'issue de l'étude : la SPL souhaite mettre en œuvre des actions de promotion afin d'être apporteur d'affaires pour les partenaires intéressés par les groupes. La SPL prescrit des prestations réalisées par les partenaires sur la base d'un cahier des charges et d'une contribution supplémentaire.</p>	<p><b>2.</b> Définition des cahiers des charges pour les prestataires souhaitant être prescrits pour recevoir les groupes selon les cibles.</p> <p><b>3.</b> Qualification des partenaires avec une offre groupe, recensement des prestations disponibles.</p>	<p><b>6.</b> Conventionnement avec les partenaires souhaitant être prescrits auprès des groupes.</p> <p><b>7.</b> Déploiement des actions de promotion auprès des cibles prioritaires.</p>
<b>2024</b>	<b>2024 - 2025</b>	<b>2025</b>
<p>La SPL organise ses compétences pour poursuivre le développement des visites guidées auprès des cibles prioritaires :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- groupes de voyage organisés (à partir de 25 personnes);</li> <li>- petits et mini groupes affinitaires (à partir de 8/12 personnes);</li> <li>- scolaires et jeunes publics (écoles et centres de loisirs).</li> </ul>	<p><b>4.</b> Montage de fiches produits groupe par cible et reflétant les marqueurs de notre destination.</p> <p><b>5.</b> Elaboration du plan d'actions de promotion.</p>	<p><b>8.</b> Mise en œuvre et suivi des indicateurs qualitatifs et quantitatifs.</p>



# DEVENEZ PARTENAIRE



## 1

REEMPLISSEZ VOTRE **BON DE COMMANDE**



## 2

**METTEZ À JOUR VOS INFORMATIONS 2025 SUR NOTRE INTRANET**

( un lien d'actualisation vous a été transmis )



## 3

**VOUS SOUHAITEZ PLUS DE VISIBILITÉ OU DE SERVICES ?**

1. Choisissez vos options
2. Sélectionnez-le(s) service(s) additionnel(s) présenté(s) dans ce guide



## 4

**RETOURNEZ** au Pôle Partenariat

- Votre fiche d'information
- Votre bon de commande dûment complété et signé
- Votre règlement

(à l'ordre de la SPL Destination Saint-Malo Baie du Mont-Saint-Michel, si paiement par chèque)



## 5

**RÉCEPTIONNEZ VOTRE FACTURE ACQUITTÉE**



Une question ? Contactez le Pôle Partenariat  
par email : [partenariat@saint-malo-tourisme.com](mailto:partenariat@saint-malo-tourisme.com)  
par téléphone : 02 99 56 64 68

# MIEUX VOUS CONNAÎTRE POUR MIEUX VOUS RECOMMANDER



## FICHE D'INFORMATIONS

### VOS INTERLOCUTEURS

Vous serez, en tant que partenaire associé à nos publications :  
Afin d'adresser les informations utiles aux bons interlocuteurs, merci de compléter le tableau suivant :

	Nom du contact	Adresse mail du contact
<b>Newsletter "Au fil des saisons"</b> adressée aux visiteurs abonnés 4 fois par an		
<b>Actu du réseau</b> adressée aux professionnels 1 fois par mois		
<b>Newsletter "À vos Agendas"</b> de la destination 2 fois par mois		

### VOTRE ÉTABLISSEMENT

Disposez-vous d'un label, d'une classification ou d'une mention qui vous distingue ?

Disposez-vous d'un numéro d'immatriculation ([Atout France](#)) vous permettant de vendre des prestations packagées ?

Avez-vous entrepris une démarche de labellisation en tourisme durable et/ou RSE ?  
Si oui laquelle ? Pour vous aider, vous pouvez télécharger la liste des labels [ici](#).

Disposez-vous de caractéristiques / valeurs ajoutées particulières à rattacher à votre offre ?

Selon vous, quels sont vos atouts différenciants à valoriser en premier lieu ?

## VOTRE DÉVELOPPEMENT

Quelles sont vos cibles prioritaires de clientèle ?

Familles

- 1        6  +

Séniors

- 1        6  +

Groupes de voyage organisés  
(à partir de 25 personnes)

- 1        6  +

Petits et mini-groupes affinitaires  
(à partir de 8/12 personnes)

- 1        6  +

Couples

- 1        6  +

Scolaires et jeunes publics  
(écoles, centres de loisirs)

- 1        6  +

Groupes affaires  
(séminaires, teambuilding...)

- 1        6  +

Certaines de ces cibles représentent-elles un nouvel axe de développement pour vous ?

.....  
Êtes-vous associé à un réseau ? (si oui lequel ?)

