Bilan d'activité 2019

BRETAGNE

TOUT commence en FINISTÈRE

OFFICE DE TOURISME BAIE DE MORLAIX MONTS D'ARRÉE

BOTSORHEL — **CARANTEC** — GARLAN — **GUERLESQUIN** — GUIMAËC — HENVIC
LANNÉANOU — LANMEUR — LE CLOITRE SAINT-THÉGONNEC — LOCQUÉNOLÉ — **LOCQUIREC**
MORLAIX — PLEYBER-CHRIST — PLOUÉGAT-GUERRAND — PLOUÉGAT-MOYSAN
PLOUEZOC'H — **PLOUGASNOU** — PLOUGONVEN — PLOUIGNEAU - LE PONTHOU
PLOUNÉOUR-MENEZ — PLOURIN-LES-MORLAIX — SAINT-JEAN-DU-DOIGT
SAINT-MARTIN DES CHAMPS — SAINTE-SÈVE — **SAINT-THÉGONNEC LOC-ÉGUINER** — TAULÉ

BAIE DE MORLAIX
#PLOUGASNOU #LOCQUIREC #MONTSDARREE
#CARANTEC #MORLAIX
BRETAGNE

MORLAIX communauté
BRO MONTROULEZ

OFFICE DE TOURISME CLASSÉ

NOTRE ENGAGEMENT
QUALITÉ TOURISME

Offices de Tourisme de France

Les indicateurs d'activité

Ouverture au public

322
jours par an
(sur la base de Morlaix)

11 700
heures d'ouverture
au public

- 4 Offices de tourisme ouverts à l'année (Morlaix, Carantec, Plougasnou et Locquirec)
- Saint-Thégonnec ouvert 7 mois
- Guerlesquin et 4 Points « i » (Pleyber-Christ, Plouezoc'h, Plougonven et Plounéour-Menez) ouverts en juillet-août.

Des travaux dans les Accueils !

Nouvel espace d'accueil à **Plougasnou**
La maison Prévôtale de Plougasnou abrite l'Office de Tourisme ; de nouveaux aménagements étaient nécessaires pour « rajeunir » ce lieu très fréquenté des locaux et des visiteurs français et étrangers. Concevoir un nouvel espace lumineux, épuré, fonctionnel et ergonomique a séduit l'architecte qui a travaillé sur cette réalisation avec la Mairie de Plougasnou, l'Office de Tourisme et Morlaix Communauté.
La réception des travaux est prévue fin février et l'ouverture au public mi-mars 2020.

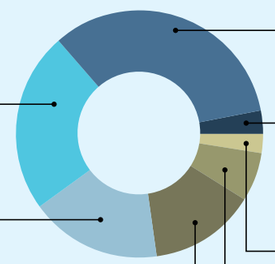
Aménagement d'une salle d'expo attenante à l'Office de tourisme de **Saint-Thégonnec** (maîtrise d'ouvrage : Mairie de Saint-Thégonnec-Loc-Eguiner). Ouverture en avril 2020.

Nos clientèles et leurs demandes

56 200
contacts dans les OT (par téléphone, mail, réseaux sociaux, chats en ligne ou au comptoir) ont généré

146 600
demandes (un visiteur ayant souvent plusieurs demandes)

Répartition des contacts reçus par les Offices de tourisme



Parmi ces demandes, on note :

6 000 demandes concernent les hébergements

8 500 demandes pour les sorties en mer

12 100 demandes pour les animations et évènements

4 600 demandes relatives à la restauration et aux commerces

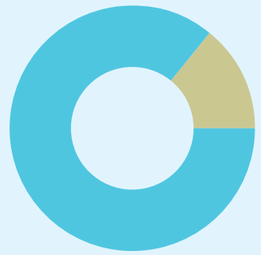
21 100 demandes concernent le patrimoine culturel

4 300 pour le transport

11 700 demandes concernent le patrimoine naturel

14 100 demandes concernent les randonnées et balades

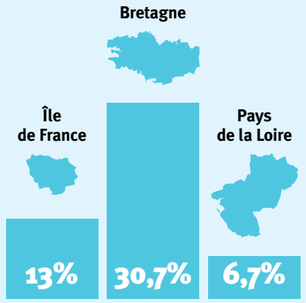
Répartition de la clientèle



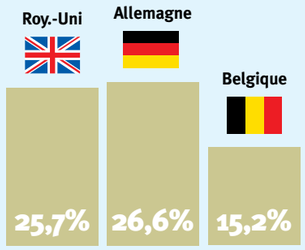
86% de Français

14% d'étrangers

Par régions



Par pays



Connaissance des clientèles

Le profil des visiteurs qui ont répondu au questionnaire Qualité dans les Offices de Tourisme Baie de Morlaix à la loupe !

- Ils sont en famille à 52% ou en couple à 30%.
  Si 74% des personnes se rendent en voiture sur leur lieux de villégiature, ils restent néanmoins très attachés aux balades à vélo et à pied durant leurs vacances. Nous notons une progression des voyageurs qui arrivent en train puis se déplacent en car ou à pied pendant leur séjour.
- 31% des personnes interrogées ont choisi pour leur séjour une location de vacances, 17% ont opté pour la formule camping. Sur le littoral, 11,5% des personnes interrogées étaient en résidence secondaire. Quant à la durée du séjour, elle est de 7,5 jours en moyenne !
- Selon les données recueillies, les canaux de promotion de la destination identifiés sont les sites internet et les Offices de Tourisme (via le site Internet et les brochures) dans 51% des cas ; la famille / les amis pour 27% d'entre eux.
- **Sur les 183 visiteurs interrogés, 52% étaient des primo-visiteurs.**

L'accueil hors les murs

En 2019, l'Office de tourisme a eu une présence plus importante en « hors-les-murs » que l'année précédente : 1275 demandes ont été traitées par ce biais en juillet et août. Toujours présent sur **les marchés de Carantec, Locquirec et Morlaix** où la fréquentation reste la plus importante, l'Office de tourisme est allé à la rencontre des visiteurs sur les plages (Kelenn, sables blancs, Primel-Trégastel), **à l'entrée du passage vers l'île Callot, au camping du fond de la Baie à Locquirec, en déambulation dans les rues de Morlaix.**
La saisonnière du point I de Plouezoc'h a également effectué des accueils « hors les murs » : **autour du site du Cairn de Barnenez, à la chapelle St-Antoine, à Primel-Trégastel ainsi qu'au Dourduff-en-Mer.**

Les demandes concernaient **les activités et animations, la randonnée à pied ou à vélo, les informations pratiques** (horaires des marées, plans, transport).

