Ostréapolis

BY GMVT

2025

# DSP

RAPPORT D'ACTIVITÉS

# DSP
## RAPPORT D'ACTIVITÉS

Ostréapolis BY GMVT

*Le rapport DSP présente de manière détaillée les éléments financiers, opérationnels et contractuels relatifs à la gestion du service public*

**NOS SIGNES**

**DIRECTION ET SUPPORTS**
Pilotage et coordination

**LE PARC CHORUS**
Accueil et production d'événements grand public et professionnels

**L'OFFICE DE TOURISME**
Promotion du territoire et accueil des visiteurs

**OSTRÉAPOLIS**
Valorisation du patrimoine ostréicole et maritime

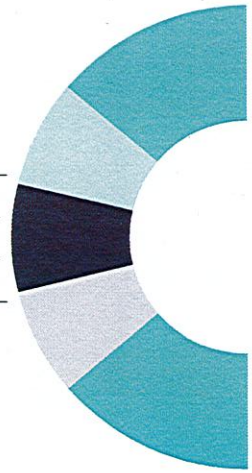
**BUREAU DES CONGRÈS**
Promotion du tourisme d'affaires

# SOMMAIRE




**GOLFE DU MORBIHAN VANNES TOURISME**

A. NOTRE RÔLE TERRITORIAL — p. 4
B. ORGANISATION & RH — p. 6
C. CONFORMITÉ & CADRE PUBLIC — p. 12
D. L'ACTIVITÉ EN CHIFFRES — p. 13
E. TRANSITION & EXEMPLARITÉ — p. 14


**OSTRÉAPOLIS**

A. ACTIVITÉS 2025 — p. 16
B. COMMUNICATION & PROMOTION — p. 22
C. DÉVELOPPEMENT DURABLE & RSE — p. 26
D. COMPTE-RENDU FINANCIER — p. 28

**ANNEXES** — p. 32

# GOLFE DU MORBIHAN VANNES TOURISME

## A. NOTRE RÔLE TERRITORIAL

*Golfe du Morbihan Vannes Tourisme (GMVT) agit comme un opérateur intégré à la croisée du tourisme, de l'événementiel et de la culture. Pour accompagner ses collectivités actionnaires, GMVT mobilise 4 leviers complémentaires autour d'une stratégie partagée : accueillir, promouvoir, animer et développer.*

GOLFE DU MORBIHAN VANNES TOURISME

### 4 MÉTIERS, UNE STRATÉGIE COMMUNE

**1.**

– Office de Tourisme –
GOLFE DU MORBIHAN VANNES TOURISME

**L'OFFICE DE TOURISME**
LE SOCLE HISTORIQUE

Il assure les missions fondamentales d'**accueil**, d'**information** et de **promotion** de la destination, tout en développant des actions de **commercialisation**. Par son **ancrage territorial** et sa **connaissance fine des visiteurs**, ce pilier joue un **rôle central** dans la mise en valeur continue du Golfe du Morbihan - Vannes.

**2.**

– Parc des Expos –
LE CHORUS GOLFE DU MORBIHAN VANNES TOURISME

**LE PARC DES EXPOSITIONS CHORUS**
L'ÉVÉNEMENTIEL STRUCTURANT

Exploité dans le cadre d'une **délégation de service public** (DSP), il permet d'accueillir **salons, congrès, manifestations sportives ou culturelles** qui contribuent à la fois à la **visibilité** de la destination et à son **dynamisme économique**. L'équipement s'inscrit également dans une démarche d'**amélioration continue**, notamment en matière de **qualité de service** et de **développement durable**.

**3.**

**OSTRÉAPOLIS**
CULTURE & PÉDAGOGIE

Ouvert en 2024, cet équipement complète l'offre en apportant une expertise dédiée à la **découverte de l'ostréiculture** et des milieux marins, l'une des **filières d'excellence** du territoire. Il participe activement à la **diversification de l'offre touristique** et à la **sensibilisation aux enjeux environnementaux**. Sa première année d'exploitation complète a permis d'en poser les bases et d'identifier ses **perspectives de développement**.

Ostréapolis BY GMVT

➡ NOUVEAU EN 2025

**4.**

GOLFE DU MORBIHAN SEE YOU VANNES TOURISME Affaires & Congrès

**SEE YOU VANNES - BUREAU DES CONGRÈS**
LE LEVIER TOURISME D'AFFAIRES

Cette création marque une étape importante en venant **compléter l'écosystème** de GMVT. Lancé officiellement en **janvier 2025**, le Bureau des Congrès a pour vocation de structurer et développer l'activité de **tourisme d'affaires** à l'échelle du territoire. Son rôle est d'**identifier**, d'**accompagner** et de **capter** des **événements professionnels** en lien étroit avec les **acteurs locaux**. Cette activité renforce la capacité de la société à agir sur l'ensemble de la **chaîne de valeur de l'attractivité**, en créant des **synergies** avec le Chorus, l'Office de tourisme, Ostréapolis et les partenaires.






### UNE SYNERGIE D'ACTIONS

À travers ces différents métiers, GMVT déploie une **approche globale**, fondée sur la **complémentarité de ses actions** et la mise en cohérence de ses interventions.

Elle constitue aujourd'hui un **atout structurant** pour accompagner les ambitions du territoire et **répondre aux évolutions des attentes des publics**.

# B. ORGANISATION & RH

*2025 a été une année de transition pour les équipes de GMVT. Marquée par d'importantes évolutions organisationnelles, l'année s'est conclue par une dynamique de stabilisation et d'apaisement, grâce à une écoute renforcée et un engagement collectif qui a garanti la continuité du service.*

## GOLFE DU MORBIHAN VANNES TOURISME

**LA SPL GOLFE DU MORBIHAN VANNES TOURISME**

**David ROBO**
*Président*

**Direction générale ***

**SECRÉTARIAT GÉNÉRAL**
Finances, RH & moyens généraux, Juridique, Informatique

[redacted]

→ **L'OFFICE DE TOURISME**

→ **LE PARC DES EXPOSITIONS CHORUS**

→ **OSTRÉAPOLIS**

→ **SEE YOU VANNES BUREAU DES CONGRÈS**

**CONSEIL D'ADMINISTRATION**

**David ROBO**
*Président du Conseil d'Administration*

**REPRÉSENTANTS DE GOLFE DU MORBIHAN VANNES AGGLOMÉRATION (GMVA)**
- Anita ALLAIN-LE-PORT
- Anne GALLO-KERLEAU
- Frédérique GAUVAIN
- François MOUSSET
- Nadine PELERIN
- David ROBO

**REPRÉSENTANTS DE LA VILLE DE VANNES**
- Olivier LE BRUN
- Fabien LE GUERNEVE
- Franck POIRIER
- Jean-Pierre RIVERY

**REPRÉSENTANTS DES PROFESSIONS & ACTIVITÉS INTÉRESSÉES PAR LE TOURISME**
- Bruno KERDAL

*Organigramme au 31/12/2025*

## Ostréapolis BY GMVT

L'équipe dédiée à la gestion d'Ostréapolis est composée, au 31 décembre 2025 [redacted]

[redacted]

**LA SPL GOLFE DU MORBIHAN VANNES TOURISME**

[redacted]
*Secrétaire général*

**OSTRÉAPOLIS**

[redacted] *Manager de site*

**MÉDIATION CULTURELLE**

[redacted]

**BOUTIQUE & ACCUEIL**

[redacted]