.....  
Disposez-vous d'une solution métier pour commercialiser votre offre ? Si oui, pouvez-vous nous confirmer le nom de votre solution ?

.....  
Seriez-vous intéressé pour participer à des opérations de promotion commerciale mutualisées (exemple : salons) moyennant une contribution financière de chaque participant ?

.....  
Si oui, avez-vous des suggestions d'actions ou de salons (grand public et professionnels) à suggérer ?

.....  
**Fiche d'informations à retourner au Pôle Partenariat : [partenariat@saint-malo-tourisme.com](mailto:partenariat@saint-malo-tourisme.com) ou dans le Bureau d'Information Touristique de votre choix**

## BON DE COMMANDE 2025

## &gt; À RETOURNER À :

SPL Destination  
Saint-Malo Baie du  
Mont-Saint-Michel  
Office de tourisme  
Esplanade Saint-Vincent  
35400 SAINT-MALO  
partenariat@saint-malo-tourisme.com

Raison sociale (nom qui apparaîtra sur la facture) :

.....

Nom commercial de l'activité (nom qui apparaîtra sur les supports de communication) :

.....

Nom et prénom du responsable :

.....

Numéro de SIRET (obligatoire) :

.....

Pour les locations de meublés à Saint-Malo, votre numéro d'enregistrement :

.....

## LE PACK RÉFÉRENCIEMENT

- Une majoration de 25% est appliquée sur le total du pack référencement à tout partenaire hors territoire de la SPL.
- Un forfait de 100 € est proposé pour le référencement d'une deuxième activité à la même adresse.

Lieux et Hébergements	Tarif € HT	+ Prix par unité € HT	Total € HT
Auberge de jeunesse, gîte de groupe, centre de vacances	100 €	2 € / lit	
Camping 2*, 1* et NC	50 €	1,40 € / emplacement	
Camping 3*	50 €	1,60 € / emplacement	
Camping 5* et 4*	50 €	1,80 € / emplacement	
Chambre d'hôtes labellisée	120 €	15€ / chambre	
Hôtel 4* & 5*	320 €	9 € / chambre	
Hôtel 3* et 2*	280 €	8 € / chambre	
Hôtel 1* et non-classé	230 €	7 € / chambre	
Meublé de tourisme classé ou labellisé, hébergement insolite	165 €	20€ / meublé supplémentaire	
Résidence de tourisme hôtelière, village vacances	300 €	7€ / unité supplémentaire	
Conciergerie avec locatif, agence immobilière	250 €	+ 75 € / agence	
<i>Adhésion à la centrale de réservation pour les hébergements (diffuser les disponibilités avec réservation directe depuis notre site web)</i>	<i>A partir de 75 €</i>	<input type="checkbox"/> <i>cochez la case pour être contacté.</i>	
Parc des expositions, salles de congrès, espaces polyvalents <sup>1</sup>	490 €		
Privatisation d'hébergement	200 €		

<sup>1</sup>réservé aux professionnels du territoire de la SPL

Restauration et traiteurs	Tarif € HT	Quantité	Total € HT
Bar, salon de thé, vente à emporter, glacier, cours de cuisine	150 €		
Location de salle, lieu événementiel, salle de réception ou de réunion, espace de co-working	250 €		
Restaurant	225 €		
Traiteur, restaurant de groupe <sup>1</sup>	225 €		
Commerces	Tarif € HT	+ Prix par unité € HT	Total € HT
Cadeaux d'affaires <sup>1</sup>	160 €		
Commerce, artisanat, service à la personne	150 €		
Prestataires de services : agences d'hôtesse d'accueil, de sécurité, photographe, traducteur, graphiste <sup>1</sup>	200 €		
Union commerciale, centre commercial, supermarché (+400m2)	300 €		
Transports et services aux voyageurs	Tarif € HT	Quantité	Total € HT
Agence de voyages et agence réceptive	250 €		
Agence événementielle	250 €		
Autocaristes, location de voiture, taxis (auto et bateau), voiture avec chauffeur privé	260 €		
Transport maritime et Ferries	350 €		
Vélo Taxi, location de vélos, scooters	210 €		
Loisirs	Tarif € HT	Quantité	Total € HT
Activité incentive / Team building	180 €		
Activité nautique ou loisir avec ouverture sur moins de 6 mois	180 €		
Agence de guidage et guide conférencier	120 €		
Association culturelle, patrimoniale	120 €		
Balade en mer, excursion, balade commentée, train touristique	250 €		
Centre de Thalasso, Spa, institut de beauté	250 €		
Équipements de loisirs (parc animalier, espace aquatique, cinéma, discothèque, salle de spectacle, casino, hippodrome)	250 €		
Musée, château, site historique, galerie d'art, espace culturel, parc et jardin, visite d'entreprise	250 €		
Adhésion à la centrale de réservation pour les loisirs. (billetterie dans nos bureaux et en ligne)	<input type="checkbox"/> cochez la case pour être contacté		