D'autres actions « hors-les-murs » se sont déroulées **chez des partenaires gestionnaires d'hébergements.** 5 rendez-vous se sont tenus **au camping de la Baie de Térénez (Plouezoc'h) et à la Résidence Odalys (Plougasnou). La résidence Goélia à Carantec** a accueilli 6 rendez-vous.
Les clients ont apprécié **le service de billetterie disponible sur place** (excursions en mer, visites guidées, sorties nature…)

La promotion et la communication

L'Office de tourisme **Baie de Morlaix a bénéficié de la notoriété de la Bretagne** en co-finançant certaines **actions de promotion** du Comité régional du tourisme de Bretagne.

Dans ce cadre, trois campagnes sponsorisées sur facebook et instagram ont été menées **sur l'Île de France, la région Lyonnaise et le bassin Lillois** pour présenter la Baie de Morlaix à de nouvelles clientèles. Un emailing a été adressé à 18 000 abonnés d'Île de France pour valoriser les séjours et activités destinés aux familles. Enfin, une opération dans la **presse Irlandaise** a été menée avec Brittany Ferries et l'Office de tourisme Roscoff côte des sables enclos paroissiaux.

Durant l'été 2019, trois **bornes tactiles** ont été installées au pôle d'échange multimodale : deux à l'extérieur, de chaque côté de la passerelle et une dans le bâtiment des voyageurs.

Elles font partie d'un programme d'investissement de **Morlaix Communauté qui souhaite constituer un réseau de dalles tactiles**, alimentées par la base de données partagées, gérée par les Offices de tourisme. Ces bornes fournissent une information pratique aux voyageurs lors de leur arrivée en Gare de Morlaix (transports, commerces, hébergements, plan de ville...). D'autres bornes de ce type seront implantées à proximité des Offices de tourisme en 2020, pour contribuer à assurer la continuité du service d'information aux publics.

La stratégie digitale initiée en 2018 a bénéficié du soutien des fonds Feder au titre de l'action « favoriser le développement des pratiques et culture numériques ».

UNION EUROPÉENNE
UNANIEZH EUROPA
L'Europe s'engage en Bretagne / Avec le Fonds européen de développement régional

Les éditions

Nouveauté en 2019 : refonte totale de la **Carte touristique en collaboration avec l'Office de tourisme du Léon**. Nouveau design, nouvelles illustrations avec un côté loisirs et découvertes et un côté balades, randonnées, nature. Éditée à 40 000 exemplaires pour la Baie de Morlaix et autant pour l'OT du Léon.

Poursuite des documents existants

- **« Itinéraires et balades en Baie de Morlaix Monts d'Arrée »** 40 000 ex. en français, 10 000 ex. en anglais et 8 000 ex. en allemand
- **« Balades à Morlaix »** 20 000 ex. en français 10 000 ex. en anglais et 8 000 ex. en allemand
- Journal des activités **« Vivez vos expériences »** 32 pages – 30 000 ex. – 122 annonceurs partenaires
- **Guides des hébergements** 2 documents – 10 000 ex.
- **Guides des restaurants** 10 000 ex.
- **Plans de ville** pour Morlaix, Carantec, Locquirec et Plougasnou (entre 8 000 et 17 000 ex.)
- **Agenda** 5 docs entre 1 500 et 18 000 ex.
- **Horaires des marées**, 12 500 ex. avec l'Office de tourisme de Roscoff côte des sables enclos paroissiaux

La presse

Des relations privilégiées

Comment ça se passe ?

En direct, via Sensation Bretagne, Finistère 360° ou le CRT Bretagne. **Accueil de journalistes sur place ou transmission de contenu sur demande** (texte ou photos) pour la rédaction d'articles.

56

contacts avec la presse nationale et sur le web

- **6 accueils presse nationale** (Le Figaro, TV5 Monde, TF1, France Info, France 5) et 2 accueils presse internationale (Espagne et Pays-Bas)
- **4 accueils de blogueurs-influenceurs** (Le port d'attache, Lalydo, Mountains Legacy, Une blogueuse dans le Finistère)
- Publications identifiées : **14 en presse écrite, 5 sur le web, 3 reportages TV, 1 reportage radio (Figaro, Géo escapades, Elle, Télé 7 jours...)**
- Prise de contacts : la moitié des demandes presse sont traitées en direct avec l'OT, 22% via Finistère 360°, 22 % via Sensation Bretagne et 6% via CRT Bretagne.
- **Un voyage de Presse** en collaboration avec Sensation Bretagne avec 6 journalistes accueillis à Carantec et Locquirec, représentant Télé 7 jours, Côté Santé, Notre temps Jeux, La Voix du Nord, Rustica, Les dernières nouvelles d'Alsace et L'Alsace.

Salons 2019

- Présence au salon de la randonnée Baleadenn au Relecq-Kerhuon pour valoriser le GR 34 auprès de la population locale et de la clientèle « groupes ».
- Présence au salon de la randonnée à Lyon en collaboration avec le réseau Bretagne
- Représentation sur salons, par le biais de Sensation Bretagne : Luxembourg, Lille, Lyon, salon de l'Agriculture à Paris.

Quelle présence sur Internet ?

Depuis baiedemorlaix.bzh, 27 200 actions directes réalisées vers nos partenaires : la moitié pour accéder au site web du professionnel, 38% pour le localiser (Google Maps), 6% pour déclencher un appel téléphonique et 6% pour écrire un email.

baiedemorlaix.bzh

Lancé durant l'été 2018, www.baiedemorlaix.bzh a largement progressé sur l'année 2019 : **+26% de visites** (280 500 sessions) réalisées par 174 000 utilisateurs.