\+

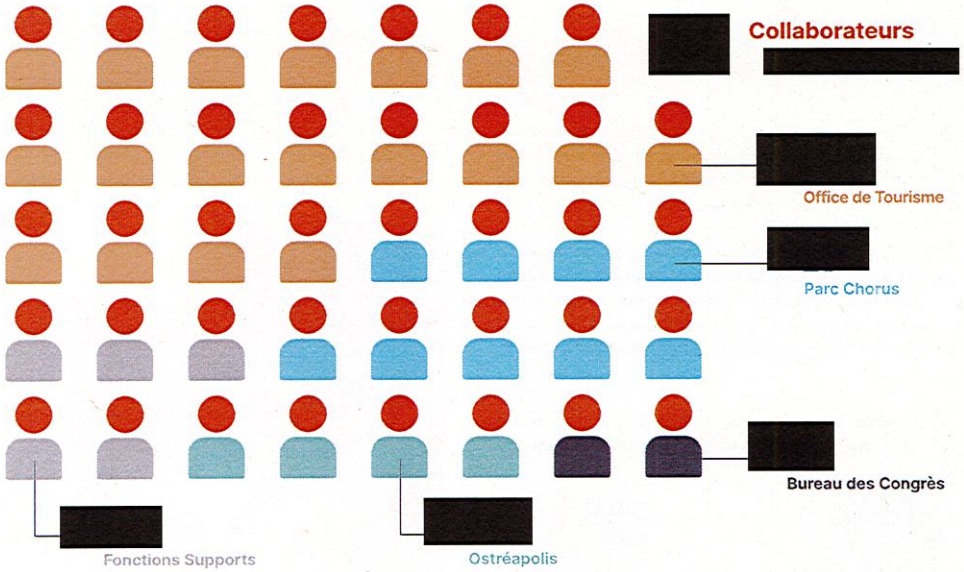
**FONCTIONS SUPPORTS**

*Organigramme au 31/12/2025*

# EFFECTIFS & DIVERSITÉ

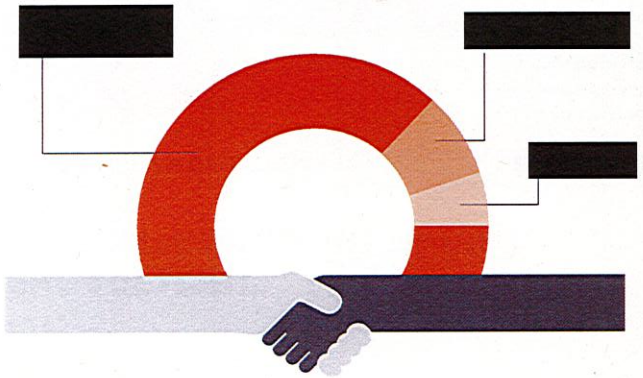
AU 31/12/2025

## COLLABORATEURS & RÉPARTITION PAR SITE

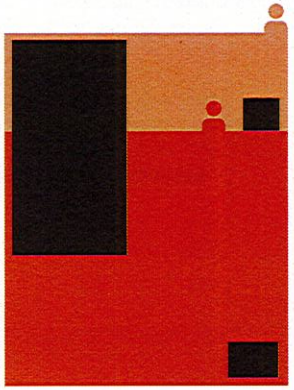



## RÉPARTITION PAR TYPE DE CONTRAT

Une équipe majoritairement stabilisée

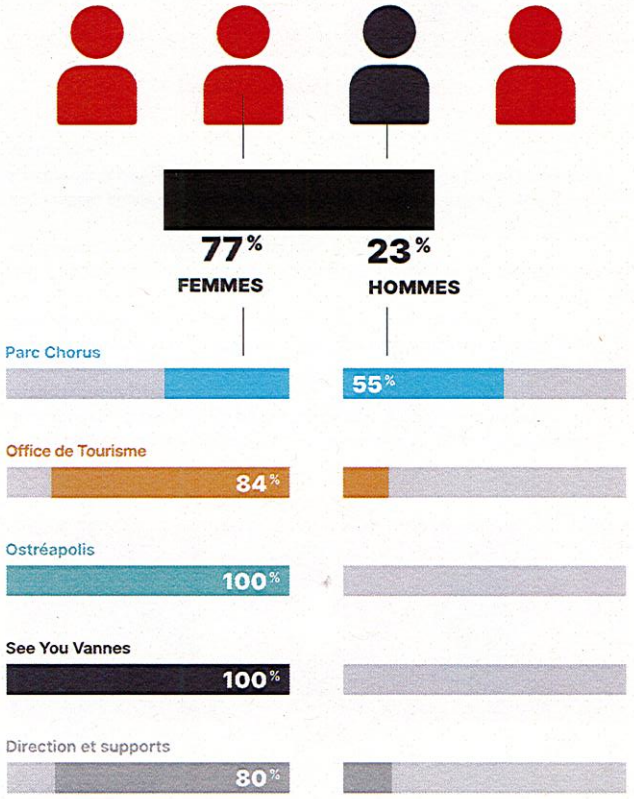


## RÉPARTITION PAR CATÉGORIE



## PARITÉ FEMMES / HOMMES

Une équipe très féminisée, avec plus de 3 femmes pour 1 homme.



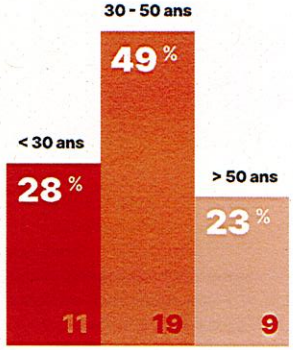

Le Parc Chorus est le plus mixte, tandis que l'OT et Ostréapolis sont à 100 % ou quasi féminins.

## RÉPARTITION PAR ÂGES

**39,1 ans**

Âge moyen

**-2,3 ans** par rapport à 2024




Un rajeunissement des équipes avec un âge moyen qui passe sous la barre des 40 ans.

## FOCUS INCLUSION & JEUNESSE

GMVT s'engage pour l'insertion des jeunes.



accueillis en 2025

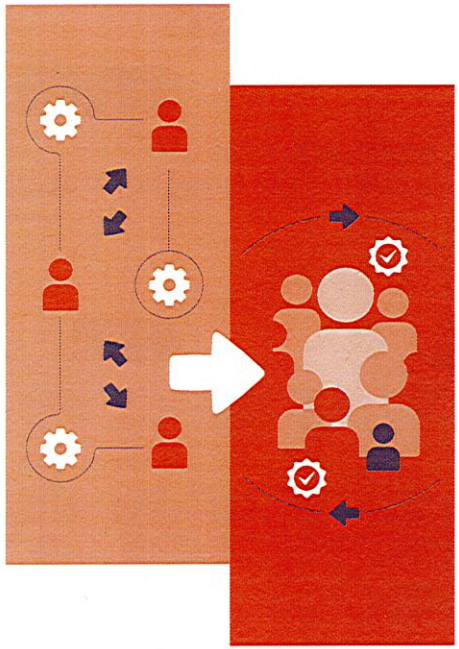
## CE QU'IL FAUT RETENIR DE 2025



- **Stabilité**
- **Jeunesse**
  L'âge moyen baisse à **39,1 ans**, avec **28 %** des effectifs ayant **moins de 30 ans**.
- **Féminisation**
  Les **femmes** représentent **77 % des effectifs**, reflétant la réalité des métiers du tourisme.
- **Engagement**
  Maintien de pour favoriser l'emploi des jeunes.

# ENGAGEMENT & QUALITÉ DE VIE AU TRAVAIL

## UNE ANNÉE EN DEUX TEMPS



La première partie de l'année 2025 a été marquée par de fortes évolutions organisationnelles, ainsi que par des changements importants au sein des équipes et du management, s'accompagnant d'une remise en question des modes de fonctionnement.

Dans ce contexte, GMVT a dû s'adapter à des **changements significatifs** et à une **organisation transitoire**, appelée à se consolider à l'issue des échéances institutionnelles de 2026.

Malgré ces incertitudes, l'**engagement des équipes** au service du territoire, leur **solidarité**, et leur **sens du collectif** ont permis d'assurer la **continuité de l'activité** et de maintenir la **qualité du service rendu**.

La seconde partie de l'année a ainsi été marquée par une **dynamique de travail plus apaisée**, fondée sur l'**entraide** et la **mobilisation des collaborateurs**, constituant une première étape de **stabilisation**.

## ÉCOUTE & ACCOMPAGNEMENT

Dans ce contexte, une **attention particulière** a été portée à l'**écoute des collaborateurs** et à la prise en compte des situations individuelles.

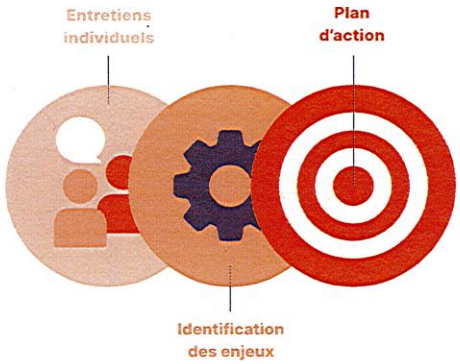
L'**enquête de climat social** conduite dans le cadre du **Comité Social et Economique** (CSE) a constitué un **point d'appui important** pour identifier les **axes d'amélioration** et nourrir les réflexions engagées.

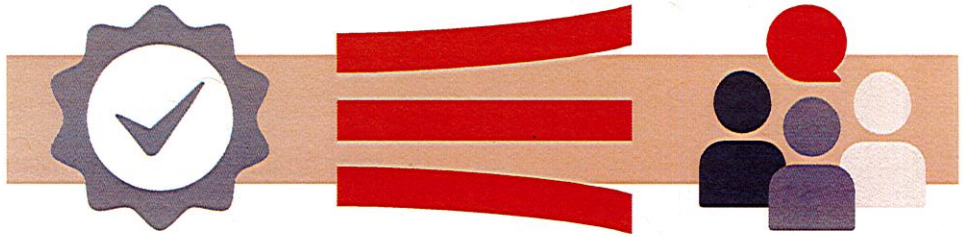


Afin d'accompagner cette phase d'évolution, GMVT s'est appuyée sur un **accompagnement externe en ressources humaines**.

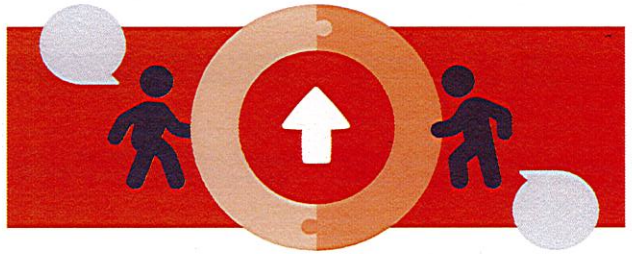
Cet accompagnement, fondé notamment sur des **entretiens individuels** avec les collaborateurs, a permis d'**identifier les principaux enjeux** du quotidien de travail et de faire émerger des axes d'amélioration en matière d'**organisation**, de **management** et de **fonctionnement collectif**.

Les enseignements issus de ce travail constituent aujourd'hui un **point d'appui** pour engager, de manière progressive, les **évolutions nécessaires** au renforcement du **cadre de travail**.