<sup>1</sup>réservé aux professionnels du territoire de la SPL

**TOTAL ACTIVITÉ PRINCIPALE** : .....€ HT  
**ACTIVITÉ SUPPLÉMENTAIRE** : .....€ HT  
**SUPPLÉMENT HORS TERRITOIRE (25%)** : .....€ HT  
**TOTAL 1 / PACK RÉFÉRENCIEMENT** : .....€ HT

# LE PACK COMMUNICATION

## VISIBILITÉ ÉDITIONS

DATE LIMITE D'ENGAGEMENT : AVANT LE 30 NOVEMBRE 2024

MAGAZINE ÉDITION TRÉSORS	Prix unité € HT	Quantité	Total € HT
> Tirage : 30 000 ex - Format A4 > L'insertion respecte une charte graphique en phase avec l'esprit du magazine. > Nombre d'insertions publicitaires limité			
4 <sup>ème</sup> de couverture	4 000 €		
3 <sup>ème</sup> de couverture	3 500 €		
2 <sup>ème</sup> de couverture	3 500 €		
Pleine page intérieure	2 000 €		
1/2 page intérieure	1 500€		
Publi reportage réalisé par une rédactrice et un photographe professionnel	2 000 €		

*NB : Annonce à fournir par vos soins selon [le cahier des charges](#). Création et exécution sur devis préférentiel.*

GUIDE PRATIQUE DE SÉJOUR	Prix unité € HT	Quantité	Total € HT
> Tirage : 25 000 ex - Format A5.			
4 <sup>ème</sup> de couverture	4 000 €		
3 <sup>ème</sup> de couverture	3 500 €		
2 <sup>ème</sup> de couverture	3 500 €		
Pleine page intérieure	1 700 €		
1/2 page intérieure	1 300 €		
1/3 page intérieure	800 €		
Encart premium	550 €		

PLAN SAINT-MALO PLIÉ	Prix unité € HT	Quantité	Total € HT	PLAN CANCALE PLIÉ	Prix unité € HT	Quantité	Total € HT
> Tirage : 100 000 ex - Format ouvert : 540 x 400 mm Format fermé : 90 x 132 mm.				> Tirage : 20 000 ex - Format ouvert : 540 x 400 mm Format fermé : 90 x 132 mm.			
Couverture (2 annonceurs)	2 000 €			Couverture (2 annonceurs)	1 000 €		
Module simple	900 €			Module simple	400 €		
Module carré	1 150 €			Module carré	600 €		
Double module	1 500 €			Double module	750 €		

**TOTAL 2 / VISIBILITÉ ÉDITIONS : ..... € HT**

# VISIBILITÉ DIGITALE - TOUTE L'ANNÉE

NB : Annonce à fournir par vos soins selon [le cahier des charges](#). Création et exécution sur devis préférentiel.

POP UP	Tarif par mois € HT	Nbre de mois	Total € HT	Précisez le(s) mois souhaité(s)
Top 1 : Home page 375 672 pages vues (+10%)	650 €			
Top 2 : Agenda 136 891 pages vues (+59%)	500 €			
Top 3 : Marées 69 535 pages vues (+40%)	500 €			
Top 4 : "Où dormir" 143 833 pages vues (+80%)	350 €			
<b>FORFAIT 6 MOIS : 1 MOIS OFFERT</b>	-			

SPOT PUBLICITAIRE sur écrans d'accueil	Tarif par mois € HT	Nbre de mois	Total € HT	Précisez le(s) mois souhaité(s)
> Forfait comprenant 3 écrans à Saint-Malo 1 à Cancale et 1 à Dol-de-Bretagne - 10 annonceurs maximum.				
<b>Visuel publicitaire sur nos écrans</b> Durée d'exposition : 10 sec.				
Tarif au mois	200 €			
Forfait 3 mois incluant une remise de 10%	540 €			
Forfait 6 mois (1 mois offert)	800 €			
<b>Vidéo publicitaire sur nos écrans</b> Durée maximum : 30 sec. Sans bande sonore.				
Tarif au mois	400 €			
Forfait 3 mois incluant une remise de 10%	1 080 €			
Forfait 6 mois : (1 mois offert)	2 000 €			