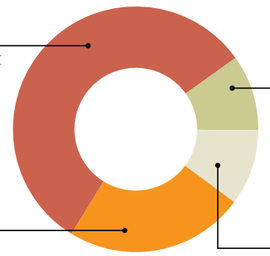
Les équipes chargées de produire les contenus éditoriaux ont bénéficié d'un **accompagnement sur la rédaction pour le web et l'optimisation du référencement naturel (SEO)**. Ces formations ont été bénéfiques : le nombre de visiteurs arrivant via les moteurs de recherche a grimpé de 22% par rapport à 2018.

La page facebook Destination Baie de Morlaix a bénéficié de **campagnes sponsorisées**, réalisées en direct par l'Office de tourisme et par l'intermédiaire du CRT Bretagne. Ces opérations de promotion ont permis d'élargir l'audience et la notoriété de la Baie de Morlaix sur les réseaux sociaux.

Quelques chiffres

- **280 500 sessions** et **174 000 visiteurs** ont consulté **693 000 pages** sur l'année
- 88% de visiteurs Français, dont 38% de Bretons, 33% de Franciliens, 5% de visiteurs des Pays de la Loire, 4% des Hauts de France et Auvergne-Rhône Alpes
- Visiteurs étrangers : Belgique, Allemagne, Royaume-Uni
- 46% des visites se font sur un smartphone (+68% par rapport à 2018), avec des pics à 56% en été
- Pages les plus consultées : les webcams, l'île Louët (location de la maison du gardien de phare), les incontournables, les activités en famille, l'agenda, la randonnée, les brochures, la billetterie en ligne, les infos pratiques des Offices de tourisme.

Moyens d'accès au site



57% des utilisateurs arrivent sur baiedemorlaix.bzh grâce au référencement naturel (moteurs de recherche),

24% des utilisateurs accèdent au site en direct

10% via facebook

10% via des sites référents (villes de Plougasnou et de Carantec, tourismebretagne.com, Château du Taureau...)

Facebook

- **23 940 fans** sur l'ensemble des pages, **+14%** par rapport à 2018
- Poursuite du travail engagé sur la page Destination Baie de Morlaix (2800 fans fin 2019) avec une campagne sponsorisée pour faire connaître la page et accroître la communauté de fans : plus de **16 000 personnes atteintes et 20% de fans supplémentaires**. Cette page a une **mission de promotion** en complément de **la mise en valeur des actualités locales et de l'activité des partenaires** assurée par les pages locales gérées par les Offices de tourisme.
- La portée de chaque post est évaluée, des records ont été atteints avec la publication de nouvelles vidéos : **jusqu'à 60 000 personnes touchées par une vidéo**
- Les posts qui relaient des **reportages sur la destination** (tv, presse écrite, web) sont aussi très appréciés et partagés par les internautes.

Instagram @baiedemorlaixtourisme

- **7 600 abonnés en fin d'année**, la communauté a encore doublé en 2019 !
- Stratégie de veille et de sélection de mots-clés porteurs de visibilité
- Jeu concours organisé en septembre, en partenariat avec Sensation Bretagne. Belle opération avec 650 participants.

Des vidéos pas comme les autres...

« La fabrique à souvenirs », vidéo réalisée par Après la Pluie, un collectif morlaisien, mise sur **les émotions, le partage**, les moments précieux vécus pendant les vacances ; **ces expériences qui nous construisent**. Partagée sur les réseaux sociaux, elle a notamment conquis les habitants et résidents secondaires ; ambassadeurs de la Baie de Morlaix.

À regarder sur **http://www.youtube.com/user/MTBaiedeMorlaix.**

La commercialisation

Les professionnels

Un réseau de **527 partenaires** fait confiance à l'office de tourisme Baie de Morlaix pour la promotion de leur activité. Ils participent ainsi activement à la notoriété et l'attractivité de la destination.

115 000 €

de chiffre d'affaires généré par l'ensemble des partenariats

262
liés à l'hébergement

56
restaurants

209
commerces, équipements cultures et de loisirs

Une collaboration au quotidien et toute l'année

- **Regards sur la Baie : nouvelle formule de rencontre avec les professionnels !**
  À l'initiative de l'Office de tourisme communautaire, **une journée dédiée à l'échange avec les partenaires** de la Baie de Morlaix s'est tenue le 5 décembre 2019 au Pôle culturel du Roudour. La journée a réuni une centaine de professionnels, d'institutionnels et d'élus, autour d'une conférence animée par Jean Ollivro, d'ateliers thématiques et de témoignages inspirants. Cet événement a témoigné de la richesse du réseau des partenaires et affirmé le rôle de l'Office de tourisme en tant qu'acteur essentiel dans le paysage économique.
- **Une offre d'hébergements toujours très qualifiée, grâce à notre stratégie d'accompagnement vers la classification et les labels**

L'offre qualifiée d'hébergements partenaires :

- **64%** des locations saisonnières
  dont 11 % classées 4 ou 5 étoiles
- **70%** des chambres d'hôtes
- **88%** des hôtels
- **63%** des gîtes étapes
- **83%** des campings
- **100%** des résidences

Un indice de satisfaction élevé :

99 % des partenaires ayant répondu au questionnaire de fin de saison se déclarent satisfaits ou très satisfaits des relations, services et communication avec l'Office de tourisme.

- **Des qualifications thématiques engagées ou renouvelées pour nos hébergements**
  - Vers l'accueil des clientèles de randonnée : Etape Rando Bretagne, Accueil Vélo et Rando Accueil
  - Vers les clientèles en situation de handicap avec Tourisme et Handicaps pour nos partenaires hébergeurs, les offices de Tourisme de Locquirec, Carantec et St-Thégonnec, et un accompagnement des équipements communautaires : Maison Penanault et l'auberge de Jeunesse
  - Vers le tourisme durable en partenariat avec le CRT: Ecolabel européen.
- **Le Rest'open**
  Chaque mois, 56 restaurants sont sollicités pour communiquer sur leurs jours d'ouverture et horaires de services. L'information est affichée à l'extérieur des accueils, diffusée sur les pages facebook et aux partenaires pour leurs propres clientèles.
- **Disponibilités des hébergements en dernière minute**
  Chaque jour, en été, et pendant les petites vacances scolaires, les hébergements à la nuitée (hôtels, campings, gîtes d'étapes, chambres d'hôtes) sont sollicités pour communiquer leurs disponibilités le soir même. Les chambres libres en dernière minute sont affichées à la fermeture des accueils, visibles de l'extérieur.
- **La documentation de l'Office de tourisme chez les partenaires : près de 40 000 brochures distribuées en 2019**
  Toute l'année, diffusion de la documentation (agenda des animations, guide des activités, affiches billetterie, programme des visites guidées) par mail ou en dépôt chez les partenaires hébergeurs et commerçants, à destination de leurs clientèles.
- **Les pots d'accueil en été : une vitrine pour nos partenaires**
  Par leur présence active et grâce aux dégustations préparées ou des lots offerts par leurs soins, nos partenaires assurent la promotion de leurs activités auprès des estivants lors les pots d'accueil organisés par les Offices de tourisme.

