Bilan d'activité 2022

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

Accueil des publics

2022, une année de référence

Après deux années impactées par la crise sanitaire, un contexte international tendu (guerre en Ukraine, hausse des prix de l'énergie, changement climatique) et les difficultés de recrutement rencontrées par de nombreux professionnels, l'année 2022 s'annonçait compliquée. Contre toute attente, les accueils de l'Office de tourisme de la Baie de Morlaix affichent de très bons résultats de fréquentation, quasiment identiques à 2019, année de référence pré-covid. La Bretagne a su tirer son épingle du jeu et séduire les français en quête d'évasion.

Le centre de gestion des appels téléphoniques

Ouvert d'avril à début novembre, il a pris en charge les lignes des accueils de Morlaix, Carantec et Plougasnou.

Plus de 6550 demandes comptabilisées en 2022. Elles ont été traitées par téléphone à 89%, 6% par mail et 5% par courrier. Concernant les profils des appelants, 71% sont des touristes, 12% des locaux et 14% des professionnels.

Les demandes sont principalement françaises et émanent de la région Bretagne.

Sur les **demandes d'hébergement**, 22% concernent les chambres d'hôtes et 20% les meublés. L'hôtellerie classique totalise 15% des demandes. On constate une augmentation des demandes d'hôtellerie de plein air en saison par rapport à l'an dernier (+ 39%) en raison de la météo très exceptionnelle.

Côté loisirs, 20% des demandes concernent les animations, fêtes et spectacles, 14% le patrimoine culturel. 12% des demandes sont orientées vers les loisirs vélos, voies vertes et 8% sur la randonnée plus spécifiquement. Enfin, 11% des demandes sont liées aux visites des îles et des croisières.

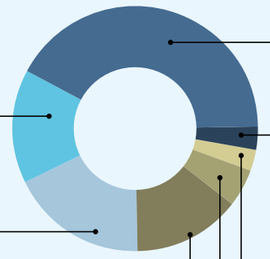
17% des **demandes pratiques** concernent les transports, 16% la billetterie (réservation de visites guidées, d'excursions pour l'Ile de Batz, visites ostréicoles, etc), des renseignements également sur le Château du Taureau et les horaires de passage pour l'île Callot.

Nos clientèles et leurs demandes

47 077
contacts dans les OT (par téléphone, mail, réseaux sociaux, chats en ligne ou au comptoir) ont généré

117 690
demandes (un visiteur ayant souvent plusieurs demandes)

Répartition des contacts reçus par les Offices de tourisme



- **43%** Morlaix
- **16%** Carantec
- **3%** Les Points I (Plounéour-Menez, Pleyber-Christ et Plougonven)
- **17%** Plougasnou
- **3%** Guerlesquin
- **14%** Locquirec
- **8%** Saint-Thégonnec

Parmi ces demandes, on note :

6 500 demandes concernent les hébergements

6 000 demandes pour les sorties en mer

9 400 demandes pour les animations et évènements

5 700 demandes relatives à la restauration et aux commerces

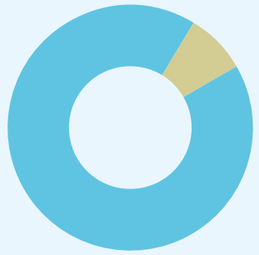
19 350 demandes concernent le patrimoine culturel

4 000 pour le transport

8 500 demandes concernent le patrimoine naturel

23 500 demandes concernent les randonnées et balades

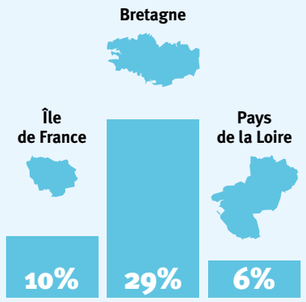
Répartition de la clientèle



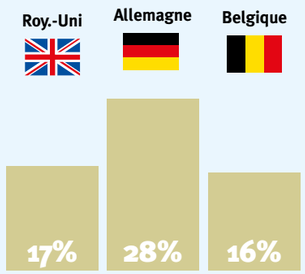
88% de Français

12% d'étrangers

Par régions



Par pays



Ouverture au public

319
jours par an
(sur la base de Morlaix)

10 920
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 les Points I de Plounéour-Menez, Pleyber-Christ et Plougonven en juillet et août.

Les bornes tactiles

4 bornes sont installées devant les Offices de tourisme de Morlaix, Carantec, Locquirec et Saint-Thégonnec.

Ces bornes diffusent des informations pratiques aux visiteurs afin d'assurer une continuité de l'accueil lorsque nos bureaux sont fermés. On y retrouve tous les renseignements utiles tels que : les hébergements, la restauration, les commerces, les plans de ville, les activités de loisirs, l'agenda des manifestations, les horaires de marées, la météo, etc.

Les 6 bornes en quelques chiffres :

- 7 000 visites
- 48 000 pages vues
- 50 500 actions réalisées par les visiteurs (recherches, téléchargements, clics sur des liens)

Part des visites selon les lieux d'implantation :
Gare de Morlaix bâtiment voyageurs : 29 %
Office de tourisme de Carantec : 29 %
Office de tourisme de Saint-Thégonnec : 20 %
Office de tourisme de Morlaix : 8 %
Office de tourisme de Locquirec : 8 %
Gare de Morlaix parvis Sud : 3,5 %
Gare de Morlaix parking Nord : 2,5 %

L'accueil hors les murs

Cet été, l'accueil « hors-les-murs » enregistre **718 demandes en juillet et août**. La météo très favorable nous a facilité la mission en extérieur !