## AMÉLIORATION DU CADRE & COHÉSION



Une **attention continue** est portée aux **conditions de travail** et à l'**organisation du quotidien**, afin de garantir un fonctionnement adapté à la **diversité des activités** de GMVT.

Si des **améliorations** ont pu être constatées sur la deuxième partie de l'année, certaines situations appellent encore une **vigilance particulière**.

GMVT poursuit ainsi ses efforts pour consolider un **cadre de travail durablement satisfaisant** pour l'ensemble des équipes.

En parallèle, plusieurs **temps collectifs** ont été organisés en 2025, contribuant à **renforcer la cohésion d'équipe** et à favoriser un **climat de travail constructif et engagé** :

**TEMPS FORTS DE LA VIE D'ÉQUIPE**



**Juin 2025**
Lancement de la saison estivale, organisé par le CSE

**Octobre 2025**
Participation de deux salariés à la course solidaire « Les Marcels de Plescop » (lutte contre le cancer de la prostate)

**Décembre 2025**
Demi-journée d'équipe en fin d'année (activité collective suivie d'une soirée conviviale)

## CAP SUR L'AMÉLIORATION CONTINUE

GMVT s'inscrit dans une **démarche d'amélioration continue** de ses pratiques en matière de gestion des ressources humaines.

L'objectif est de proposer un **cadre de travail structuré, lisible** et **adapté aux enjeux** de la structure, tout en favorisant l'**implication des collaborateurs** et la **qualité du service rendu**.

La dynamique engagée en 2025 a vocation à se **poursuivre**, afin de **consolider dans la durée** les équilibres retrouvés et d'**accompagner les évolutions à venir** de la société.



# C. CONFORMITÉ & CADRE PUBLIC

*Garantir la transparence des achats, la pérennité des délégations et le respect strict des valeurs du service public pour une gestion intègre et au service de tous.*

## COMMANDE PUBLIQUE & MARCHÉS 2025

En 2025, GMVT a poursuivi sa politique d'achat responsable et transparent.

Les principaux marchés passés ont concerné :

### GOLFE DU MORBIHAN VANNES TOURISME

- Le nettoyage des locaux de la société et des événements du Chorus

### LE PARC CHORUS

- La sécurité du Parc des Expositions (2 lots)
- Appel à manifestation d'intérêt pour le référencement des traiteurs
- Fourniture de cloisons, structures modulaires et mobilier d'exposition neufs pour le Parc des Expositions (3 lots)

### L'OFFICE DE TOURISME

- Création graphique, visuelles et éditoriales des éditions papiers de l'Office de tourisme

Ces marchés ont permis de garantir **la qualité des services** offerts tout en respectant les **règles de la commande publique** et les **objectifs budgétaires** fixés.

## DÉLÉGATION DE SERVICE PUBLIC (DSP)

**La DSP du Parc des Expositions** a été renouvelée le 30 juin 2025 pour **5 ans et demi (jusqu'au 31 décembre 2030).** Ce nouveau mandat sécurise la continuité de l'exploitation et garantit le maintien d'un service de qualité, dans le strict respect des engagements pris avec la Ville.

Concernant **la DSP d'Ostréapolis,** la délégation signée le 25 octobre 2023 court jusqu'au **31 décembre 2028.**




*Pour garantir la transparence et le suivi de ces délégations, des rapports d'activité annuels détaillés sont produits pour chaque DSP.*

### RESPECT DES PRINCIPES DU SERVICE PUBLIC

**Égalité**
**Tous les usagers bénéficient des mêmes services et du même accès,** qu'il s'agisse des salons du Chorus, de l'accueil au sein des Bureaux d'Information Touristique (BIT) de l'Office de Tourisme ou des animations d'Ostréapolis, sans aucune distinction.

**Neutralité**
**Les décisions commerciales et les partenariats sont pris de manière objective et impartiale,** garantissant un traitement équitable pour l'ensemble des clients, exposants et prestataires du territoire.

**Continuité**
**Les services essentiels** (accueil, information, maintenance) **sont assurés toute l'année,** y compris hors saison touristique ou durant les phases techniques de montage et démontage des événements.

**Accessibilité**
**L'ensemble des sites est aménagé pour accueillir les personnes à mobilité réduite** et propose des informations claires et adaptées, de la visite des stands aux parcours pédagogiques marins.

Ces **quatre principes fondamentaux** guident **l'action quotidienne de GMVT,** assurant **à tous les publics un service fiable, inclusif et de qualité,** dans le strict respect de l'intérêt général.



# D. L'ACTIVITÉ GMVT EN CHIFFRES

*Ces données illustrent un modèle économique fondé sur la complémentarité entre ressources propres et financements publics, permettant de soutenir une activité diversifiée et structurante pour le territoire.*

## LA STRUCTURE FINANCIÈRE

### CHIFFRE D'AFFAIRES 2025

Un CA dominé par le Chorus, avec une montée en puissance des nouvelles activités.

**2 653 K € HT**
stable vs 2024




### FINANCEMENTS PUBLICS

Des subventions concentrées sur les missions d'intérêt général (OT & Ostréapolis).

**2 145 K €**
– 115 K € vs 2024




### AUTONOMIE & FONDS PROPRES

Une structure capitalistique solide et une autonomie financière majeure.

**4 685 K€ HT**
de produits d'exploitation



**56 %** de ressources propres

**261 K€**
de capitaux propres consolidés

**37 400 €**
de capitaux social



**55 %** GMVA
**45 %** Ville de Vannes

## UNE DYNAMIQUE CONFIRMÉE



L'année 2025 confirme le niveau d'activité soutenu de GMVT, porté par la **complémentarité de ses métiers.** Le Parc des Expositions Chorus reste un **moteur économique structurant,** tandis que l'Office de tourisme poursuit ses missions d'**accueil, de promotion et de valorisation du territoire.**

La **première année** complète d'exploitation d'**Ostréapolis** et le **lancement du Bureau des Congrès – See You Vannes** viennent renforcer cette dynamique et illustrent les choix de structuration engagés par la société. Ils contribuent à la **diversification** des activités et des leviers de développement **au service de l'attractivité de Golfe du Morbihan – Vannes.**

# E. TRANSITION & EXEMPLARITÉ

*Une année engagée qui consolide notre stratégie durable, avec l'obtention du label DID et l'adhésion au réseau ATD pour un tourisme plus responsable.*

## LES 2 ACTIONS MAJEURES

### 1. LE LABEL

**D**ESTINATION
**I** NNOVANTE
**D** URABLE

*Obtenu avec 13 partenaires du territoire*

**DID**

Une reconnaissance nationale qui structure notre gouvernance durable, stimule l'innovation et fédère les acteurs locaux (professionnels, collectivités) autour d'une vision commune d'un tourisme respectueux du vivant.

### 2. L'ADHÉSION

**A**CTEURS du
**T** OURISME
**D** URABLE

*Intégration au réseau national (Octobre 2025)*

**ATD**

Intégrer une communauté de 300 organisations pour transformer le secteur. Cela renforce notre accompagnement des professionnels, le partage de bonnes pratiques et l'inscription du Golfe dans une dynamique nationale de transition écologique et sociale.

## BUREAU DES CONGRÈS
UN TOURISME D'AFFAIRES RESPONSABLE

— Affaires & Congrès —
SEE YOU GOLFE DU MORBIHAN VANNES TOURISME

- **Accompagner** — Intégrer des critères RSE dans tous les cahiers des charges d'événements.
- **Sensibiliser** — Guider les organisateurs vers des pratiques bas carbone et circuits courts.
- **Promouvoir** — Mettre en avant les lieux et prestataires engagés dans la démarche durable.

## PARC DES EXPOSITIONS LE CHORUS - VANNES
L'ÉVÉNEMENTIEL RESPONSABLE

- **Certifier** — Maintenir la norme ISO 20121 pour un management responsable de chaque événement.
- **Réduire** — Optimiser la sobriété énergétique du bâtiment et limiter l'empreinte carbone.
- **Valoriser** — Systématiser le tri et la valorisation des déchets événementiels.

— Parc des Expos —
LE CHORUS GOLFE DU MORBIHAN VANNES TOURISME

## OSTRÉAPOLIS
MÉDIATION & BIODIVERSITÉ

- **Éduquer** — Sensibiliser les visiteurs à la biodiversité marine et aux enjeux climatiques.
- **Préserver** — Limiter l'empreinte environnementale du site et des activités.
- **Partager** — Proposer une médiation culturelle ancrée dans la protection du littoral.

Ostréapolis
BY GMVT

## OFFICE DE TOURISME
SENSIBILISER & ACCUEILLIR

- **Engager** — Promouvoir la « Charte du Voyageur » pour un tourisme plus respectueux.
- **Inclure** — Garantir l'accessibilité Tourisme & Handicap dans tous nos bureaux d'information touristique.
- **Dématérialiser** — Réduire l'impact papier au profit d'une information digitale vertueuse.

— Office de Tourisme —
GOLFE DU MORBIHAN VANNES TOURISME

## FONCTIONS SUPPORTS
L'EXEMPLARITÉ INTERNE

- **Mobilité** — Généraliser le Forfait Mobilités Durables et électrifier la flotte de service.
- **Achats** — Intégrer des clauses environnementales et sociales dans les marchés publics.
- **Interne** — Former les équipes et dématérialiser les processus pour une gestion « Zéro Papier ».

