

Bilan d'activité 2023

BRETAGNE

TOUT
commence
en FINISTÈRE

OFFICE DE TOURISME BAIE DE MORLAIX MONTSD'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 PONTYOU
PLOUNÉOUR-MENEZ — PLOURIN-LES-MORLAIX — SAINT-JEAN-DU-DOIGT
SAINT-MARTIN DES CHAMPS — SAINTE-SÈVE — **SAIN'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

Fortement plébiscitée dans les intentions de départ par les Français, la Bretagne figurait dans le top 5 des destinations cette année. La saison touristique 2023 est une très bonne saison en termes de fréquentation. Les accueils affichent une augmentation du nombre de contacts de 20% par rapport à l'année précédente.

Malgré une météo capricieuse en juillet et août, les visiteurs ont répondu présents en Baie de Morlaix. Le retour de la clientèle étrangère se confirme avec l'Allemagne en première position des pays visiteurs.

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 6283 demandes comptabilisées en 2023.** Elles ont été traitées par téléphone à 92%, 4,5% par mail et 3,5% par courrier.

Concernant les profils des appelants, 75% sont des touristes, 13% des locaux et 9% des professionnels. Les demandes sont principalement françaises et émanent de la région Bretagne.

Sur les demandes d'hébergement, 24% concernent les chambres d'hôtes et 20% les meublés. L'hôtellerie classique totalise 13% des demandes. Les demandes concernant les hébergements insolites sont stables ainsi que les demandes d'hôtellerie de plein air.

Côté loisirs, 18% des demandes concernent les animations, fêtes et spectacles, 14% le patrimoine culturel. 13% (+ 1 point par rapport à l'an dernier) des demandes sont orientées vers les loisirs vélos, voies vertes et 9% sur la randonnée plus spécifiquement. Enfin, 8% des demandes sont liées aux visites des îles et des croisières (baisse des demandes par rapport à l'an dernier en raison de la météo humide).

36% d'**informations pratiques** sont totalisées. 24% concernent les transports contre 17% l'an dernier, 17% la billetterie (réservation de visites guidées, d'excursions pour l'île 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

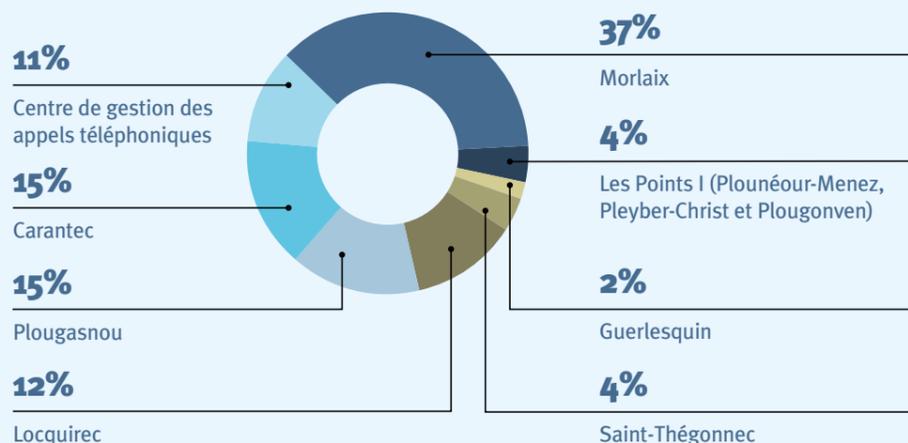
56 439

contacts dans les OT (par téléphone, mail, réseaux sociaux ou au comptoir) ont généré

134 997

demandes (un visiteur ayant souvent plusieurs demandes)

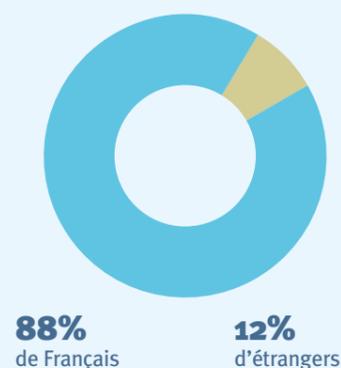
Répartition des contacts reçus par les Offices de tourisme