Toujours présent sur les marchés de Plougasnou, Locquirec et Carantec où la fréquentation reste la plus importante, l'Office de tourisme est aussi allé à la rencontre des visiteurs sur certains **sites touristiques clés** (retour de plages, spots de randonnée, Domaine du Treuscoat, Écomusée de Plouigneau, etc.). La **documentation diffusée** lors de ces accueils répond à une demande d'informations pratiques, d'activités de loisirs et de découverte : horaires de marées, carte touristique, plans de ville, agenda des animations, brochure « Itinéraires et balades » et « Balades à Morlaix ».

Le public trouve cette démarche très intéressante, les retours sont positifs. En effet, **les touristes sont réceptifs** et les locaux sont intrigués et ravis de l'**initiative de l'Office de tourisme de venir à la rencontre du public**. La saisonnière dédiée à cette mission a assuré également **la diffusion de notre documentation auprès de nos partenaires (plus de 28 000 brochures diffusées cet été.)**

En 2022 un **partenariat avec le garage Citroën Somoda Morlaix** nous a permis d'assurer cette mission avec un véhicule 100% électrique ë-C4 qui a sillonné la Baie de Morlaix tout l'été et parcouru près de 3000 km !

L'opération « hors-les-murs » chez les grands hébergeurs a été remise en place après deux années d'arrêt en raison de la crise sanitaire. Ces animations ont bien fonctionné durant l'été. Nous avons réalisé au total 30 passages chez six grands hébergeurs identifiés et souhaitant participer à ces opérations.

Nous avons principalement accueilli des familles lors de ces rencontres et à 52%, des primo-visiteurs.

La billetterie a bien fonctionné avec **un chiffre d'affaires de près de 4000 €**.

La promotion et la communication

Notre Office de tourisme a bénéficié de la notoriété de la Bretagne en co-finançant des actions de promotion du Comité Régional du Tourisme sur les marchés français et étranger.

Un premier partenariat éditorial avec le magazine en ligne **« Voyage Family »** a été mis en place pour valoriser la Baie de Morlaix auprès des familles. Un article a été publié en collaboration avec l'Office de tourisme du Léon. Environ 60 000 personnes touchées via une newsletter et plus de 26 000 personnes touchées sur les réseaux sociaux.

Un partenariat en ligne avec le média **Petaouchnok**, présent sur Instagram, avec une communauté de 165 000 personnes, nous a permis de valoriser Carantec, Plougasnou et Locquirec. 1 million de personnes touchées sur les 9 campagnes orchestrées en Bretagne.

Une action sur le marché Belge a eu lieu avec des influenceurs **« Les Baroudeurs Liegeois »** désireux de découvrir une Bretagne hors des sentiers battus, ciblant les jeunes actifs. Nous avons pu mettre en valeur les Monts d'Arrée, Saint-Thégonnec, le Domaine du Treuscoat et ses hébergements insolites. 4 articles publiés sur leur blog et de nombreux posts sur les réseaux sociaux.

Enfin, dans le cadre du projet Experience, nous avons participé à **un événement presse au Restaurant Mersea à Paris** au mois de novembre. Nous avons pu valoriser auprès des 50 médias présents de nombreuses **« Expériences uniques en Baie de Morlaix »**. Les produits de nos partenaires : Grain de Sail, Maison Le Goff et l'Herberaie étaient accessibles à la dégustation et offerts aux journalistes présents. Un dossier de presse ainsi qu'un carnet de séjour leur ont été remis à cette occasion.

Les éditions

Les documents sont diffusés dans nos 5 Offices de tourisme, dans nos Points I, chez nos partenaires locaux, dans les Offices de tourisme voisins, lors des événements auxquels nous participons. Ils sont également adressés par courrier ou par mail en réponse aux demandes d'informations.

- **« Itinéraires et balades en Baie de Morlaix Monts d'Arrée »** 20 000 ex. en français
- **« Balades à Morlaix »** 20 000 ex. en français
- Journal des activités **« Vivez vos expériences »** 32 pages – 18 000 ex. 115 annonceurs partenaires
- **Guide des hébergements** 5 000 ex.
- **Guide des restaurants** 10 000 ex.
- **Plans de ville** pour Morlaix, Carantec, Locquirec et Plougasnou (entre 5 000 et 15 000 ex.). **Nouveauté en 2022** : création d'un plan pour Saint-Thégonnec.
- **Agenda** 12 000 ex.
- **Horaires des marées**, 12 500 ex. avec l'Office de tourisme de Roscoff Côte des Sables, Enclos Paroissiaux

Salons 2022

L'Office de tourisme a participé à plusieurs opération de promotion grand public en partenariat avec le réseau Sensation Bretagne :

- Salon International de l'Agriculture à Paris (plus de 500 000 visiteurs sur 10 jours)
- Salon Lyon Rando

Le Salon de Rennes a été annulé et reporté en 2023.

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 contenus sur demande** (textes ou photos) pour la rédaction d'articles.

115 contacts avec la presse nationale et sur le web

- **1 accueil presse écrite Belge** (AS Adventure)
- **8 accueils presse écrite nationale** (Terre Sauvage, Libération, Rustica, Le Routard, Infotravel, La vie est belle, Télé 7 jours, Association des journalistes indépendants)
- **3 accueils de reportage TV** (France 3 - France 3 Bretagne et Météo à la carte)
- **Publications identifiées** : 32 en presse écrite, 32 sur le web, 5 reportages TV, 2 passages radio nationale (RTL et Europe 1) et 3 régionale (partenariat France bleu)
- **Prise de contacts** : près de la moitié des demandes presse sont traitées en direct par l'Office de tourisme (51%), 31 % via le réseau Sensation Bretagne, 13% via le CRT, 14 % via l'agence départementale F360 et 6% via d'autres réseaux (comme Vélos & Territoire pour la Vélomaritime)
- **5 accueils de blogueurs-influenceurs**

  En direct : Yanntoutcourt, prof d'histoire, Tiktokeur (plus de 680 000 abonnés) pour une visite de l'Enclos de Saint-Thégonnec

  En partenariat avec F360 : Gilles Pudlowski, critique gastronomique réputé à l'international

  En partenariat avec le CRT : Baroudeurs Liegeois, influenceurs belges pour une découverte nature (Saint-Thégonnec, VTT dans les Monts d'Arrée, Domaine du Treuscoat)

  Brock and Betty, influenceurs anglais

  Globus Liebe, influenceur allemand

Près d'1 Million de pages vues sur notre site internet !