# OSTRÉAPOLIS

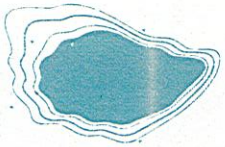
## A. ACTIVITÉS 2025

*En 2025, première année pleine d'exploitation, malgré une fréquentation en baisse, Ostréapolis a poursuivi la structuration de son activité et l'élargissement de ses publics, en s'appuyant sur la diversification de son offre et sur la visibilité du site.*

### ÉVÉNEMENTS & TEMPS FORTS 2025

En 2025, **Ostréapolis** a déployé une **programmation riche et diversifiée**, consolidant son positionnement en tant que **lieu de médiation culturelle et scientifique** autour de l'ostréiculture, de la sensibilisation environnementale et de la valorisation du patrimoine.

Le site s'est attaché à diversifier ses formats d'animation, à activer des partenariats locaux et à toucher un large public : familles, scolaires, groupes, professionnels, habitants curieux et touristes en quête de sens.



### INDICATEURS CLÉS

**ATELIERS**

**> 80**
**ateliers enfants / familles**
pour tous les âges (3 à 12 ans)

**PROJECTIONS**

**6**
**Séances**
de cinéma



**Visites**
Des **visites guidées hebdomadaires** (chantiers ostréicoles) et thématiques : architecture, estran, expositions.

**Partenaires mobilisés**
PNR du Golfe du Morbihan, Ti Bezhin, Escapade en Terre Iodée, Drevici, Restaurant Iodé à Vannes, La Belle Escapade, La Belle de Penerf, Petits Débrouillards, Réseau des médiathèques.

**Accessibilité**
Animations gratuites comme JEP, Fête de la science, exposition photographique "Les Sinagots" et offres payantes accessibles (ateliers cuisine, animations familles).

## OBJECTIFS ATTEINTS

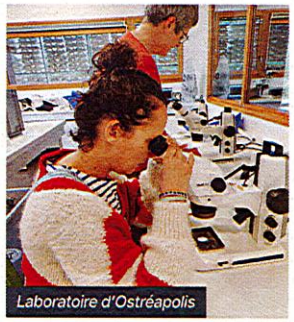
**RENFORCER**
l'**attractivité du site** dès son ouverture grâce à une offre dense et cohérente

**PROPOSER**
des **formats adaptés à tous les publics** : familles, enfants, groupes scolaires, visiteurs de proximité ou touristes

**SENSIBILISER**
aux **métiers de la mer** et aux **enjeux environnementaux** de manière ludique, pédagogique et accessible

**METTRE EN LUMIÈRE**
le **patrimoine ostréicole** et les **écosystèmes** du Golfe du Morbihan

## RELANCE DE L'EXPERTISE SCIENTIFIQUE


*Laboratoire d'Ostréapolis*

**RÉUNION CLÉ**
6 novembre 2025 – **Mobilisation de tous les acteurs** (Ostréiculteurs, Université, PNR, Lycée maritime, CRC).

**ACTIONS ENGAGÉES EN 2025**
**Aménagement du laboratoire :** Équipement et médiation scientifique renforcée.

**LANCEMENT DES FORMATIONS**
Formations de l'équipe de médiation avec l'Université Bretagne Sud (UBS).

**OBJECTIF**
Ancrer Ostréapolis comme le référent scientifique de la filière dans le Golfe.

## SATISFACTION CLIENT

Les avis des visiteurs, que ce soit sur le site web ou dans le livre d'or sont majoritairement positifs sur l'expérience proposée.
Les visiteurs ont apprécié l'accueil reçu, la clarté des contenus pédagogiques, la dimension immersive et dynamique de l'exposition permanente ainsi que la qualité des visites de chantier ostréicoles réalisées par nos partenaires ostréiculteurs.

### INDICATEURS DE SATISFACTION

Google
**114**
**Avis Google** publiés à ce jour pour une **note moyenne** de **4/5**

petit futé
**4,3/5**
**Note moyenne Petit Futé**

Un livre d'or est mis à disposition à l'issue de la visite du site, rédigé par des visiteurs de toute la France (Paris, Grenoble, Amiens, Gard...), un commentaire en anglais venu d'Australie, des groupes professionnels (BTS Aqua de St-Malo), des associations (France Alzheimer Morbihan), et même une visiteuse de 12 ans qui s'excuse de ses fautes d'orthographe. En une phrase : les visiteurs repartent conquis, recommandent le lieu à leur entourage, et beaucoup expriment l'envie de revenir.

### POINTS DE VIGILANCE

- Certains visiteurs ont signalé un manque de signalétique extérieure (notamment pour le parking) ou de repères une fois sur site.
- Des visiteurs se plaignent du tarif qu'ils estiment trop élevé.
- Certains visiteurs aimeraient avoir accès à une dégustation après la visite

# FRÉQUENTATION

## VISITORAT 2025

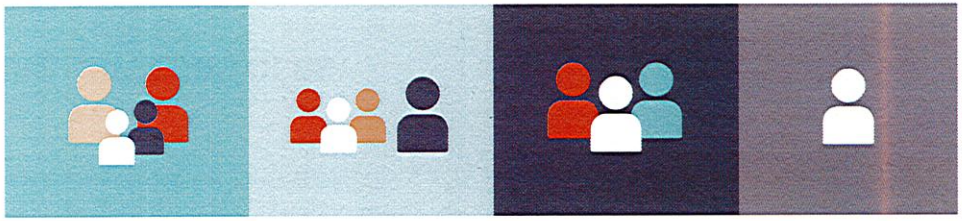
**8 644**
**visiteurs sur l'année**
- 28 % vs 2024

En 2024, pour sa première année d'ouverture, Ostréapolis avait comptabilisé 12 088 visiteurs sur l'année, en 2025 ce chiffre s'élève à **8 644 visiteurs**, soit une **baisse de 28 %**.

## CATÉGORIE DE VISITEURS

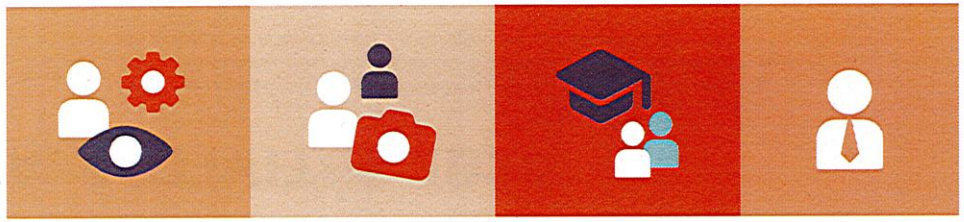
Les publics accueillis se répartissent en plusieurs grandes catégories :

### SELON LE PROFIL SOCIO-DÉMOGRAPHIQUE



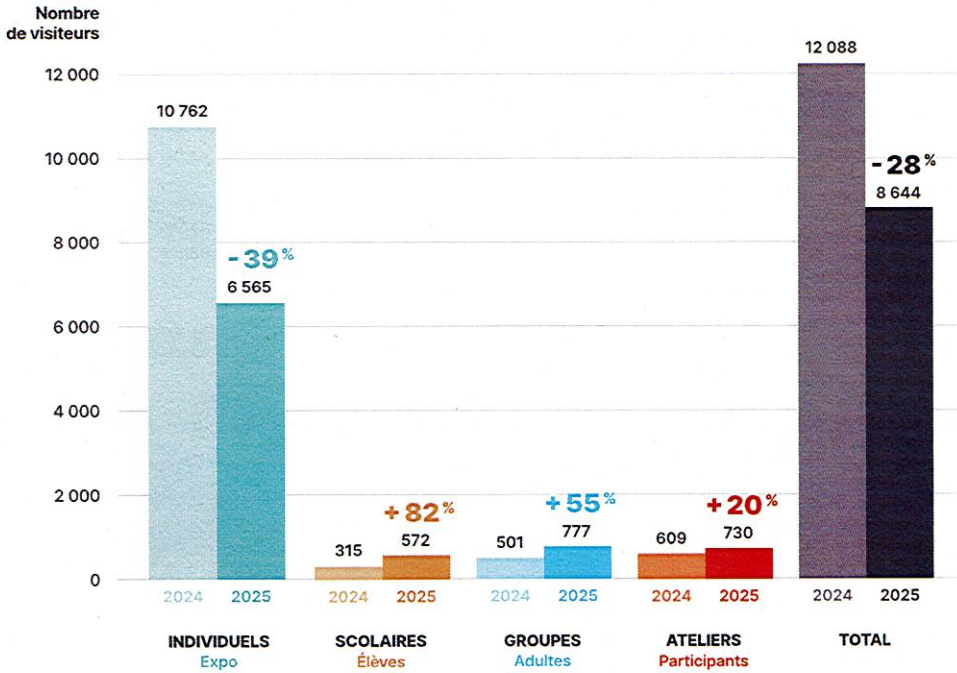
- **Les familles**, notamment durant les vacances scolaires.
- **Les groupes scolaires**, principalement des cycles primaires venus dans un cadre pédagogique.
- **Les groupes d'adultes** (associations, groupes de retraités).
- **Les visiteurs individuels**, souvent des couple ou des petits groupes.