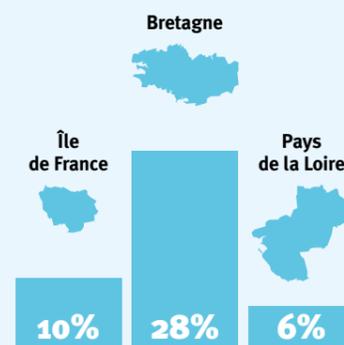
Parmi ces demandes, on note :



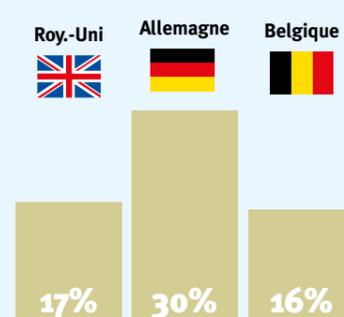
Répartition de la clientèle



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

5 bornes sont installées devant les Offices de tourisme de Morlaix, Carantec, Plougasnou, Locquirec et Saint-Thégonnec. Et 3 bornes sont installées à la Gare de Morlaix.

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 8 bornes en quelques chiffres :

- 6 900 visites
 - 52 800 pages vues
 - 55 700 actions réalisées par les visiteurs (recherches, téléchargements, clics sur des liens)
- Part des visites selon les lieux d'implantation :
- Gare de Morlaix bâtiment voyageurs : 44 %
 - Office de tourisme de Carantec : 18 %
 - Office de tourisme de Saint-Thégonnec : 10 %
 - Office de tourisme de Morlaix : 4 %
 - Office de tourisme de Locquirec : 3 %
 - Office de tourisme de Plougasnou : 11 %
 - Gare de Morlaix parvis Sud : 7 %
 - Gare de Morlaix parking Nord : 2 %

L'accueil hors les murs

Cet été, l'accueil « hors-les-murs » comptabilise **923 demandes en juillet et août**. 19 interventions ont été réalisées chez nos partenaires grands hébergeurs : Résidence Goélia à Carantec, camping du Fond de la Baie à Locquirec, Résidence Odalys à Plougasnou, camping de la Baie de Térénez, etc.

Toujours présent sur les marchés de Morlaix, 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 rando...) et les retours sont positifs. **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, Carnet de voyage, brochures « Itinéraires et balades » et « Balades à Morlaix ».

Le public trouve toujours cette démarche très intéressante, **les touristes sont réceptifs** et les locaux sont intrigués et ravis de l'initiative de l'Office de tourisme d'être présent de manière « délocalisée ».

La billetterie proposée chez nos grands hébergeurs est appréciée des vacanciers. Au-delà de la vente en direct, c'est une belle manière de présenter les offres et de conduire les visiteurs à réserver immédiatement ou à se rendre dans nos **Office de tourisme**. Nous avons principalement vendu des excursions en mer, des visites du Château du Taureau et des entrées pour Océanopolis, lors de ces opérations.

La saisonnière dédiée à cette mission a assuré également la diffusion de documentation auprès de nos partenaires cet été : **plus de 29 000 brochures diffusées chez nos partenaires.**

Le partenariat avec le garage Citroën Somoda Morlaix a été renouvelé cette année et nous a permis d'assurer cette mission avec un véhicule électrique e-C4 qui a sillonné la Baie de Morlaix tout l'été et parcouru près de 3000 km !