Depuis baiedemorlaix.bzh, 33 450 actions directes réalisées sur les pages de nos partenaires : 58% pour accéder au site web professionnel, 33% pour localiser (Google Maps), 5% pour déclencher un appel téléphonique et 4% pour écrire un mail

baiedemorlaix.bzh

Le site baiedemorlaix.bzh ne cesse d'accroître son audience avec une **augmentation du nombre de sessions de 5% en 2022.**

On compte 35 000 visiteurs supplémentaires cette année. Le nombre de pages vues est légèrement en baisse et s'explique certainement par les dysfonctionnements liés aux webcams. En effet, il y a eu en 2022 une interruption de service des webcams de Carantec, Plougasnou et Locquirec pendant plusieurs semaines. Ce qui a impacté la fréquentation du site.

Expériences uniques en Baie de Morlaix Nouveauté 2022 : une nouvelle identité graphique liée au projet Experience a vu le jour et a été déployée courant octobre sur le site internet et sur les réseaux sociaux. Accompagnée par la mise en place d'articles pour la valorisation des animations et des séjours estampillés **« Expériences uniques en Baie de Morlaix »**.

La version allemande de notre site internet totalise 20300 pages vues. Le site en anglais comptabilise 23000 pages vues en 2022 soit une fréquentation identique par rapport à l'année précédente.

Quelques chiffres

- **464940 sessions, 336347 visiteurs** ont consulté **937275 pages** sur l'année
- 89% de visiteurs français
- **63% des visites se font sur un smartphone** (6% de plus par rapport à l'année dernière) avec un pic à 75% au mois d'août (7 points de plus qu'en 2021)
- **Pages les plus consultées :** l'île Louët (location de la maison du gardien du phare), les webcams, les incontournables, l'agenda, le GR 34, les marchés et produits du terroir, les excursions en mer.

Facebook

- **37 607 abonnés** sur l'ensemble des pages, **23,5 %** de plus par rapport à 2021
- Poursuite du travail engagé sur la page Destination Baie de Morlaix avec un développement de l'audience **(6828 abonnés, + 30 % vs 2021)** et une augmentation de la couverture (près de 250 000 vues uniques de nos contenus).
- La portée de chaque post est évaluée, des records ont été atteints avec ces publications entre **26 000 et 50 000 vues** : la nouvelle vidéo Sensation Bretagne de Carantec, Plougasnou et Locquirec, le *Bretagne Magazine* avec en couverture La Vélomaritime à Térénez, le poisson d'avril annonçant l'ouverture d'une tyrolienne au dessus de la rivière entre Locquénolé et Plouezoc'h, sans oublier la sortie de notre vidéo « Et toi, c'est quoi ton plan pour cet hiver ? » (voir ci-contre).

Instagram @baiedemorlaixtourisme

- **12 676 abonnés en fin d'année**, la communauté a augmenté de près de 8% en 2022 !
- **Stratégie éditoriale :** repost des contenus des Instagrameurs et valorisation du #Baiedemorlaix.

Des vidéos pas comme les autres…

- 1 vidéo produite par le réseau Sensation Bretagne pour valoriser la Baie de Morlaix auprès du grand public a été diffusée et sponsorisée en janvier avec une belle audience : plus de 26 000 impressions enregistrées.
- 1 vidéo décalée **« Et toi c'est quoi ton plan pour cet hiver »**, réalisée dans le cadre du projet Experience, **en appui à la première campagne de communication automne-hiver initiée par notre Office de tourisme**. Un ton humoristique pour faire valoir les séjours et les activités en Baie de Morlaix d'octobre à mars. Un franc succès sur les réseaux sociaux avec une portée organique de près de 50 000 impressions (nombre de fois où la publication est apparue à l'écran) et 39 000 couvertures (nombre de personnes qui ont vu la vidéo) et plus de 7 500 interactions générées. Le tout sans aucun sponsoring ! Cette vidéo a également été diffusée sur grand écran au Cinéma La Salamandre à Morlaix, en avant-programme pendant les vacances de Noël.
- 9 vidéos thématiques, réalisées par nos stagiaires, dans le cadre de notre opération de promotion **« C'est Noël AVENT l'heure »**. Le but étant de valoriser les commerçants de la Baie de Morlaix à l'approche des fêtes en suggérant des idées cadeaux au public. Elles totalisent près de **24 000 impressions** sur nos pages Facebook. Cette année, afin de booster l'audience, un séjour dans le gîte de l'Ile Callot était offert par tirage au sort, en partenariat avec la Mairie de Carantec.

La commercialisation

Les professionnels

500 partenariats
ont été conclus en 2022, pour la promotion des activités des professionnels. Ce réseau participe activement à la notoriété et à l'attractivité de la destination

115 000 €
de chiffre d'affaires généré par l'ensemble des partenariats

238
liés à l'hébergement

59
restaurants

203
commerces, équipements culturels et de loisirs

Un travail de collaboration au quotidien

La valorisation et la promotion de nos partenaires reposent sur une stratégie de communication multi-supports et une collaboration très étroite avec les professionnels. À chaque étape de son parcours, le client est mis en relation avec nos partenaires : sur Internet pour préparer son séjour ou profiter sur place, à l'accueil pour acheter des prestations ou être invité à consommer chez nos partenaires.