Billetterie

133 000 €

de chiffre d'affaires dont

6 500 €

pour les **visites guidées** organisées par l'office de tourisme

110 000 €

pour les sorties en mer
(Château du Taureau, Île de Batz, les 7 îles, Finist'Mer, Amzer'zo)

16 400 €

pour d'autres billetteries
(Océanopolis, Cairn de Barnenez, Récré des 3 curés, événements...)

5 100 €

de vente en ligne
sur www.baiedemorlaix.bzh
dont 77% d'excursions en mer (Amzer zo et Île de Batz) et 22% de visites guidées et sorties nature.

L'offre d'activités disponible est présentée dès la page d'accueil du site et dans une rubrique dédiée.

Location de gîtes insolites

59 800 €

soit +36% de chiffre d'affaires. L'Office de tourisme assure le suivi de la location des gîtes de l'île Louët et l'île Callot

418 000 € TTC

de ressources propres (partenariats, billetterie, boutique, locations de vélos, île Louët, île Callot, groupes...)
soit une progression de 13% par rapport à 2018

Location de vélos

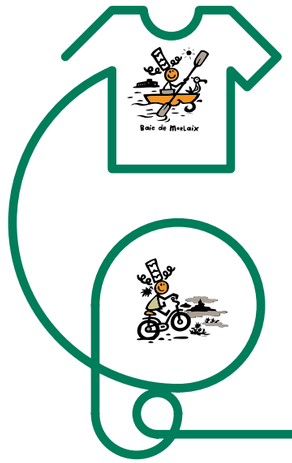
37 600 €

de chiffre d'affaires, progression de 16% par rapport à 2018.

- ce qui fait de l'Office de tourisme Baie de Morlaix l'un des principaux loueurs de vélos en Finistère nord.
- Location de vélos en ligne via ouibike.

6

points de location, dont 4 ouverts toute l'année



Boutique

7 150 €

un chiffre d'affaires en recul de 8%

- Librairie, Produits dérivés
- Nos meilleures ventes : topoguides de randonnée à pied et VTT, sacs à dos et t-shirts.

Une destination orientée vers la qualité

Commercialisation

… vers les groupes

61 500 €

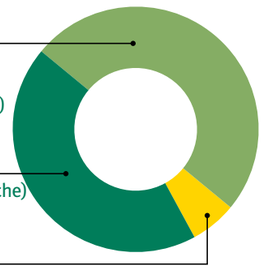
de chiffre d'affaires **progression de 49%** par rapport à 2018 !

dont 5 séjours d'1 à 3 nuits avec un chiffre d'affaires de 26 600 €

136 demandes dont 27% de demandes d'information et 6% des demandes transmises en direct aux partenaires

90 contrats signés, soit les 2/3 des contacts ont signé un contrat. **+ 50% de contrats signés !**

Répartition des 90 contrats signés

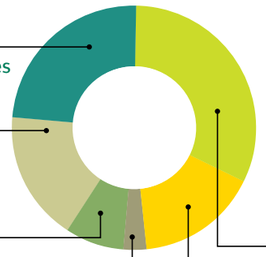


50%
Un combiné (au moins 2 prestations, souvent journées ou 1/2 journées)

44%
Une visite (prestation sèche)

6%
Un séjour d'une ou plusieurs nuitées

Nature des groupes accueillis



24%
Club, groupes affinitaires

17%
Agences de voyages ou hébergements

8%
Autres (administrations, structures sociales…)

3%
CE

32%
Groupes seniors en autocar

16%
Scolaires

- 2 nouvelles conventions de commercialisation signées en 2019 avec les professionnels (hébergements, restaurants, activités de loisirs). **L'Office de tourisme est apporteur d'affaires pour ses partenaires ; d'autres partenariats sont en cours.**
- Renouvellement des fiches **produits groupes, nouvelles propositions à la journée ou à la 1/2 journée**
- Mise en ligne de la rubrique **«Groupes» sur le site baiedemorlaix.bzh** ainsi qu'une adresse mail dédiée au service groupes@tourisme-morlaix.bzh
- 35 prestations de guidages réalisées par l'Office de tourisme pour les groupes, environ 30% des visites. Le reste est réalisé par des prestataires partenaires.

Analyse des demandes Groupes

- 80% des demandes et contrats en BtoC ; 20 % en BtoB (agences, autocaristes, résidences de tourisme)
- 46% des demandes proviennent de clubs ou d'associations
- 18% des demandes proviennent de scolaires et les 3/4 d'entre elles aboutissent à un contrat
- 10 demandes de ou pour des groupes étrangers, 6 contrats assurés en anglais
- 6 demandes émanant d'entreprises ou CE

… vers les clientèles en séjour

Un travail en développement depuis 2017.

Enrichir et étendre le programme de visites produites par l'Office de Tourisme

- Un **catalogue de 11 visites** valorisant les richesses du territoire : visites Laissez-vous conter Morlaix, Morlaix insolite, visites ostréicoles à Carantec, Plougasnou et Plouezoc'h, visites patrimoniales à Plougasnou, Plouezoc'h et St-Jean-du-Doigt, visites nocturnes à Guerlesquin…
- **Nouveautés 2019** : les balades commentées à vélo électrique ont été déployées sur les trois stations littorales de Carantec, Plougasnou et Locquirec ont été testées à St Thégonnec.
- Un total de **74 visites programmées,** en saison et sur les vacances scolaires (d'avril à octobre) soit 11 de plus que l'année dernière. Ces visites ont regroupé près de **1300 participants.**

La commercialisation de visites pour Morlaix Communauté

Toute l'année l'Office de tourisme assure la communication et la vente de billetterie pour les visites guidées de la Maison Pénanault et de la Manu.