La promotion et la communication



Carnet de voyage

Nous avons amorcé en 2022 une réflexion sur la refonte de notre magazine de destination «Vivez vos expériences». Suite à la consultation faite en 2022, nous avons cette année, poursuivi le travail avec l'agence Norwest Design et imaginé une nouvelle formule avec un contenu innovant qui a permis de révéler l'authenticité du territoire tout en valorisant nos partenaires. **Le Carnet de Voyage de la Baie de Morlaix** est sorti début juin. Caractérisé par un parti pris graphique fort, une approche ludique et durable sur l'ensemble du document et la création d'illustrations comme autant d'éléments de séduction pour le lecteur. Cette nouvelle brochure a reçu un très bon accueil de la part des professionnels, des élus et des visiteurs. Édité initialement à 20 000 exemplaires il a fait l'objet d'un tirage de 10 000 ex au mois d'août pour répondre à la demande. Ce nouveau support de communication s'est distingué à un niveau national, aux **Trophées de la communication 2023**, lauréat dans la catégorie « **Meilleur magazine d'information** réalisé par un organisme public » et a obtenu la 4^e place au palmarès.

Collaboration avec Tourisme Bretagne

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. Nous avons participé à une campagne de communication social média à destination des résidents pour valoriser le **jeu de piste régional Le Mystère Abgrall** avec près de 2,4 millions de personnes touchées entre mi-juin et mi-novembre. Après Guerlesquin en 2022, il a été déployé en 2023 dans le centre-ville de Morlaix. Le jeu a connu un grand succès dès son lancement et **Morlaix figure en tête des villes les plus jouées en Bretagne avec 656 téléchargements de kit de jeu**. À l'accueil de l'Office de tourisme, ce sont 137 kits prêts pour un peu plus de 500 joueurs comptabilisés. Une première édition satisfaisante ! Notre Office de tourisme a également participé à une **campagne de communication avec le média en ligne, spécialiste de l'outdoor, Chilowé**. Le surf à Locquirec était à l'honneur dans un article répertoriant le Top 5 des activités hors saison en Bretagne. Près de 97 000 personnes touchées par la newsletter, 15 419 lecteurs comptabilisés sur le site avec un temps moyen de lecture de 3 minutes 30.

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** » 40 000 ex. en français
- **Guide des hébergements** édition numérique en 2023 (disponible en ligne et à la demande).
- **Guide des restaurants** 10 000 ex.
- **Plans de ville** pour Morlaix, Carantec, Locquirec, Plougasnou et Saint-Thégonnec (entre 6 000 et 16 000 ex.)
- **Agenda de l'été** 12 000 ex.
- **Agenda des petites vacances** 6 900 ex (sur 4 éditions : Toussaint / Noël / Hiver / Pâques)
- **Carte touristique** 62 500 ex. sur 2 ans (2022/2023)
- **Horaires des marées**, 12 500 ex. avec l'Office de tourisme de Roscoff Côte des Sables, Enclos Paroissiaux
- **Carnet de voyage Baie de Morlaix** – 76 pages – 30 000 ex. – 123 encarts pour 145 partenaires



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.

139 contacts en 2023 (+ 20% par rapport à 2022)

13 accueils dont 1 voyage de presse avec Sensation Bretagne (avec 4 journalistes accueillis) :

- La Vélomaritime : Blogueur la Bougeotte Française
- Tourisme Bretagne : Les Hardis (média en ligne) – Travelita – Influenceuse Suisse
- Tourisme Bretagne et F360 : Détours en France (magazine papier)
- Sensation Bretagne : presse Allemande Reise & Preise – magazine de voyage
- F360 et CCI : Le Figaro Magazine
- En direct : Le Figaro et la Radio France Bleu Breizh Izel
- Voyage de presse avec Sensation Bretagne et l'agence AirPur : 4 médias invités dont le Magazine Entreprendre pour la presse Française et Max Magazine, la RTBF et le Groupe SudMédia pour la presse Belge.
- Émission TV : Le Grand Bazhart avec Tanguy Pastureau diffusée sur France TV

88 parutions identifiées – en ligne, papier, radio, TV et réseaux sociaux dont

- **Presse écrite** : Bretagne Magazine – Figaro Magazine – Télé 7 jours – Rustica – National Geographic
- **TV** : Canal+ – JT 20h France 2 – JT 19/20 France 3 – JT 12h45 M6 – JT 13h TF1 – France 3 Bretagne : émission Le Grand Baz'hart avec Tanguy Pastureau
- **Presse Web** : Les Hardis – Elle.fr – Easyvoyage – Les Échos Start et Côté Maison
- **Blogs, influenceurs** : La Bougeotte Française – Travelita
- **Radio** : Europe 1 – RCF National et France Bleu Breizh Izel

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

baiedemorlaix.bzh

Le site baiedemorlaix.bzh ne cesse d'accroître son audience avec une augmentation de la fréquentation de 20 % en 2023. Près de 1 129 000 pages vues en 2023 et 400 000 visiteurs uniques. On compte 57 700 visiteurs supplémentaires cette année.