- **Les contenus thématiques** sur le site Internet www.baiedemorlaix.bzh associent systématiquement des professionnels en lien avec les thèmes développés.
- **Les opérations de communication spécifiques** (Noël, Saint-Valentin, Pâques, etc.) dont les contenus sont relayés sur nos réseaux, conquièrent une visibilité croissante.
- Les 6 pages Facebook des stations ont relayé **l'actualité des partenaires** toute l'année.
- **Le Rest'Open** : chaque mois, les 59 restaurateurs partenaires ont été invités à nous communiquer leurs périodes d'ouverture, horaires de service, nouveautés et particularités.Ce dispositif diffusé aux restaurateurs et hébergements à la nuitée, il est aussi affiché sur les vitrines des offices. Nouveauté 2022 : il est désormais accessible sur notre site Internet.
- **Disponibilités de dernière minute** : pendant les périodes d'affluence, ce dispositif concernant la disponibilité en dernière minute des hôtels, chambres d'hôtes, gîtes d'étape et campings du territoire est affiché à l'extérieur de chaque office.
- **La diffusion des brochures** dans lesquelles nos partenaires figurent, a été réalisée chez 60 hébergeurs et équipements de 1er plan, avec un renforcement de cette diffusion en été.
- **Hors les murs** : la présence d'un conseiller en séjour chez certains de nos grands hébergeurs, pour le conseil, la valorisation des partenaires, et la vente de billetterie.
- **Les accueils presse** : un important vecteur de valorisation de nos partenaires.

Une veille constante

L'espace pro du site internet www.baiedemorlaix.bzh.com est un centre de ressources pour nos partenaires :

Un travail en lien avec nos réseaux institutionnels (OTB, OT29) et la collectivité est réalisé toute l'année :

- **La création de cahiers pour les « Meublés de tourisme » et « Chambres d'hôtes »** afin d'y répertorier les obligations, les réglementations et la fiscalité liées à ces activités. Ils sont mis à jour chaque année, diffusés à l'ensemble de nos partenaires et présentés sur l'espace pro de notre site internet.
- **L'actualité pour les entreprises** (aides, dispositifs de la collectivité) relayée également sur l'espace pro, et auprès de nos partenaires en direct.
- **La stratégie de qualification de l'offre locative**, en lien avec les réseaux institutionnels et les évolutions de la clientèle : accueil vélo, tourisme et handicap, Chambre d'hôtes référence… produisant un panel d'offres toujours très qualifié :

Qualification des hébergements

- **84%** des locations saisonnières
  dont 17,5 % classées 4 étoiles ou plus
- **34 %** des chambres d'hôtes
- **94%** des hôtels
- **64%** des gîtes étapes
- **73%** des campings
- **66%** des résidences

Des projets inspirants au service de nos partenaires

Projet « Experience »
2022 a marqué la concrétisation, la mise en marché et la communication des ateliers expérientiels construits avec les professionnels dans le cadre du projet européen Interreg « Experience ».

La Semaine du Tourisme Économique et des Savoirs-Faire (STESF) a, quant à elle, vu sa 2e édition élargie à 2 semaines : du 24 octobre au 6 novembre. En 2022, 18 entreprises de la Baie de Morlaix ont rejoint cette opération régionale, dont 10 nouvelles. L'évènement a rencontré un vrai succès auprès du public.

- 65 créneaux de visites ont été proposés au public
- 711 participants au total (+ 27 %)
- 75 % des créneaux de visites étaient complets.
- 90,57 % de remplissage global.

L'Office de tourisme versera prochainement à la SNSM, 2 € par billet payant (sur 2,50 €)

La satisfaction de nos partenaires en quelques chiffres : un questionnaire adressé à nos partenaires fin octobre a recueilli 73 réponses.

98,6 % des répondants estiment excellente ou satisfaisante leur relation avec l'Office de Tourisme (en hausse par rapport à 2021).

Le degré de satisfaction de nos partenaires par rapport à l'**accueil, l'expertise et l'accompagnement de l'office de tourisme** est de 8,4 sur 10.

La satisfaction des partenaires sur la communication est estimée à 8,4 sur 10.

89% des répondants estiment leur fréquentation en hausse ou équivalente par rapport à l'année précédente, tout en observant une clientèle plus exigeante ou ayant besoin d'être rassurée.

La grande majorité des répondants ont le souhait de se rencontrer lors de journées thématiques ou d'échanges de documentation. Cette dernière sera reconduite en 2023 et d'autres projets sont à l'étude.

450 000 € TTC
de chiffre d'affaires (partenariats, billetterie, boutique, île Louët, île Callot, groupes…)

Billetterie

La billetterie se porte très bien en 2022, le chiffre d'affaire est en progression par rapport à 2019, année de référence avant la crise sanitaire.

191 660 €
de chiffre d'affaires dont

5 580 €
pour les **visites guidées** organisées par l'office de tourisme

116 240 €
pour les sorties en mer
(Château du Taureau, Île de Batz, les 7 îles, Finist'Mer, Amzer'zo, Vagabons de la Baie, les Vedettes Sirènes)

13 600 €
pour d'autres billetteries
(Océanopolis, Cairn de Barnenez, Récré des 3 curés, événements…)

Location de gîtes insolites

79 000 €
L'Office de tourisme assure le suivi de la location des gîtes de l'île Louët et l'île Callot

Location de vélos

55 000 €
de chiffre d'affaires.
Une année record !

Boutique

11 160 €

- Librairie, Produits dérivés
- Nos meilleures ventes : topoguides de randonnée à pied.

10 600 €
+30 % de vente en ligne
sur www.baiedemorlaix.bzh dont 70% d'excursions en mer (Île de Batz) et 25% 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.

Une destination orientée vers la qualité

Commercialisation

... vers les groupes

54 000 €
de chiffre d'affaires
(30 000 € de plus qu'en 2021)

Nous avons enregistré 120 demandes de groupes en 2022, une trentaine de plus qu'en 2021.