- **85 visites de la Maison Pénanault** (309 participants), 65% des visites guidées par Morlaix Communauté, 35% par le personnel de l'Office de tourisme
- **5 visites de la Manu** (100 participants) guidées par Morlaix Communauté.

Valoriser l'offre de billetterie au plus près du client

En été, cette offre de visites et de découverte a été valorisée auprès des clients d'hébergements de grande capacité (résidences de tourisme, campings).

- **17 interventions de l'Office de tourisme «hors les murs», avec un véritable service de billetterie délocalisé au plus près des visiteurs !**

La Qualité

Le renouvellement de la marque Qualité tourisme ayant eu lieu en juin 2017, l'Office de tourisme communautaire se tourne vers le prochain audit programmé en 2020.
Du nouveau concernant l'attribution de la marque Qualité Tourisme depuis septembre 2019 !

Écoute clients

- Nous prenons en compte les avis des clients formulés au comptoir de l'ensemble de nos sites d'accueil, soit **571** retours clients, parmi lesquels 6 réclamations ont été enregistrées et traitées.
- **350** questionnaires de satisfaction ont été remplis par les visiteurs, sur les tablettes à disposition dans les Offices de tourisme ou à distance depuis le site internet.
- Après leur passage dans nos Accueils, les visiteurs ont rédigé **265 avis** sur **Google My Business** (83% des avis clients) et sur **Tripadvisor**, notant la qualité des services dont ils ont bénéficiés.
  Chaque Office de tourisme gère un espace de relation-client et prend soin de suivre les avis déposés par les utilisateurs de ces plateformes.

Un audit centré au cœur de notre métier : l'accueil.

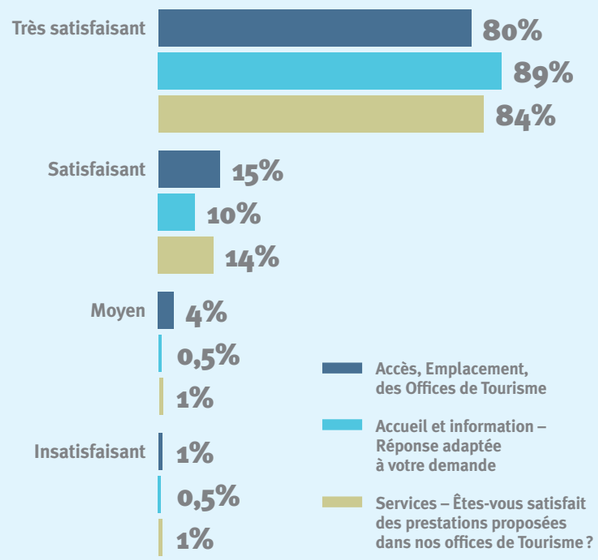
Dans un objectif d'harmonisation entre les différentes filières, la marque Qualité Tourisme pour la filière Office de Tourisme évolue.

- Actualisation du cahier des charges de la Marque Qualité Tourisme pour la filière OT
- Adaptation du référentiel
- Saisie en ligne des audits sur une nouvelle grille d'évaluation sur le portail Qualité de la DGE (Direction générale des entreprises)
- Nouvelles modalités d'audits : 1 audit complet tous les 5 ans accompagné de visites mystères à l'accueil et au téléphone à mi-parcours.

L' Office de Tourisme est accompagné par Brigitte Le Blevennec, auditrice agréée, et par la fédération des Offices de tourisme de Bretagne pour accomplir le renouvellement de la marque Qualité Tourisme en novembre 2020.

QUALITÉ TOURISME

Un plébiscite de la destination !

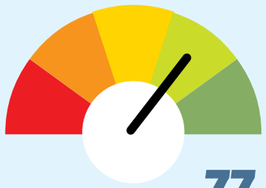


Quelle est la probabilité que vous recommandiez cette destination Baie de Morlaix Monts d'Arrée à un proche ?

79,2% de promoteurs de la destination

19,1% de visiteurs passifs

1,7% de détracteurs



Net Promoter Score est de **77,5%**
+4,46 points par rapport à 2018

Ingénierie de développement

Le tourisme est une économie de l'offre dont le marché est régional, national et international. Le développement du tourisme passe avant tout par un positionnement de l'offre locale sur les marchés nationaux. Grâce à l'accueil touristique, à la communication directe avec les clientèles, nous développons une expertise qui alimente les projets de développement. Dans certains cas, nous travaillons, à la demande des collectivités, en lien avec des consultants mandatés ponctuellement.

Morlaix Communauté

- **Signature d'une nouvelle convention d'objectifs avec Morlaix Communauté (2019-2024), qui anticipe la période de validité de la marque qualité, soit cinq ans.** Le texte prévoit un ajustement vers 2021, permettant de réorienter les enjeux en fonction de l'évolution de l'économie touristique locale et du contexte institutionnel. Ce travail est essentiel pour fixer la feuille de route de l'Office de tourisme. Il se place quelques mois avant le renouvellement de la marque « Qualité Tourisme » et du classement « Office de tourisme Catégorie 1 » prévu à l'automne 2020.
- **Dossier de candidature pour Morlaix Communauté et l'Office de tourisme dans le cadre du projet « Interreg » Experience.** Validé en juillet 2019, le projet a été lancé en décembre 2019. Conjointement les deux structures locales sont engagées à hauteur de 1,2 million d'€, sur ce qui se révèle être le plus grand projet tourisme du programme « Interreg » (23 M€). Trois axes d'investissement : Île Noire, Vélodyssée et GR34. Parmi les partenaires, les plus proches sont les Cornouailles anglaises, les Côtes d'Armor et la Brittany Ferries. Sollicitations des services communautaires.
- **Extension des programmes financiers communautaires aux entreprises touristiques** : travail avec la collectivité sur l'aide à l'investissement et le Pass Commerce.
- **Déploiement des dalles tactiles** : implantation près du Pôle d'échange multimodale et demande d'implantation pour les Offices de tourisme de Carantec, Morlaix, Locquirec et Saint-Thégonnec.
- Création à la demande de Morlaix Communauté, actionnaire de la SEM, d'un **comité de pilotage pour le Golf de Carantec**
- Installation de **compteurs de visiteurs dans les Offices de tourisme**
- Accompagnement des dossiers communautaires : accessibilité pour la Manu et l'Auberge de Jeunesse, suivi de projet de gîte à l'Île Noire