### SELON LA MOTIVATION DE VISITE



- **Les visiteurs en tourisme culturel**, curieux d'en apprendre davantage sur le patrimoine local.
- **Les visiteurs en tourisme de loisirs**, attirés par une activité accessible, familiale et ludique.
- **Les visites pédagogiques**, organisées par les établissements scolaires ou en lien avec des structures éducatives.
- **Quelques visites à motivation professionnelle** (chercheurs...).

## ÉVOLUTION DE LA FRÉQUENTATION PAR CATÉGORIE DE VISITEURS




- Cette baisse est plus marquée au sein des **visiteurs individuels** des expositions avec une **baisse de 39 %** sur cette catégorie de clientèle. Notons qu'en 2024, les 2 premiers mois d'ouverture d'Ostréapolis avaient enregistré une fréquentation forte avec 2 286 visiteurs en 2 mois. En excluant ces mois de notre comparaison, la baisse des visiteurs individuels entre 2024 et 2025 **n'est plus que de 31 %**.
- Le **visitorat de Groupe** a lui **augmenté de 55 %**, passant de 22 groupes accueillis en 2024 à 34 en 2025.
- Le **visitorat scolaire** est aussi en **augmentation de 82 %**, passant de 315 élèves accueillis en 2024 à 572.
- Enfin le nombre de **participants aux ateliers** proposés par Ostréapolis a lui aussi **augmenté de 20 %**, passant de 609 participants à 730.

À l'inverse, la **clientèle affaire a chuté**, passant de 4 groupes accueillis en 2024 à 1 seul en 2025.



# PROGRAMMATION

**HIVER (Février)**

- Atelier famille : Tea Time d'Ostréapolis
  9, 16 & 23 Février
- Atelier Do huitre yourself (7-10 ans), Contes et histoires de la mer (3-6 ans)
  12 & 19 Février
- Carnaval pour les 3-6 ans
  13 & 20 Février
- Carnaval pour les 7-10 ans
  14 & 21 Février

**PRINTEMPS (Avril-Juin)**

- Visites guidées des week-ends
  5-6 Avril à 15h, 15h30, 17h15
  12, 26 Avril & 3 Mai à 11h, 16h
  13, 20 Avril & 4 Mai à 15h, 16h
- Ateliers enfants
  **3-6 ans :**
  - Fabrique ton petit cycle de l'eau
    9 & 16 Avril à 10h30
  - La tortue Luth
    11 & 18 Avril à 10h30

  **7-10 ans :**
  - Expérimente le cycle de l'eau
    9 & 16 Avril à 15h
  - L'eau c'est la vie
    11 & 18 Avril à 15h

  **Familles :**
  - L'inseaulite : jeu intercatif
    10 & 17 Avril à 15h
  - L'eau virtuelle

  12, 26 Avril & 3 Mai à 14h30
- Journée spéciale Eau et Océan
  19 Avril à 14h30 visite guidée de l'exposition temporaire et à 15h30 : projection du film documentaires Océans

**ÉTÉ (Juillet-Août)**

- Visites guidées de l'été
  tous les jours à 14h30
- Nos visites avec un ostréiculteur (chantier + dégustations)
  - Tous les jeudis à 17h30
  - Tous les mercredis à 10h
- Nos ateliers cuisine avec Ti Bezhin
  Dimanches 20 juillet & 3 août de 10h15
- Pour les 3-6 ans :
  - Fabrique ton petit cycle de l'eau
    les lundis à 10h30
  - Contes sur le grand bleu
    les mercredis à 10h30
  - La Tortue Luth
    les vendredis à 10h30
- Pour les 7-10 ans :
  - Expérimente le cycle de l'eau
    les mardis à 10h30
  - Do huître yourself
    les jeudis à 10h30
  - L'eau c'est la vie
    les samedis à 10h30
- Pour les 18-36 mois :
  Frida et la tortue luth
  les dimanches 13 juillet & 10 août à 10h30
- Séances cinéma
  - Ponyo sur la falaise
    dimanche 27 juillet à 15h
  - Flow

  dimanche 10 août à 15h
- Fête de l'huître
  16 Août
  Animations en continu : quiz, atelier de nœuds marins, reconnaissance des coquillages, médiation sur les outils ostréicoles avec un professionnel local.

**AUTOMNE**

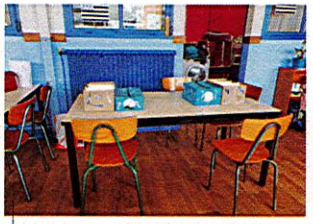
- Fête de la science
  3 & 13 Octobre
  Ateliers ludiques, Communication sur les cétacés (7-10 ans), la carapace du crabe (3-6 ans)
- Vacances de la Toussaint
  - Pour les 3-6 ans :
    Atelier Même pas peur
    mercredis à 10h30
    Qui se cache dans les Abysses
    vendredis à 10h30
  - Pour les 7-10 ans :
    Les créatures fantastiques des océans : jeudis à 10h30
- Visites guidées des expositions
  mercredi, jeudi et vendredi à 14h30







# PRÉSENCE D'OSTRÉAPOLIS LORS D'ÉVÉNEMENTS



**Ostréapolis hors-les-murs**

**26 & 27 Mai** (Vannes)
École Sainte-Bernadette.



**Semaine du Golfe**

**29 & 30 Mai** (Port du Logeo)
Ateliers enfants et familles.



**Apéro Ponton**

**10 Juillet** (Arzon)
**Action commune avec GMVA** sur la thématique « lutte contre les déchets abandonnés ».




**Départ du Tour de France féminin**

**11 Juillet** (Port de Vannes)
**Stand de dégustation** avec le CRC (Comité Régional de la Conchyliculture).



**Salon Conchylicole**

**30 Septembre** (Port de Vannes)
Organisation du **concours de l'écailler** et promotion du site.



**STESF**

**23 & 24 Octobre** (Ostréapolis)
Visite du bâtiment suivie d'une **dégustation d'huîtres.**



**Mille Sabords**

**30 Octobre & 2 Novembre** (Port du Crouesty)
**Partenariat renouvelé** pour la promotion de la marque.



**Marché de Noël**

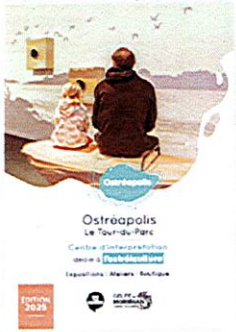
**13 Décembre** (Le Tour-du-Parc)
**Boutique éphémère** et distribution de flyers.

# B. COMMUNICATION & PROMOTION

*Pour sa deuxième année d'exploitation, Ostréapolis a déployé une stratégie de communication multicanale ciblée, afin de capter différents publics à l'échelle locale et régionale.*

## SUPPORTS IMPRIMÉS

### ➡ FLYER GÉNÉRIQUE







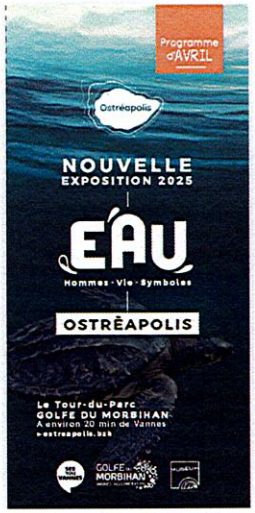
Tiré à 50 000 exemplaires, il a été diffusé dans les Bureaux d'Information Touristique de GMVT, plus de 340 sites touristiques du Morbihan, à l'accueil d'Ostréapolis et dans les commerces de la commune du Tour-du-Parc.

### ➡ CARTE DES OSTRÉICULTEURS LOCAUX




Proposée à l'accueil du site, elle oriente les visiteurs souhaitant acheter ou déguster des huîtres et valorise les professionnels du territoire.

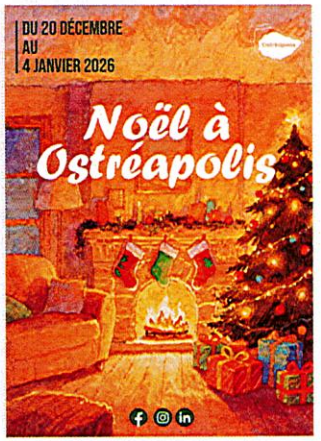
### ➡ PROGRAMMES SAISONNIERS







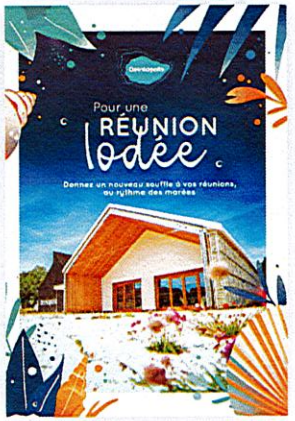
- **Été :** 5 000 exemplaires diffusés dans les BIT, chez les partenaires des Offices de tourisme, à l'accueil et dans les commerces locaux.
- **Automne :** 700 exemplaires diffusés selon les mêmes canaux.







Diffusion complémentaire des programmes dans le magazine municipal "Le Sillage" et auprès de l'association des parents d'élèves de l'école des Courlis.