Expériences uniques en Baie de Morlaix Nouveauté 2023 :

- La création de 24 itinéraires « **Les échappées en Baie de Morlaix** » (5 à Carantec, 3 à Plougasnou, 4 à Locquirec, 4 à Morlaix, 6 à Saint-Thégonnec et 2 à Guerlesquin)
- **Opération Bons cadeaux** menée en novembre et décembre avec la création d'un kit de com pour accompagner ces nouvelles offres : Ateliers cuisine avec O' Panier des saveurs à Lanmeur, ateliers de création de sacs et trousse en voiles de bateaux avec la Voilerie Jeandot et Simulateur de vol avec Icare – Aéroport de Morlaix.

La version allemande de notre site internet totalise 23 820 pages vues. Le site en anglais comptabilise 24 900 pages vues en 2023 soit une fréquentation en légère hausse par rapport à l'année précédente.

Quelques chiffres

- **576 679 sessions, 394 059 visiteurs** ont consulté **1 128 474 pages** sur l'année
- 89% de visiteurs français
- 70% des visites se font sur un smartphone
- Pages les plus consultées : l'agenda, l'île Louët (location de la maison du gardien du phare), les webcams, l'hébergement, les incontournables, le GR 34, les marchés et produits du terroir, les excursions en mer.

Depuis baiedemorlaix.bzh, **35 798 actions directes réalisées sur les pages de nos partenaires** : 57% pour accéder au site web professionnel, 33% pour localiser (Google Maps), 5% pour déclencher un appel téléphonique et 5% pour écrire un mail.



Facebook

- **41 000 abonnés** sur l'ensemble des pages, soit 9% de plus qu'en 2022.
- Poursuite du travail engagé sur la page Destination Baie de Morlaix avec une progression constante de l'audience (**7 400 abonnés, + 8 % vs 2022**) et une augmentation de la couverture (plus de 240 000 vues uniques de nos contenus, + 6 % vs 2022).
- La portée de chaque post est évaluée et des performances (entre 13 500 et 17 500 vues) ont été atteintes avec ces publications non sponsorisées : annonce de la fresque gagnante du Golden Street Art 2022, la Baie de Morlaix décor des studios Ghibli?, plongez dans l'ambiance de la destination (mer, ville et campagne à la fois), grandes marées à l'île Callot, interview de l'Office de tourisme dans « L'invité culture » sur RCF Radio.



Instagram @baiedemorlaixtourisme

- **13 512 abonnés en fin d'année**, la communauté poursuit son évolution de plus de 6,5 % en 2023 !
- **Stratégie éditoriale** : repost des contenus des Instagrameurs et valorisation du #Baiedemorlaix.

Audit et accompagnement par l'agence We Like Travel

En 2023, notre Office de tourisme a lancé une consultation pour repenser sa stratégie social media. Le travail avec l'agence retenue We Like Travel a démarré en fin d'année.