Bretagne

- **e-Breizh Connexion, le projet digital régional**
  Poursuite de l'implication de l'Office de tourisme dans le cadre du projet digital régional (nom de code « e-Breizh Connexion ») : participation au titre d'Offices de tourisme de Bretagne au comité directeur du projet. Ce qui implique de nombreux échanges et participations aux négociations avec le réseau et les acteurs privés impliqués. Engagement sur deux expérimentations : la gestion de la relation-client et la marketplace « loisirs ».
- **OTB**
  Participation au bureau et au conseil d'administration d'Offices de tourisme de Bretagne (OTB)
- **CRT BRETAGNE**
  — Implication dans le comité éditorial du site tourismebretagne.com
  — co-financement d'opérations de promotion sur les marchés française et étrangers (voir promotion-communication)
  — collaboration sur la valorisation de la véloroute la Vélodyssée EV1 (reportages photos, guide de randonnée…)

Destination Côte de granit rose Baie de Morlaix

Au titre du collectif de la destination, notre Office de tourisme a porté **l'étude stratégique partagée** qui définit **les grands axes de développement pour notre aire d'intervention** (le littoral de Tréguier à Plouescat et le versant nord des Monts d'Arrée). Réalisée par le cabinet ProTourisme et validée en septembre 2019, elle préconise un travail sur trois axes principaux : **le développement du nautisme et de la glisse** ; **les loisirs de plein-air**, dont le « trail » et l'itinérance ; les contenus autour du **patrimoine**. Si la troisième thématique reste à configurer au regard des acteurs impliqués (au delà du tourisme), les deux premières vont donner lieu à une évolution à court terme. L'Office de tourisme portera les actions « Loisirs de plein air », dont la création de circuits « trail ». À la suite de l'étude, a également été validée **la gouvernance du collectif et la coordination technique**, par la création d'un poste de développeur (majoritairement financé par la Région) et porté par Lannion Trégor Communauté.

Finistère

- En 2019, les offices de tourisme Baie de Morlaix et de Roscoff se sont substitués au Conseil départemental du Finistère autour du projet **« Vélomaritime »** (EuroVélo 4). Cela s'est traduit par l'organisation à l'automne d'un comité de pilotage à Morlaix, en lien avec l'animateur de la réflexion « Vélos et Territoires ». En 2020, les offices de tourisme et collectivités poursuivront leur implication dans le projet, cette fois, aux côtés du Conseil départemental, qui reprend l'animation pour le Finistère.
- À notre demande, début d'une **réflexion marketing autour de l'axe V7** Roscoff-Morlaix-Carhaix-Concarneau, pilotée par Finistère 360 au printemps 2019.
- Découverte d'une **nouvelle méthode de créativité**, dans le cadre d'une formation avec OT29 (Offices de tourisme du Finistère) : l'expérience client.

Collaborations ponctuelles

- Contribution à l'expérimentation **« Datatourisme »** sur le bateau l'Armorique de la Brittany Ferries.
- Accompagnement du **Centre nautique de Carantec** : réflexions hébergement, plongée, accompagnement à l'accueil de l'Euro Master Laser en juin 2020

Développement des itinérances touristiques

- Poursuite du travail avec les communes de **Plougonven, Plourin-lès-Morlaix, Le Cloître Saint-Thégonnec et Lanneanou sur l'itinérance autour de la Vélodyssée**. Ce travail a permis d'alimenter la candidature communautaire au projet Interreg « Experience »
- **Reconfiguration du dispositif de location de vélos dans les Offices de tourisme de la Baie de Morlaix** : réflexion sur la future période 2020-2024. Préparation de la consultation 2020 en deux lots distincts : les vélos de loisirs et les vélos de voyage.
- Accompagnement du réseau **« Mon Tro Breizh »** dans la création d'itinéraires sur l'axe Saint-Pol-de-Léon / Tréguier
- Préconisations d'évolution de l'EuroVélo sur la commune de Saint-Martin-des-Champs.

Participation aux réflexions suivantes

- Intervention dans un groupe de travail sur la **future « stratégie digitale » du Pays de Morlaix**
- Nombreux échanges avec le cabinet d'étude et participation au comité technique pour **l'aménagement du Kelenn à Carantec**.
- Implication dans les études et travaux suivants :
  — Observatoire du commerce, animée par la CCI de Morlaix à la demande de Morlaix Communauté
  — Réflexion communautaire sur la création d'un tiers lieu
  — Renouvellement du label « Pays d'Art et d'Histoire »
  — Réflexion « Construire » pour la Manufacture des tabacs
  — Étude DLA (Dispositif Local d'Accompagnement) menée par À fer et à flots

Mise en relation après reprise d'activités économiques

Quelques exemples :
— les repreneurs de **l'Hôtel de Carantec**, Nicolas Carro, chef gastronomique, Franck Jaclin et son équipe (propriétaire des lieux) ;
— Marylaure Jarry, nouvelle dirigeante de la **Biscuiterie Le Goff** à Saint-Martin-des-Champs ;
— Pierre Monneau, repreneur de **l'Auberge de Saint-Thégonnec**

Appui aux projets

Les projets privés

Accompagnements au montage de projets et à la mise en marché d'hébergements

- 4 dossiers de chambres d'hôtes à Morlaix, Guimäec et Locquirec
- 5 projets de locations meublées à Lanmeur, Guimäec, Morlaix et Carantec
- 3 dossiers de campings à Lannéanou, Garlan, Le Cloitre-St-Thégonnec
- 3 suivis de gîtes d'étape ou de groupe à Guimaëc, Morlaix et Plougasnou
- un projet d'extension de parc résidentiel de loisirs (PRL) à Pleyber-Christ

Appui aux activités sportives et de loisirs

- Surfing Locquirec : suivi du projet de développement de l'école de surf

Les démarches de qualification

- Accessibilité et label Tourisme et Handicap : 5 dossiers en cours
- Tourisme durable : 1 demande en cours
- Accueil vélo : 4 renouvellements

9 premiers contacts pour de futurs projets privés

7 « packs accompagnement » signés en 2019.