REPORTAGE VIDÉO	Tarif par mois € HT	Nbre de mois	Total € HT	Précisez le(s) mois souhaité(s)
Reportage vidéo : ½ journée de tournage avec matériel vidéo, prise de son et interview, le montage vidéo avec sous titrage.	950 €			

RÉSEAUX SOCIAUX	Prix unité € HT	Quantité	Total € HT
Publication concours Facebook & Instagram (dotation à fournir par vos soins). Sur convention.	350 €		
Publication Facebook type "On a testé pour vous".	350 €		
Vidéo Instagram : "On a testé pour vous" Tournage avec matériel vidéo smart-phone.	550 €		

NEWSLETTERS GRAND PUBLIC	Tarif € HT /parution	Nbre de parution et mois souhaité	Total € HT
"Au fil des saisons" (4 x / an) : Bandeau en pied de page	400 €		
"À Vos Agendas" (2x/mois) : Bandeau en pied de page	100 €		

**TOTAL 3 / VISIBILITÉ DIGITALE : ..... € HT**

# ANIMATIONS

Privatisation d'un espace au sein de l'une de nos agences : Saint-Malo, Dol-de-Bretagne et Cancale.  
 Profitez du flux de nos agences pour mettre en scène votre animation.

Animations événementielles	Basse saison janvier, février, mars, octobre novembre, décembre	Moyenne saison avril, mai, juin, septembre	Haute saison juillet, août
Animation / jour	50 € HT	100 € HT	200 € HT
Forfait 4 jours (au choix)	200 € HT	300 € HT	400 € HT

Choix de/des agences	Dates souhaitées (jour / mois)	Nombre de jour(s) d'animation	Montant € HT

**TOTAL 4 / ANIMATIONS : .....€ HT**

## SYNTHÈSE DE VOTRE COMMANDE (TOTAL 1+2+3+4) :

> TOTAL 1 / PACK RÉFÉRENCIEMENT	<input type="text"/>
> TOTAL 2 / VISIBILITÉ ÉDITIONS	<input type="text"/>
> TOTAL 3 / VISIBILITÉ DIGITALE	<input type="text"/>
> TOTAL 4 / ANIMATIONS	<input type="text"/>
<b>TOTAL GÉNÉRAL € HT</b>	<input type="text"/>
<b>TVA (20%)</b>	<input type="text"/>
<b>TOTAL GÉNÉRAL € TTC</b>	<input type="text"/>

Date :

Signature + cachet de l'entreprise :

En signant ce bon de commande, vous acceptez les conditions générales de partenariat de la SPL Destination Saint-Malo Baie du Mont-Saint-Michel.  
 Tout bon de commande doit être accompagné de son règlement € TTC (preuve de virement avec votre référence client ou chèque à l'ordre de la SPL Destination St-Malo Baie du Mont-Saint-Michel avec votre référence client au dos du chèque, pour être validé et pris en compte).  
**Coordonnées pour virement :**  
**SPL Destination St Malo Baie Du Mont St Michel - IBAN FR76 1360 6001 0546 3121 9608 550 - BIC : AGRIFRPP836**

## VOS COORDONNÉES

Adresse / Coordonnées de l'activité à faire paraître sur nos supports de communication (SIT) :

Rue / Lieu-dit : .....

CP : ..... Ville : .....

Tel fixe : ..... Portable : .....

Email : .....

Adresse de facturation si différente (réservé au service partenariat et comptabilité) :

Rue / Lieu-dit : .....

CP : ..... Ville : .....

## VOS CONTACTS

### COMPTABILITÉ

Nom et Prénom : .....

Téléphone direct : .....

Portable : .....

Email direct : .....

### POUR LES SERVICES ACCUEIL

Nom et Prénom : .....

Téléphone direct : .....

Portable : .....

Email direct : .....

**Un contact unique  
pour nos 6 bureaux d'information :  
partenariat@saint-malo-tourisme.com  
Tél : 02 99 56 64 68**

### RÉSERVÉ SPL DESTINATION SAINT-MALO BAIE DU MONT SAINT-MICHEL

Date de paiement :	Mode de règlement :	N° de facture :
Référence client :		



# CONDITIONS GÉNÉRALES DE PARTENARIAT

Applicables à partir du 1<sup>er</sup> septembre 2024 pour l'année civile 2025.

Toute souscription d'un bon de commande 2025 pour un pack référencement, un ordre de publicité ou de services, implique l'acceptation de nos conditions générales de partenariat.