Une production de contenus riche avec le réseau Sensation Bretagne

- **3 reportages photos** ont eu lieu cet été pour les stations de Carantec, Plougasnou et Locquirec. Un reportage supplémentaire a été commandé pour Morlaix. Le photographe Emeric Jezequel est venu en Baie de Morlaix fin juin-début juillet et en août pour effectuer ces prises de vues. Le reportage comprend 30 photos par station (dont 5 livres de droits pour nos partenaires).
- En 2023, la production vidéo a été pensée pour la valorisation de nos territoires hors-saison. **9 vidéos ont été tournées en janvier par Tristan Guerrou, 3 par stations** (Carantec, Plougasnou et Locquirec). Les vidéos ont été conçues au format portrait pour les réseaux sociaux. 1 vidéo qui met en valeur les paysages avec un effet «whaouh». 2 vidéos thématiques sur les activités possibles hors-saison et qui viennent casser les préjugés sur la Bretagne en hiver. **Ces vidéos sont sponsorisées tout l'hiver par le réseau Sensation Bretagne sur Facebook et Instagram**. Les premiers résultats de la campagne sont très encourageants.

Salons 2023

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

- **Salon International de l'Agriculture à Paris** (plus de 615 000 visiteurs sur 10 jours)
- **Salon du randonneur à Lyon** (14 092 visiteurs sur 3 jours)
- 1^{re} participation au **Salon des vacances à Bruxelles** (73 470 visiteurs sur 4 jours)
- **Salon de Rennes**, en collaboration avec l'Office de tourisme Roscoff – Côte des sables – Enclos paroissiaux (17 486 visiteurs sur 3 jours).

La commercialisation

Les professionnels

515 partenariats

ont été conclus en 2023, pour la promotion des activités des professionnels. Ce réseau participe activement à la notoriété et à l'attractivité de la destination

121 700 €

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



240

liés à l'hébergement



59

restaurants



216

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, est aussi affiché sur les vitrines des Offices et accessible sur notre site Internet.
- **Disponibilités de dernière minute** : pendant les périodes d'affluence les disponibilités de dernière minute des hôtels, chambres d'hôtes, gîtes d'étapes et campings sont affichées quotidiennement sur les portes de chaque Office de tourisme.
- **La diffusion des brochures** dans lesquelles nos partenaires figurent, a été réalisée chez 60 hébergeurs et équipements de 1^{er} 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.

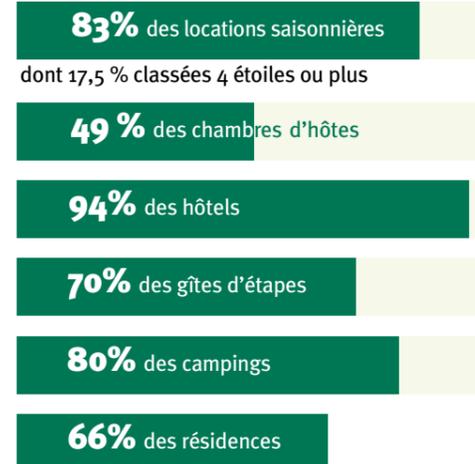
Une veille constante

L'espace pro du site internet www.baiedemorlaix.bzh 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 création de guides pour informer les professionnels sur** :
 - l'accessibilité des établissements aux personnes handicapées.
 - la Transition écologique du Tourisme
- **La stratégie de qualification de l'offre locale**, 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



Le développement de projets inspirants au service de nos partenaires

Les Bons cadeaux « Expériences uniques en Baie de Morlaix »

En 2023, trois partenaires ont participé à l'opération Bons cadeaux :
– **J'en porte le vent** : ateliers confection d'objets en voile recyclée avec La Voilerie Jeandot
– **Y'a t'il un pilote dans l'A320** : accès au simulateur de vol avec Icare, centre de formation des pilotes à l'aéroport de Morlaix
– **Aujourd'hui c'est toi le chef!** : ateliers cuisine avec l'épicerie O' Panier des saveurs à Lanmeur Commercialisées par l'Office de tourisme et disponibles en ligne, ces offres ont eu du succès à Noël et sont en vente toute l'année.

La Semaine du Tourisme Économique et des Savoirs-Faire (STESF). La 3^e édition s'est déroulée du 23 octobre au 5 novembre 2023.

18 entreprises se sont engagées auprès de l'Office de tourisme pour faire découvrir leur savoir-faire lors de visites exceptionnelles. L'événement a connu un véritable succès et est désormais un temps fort de l'année.