Conseiller, évaluer, orienter et aider les porteurs de projets dans un environnement qui se complexifie, tel est l'objectif de cette nouvelle prestation que propose la Maison du tourisme aux professionnels, grâce à l'expertise multidisciplinaire de ses équipes.

Avec la prise de compétence du PLUi par Morlaix communauté et son étude en 2018, de nombreux partenaires et porteurs de projet se sont tournés vers l'office de tourisme, qui s'est fait l'interface entre les questionnements et les contraintes économiques des professionnels et le service urbanisme de l'agglomération.

Les projets des communes

- Taulé : création d'un sentier accessible
- Auberge de jeunesse de Morlaix : réflexion sur les clientèles

Actions spécifiques aux côtés des communes

Carantec

- **Coordination du festival estival « Les Soirées Transat »** (programmation artistique, gestion technique et administrative, accueil des artistes et du public, actions de communication).
  En 2019, plus de 5000 personnes ont profité de ces six semaines d'animations gratuites !
- **Programmation d'animations ponctuelles** pour les petites vacances scolaires (rencontres ornithologiques, animations nature, ou encore jeu de piste).
- **Commercialisation de deux gîtes insolites emblématiques de la Baie de Morlaix :**
  – La maison du gardien de phare de l'île Louët depuis 2011
  – L'ancienne école de l'île Callot depuis 2018
  L'Office de tourisme assure la gestion des réservations, le suivi administratif et comptable, la communication, les relations presse et l'accueil des locataires.
  En 2019, 124 séjours ont été commercialisés par l'Office de tourisme pour les deux gîtes et 850 personnes ont ainsi pu profiter de ces lieux magiques.
  Nouveauté 2019 : pour faciliter la réservation, le paiement des séjours se fait désormais en ligne sur www.baiedemorlaix.bzh

Engagements pour une destination durable

Communiquer vers les publics
Communication approfondie sur l'offre de tourisme durable (pages du site web et réunions d'information des partenaires)

Tourisme et Handicap
Labellisation « Tourisme et Handicap » des Offices de tourisme de Locquirec, Carantec et Saint-Thégonnec

L'Office de tourisme est toujours plus engagé en marquant définitivement au sein de sa démarche Qualité, des actions en faveur de la diminution de son empreinte Carbone et de la préservation des ressources.

- Choix d'un véhicule de service hybride, incitation au covoiturage
- Impression des documents de promotion par des imprimeurs engagés à utiliser du papier certifié PEFC (gestion durable des forêts)
- Formation des saisonniers à la politique interne de développement durable
- Recyclage du papier par l'intermédiaire de l'association Terre d'Espoir : plus de 3 tonnes de documents produits en interne et par nos partenaires institutionnels et professionnels recyclées. Ce recyclage permet de participer au financement d'actions humanitaires au bénéfice de l'enfance en détresse
- Déchets toxiques recyclés via des filières reconnues : cartouches et toners avec Conibi ; piles, ampoules et électronique via les lieux de collecte.
- Politique d'achats groupés, écologiques et/ou locaux pour diminuer l'impact écologique (entretien) et valoriser l'économie locale à travers nos partenaires (café, cidre et jus de fruits, gâteaux et chocolat…).
- Participation aux Universités du Tourisme Durable à La Rochelle
- Réflexion au projet de location de vélos « longue durée »

Depuis 2017, l'Office de tourisme Baie de Morlaix est membre de l'association Acteurs du Tourisme Durable (ATD), garant d'un engagement actif et concret de ses membres pour un tourisme durable.

ATD
acteurs du tourisme durable

Relais vers les professionnels

- Contribution au déploiement des actions régionales et communautaires en faveur des déplacements doux
- Sensibilisation des professionnels aux actions de développement durable.

L'Office de tourisme communautaire Baie de Morlaix, c'est...

Type
Office de tourisme communautaire en EPIC (établissement public industriel et commercial)

Création
2008

Localisation
les 26 communes de Morlaix Communauté, sur le Pays de Morlaix, labellisé Pays d'Art et d'Histoire

Distinctions
Marque Qualité tourisme (2017)

Classement Catégorie 1 (2015)

Ressources humaines

21

ETP (équivalents temps plein)
dont 3 agents mis à disposition

15

saisonniers

8

stagiaires accueillis

10

formations suivies,
soit 323 heures de formation

- Professionnalisation : accompagnement et développement du service commercialisation
- Organisation du temps de travail Accompagnement des partenaires

Pilotage

- Comité directeur, composé d'élus et de socio-professionnels (21 membres), réuni à 6 reprises
- 12 commissions locales réunies à Morlaix, Carantec, Locquirec, Plougasnou, Guerlesquin, Saint-Thégonnec, avec groupe de travail Qualité (GTL)
- Réflexion sur une organisation interne par pôle
- Séminaire Qualité : avant l'audit et en fin d'année

Audits et analyses

- Poursuite des audits ergonomiques sur les sites de Morlaix et Plougasnou
- Suite à l'audit, mise en place d'un plan de sauvegarde des données
- Réflexion sur l'installation d'un Back-Office centralisé

Les membres du Comité directeur

Il est composé de 21 membres : élus (11) et socio-professionnels (10)

Le Bureau est composé du Président, des Vice-Présidents et des référents.