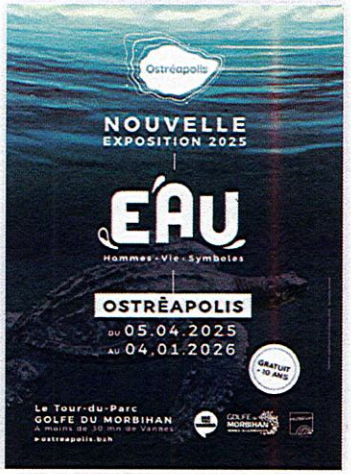

### ➡ OFFRE SÉMINAIRE

Création d'une **plaquette dédiée** pour diversifier les publics et **développer l'accueil d'entreprises** (team-building, séminaires) autour du laboratoire et des ateliers exclusifs.

# AFFICHAGE

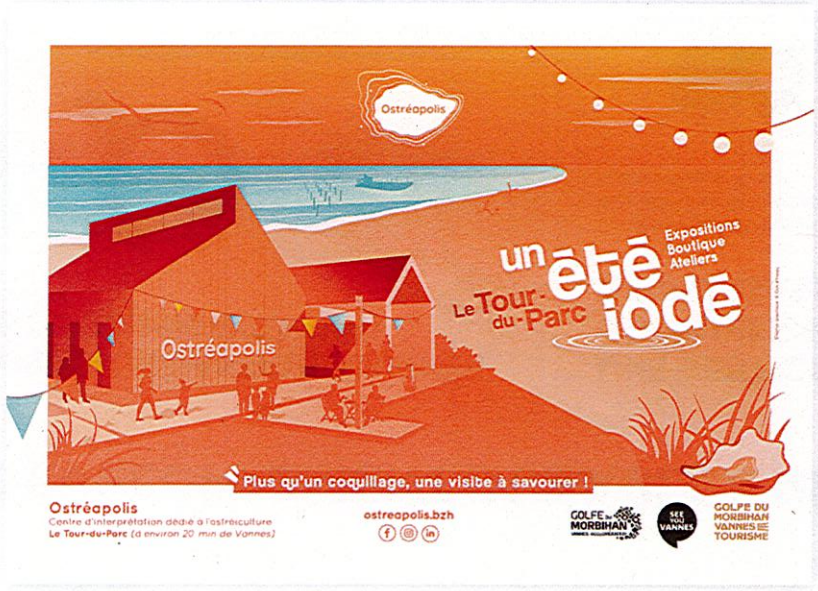
Trois campagnes d'affichage extérieur ont été menées :

- **Printemps :** affiches 8 m² et 2 m² dans les zones de Nantes, Lorient, Rennes et Vannes.
- **Été :** ciblage renforcé sur Vannes.
- **Automne :** 6 mois boulevard de la paix, Vannes.










# PRÉSENCE MÉDIATIQUE & DIGITALE

## ENCARTS PUBLICITAIRES

- **Publications dans les magazines touristiques :** La Bretagne des enfants, Un été en Morbihan (groupe Le Télégramme), Breton magazine
- **Insertions dans la presse quotidienne régionale :** Littoral en poche, Sortir ici, Ouest France, Additi Media, SNSM
- **Présence sur site web :** Récréatiloups, Kidiklik, ADT, CRT

## SITE INTERNET

ostreapolis.bzh




Depuis sa mise en ligne le 2 juin 2024, nous totalisons **43 717 visiteurs** uniques et **111 090 vues.**

## RÉSEAUX SOCIAUX

Présence active sur **Facebook, Instagram** et **LinkedIn,** avec relais des animations, valorisation de la programmation et interactions régulières avec la communauté.

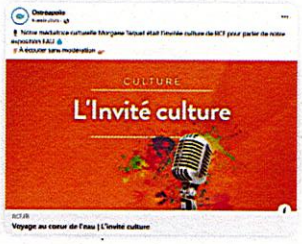
➔ @Ostréapolis

**74** abonnés
**41** publications

**384** abonnés

**520** abonnés
**197** publications











# C. DÉVELOPPEMENT DURABLE & RSE

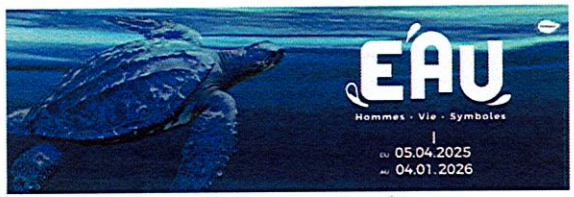
## UNE PROGRAMMATION TOURNÉE VERS LA SENSIBILISATION



Ostréapolis inscrit la **sensibilisation à l'environnement** au cœur de sa programmation annuelle, s'adressant à tous les publics dès le plus jeune âge.

Tout au long de l'année, les ateliers jeunesse placent la **biodiversité marine et les écosystèmes au centre des apprentissages** : découverte de la tortue luth, exploration des abysses et du Grandgousier pélican, compréhension du cycle de l'eau et de sa place dans le vivant.

Ces contenus, déclinés par tranches d'âge, combinent expérimentation scientifique, création manuelle et immersion dans les expositions permanente et temporaire.




En 2025, l'**exposition temporaire EAU**, conçue par le Muséum d'Histoire Naturelle de Toulouse, a renforcé cette dimension en proposant une programmation spéciale sur plusieurs mois : visites guidées flash, ateliers famille, séances cinéma documentaire et journée thématique Eau et Océan. Le jeu interactif L'ins'eaulite et l'atelier L'eau virtuelle ont permis **d'aborder des enjeux contemporains** comme la consommation d'eau invisible et la préservation des ressources.

Par ailleurs, les **partenariats** noués avec des **acteurs locaux**, pêcheurs-affineurs, réseau des Médiathèques du Golfe, ancrent la démarche dans une logique de territoire et d'**économie circulaire culturelle**.

Ostréapolis remplit ainsi pleinement **sa mission de médiation environnementale**, en faisant du lien entre patrimoine maritime vivant et éducation au développement durable un axe structurant de son projet de site.

## UNE GESTION QUOTIDIENNE RESPONSABLE

L'équipe a mis en œuvre plusieurs démarches pour limiter l'impact environnemental du site :



**Tri sélectif** en place à l'accueil et dans les espaces techniques



**Covoiturage** dans le cadre du Forfait Mobilité Durable mis en place par GMVT



**Mutualisation des trajets** entre sites GMVT pour limiter les déplacements,



Recours à des **produits d'entretien écolabellisés**

La carte des ostréiculteurs distribuée à l'accueil valorise les circuits courts et oriente les visiteurs vers la vente directe, contribuant à une économie locale plus durable.

## ACCESSIBILITÉ & INCLUSION

La conception du site et l'organisation des activités ont veillé à garantir un accueil pour tous :

➡ Présence d'un site web accessible via la solution LISIO.




➡ Une attention particulière est portée à l'inclusion de tous les publics, y compris sur le plan tarifaire. Des réductions sont accordées aux personnes en situation de handicap (et à leur accompagnant), aux bénéficiaires de minima sociaux (RSA, AAH...), aux demandeurs d'emploi, aux étudiants ainsi qu'aux personnes de plus de 65 ans.



Cette politique tarifaire inclusive contribue à faire d'Ostréapolis un lieu ouvert à tous, accessible non seulement sur le plan physique, mais aussi économique.

## RESPECT DES PRINCIPES D'ÉGALITÉ, DE NEUTRALITÉ ET DE LAÏCITÉ

Dans le cadre de l'exploitation d'Ostréapolis, une attention constante est portée au respect des principes fondamentaux du service public : égalité d'accès, neutralité et laïcité. Ces principes guident l'ensemble des pratiques quotidiennes, afin de garantir un accueil équitable, respectueux et inclusif, quel que soit le profil des visiteurs.



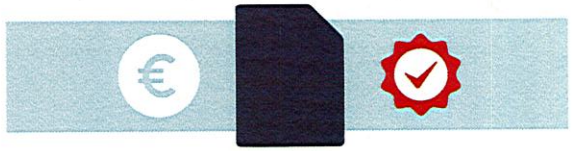
### Accessibilité physique et sensorielle

Le bâtiment a été conçu de plain-pied, avec un accès PMR pleinement intégré dans tous les espaces. Les circulations sont larges, et chaque zone permet des demi-tours aisés en fauteuil roulant, y compris dans l'espace cuisine, dont les équipements sont accessibles. Les deux expositions permanentes et temporaires sont immersives, mobilisant plusieurs sens afin de faciliter l'expérience des personnes malentendantes ou malvoyantes, tout en respectant les contraintes de luminosité.



### Neutralité et posture de l'équipe opérationnelle

Les équipes d'accueil et de médiation sont sensibilisés au devoir de neutralité, et s'abstiennent de toute expression de convictions personnelles dans l'exercice de leurs fonctions. Les contenus proposés sont conçus dans un esprit de neutralité scientifique et dans le respect strict du principe de laïcité.



### Achats publics et respect des procédures

Les achats réalisés dans le cadre de la délégation de service public sont conformes aux exigences du Code de la commande publique, en appliquant les principes de liberté d'accès, d'égalité de traitement et de transparence. Aucun manquement ni incident relatif à ces principes n'a été constaté au cours de l'année 2025.