- 56 créneaux de visites ont été proposés au public
- 559 participants au total
- 75 % de remplissage global

Un chiffre d'affaires de 940 € qui sera versé intégralement à l'association Bretagne Vivante.

La satisfaction de nos partenaires en quelques chiffres : un questionnaire adressé à nos partenaires fin octobre a recueilli 54 réponses. 96,3 % des répondants estiment excellente ou satisfaisante leur relation avec l'Office de tourisme.

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 sur 10.

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

81% 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 2024 et d'autres projets sont à l'étude comme celui de reconduire la journée « Regards sur la Baie ».

Billetterie

La billetterie se porte très bien en 2023, le chiffre d'affaires est en baisse et s'explique par la perte d'exclusivité pour les ventes d'excursions en mer pour l'île de Batz. Moins 23400 € sur cette prestation par rapport à l'année dernière.

126 320 €

de chiffre d'affaires dont

6 293 €

pour les visites guidées organisées par l'Office de tourisme

90 942 €

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)

17 754 €

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

4 825 €

pour les transports

Location de gîtes insolites

87 125 €

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

482 700 €^{TTC}

de chiffre d'affaires (partenariats, billetterie, boutique, île Louët, île Callot, groupes...)



Location de vélos

56 000 €

de chiffre d'affaires. Une année record!



3 642 €

Bons cadeaux « Expériences uniques en Baie de Morlaix »

Boutique

5 350 €

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

6 900 €

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

Commercialisation

... vers les groupes

86 200 €

de chiffre d'affaires
(32 200 € de plus qu'en 2022)
+ 60 % par rapport à l'année dernière !

Cela représente 85 contrats signés en 2023 (7 contrats de plus qu'en 2022) + 20 dossiers transmis directement aux partenaires concernés.

- 70% des contrats concernant des ventes de prestations combinées (incluant dégustations, restauration, plusieurs sites ou partenaires), des journées voire des contrats d'activités sur plusieurs jours dont 3 séjours avec hébergement.
- 30 % de ventes de prestations sèches : une seule visite guidée (exemple : une visite de Morlaix ou d'enclos paroissial).

Au total, nous avons vendu environ 300 prestations dont 65 visites guidées de Morlaix, 48 prestations de restauration, 35 visites d'enclos paroissiaux, ou encore 20 visites d'entreprises.

Les effectifs des groupes sont très divers : on note 13 dossiers établis pour des mini-groupes de moins de 10 personnes, 29 dossiers pour des effectifs de 10 à 29 personnes, 19 dossiers pour des groupes entre 30 et 39 personnes et 25 dossiers pour des groupes de 40 personnes et plus, dont 4 d'une centaine de participants.

27 % des contrats sont achetés et revendus par des agences de voyage ou autocaristes (B/B), et 73% des dossiers sont traités « en direct », dont 39% concernent des associations, 20% sont des groupes scolaires, 7% des entreprises et 7% des groupes d'amis ou familiaux.

62 % des dossiers ont eu lieu au 1^{er} semestre 2023, le mois de juin étant le plus demandé (23 dossiers). L'arrière-saison a été plus timide, avec un mois de septembre un peu décevant par rapport à 2022 avec des annulations de dossiers.

Une 2^e personne, Aurélie Gayot, a été embauchée à 80% au sein du pôle Commercialisation.

... 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 thématiques à Guerlesquin.

112 visites ont été proposées en 2023

Elles ont regroupé 1193 participants. Davantage de participants en 2023 qu'en 2022 (19,3% de fréquentation en plus). Une activité plébiscitée par le public parmi l'ensemble des billetteries proposées par l'Office de tourisme. 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 6 juillet au 31 août.

En 2023, 72 visites de la Maison Penanault ont été réalisées sur les 139 possibles. Ce qui représente 332 participants. 71% de ces visites sont guidées par le personnel de Morlaix Communauté, 29% par le personnel de l'Office de tourisme.

9 visites de la Manu ont été proposées pour un total de 160 participants. 55% guidées par le personnel de Morlaix Communauté et 45% par le personnel de l'Office de tourisme.