Élus - titulaire / suppléant(e)

Yves Moisan (Président) /
Nathalie Bernard

Clotilde Berthemet (référente Carantec) /
Marie-Pierre Guivarch

Efflam Mahé (référent Locquirec) /
Margot Borgne

René Le Tallec (référent Plougasnou) /
Chantal Morvan

Annie Piriou (Vice-Présidente et référente Morlaix) /
Christiane Léon

Martine Gireault /
Marc Rousic

Madeleine Corre /
Jean-Luc Jeffroy

Marylaure Pouliquen (référente Saint-Thégonnec) /
Joseph Irrien

Sébastien Marie /
Véronique Perreira

Gildas Juiff (référent Guerlesquin) /
Rolande Le Houerou

Thierry Piriou /
José Guével

Socio-professionnels, par secteur d'activité titulaire / suppléant(e)

Découverte touristique

Caroline Leroy-Deniel /
Michel Clec'h

Loïc Quemener /
Yvon Tallec

Hébergements

Catherine Galichet /
Guillaume Pellerin (Vice-Président)

Danielle Mugnier /
représentant titulaire à désigner

Stéphanie Pinçon /
Sylvie Lucienne

Yvette Le Moal /
Jeanne Moreau

Loisirs & sports

Ernest Le Bris /
Gaël Le Cleac'h

Équipements touristiques

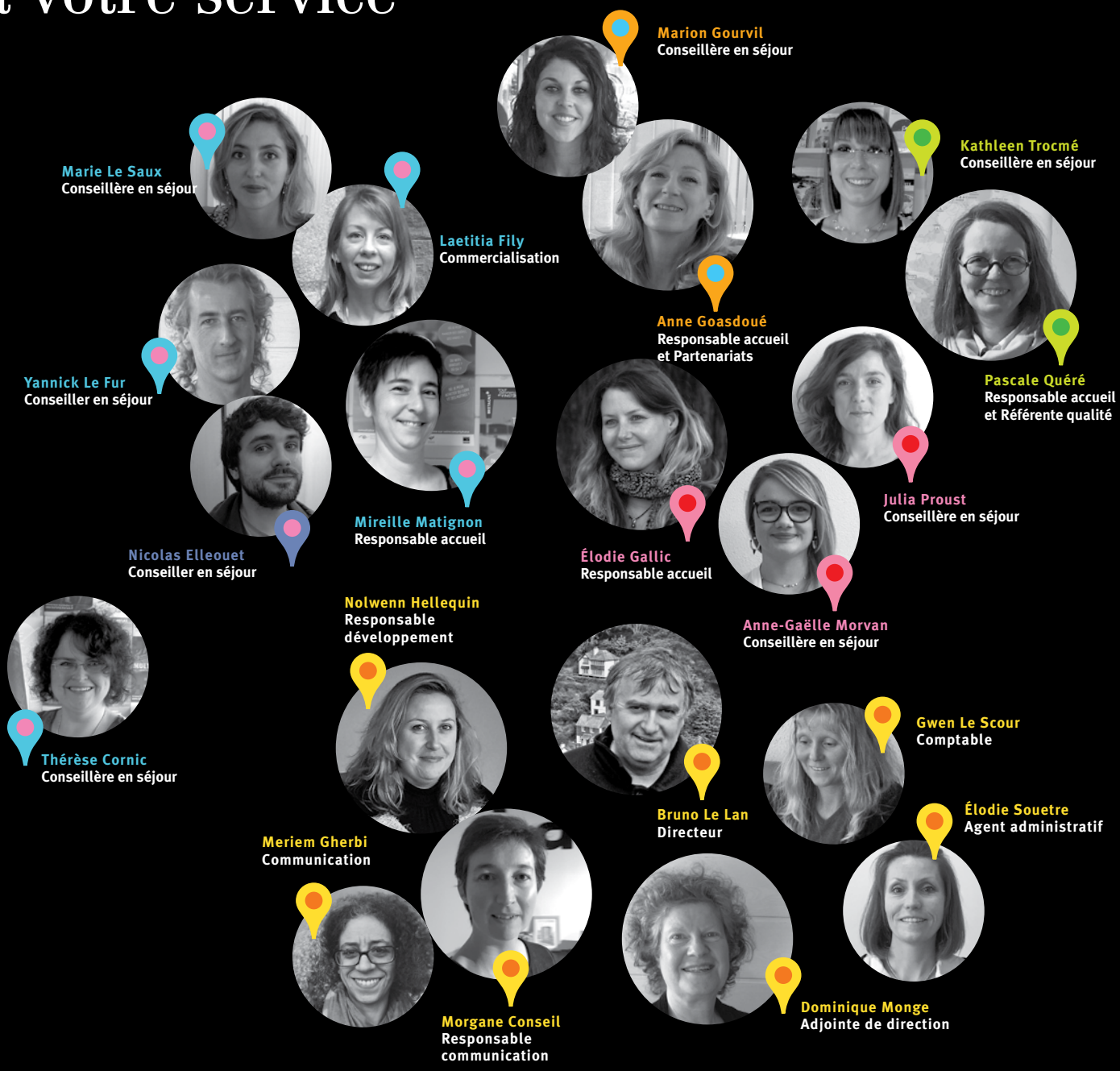
Jean-Yves Teurnier /
Jean-Pierre Corre

Claire Prijac /
Fabien Lezec

Restauration & commerces

Alain Scarella /
Isabelle Conseil

Une équipe à votre service



rodhamine

NOUS CONTACTER

Offices de tourisme

Morlaix
Maison Penanault
T 02 98 62 14 94
morlaix@tourisme-morlaix.bzh
MorlaixTourisme

Carantec
T 02 98 67 00 43
carantec@tourisme-morlaix.bzh
CarantecTourisme

Locquirec
T 02 98 67 40 83
locquirec@tourisme-morlaix.bzh
LocquirecTourisme

Plougasnou
T 02 98 67 35 46
plougasnou@tourisme-morlaix.bzh
PlougasnouTourisme

Saint-Thégonnec
(avril à octobre)
T 02 98 79 67 80
stthegonnec@tourisme-morlaix.bzh
SaintThegonnecTourisme

Guerlesquin
(juillet et août)
T 02 98 72 84 20
guerlesquin@tourisme-morlaix.bzh
GuerlesquinTourisme

Service Développement et Communication

Maison du tourisme
Baie de Morlaix Monts d'Arrée
5 allée Saint-François
29600 Saint-Martin-des-Champs
T 02 98 79 92 92
bienvenue@tourisme-morlaix.bzh

- **Partenariats**
partenariats@tourisme-morlaix.bzh
- **Développement**
developpement@tourisme-morlaix.bzh
- **Commercialisation vers les Groupes**
groupes@tourisme-morlaix.bzh

BAIE DE MORLAIX
#PLOUGASNOU #LOCQUIREC #MONTSDARREE
#CARANTEC #MORLAIX
BRETAGNE

baiedemorlaix.bzh