Sur ces 120 demandes, 78 contrats ont été signés auxquels il faut ajouter 3 reports de dossiers pour 2023 (soit 20 contrats de plus qu'en 2021). Nous retrouvons en 2022 un taux de transformation très positif de 67,5 % : les 2/3 des demandes aboutissent à un contrat, comme avant la crise sanitaire.

12 demandes de groupes sont restées au stade de l'information et du conseil, 17 dossiers ont été transmis directement aux partenaires concernés (apport d'affaires) et 10 dossiers ont été annulés.

Parmi les contrats 2022, on enregistre 8 séjours comprenant l'hébergement et les prestations de visites ou activités. Les autres contrats concernent :

- **des prestations sèches** (visites, randonnées, balades accompagnées, etc.) = 1/3 des ventes
- **des prestations combinées** (incluant dégustations, restauration, plusieurs sites ou partenaires), des journées voire des contrats d'activités sur plusieurs jours = 2/3 des ventes.

Nous avons vendu en 2022 environ 230 prestations dont 46 visites guidées de Morlaix, 51 prestations de restauration, 28 visites d'enclos paroissiaux, ou encore 12 ateliers de fabrication de tablettes de chocolat chez Grain de Sail.

2022 a vu le retour de la clientèle des « grands groupes » mais 40% des groupes comptent encore moins de 20 personnes.

Évolution de la stratégie de commercialisation :

Un travail a été mené sur la **création d'une nouvelle gamme d'offres de séjours pour mini-groupes et tribus,** alimentés par le projet européen Expérience. Basés sur les nouvelles tendances de rencontres, partage, slow tourisme, convivialité et nature, ces séjours en famille ou entre amis apparaissent désormais sur notre site internet. Ces packages se veulent « dynamiques », c'est à dire qu'ils peuvent être modulés pour répondre parfaitement aux demandes des groupes.

... vers les clientèles en séjour

Le programme de visites produit par l'Office de tourisme est axé sur **8 thèmes de visites** valorisant les richesses du territoire : visites de la Maison Penanault, de la Manufacture des Tabacs, de la ville de Morlaix, le Morlaix Arts Tour, visites ostréicoles à Carantec, Plougasnou et Plouezoc'h, visites ludiques en famille à Saint-Jean-du-Doigt, visites thématiques à Guerlesquin.

95 visites ont été proposées en 2022
(sur 188 programmées). **Elles ont regroupé 1000 participants.** Maintenues en 2020 et 2021 alors que le nombre d'animations sur le territoire était faible, elles se sont vues concurrencées cette année par le nombre très important d'autres visites et animations mais ont pu toutefois maintenir le cap.

Toutes ces visites guidées sont proposées en vente en ligne sur notre site web, support de réservation très apprécié du public pour ce type de prestation.

Par ailleurs, l'Office de tourisme valorise en billetterie d'autres visites proposées par ses partenaires.

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 Penanault et de la Manu**. Pour la Maison Penanault, un programme prévoit 2 visites tous les mercredis et tous les derniers samedis du mois toute l'année + tous les samedis en juillet et août. Les visites de la Manu ont été programmées le jeudi à 14h30, du 7 juillet au 25 août (sauf 14 juillet).

En 2022, 68 visites de la Maison Penanault ont été réalisées sur les 141 possibles. Ce qui représente 281 participants. 63% de ces visites sont guidées par le personnel de Morlaix Communauté, 37% par le personnel de l'Office de tourisme.

7 visites de la Manu ont été proposées pour un total de 95 participants.58% guidées par le personnel de Morlaix Communauté et 42% par le personnel de l'Office de tourisme.

Valoriser l'offre de billetterie au plus près du client

En 2022, 30 passages chez 6 grands hébergeurs ont eu lieu lors des opérations « hors les murs ».

Marque Qualité Tourisme : audit mystère dans nos Offices de Tourisme !

QUALITÉ TOURISME

L'Office de tourisme Baie de Morlaix a renouvelé la marque Qualité Tourisme à la suite de l'audit complet en novembre 2020.

Les 16 et 17 juin dernier, les sites d'accueil de Carantec, Locquirec, Morlaix, Plougasnou et Saint-Thégonnec, ont été audités dans le cadre de l'audit mystère. Cette dernière étape de la démarche était attendue par les équipes avec beaucoup de stress !

L'agence Incognito® a dressé un rapport très positif à la suite des visites mystères et des tests mystères menés à distance dans nos accueils. L'excellente note obtenue, soit un taux de conformité global de 93,20% confirme l'implication des équipes de l'office de tourisme pour répondre aux exigences de la marque Qualité Tourisme !

L'auditrice a par ailleurs relevé nos points forts. On notera la bonne situation de nos bureaux et leurs agencements (propreté des lieux, clarté de l'affichage...), l'excellente connaissance du territoire dans les accueils, l'affichage de la carte Baie de Morlaix utilisé lors des échanges avec le public, notre engagement pour le développement durable, le programme Experience.

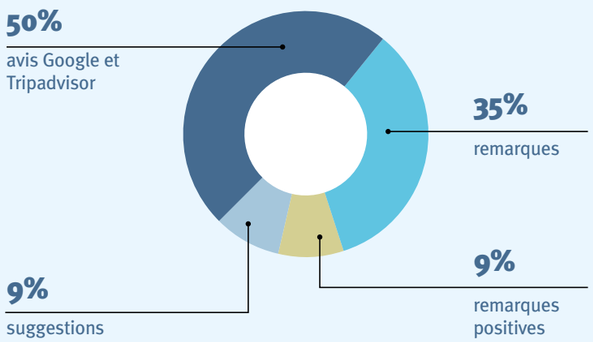
Lors de la visite mystère,l'auditrice a vérifié site par site, les critères obligatoires de l'écoute client : le suivi de le-reputation, le suivi de la satisfaction, le suivi des réclamations.