# D. COMPTE-RENDU FINANCIER

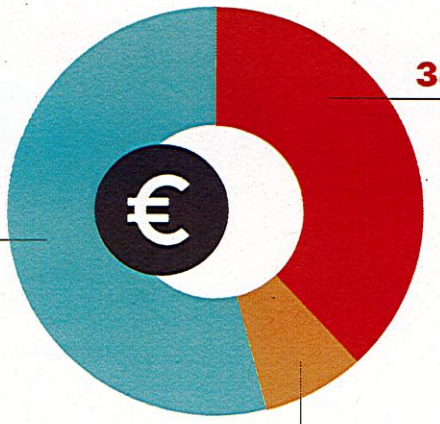
## ANALYSE DU COMPTE DE RÉSULTAT 2025

| | 2024 (12 mois) | 2025 (12 mois) | |
|---|---|---|---|
| **PRODUITS D'EXPLOITATION** | | | |
| Billetterie individuelle (expos et animations) | 65,59 K € | 42,44 K € | |
| Billetterie groupes (loisirs, scolaires, affaires) | 6,89 K € | 6,59 K € | CA 2025 = 78,70 K € |
| Ventes boutique | 41,73 K € | 29,66 K € | |
| Compensation pour sujétions de service public | 260,00 K € | 145,00 K € | |
| *Produits d'exploitation courants* | *374,21 K €* | *223,69 K €* | |
| Produits d'exploitation exceptionnels | 1,07 K € | 0,01 K € | |
| **Total des produits d'exploitation** | 375,27 K € | 223,70 K € | |
| **CHARGES D'EXPLOITATION** | | | |
| Dépenses liées à la médiation culturelle | 8,82 K € | 38,39 K € | Dont 34 K € pour la location de l'exposition temporaire 2025 "Eau" |
| Dépenses liées à la boutique | 28,89 K € | 13,57 K € | |
| Redevance DSP | 10,00 K € | 7,50 K € | |
| Dépenses de personnel (directes et indirectes) | 171,46 K € | 173,04 K € | |
| Frais de fonctionnement (directes et mutalisées) | 161,60 K € | 130,27 K € | Baisse des dépenses de communication : 100 k € en 2024 60 k € en 2025 |
| Frais de siège (personnel + fonctionnement) | 21,19 K € | 18,84 K € | |
| *Charges d'exploitation courantes* | *401,95 K €* | *381,60 K €* | |
| Charges d'exploitation exceptionnelles | 0,00 € | 0,89 K € | |
| **Total des charges d'exploitation** | 401,95 K € | 382,49 K € | |
| **RÉSULTAT D'EXPLOITATION** | -26,67 K € | -158,79 K € | |
| **RÉSULTAT FINANCIER** (y/c siège) | 0,37 K € | 0,58 K € | |
| **RÉSULTAT EXCEPTIONNEL** (y/c siège) | -0,23 K € | -10,64 K € | |
| **RÉSULTAT AVANT IS** | -26,53 K € | -168,85 K € | |

## CHIFFRE D'AFFAIRES

Le chiffre d'affaires 2025 d'Ostréapolis s'élève **78,70 K €**. Il est nettement inférieur (-87 %) à la prévision mentionnée dans l'offre de DSP (642 K €), principalement en raison d'une **fréquentation inférieure aux attentes** (près de 40 000 visiteurs).

### RÉPARTITION




**29,66 K €**
**Boutique**
-29 % vs 2024

**42,44 K €**
**Billeterie individuelle**
-35 % vs 2024

**6,59 K €**
**Billeterie groupes & scolaires**
-4 % vs 2024

### BILLETTERIE INDIVIDUELLE

**90 %**
**Expositions**
**38 K €**

**10 %**
**Animations**
**4,44 K €**

### BOUTIQUE




**19,75 €**
**Panier moyen**
20,26 € en 2024

**1 696**
**dossiers / ventes**
enregistrés

## PARTICIPATION DU DÉLÉGANT

**Golfe du Morbihan Vannes agglomération**, conformément au contrat de délégation de service public signé en 2023 (et avenanté début 2025), a **apporté 145 K€** au titre d'une compensation pour sujétions de service public.

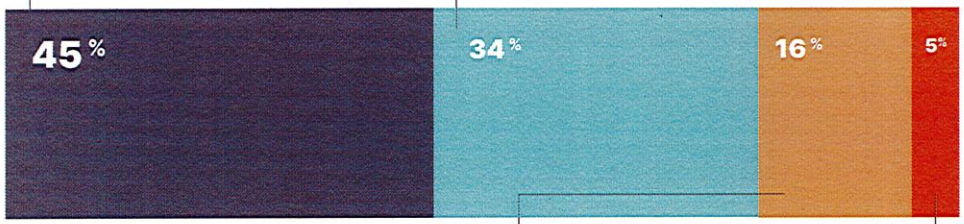
## LES CHARGES 2025

En 2025, les charges de fonctionnement d'Ostréapolis se sont élevées à **381,60 K€**.

### RÉPARTITION

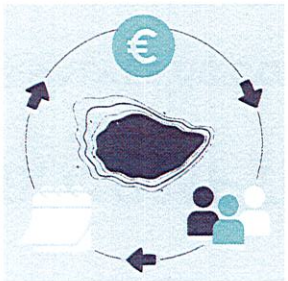
**173,04 K€**
**Dépenses de personnel** (accueil, médiation, encadrement et fonctions support)

**130,27 K€**
**Dépenses d'exploitation courante** (maintenance, énergies, consommables, communication)




**59,46 K€**
**Dépenses opérationnelles** liées aux activités de médiation, à la boutique et à l'exécution de la DSP

**18,84 K€**
**Frais de siège**, répartis selon les règles internes de refacturation de la masse salariale



Lors de cette 2e année d'exploitation, face à un chiffre d'affaire en baisse, la direction de GMVT et la responsable de site ont limité les dépenses de fonctionnement (-5% ) tout en conservant un budget communication qui permette d'améliorer la notoriété d'Ostréapolis (60 K €).

La **priorité pour 2026** portera sur le **développement de la fréquentation des diverses clientèles** : individuelles, groupes loisirs, scolaires et affaires.

## LES INVESTISSEMENTS RÉALISÉS

**10,8 K€**
**investissements**

Les investissements 2025 propres à Ostréapolis concernaient principalement le matériel scientifique : loupe et miscroscope trinoculaire avec caméra, loupes binoculaires, tamis, petite verreries...

## CONTRÔLES RÉGLEMENTAIRES PÉRIODIQUES

Tous les contrôles obligatoires ont été réalisés en 2025, conformément aux exigences réglementaires et aux échéances légales.

### PRINCIPAUX CONTRÔLES EFFECTUÉS CETTE ANNÉE

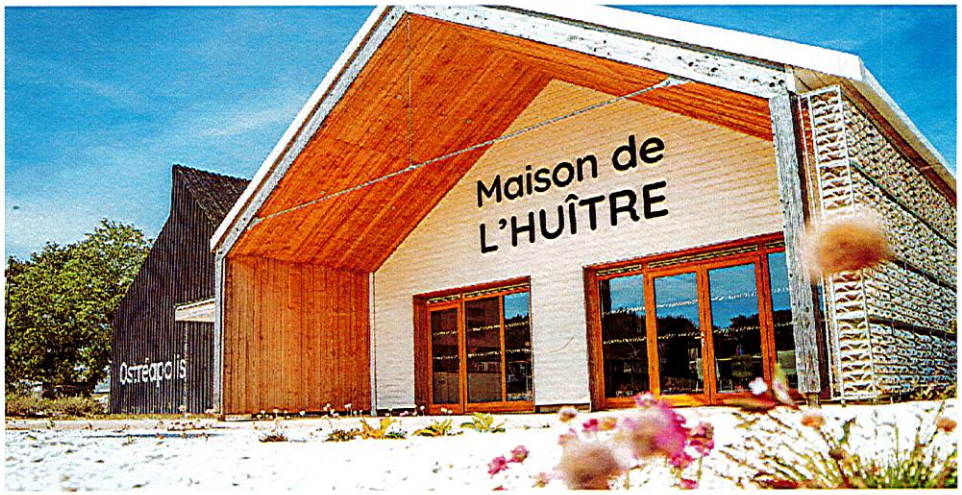
- Contrôle des portes automatiques
- Contrôle des installations électriques
- Contrôle des extincteurs et éclairages de sécurité
- Vérification des installations de chaudière
- Contrôle du système de sécurité Incendie (SSI)

Chaque contrôle a donné lieu à un rapport, avec un suivi systématique des éventuelles observations ou prescriptions (annexe 1).

## POLITIQUE TARIFAIRE



Une nouvelle politique tarifaire a été votée en juin 2025, telle que présentée en annexe 2.