6 visites thématiques de Guerlesquin ont été réalisées pour un total de 85 participants. 50% guidées par le personnel de Morlaix Communauté et 50% par le personnel de l'Office de tourisme.

Valoriser l'offre de billetterie au plus près du client

En 2023, 18 passages chez 5 grands hébergeurs ont eu lieu lors des opérations « hors les murs ».

Une destination orientée vers la qualité

Marque Qualité Tourisme

Vers un audit complet dans nos Offices de tourisme en 2025 !



Les équipes de l'Office de tourisme Baie de Morlaix poursuivent leurs missions dans un esprit de qualité et de performance collective ! L'année 2023 a été une année intermédiaire. Nous nous inscrivons dans une logique d'amélioration continue.

La structure poursuit son écoute client tout au long de l'année à l'échelle de chaque service ! Étendre « une culture client » au sein de l'Office de tourisme communautaire sous-entend l'implication de l'ensemble des équipes. La création de nouveaux indicateurs nous permet aujourd'hui une bonne analyse des données et de mener des mesures correctives plus rapidement.

355 retours clients sur l'ensemble de la destination ont été enregistrés en 2023. Nous avons recueilli 9% de suggestions sur une année.

En 2023, nous avons lancé une synthèse sur 3 ans concernant les retours clients autour de la mobilité, pour permettre de définir les angles de travail et de réflexion. Ces travaux permettront d'amorcer un dialogue avec le service « Mobilités » de Morlaix Communauté mais seront surtout « pilotes » dans une synthèse plus générale, au niveau du réseau Sensation Bretagne. L'objet est de communiquer sur la manière dont les clients pratiquent les transports sur notre destination et de communiquer sur leur ressenti.

L'année passée, la Ville de Morlaix, à l'instar de Carantec et de Plougasnou, a reçu le label « Station Classée de Tourisme ». Une qualification très sélective, rendue possible grâce (notamment) au classement « Catégorie 1 » et à la marque « Qualité Tourisme » obtenus par l'Office de tourisme communautaire.

Les procédures RSE apparaissent de plus en plus comme un prolongement pour les Offices de tourisme de la démarche Qualité Tourisme. Nous envisageons de nous impliquer dans cette logique dans l'avenir en associant en interne procédures qualité, approche durable et animation des ressources humaines.

Écoute clients en direct et via les sites en ligne

- Notre veille permanente sur l'évolution de la satisfaction client sur l'ensemble de nos services nous permet de mener des actions correctives rapidement. Dès qu'un clignotant est au rouge, nous intervenons immédiatement.
- Sur les 71 avis déposés sur Google my Business, nous avons apporté des réponses personnalisées et constructives aux commentaires.
- La gestion des retours clients à partir des sites d'avis est très importante aujourd'hui, le visiteur ou client prend le temps de commenter son expérience après son passage chez nous.
- En 2023, 89% des avis en ligne sont positifs et relatent des bonnes prestations et de l'accueil professionnel dans nos accueils. Nous notons aussi que 64% des avis concernent principalement l'Office de tourisme de Morlaix.

Notre Office de tourisme fêtera 10 ans de marque Qualité Tourisme en 2024 !

Avis clients récoltés en ligne sur l'ensemble de nos accueils



Google My Business : 4,64 / 5



Trip Advisor : 4,64 / 5



Facebook : 4,71 / 5

Ingénierie de développement

L'événement qui a marqué 2023 est la mise en œuvre des offres hors saison dans le cadre du projet Interreg Experience, jusqu'à la fin du projet en juin 2023. Ainsi que le développement du jeu « Anne Korrgan » à Plouneour-Ménez et au Cloître St Thégonnec. Depuis lors, nous travaillons activement à intégrer le projet « Espace Des Sciences de Morlaix », sur la partie commercialisation.