La satisfaction client au cœur de tous nos services !
L'Office de tourisme Baie de Morlaix poursuit son écoute client tout au long de l'année à l'échelle de chaque service ! Étendre « une culture client » au sein de la structure sous-entend l'implication de l'ensemble des équipes. Nous travaillons aujourd'hui sur de nouveaux process et outils de mesure de la satisfaction client. La création de nouveaux indicateurs nous permettra, à moyen terme, une meilleure analyse des données et de mener des mesures correctives plus rapidement.

Écoute clients

- Nous suivons l'évolution de la satisfaction client sur l'ensemble de nos services et sommes à l'écoute de nos visiteurs et clients. Les remontées d'informations permettent de suivre les évolutions de la satisfaction et de mener les actions correctives rapidement.
- L'e-réputation : après leur passage, les visiteurs rédigent régulièrement un avis sur les services de nos Offices de tourisme sur des sites d'avis comme Tripadvisor ou Google my Business.
- Sur la saison 2022, nous enregistrons peu de retours sur Tripadvisor, cependant la Maison Penanault a reçu le Certificat d'excellence pour la qualité de ses services et prestations.
- 125 avis ont été déposés sur Google my Business. Les Offices de tourisme veillent, suivent régulièrement les commentaires sur ces sites et y répondent en apportant une réponse personnalisée et constructive.

266 retours clients sur l'ensemble de la destination



Ingénierie de développement

Nous travaillons ici le développement de l'offre touristique, en apportant expertise et accompagnement aux porteurs de projets touristiques. L'événement qui a marqué l'année 2022 est la création, pour la première fois, d'une offre « hors saison » et « expérientielle». Ce qui a permis de proposer une offre plus dense à l'intérieur du territoire. En parallèle, nous relayons les dispositifs d'aides économiques des collectivités, de Morlaix Communauté, de la Région Bretagne ou encore de l'ADEME qui apportent un soutien direct aux entreprises. Parfois, il s'agit d'animer des process qui peuvent profiter de manière indirecte à l'économie locale (« Destination Régionale » par exemple).

Morlaix Communauté

- En 2022, l'Office de tourisme a accompagné Morlaix Communauté dans la création d'un nouveau dispositif : **« Aide communautaire aux gîtes d'étape »**. La rénovation et la création sont soutenues à hauteur de 25 % des dépenses éligibles, tout type de portage inclus. Le premier dossier porté est le projet de **gîte d'étape communal au Cloître-Saint-Thégonnec.** Avec deux cadres financiers (avec « L'Aide à l'Immobilier Tourisme »), opérés par Morlaix Communauté, portant sur l'économie touristique, notre destination dispose d'excellents leviers pour accompagner les porteurs de projet, créateurs d'emploi. Un des meilleurs contextes en Bretagne.
- En 2022, le projet du **futur Office de tourisme de Carantec**, financé par Morlaix Communauté, sous la maîtrise d'ouvrage communale a pris un tournant, suite au report du projet de Musée Maritime. La programmation initiale sera maintenue sur site et devrait être achevée en 2024. Ce qui permettra à la commune « Station Classée de Tourisme » de disposer d'un espace d'accueil confortable, plus adapté à la fréquentation tout au long de l'année.
- Morlaix Communauté est maître d'ouvrage du projet de **rénovation de l'Auberge de Jeunesse**, exploitée par l'Association des Auberges de Jeunesse du Finistère. L'Office de tourisme a contribué à en faire un projet pilote au niveau régional autour du concept d'Auberge du Voyageur, pensé dans le cadre de l'agence régionale d'innovation « Ti Hub ». La programmation recevra ainsi un accompagnement méthodologique et financier de la Région, permettant une plus grande ouverture vers de nouveaux publics (habitants, étudiants, randonneurs sur le GR34 passant à proximité…)
- Enfin, depuis plusieurs années, malgré le Covid, le succès de la Bretagne ne se dément pas, permettant une augmentation des recettes de la taxe de séjour communautaire. Une réflexion, avec Morlaix Communauté, est en cours pour permettre à l'Office de tourisme de proposer un meilleur accompagnement des professionnels et d'être plus présent dans la commercialisation vers les agences de voyages.

Bretagne

- Implication dans le **comité éditorial** du site tourismebretagne.com
- Partenariat sur **des actions de communication** (salons, accueil d'influenceurs et de journalistes – voir promotion-communication).
- **Collaboration technique** sur le suivi opérationnel et sur les actions des programmes des véloroutes européennes, en plus de la participation financière de Morlaix Communauté partenaire de La **Vélodyssée et de la Vélomaritime**. Participation aux actions de communication via des reportages photos, guide de randonnée, accueil presse.
- Collaboration et suivi de la **stratégie régionale sur l'itinérance** : étude de positionnement des itinéraires bretons, organisation des services aux itinérants selon les préconisations de Vélo & Territoires.
- Convention de partenariat pour accompagner les professionnels du tourisme à bénéficier du **Fonds Tourisme Durable porté par l'ADEME**, dans le cadre du plan de relance de l'État. 2 dossiers accompagnés et déposés cette année, et le suivi des 3 précédents.
- Accompagnement du projet de rénovation de l'Auberge de jeunesse dans le cadre de l'agence « Hub » (voir ci-contre).