## ARTICLE 1 : CONDITIONS DE PARTENARIAT

Peut devenir partenaire, tout prestataire ou toute activité ayant son siège social sur le territoire de l'Office de Tourisme Destination Saint-Malo Baie du Mont-Saint-Michel (communes de Saint-Malo Agglomération, de la Communauté de Communes de Bretagne romantique et de la Communauté de Communes du Pays de Dol et de la Baie du Mont Saint-Michel). L'office de tourisme se réserve la possibilité d'accepter des partenariats hors territoire si l'activité apporte une valeur ajoutée à l'offre existante sur son territoire de compétence, si ce partenariat a un intérêt pour le professionnel et répond à une demande des visiteurs. Dans ce cas, un forfait supplémentaire « hors territoire » est appliqué.

Pour les locations meublées et les chambres d'hôtes, une déclaration en mairie est obligatoire. Soucieux de la qualité de l'offre, seules les locations meublées et les chambres d'hôtes ayant un classement Atout France ou labellisées pourront accéder au partenariat.

## ARTICLE 2 : ÉCHÉANCES ET COÛT DU PARTENARIAT

Un prestataire peut devenir partenaire à tout moment de l'année. Les insertions, avantages et services seront disponibles sous réserve du bon de commande dûment complété avant les dates limites indiquées. Aucune remise n'est prévue pour les partenariats postérieurs à la date de sortie des éditions.

## ARTICLE 3 : VALIDATION

Le bon de commande signé engage le prestataire. Seuls les prestataires ayant complété, signé et joint le règlement en € TTC au « bon de commande » seront considérés comme partenaires. Coordonnées pour virement : L'Office de Tourisme Destination Saint-Malo Baie du Mont-Saint-Michel – IBAN FR76 1360 6001 0546 3121 9608 550 – BIC : AGRIFRPP836.

## ARTICLE 4 : ENGAGEMENTS DES PARTENAIRES

Le partenaire s'engage à transmettre des photographies libres de droits, de qualité suffisante, et autorise l'office de tourisme à les intégrer à sa base de données (SIT), à les reproduire gratuitement, en sachant qu'elles pourront être valorisées sur ses supports de communication et sur le portail national DATA tourisme.

Le partenaire est responsable des informations publiées par l'office de tourisme et s'engage à fournir toutes les informations (périodes d'ouverture, tarifs, etc.) au plus tard à la date de clôture des éditions. A défaut, l'office de tourisme ne pourra être tenu responsable d'éventuelles erreurs et se réserve le droit d'annuler sans préavis la demande d'insertion.

En cas de non-respect des délais, l'office de tourisme ne pourra être tenu responsable et le montant de la commande reste dû.

L'office de tourisme donne la maîtrise et la mise à jour permanente des informations (VIT) des partenaires pour les entreprises de son territoire de compétence. Les partenaires concernés s'engagent à mettre à jour ou à informer l'office de tourisme, en cas de modifications importantes de leur fiche d'informations (horaires, tarifs, disponibilités...).

Pour les partenaires situés en dehors du territoire de compétence de l'office de tourisme, les informations seront saisies par l'office de tourisme de leur territoire de compétence.

## ARTICLE 5 : DÉPÔT DE DOCUMENTATION

L'office de tourisme présente la documentation remise par ses partenaires dans les agences d'accueil et détermine les quantités de documentations selon les agences où l'information sera exposée en fonction des besoins des visiteurs.

## ARTICLE 6 : CESSATION D'ACTIVITÉ – RÉSILIATION

En cas de cessation d'activité après la signature du bon de commande, le partenaire devra en informer l'office de tourisme par lettre recommandée avec accusé de réception. En cas de réclamations répétées de clients, l'office de tourisme se réserve le droit de suspendre le partenariat en cours, sous couvert du [label Destination d'Excellence](#), label référent des activités de l'office de tourisme et sans dédommagement aucun. En cas d'une condamnation judiciaire liée à une activité frauduleuse, l'établissement se verra exclu des partenariats, de façon temporaire ou définitive.

## ARTICLE 7 : DONNÉES PERSONNELLES

Le partenaire accepte de transmettre ses données personnelles aux fins de recevoir les informations de l'office de tourisme. Selon la réglementation en vigueur, vous disposez des droits d'opposition, d'accès et de rectification des données vous concernant. Ces droits peuvent être exercés en écrivant un courrier signé à [qualite@saint-malo-tourisme.com](mailto:qualite@saint-malo-tourisme.com).



Pour nous contacter :

02 99 56 64 68

[partenariat@saint-malo-tourisme.com](mailto:partenariat@saint-malo-tourisme.com)



Saint-Malo  
Agglomération



Bretagne  
romantique  
COMMUNAUTÉ DE COMMUNES