© David Herbreteau

# ANNEXES

**ANNEXE 1** REGISTRE DE SÉCURITÉ




## Synthèse du registre

Ce tableau liste uniquement la dernière intervention clôturée de type **contrôle** ou de type **maintenance** pour chaque activité du registre

(1) En cliquant dans la colonne du rapport, vous pouvez y accédez directement

(2) Observations non levées pour l'intervention concernée

| NUMÉRO | ACTIVITÉ | FRÉQUENCE | DATE D'INTERVENTION | PRESTATAIRE | CONTRAT | RAPPORT (1) | OBSERVATIONS | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | | | | DÉCLARÉES | EN COURS | LEVÉES |
| INT-347485 | ECLAIRAGE DE SECURITE | ANNUELLE | 07/11/2025 | EXTINCTEURS NANTAIS | ✗ | ✓ | - | - | - |
| INT-347492 | EXTINCTEURS | ANNUELLE | 05/11/2025 | EXTINCTEURS NANTAIS | ✗ | ✓ | - | - | - |
| INT-343265 | INSTALLATIONS CHAUFFAGE / CHAUDIERE | ANNUELLE | 25/10/2024 | IDEX | ✗ | ✓ | - | - | - |
| INT-466687 | INSTALLATIONS CHAUFFAGE / CHAUDIERE | SEMESTRIELLE | 07/07/2025 | IDEX | ✗ | ✓ | - | - | - |
| INT-337081 | INSTALLATIONS ÉLECTRIQUES ERP | ANNUELLE | 06/10/2025 | SOCOTEC EQUIPEMENTS VANNES | ✗ | ✓ | - | - | - |
| INT-512450 | INSTALLATIONS ÉLECTRIQUES ERP | ANNUELLE | 06/10/2025 | SOCOTEC EQUIPEMENTS VANNES | ✗ | ✓ | - | - | - |
| INT-338508 | PORTES AUTOMATIQUES | ANNUELLE | 12/12/2025 | SOCOTEC EQUIPEMENTS VANNES | ✗ | ✓ | - | - | - |
| INT-449082 | PORTES AUTOMATIQUES | SEMESTRIELLE | 18/12/2025 | A.F. MAINTENANCE | ✗ | ✓ | - | - | - |
| | Visite de maintenance | | | | | | | | |

**ANNEXE 1** REGISTRE DE SÉCURITÉ (SUITE)

| NUMÉRO | ACTIVITÉ | FRÉQUENCE | DATE D'INTERVENTION | PRESTATAIRE | CONTRAT | RAPPORT (1) | OBSERVATIONS | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | | | | DÉCLARÉES | EN COURS | LEVÉES |
| INT-459706 | PORTES AUTOMATIQUES | SEMESTRIELLE | 19/12/2025 | SOCOTEC EQUIPEMENTS VANNES | ✗ | ✗ | - | - | - |
| INT-486110 | SYSTÈME DE SÉCURITÉ INCENDIE | ANNUELLE | 05/08/2025 | SOCOTEC EQUIPEMENTS VANNES | ✗ | ✓ | - | - | - |
| | Sécurité Incendie en Exploitation | | | | | | | | |
| INT-459470 | SYSTÈME DE SÉCURITÉ INCENDIE | ANNUELLE | 05/11/2025 | EXTINCTEURS NANTAIS | ✗ | ✓ | 1 | - | - |

**ANNEXE 2** POLITIQUE TARIFAIRE 2025 - 2026

Assemblée générale ordinaire du 17 juin 2025

Évolution de la grille tarifaire 2025–2026

Note de présentation

Dans un contexte de montée en charge progressive de l'équipement, cette grille tarifaire actualisée vise à concilier **trois objectifs majeurs : attractivité, accessibilité et soutenabilité économique.**

## Une stratégie de consolidation et de développement

L'évolution tarifaire proposée n'est pas une rupture, mais une adaptation progressive, cohérente avec les retours d'expérience terrain, les pratiques observées dans des équipements comparables, et les enjeux de recettes propres.

## Une démarche guidée par deux principes

1. **Simplicité et lisibilité** : pour les visiteurs, l'équipe d'Ostréapolis et les prescripteurs (enseignants, CE…).
2. **Souplesse tarifaire** : en intégrant des modalités "sur devis" pour les publics spécifiques ou les prestations exceptionnelles.

## Les grandes lignes de l'évolution

- **Stabilité de la grille grand public** : les tarifs individuels sont reconduits à l'identique pour maintenir l'accessibilité. Nous avons conservé des tarifs différenciés selon le type de visite afin de laisser aux visiteurs réguliers la possibilité d'accéder uniquement à l'exposition temporaire, la permanente ayant une durée de vie estimée à 7 ans. Une analyse des comportements de visite sera effectuée fin 2025, sur une année pleine.
- **Valorisation des services complémentaires** : tarification des visites guidées et des ateliers, en cohérence avec les temps mobilisés et la valeur ajoutée perçue par les visiteurs.
- **Ajout d'offres spéciales** : afin de répondre à une demande de nos visiteurs et à une volonté de fidélisation (notamment des locaux), nous avons enrichi notre offre d'un pack famille et de deux pass annuels (individuel et famille).
- **Structuration renforcée de l'offre groupes et scolaires** : grille plus lisible, paliers mieux définis, gratuités clarifiées, et tarification spécifique pour les CE et les ateliers externes.

Cette nouvelle grille tarifaire, **applicable à compter du 1er juillet 2025**, ne prétend pas, à elle seule, rétablir l'équilibre financier d'Ostréapolis, dont le résultat net prévisionnel 2025 reste déficitaire, malgré une hausse envisagée de la fréquentation. Elle s'inscrit toutefois dans une **démarche de structuration progressive de notre modèle économique, visant à mieux valoriser nos offres et stabiliser notre activité à l'horizon de la présente délégation de service public.** Le tout en préservant l'accessibilité au plus grand nombre et la vocation culturelle du site.

**ANNEXE 2** POLITIQUE TARIFAIRE 2025 - 2026 (SUITE)

## Grille tarifaire billetterie 2025 /2026

Nouveautés / modifications par rapport à la grille 2024 / 2025 (DSP)

### 1. Individuels

#### Tarifs

| Type de visite | Tarif plein | Tarifs réduits * | Tarif jeunes |
|---|---|---|---|
| Visite complète *(expo permanente + temporaire)* | 10 € | 9 € | 8 € |
| Exposition permanente seule | 7 € | 6 € | 5 € |
| Exposition temporaire seule | 5 € | 4 € | 4 € |

* Publics éligibles au tarif réduit :

Étudiants

Demandeurs d'emploi

Personnes en situation de handicap (dont accompagnateur)

Bénéficiaires minima sociaux (RSA, AAH...)

Accompagnateur d'un participant à un atelier

Pass éducation

+65 ans

City Pass

#### Offres complémentaires

| Option | Tarif |
|---|---|
| Visite guidée *(sur créneaux fixes)* | 2 € / personne *(en supplément du tarif d'entrée)* |
| Atelier by Ostréapolis *(entrée non comprise)* | Adulte : 6 € / personne / heure |
| | Enfant (moins de 18 ans) : 5 € / personne / heure |
| Projection ciné *(entrée non comprise)* | 4 € / personne *(tarif unique quel que soit l'âge)* |
| Atelier réalisé par un prestataire externe à Ostréapolis | Sur demande |

#### Offres spéciales

| Type de visite | Tarif |
|---|---|
| Enfant de – 10 ans | Gratuit |
| Pack famille** | 30 € |
| Pass annuel individuel | 25 € |
| Pass annuel famille** | 65 € |

*** 2 adultes + 2 enfants (tarif jeune)*

### 2. Groupes et scolaires

#### Tarifs visites groupes

| Type de visite | Tarif plein | Tarifs réduits * | Tarif jeunes | Gratuités |
|---|---|---|---|---|
| Billet d'entrée (par pers.) | 9 € | 8 € | 7 € | 1 gratuité pour 15 payants |
| Visite guidée (de 8 à 15 pers.) | 50 € *(en supplément du tarif d'entrée)* | | | - |
| Visite guidée (de 15 à 25 pers.) *obligatoire* | 40 € *(en supplément du tarif d'entrée)* | | | - |
| Visite guidée (de 25 à 35 pers.) *obligatoire* | 80 € *(en supplément du tarif d'entrée)* | | | - |
| Au-delà de 35 pers. | Sur devis | | | - |

* Publics éligibles au tarif réduit :

Étudiants

Demandeurs d'emploi

Personnes en situation de handicap (dont accompagnateur)

Bénéficiaires minima sociaux (RSA, AAH...)

Pass éducation

+65 ans

City Pass

## ANNEXE 2 POLITIQUE TARIFAIRE 2025 - 2026 (SUITE & FIN)

Tarifs visites scolaires et centres de loisirs

| Nature du billet | Tarif / personne | Gratuités |
|---|---|---|
| Entrée + visite guidée | 3,50 € | - 1 gratuité pour 10 payants<br>- Pré-visite gratuite accordée à l'enseignant après réservation |

Tarifs visites Comités d'entreprises et carte CEZAM

| Type | Tarif / personne |
|---|---|
| Visite complète (expo permanente + temporaire) | Adulte : 8,50 € |
| | Jeunes : 6,80 € |

Tarifs Ateliers by Ostréapolis ***

*** *les ateliers réalisés par un prestataire extérieur seront soumis à devis*

| Type de groupe | Tarif / personne | Gratuités |
|---|---|---|
| Groupe | 6 € / personne / heure *(tarif unique quel que soit l'âge)* | 1 gratuité pour 15 payants |
| Scolaires | 4 € / personne / heure *(tarif unique quel que soit l'âge)* | 1 gratuité pour 10 payants |
| Comité d'entreprise | Sur devis | Selon volume |

Ostréapolis BY GMVT

**GOLFE DU MORBIHAN VANNES TOURISME**

16 rue Alfred Kastler - PIBS2 - 56000 VANNES

SPL Golfe du Morbihan Vannes Tourisme

golfedumorbihan.bzh

GOLFE DU MORBIHAN VANNES AGGLOMÉRATION

VANNES

© Conception graphique agathec.com