Destination Côte de Granit Rose Baie de Morlaix

2022 était une année de transition pour la Destination « Côte de Granit Rose – Baie de Morlaix » dont le territoire a été défini par la Région Bretagne. Les trois projets en cours depuis 2021 ont fortement évolué :

- Seconde année pour **l'Appel à Projets « Hébergement Itinérance »** qui a permis le financement régional de cabanes « randonnée » dans les campings, dont 4 projets sur notre territoire
- Poursuite du projet **« Destination Trail »** : mise en place des circuits « Trail » dont 10 sur notre territoire, site internet (https://espacestrail.run/ fr/bretagne-cotegranitrosebaiemorlaix), conception de l'application dédiée et travail finistérien autour de la signalétique
- Maturation du **Schéma Directeur du Nautisme** avec les territoires de Lannion, Perros-Guirec et Roscoff, qui a permis d'entrevoir des actions nouvelles des professionnels de la filière.

La Région a choisi la mise en place pour les **Destinations Régionales de plans pluriannuels pour la période 2023-2025** et d'y intégrer les enjeux « Nautisme », « Tourisme Social et Solidaire » et autres réflexions sur des sites à enjeux. Des ateliers de créativité ont été proposés par l'agence régionale entre juillet et décembre 2022, auxquels ont participé quelques professionnels locaux. Ce qui a permis de dégager quelques actions à mettre en œuvre qui seront finalisées début 2023 et donneront lieu à la signature d'une convention entre collectivités, accompagnée de nouvelles contraintes et opportunités budgétaires.

Finistère

En 2022, les Offices de tourisme de la Baie de Morlaix et de Roscoff ont collaboré avec le conseil départemental pour assurer la participation du territoire aux comités d'itinéraires de la Vélodyssée et de la Vélomaritime.

Participation de l'Office de tourisme à l'action **« Passeport de la Vélodyssée »**, et participation à la journée des **10 ans de la Vélodyssée** à la Rochelle, et au comité de pilotage (représentation de l'Office de Tourisme et de Morlaix Communauté).

Développement des activités de pleine nature

- Pour la première fois en 2022, un Office de tourisme a passé un contrat avec une agence de location de vélo un peu particulière. Il s'agit de l'agence **« Abicyclette »** qui permet à des clients de **louer un vélo dans une ville et de le déposer à destination,** dans une autre ville, permettant aux clients de voyager en train, avec leurs seuls bagages en dehors du parcours de découverte.
- Poursuite du **partenariat pour la location de vélos de loisirs avec Les Vélos de la Baie** (entreprise localisée à Plufur, 22). Une saison qui a bien commencé, la clientèle connaissant le service. Les vélos sont présents sur les offices principaux toute l'année.
- Avec les services du **Parc Naturel Régional d'Armorique**, nous participons au projet de création d'un **séjour pour randonneurs dans les Monts d'Arrée** et à la réflexion sur les accès aux sites sur les landes près de la ligne de crête (ex : Roc'h Trévézel).

Appui aux projets

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

- Plusieurs projets de création de chambres et de meublés de tourisme ont été accompagnés par l'Office de tourisme
- Plus de 18 dossiers financés sont suivis par l'Office de tourisme, dont les nouveaux dossiers 2022 :

Les dossiers privés
- 2 campings (Plouegat-Guerrand, Locquirec)
- 3 hôtels (Morlaix, Locquirec, Carantec)
- 2 restaurants (Locquénolé, Plouégat-Moysan)

Les dossiers publics
- Gîte d'étape municipal au Cloître Saint-Thégonnec
- Auberge de Jeunesse de Morlaix
- Ecomusée de Plouigneau

Les démarches de qualification

Tourisme durable : accompagnement de trois établissements (meublés de tourisme, hôtels, restaurants) pour la mise en place d'une stratégie de développement durable.

Labellisation « Accueil Vélo » de nos Offices de tourisme locaux (Morlaix, Locquirec, Plougasnou, Carantec).

Actions spécifiques aux côtés des communes

Sensation Bretagne à Carantec, Plougasnou et Locquirec

Financement et suivi des opérations de communication dans le cadre du réseau Sensation Bretagne.

Pour Carantec, conception du programme des animations d'été pour la commune de Carantec dont « Le Festival Place Aux Mômes ».

Pour Plougasnou, suivi administratif de « Place Aux Mômes », accueil et catering pour les troupes.

Guerlesquin
Financement de 20% d'un temps plein sur un poste d'accueil, à la mairie de Guerlesquin. Financement et organisation du point « i » en juillet et août.

Pleyber-Christ
Financement du poste d'accueil touristique à la Salle Anne de Bretagne en juillet et août.

Plounéour-Ménez
Convention d'accueil avec l'EPCC «Chemins du Patrimoine en Finistère», pour l'Abbaye du Relec à Plounéour-Ménez.

Plougonven
Financement et organisation du point « i » en juillet et août, intégrant une découverte de l'enclos paroissial.

Plougasnou et Morlaix
Accompagnement sur le volet tourisme des dossiers « Station Classée de Tourisme », obtenu par Plougasnou en 2022 et présenté par Morlaix en 2023

Projet Experience

Depuis 2019 et jusqu'en 2023, l'Office de tourisme est impliqué dans le projet européen « Experience » visant à créer une nouvelle offre hors saison. Ce travail est construit en partenariat avec Morlaix Communauté, la Brittany Ferries, Côtes d'Armor Destination et 11 autres partenaires français et britanniques.

Temps fort 2022

Une année marquée par la concrétisation du projet « Experience » auprès de nos partenaires locaux. À la suite des ateliers organisés en 2021, environ 80 idées d'offres ont été identifiées.

Il s'agissait alors en 2022 d'**accompagner la concrétisation** de ces projets par :

- La planification de tests grandeur nature, pour ajuster chacune des propositions
- L'accompagnement des porteurs d'offres en période de production : comment construire le contenu, la durée, définir les prix, communiquer…
- La planification des offres entre octobre 2022 et mars 2023
- Valider officiellement la démarche (signature de fiches d'engagement) pour rassembler des éléments de preuve à destination de l'Union Européenne

L'Office de tourisme a proposé de porter une des offres expérientielles : la création d'un jeu de piste dans les Monts d'Arrée, au départ de l'Abbaye du Relec à Plounéour-Ménez. Dans ce cadre, une consultation a permis de sélectionner l'agence « L'Équipe Ludique » pour concevoir le projet (déjà créatrice du « Mystère Abgrall » – voir ci-contre).

En parallèle, **un plan de communication** a été construit qui intégre :

- La réalisation d'une vidéo décalée (dont le tournage a été repoussé pour cause de beau temps !) avec la société de production de Morlaix « Après La Pluie », qui recevra un accueil extraordinaire dans les réseaux sociaux et sera diffusée tout l'hiver sur les écrans du cinéma « La Salamandre »
- La création d'une marque dédiée avec l'agence « Norwest Design » intitulée « Expériences Uniques en Baie de Morlaix » et sa déclinaison sous différentes formes : logo, réseaux sociaux, badges…
- Une approche éditoriale globale permettant d'intégrer ces nouveaux contenus à nos supports de communication
- Un événementiel « presse » organisé à Paris par le comité régional du tourisme de Bretagne, en partenariat avec l'artiste Zag et qui a permis de rencontrer une quinzaine de journalistes sur un même lieu et de mettre en valeur l'offre de nos partenaires « Grain de Sail », « Maison Le Goff » et « L'Herberaie »
- Un dispositif de commercialisation à l'accueil des offices de tourisme, avec signature de conventions de commercialisation spécifiques pour les partenaires volontaires L'opération a été officiellement lancée le 7 octobre au « Gîte du Bulz » à Pleyber-Christ, dans le cadre d'un atelier « Doussik », avec tirage au sort sur les réseaux sociaux pour les participants.
- À noter également, l'implication du « Domaine du Treuscoat » à Pleyber-Christ qui a repris la marque « Expériences Uniques » pour son événementiel pendant les vacances de la Toussaint (reconduit début 2023).

Accompagnement de Morlaix Communauté

- Morlaix Communauté et l'Office de tourisme font un travail commun sur le projet Interreg Experience. Les investissements sont portés par la collectivité : création du gite insolite sur « L'Ile Noire », développement des services sur l'axe Vélodyssée et refonte du parcours « Château du Taureau » en Baie de Morlaix.
- L'Office de tourisme est sollicité sur les volets prévisionnel et mise en marché pour l'Ile Noire, notamment.
- Nous avons également accompagné l'intégration de la commune de Guerlesquin dans l'opération régionale « Mystère Abgrall » qui a connu un excellent retour en 2022. Même opération en cours pour la Ville de Morlaix, en 2023.

Interreg France (Channel Manche) England EXPERIENCE

UNION EUROPÉENNE Fonds européen de développement régional

Engagements pour une destination durable

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. Lors du renouvellement de la marque, nous avons validé 100 % des critères de développement durable.

- Choix d'un véhicule de service électrique
- 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
- Qualification Accueil Vélo de Plougasnou, Morlaix, Locquirec et Carantec.

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.
- Relai territorial pour le Fonds Tourisme Durable porté par l'ADEME afin de soutenir et favoriser l'engagement des professionnels du tourisme dans la transition écologique.

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

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
5 janvier 2021,
Confirmé par «Audit mystère» le 2 août 2022.

Classement Catégorie 1
16 juillet 2021

Ressources humaines

23
ETP (équivalents temps plein), 1 contrat de professionnalisation et 1 contrat d'apprentissage

17
saisonniers

10
stagiaires accueillis

6
Formations «agréées» ayant impliquées 23 stagiaires pour 322h de formation. Thèmes : accueil, communication, langues, tutorat, logiciel de gestion «module groupes», organisation du temps de travail, etc.

Des webinaires suivis tout au long de l'année.

Gouvernance

- Comité directeur, composé d'élus et de socio-professionnels (21 membres), réuni à 5 reprises

Audits et analyses

- Adaptation de la stratégie de commercialisation (2e semestre 2022, finalisation de la démarche engagée en 2021.)
- Audit RH (équivalent 5 jours, de janvier à avril)

Les membres du Comité directeur

Comité directeur : 21 membres ; 11 élus et 10 socio-professionnels

Bureau composé de 5 élus représentants les communes disposant d'un Office de tourisme et de 3 représentants du collège socio-professionnel.

Élus - titulaire / suppléant(e)

Zone littorale

Nathalie Bernard (Présidente) / Michel Cleac'h

Catherine Mevel-Bouchery / Francis Lebrault

Réjane Louin / Brigitte Mel

Gilles Créac'h / Alain Tirilly

Zone urbaine

Valérie Scattolin (Vice-présidente collège élus) / Yvon Hervé

Laurent Boussard / Claude Poder

Martine Gireault / Fanny Kerrien

Zone rurale

Patrick Le Merrer / Hervé Cillard

Laurent Fontanier / Jean-René Peron

Sophie Hérault / François Girotto

Éric Le Scanff / Joseph Irrien

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

Patrimoines naturels et culturels

Claire Prijac / Jean-Yves Teurnier

Caroline Leroy-Deniel / Loïc Quemener

Hébergements

Guillaume Pellerin / Pierre Monneau

Stéphanie Pinçon / Sylvie Lucienne

Erwan Normand (Vice-président collège socio-pros) / Marion Volant

Perrine Becquet / Delphine Lecamus

Loisirs et activités «outdoor»

Gaël Le Cleac'h / Yoann Chardonnet

Marc Derval / Gilbert Toudic

Restauration & commerces

Nicolas Carro / Julien Hivernet

Alain Madec / Sébastien Geoffroy

Une équipe à votre service

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

Office de tourisme Baie de Morlaix
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
- **Communication**
  communication@tourisme-morlaix.bzh

rodhamine

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

baiedemorlaix.bzh