2023 a marqué notre entrée dans ce nouvel établissement. 2023 a vu également notre accompagnement des projets s'accroître autour des dispositifs communautaires (aides à l'immobilier) et du Fonds du Tourisme Durable de l'ADEME. En toute fin d'année, l'équipe s'est renforcée avec l'arrivée d'une nouvelle chargée de développement, Marie-Fleur Menez.



BRETAGNE

DESTINATION
CÔTE DE GRANIT ROSE
BAIE DE MORLAIX

ESPACE TRAIL

TOUT
commence
en FINISTÈRE

Morlaix Communauté

- Mi 2023, Morlaix Communauté a souhaité intégrer l'Office de tourisme dans le projet **Espace des Sciences** en lui attribuant les missions « billetterie sur site et en ligne » ainsi que « commercialisation des groupes scolaires ». Sur ce projet ambitieux qui va marquer 2024, nous interviendrons comme prestataire pour la collectivité, avec nos outils de vente et notre expérience. Nous serons également gestionnaire de la boutique sur place et acteur de la vente des visites aux groupes hors scolaires, via notre service réceptif. La signature d'un partenariat est prévue début 2024.
- En 2023, l'**Office de tourisme** a accompagné 5 demandes de subvention communautaire dont un gîte d'étape éligible au nouveau dispositif : « Aide communautaire aux gîtes d'étape ». Avec plusieurs cadres financiers opérés par Morlaix Communauté, portant sur l'économie touristique (aide aux gîtes d'étapes, pass commerce et artisanat, booster de commerces), notre destination dispose d'excellents leviers pour accompagner les porteurs de projet, créateurs d'emplois. Un des meilleurs contextes en Bretagne.

- Nous notons l'année passée l'apparition de **nouveaux enjeux autour de l'hôtellerie locale** : plusieurs rachats, des projets d'agrandissements conséquents, que nos deux structures accompagneront dans les prochains mois. En parallèle, liée à l'opération « Cœur de Ville », nous avons également participé à l'étude hôtelière réalisée par l'agence nationale Atout France à Morlaix.
- Nous avons également débuté une réflexion sur l'**exploitation future du gîte insolite « Ile Noire »**, projet sous maîtrise d'ouvrage communautaire et bénéficiant notamment du financement européen Interreg Experience.
- En parallèle, deux projets sont accompagnés par nos services : – le futur Office de tourisme de Carantec (programmation réalisée en 2023). – la modernisation de l'Auberge de Jeunesse de Morlaix, pilotée également par Morlaix Communauté.

Bretagne

Nous avons principalement deux interlocuteurs régionaux :

Tourisme Bretagne

- Tourisme Bretagne avec qui nous travaillons en direct sur des opérations de communication. En 2023, nous avons validé quelques opérations habituelles et une action commerciale « micro-aventure » qui concernera l'ensemble de notre offre : les enclos paroissiaux, les Monts d'Arrée et la baie.
- Notre positionnement est excellent sur l'itinérance et se conforte grâce à notre implication sur le suivi opérationnel et sur les actions des programmes des véloroutes européennes (Vélodyssée et Vélomaritime), en plus de la participation financière de Morlaix Communauté. Mais également dans le cadre de notre **collaboration avec la stratégie régionale sur l'itinérance** pilotée par Tourisme Bretagne : services aux itinérants, déploiement du label « Accueil Vélo ». Participation aux actions de communication via des reportages photos, guides de randonnée, accueils presse.

- Convention de partenariat avec Tourisme Bretagne 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.

Service Tourisme de la Région Bretagne

- Le service « Tourisme » de la Région Bretagne passe par les « Destinations » pour communiquer avec nous. Dans ce cadre, nous avons contribué à l'éclosion du plan d'actions 2023-2025 de la destination « Côte de Granit Rose – Baie de Morlaix » (voir ci-contre). Les nouvelles règles de financement ne nous ont pas permis d'être accompagnés financièrement sur l'année 2023.
- Nous avons accompagné l'entreprise « à l'Aïse Breizh – Tissage de l'Ouest » dans l'appel à projets « **Tourisme de savoir-faire** » (développement des visites touristiques dans les entreprises) : l'excellent projet porté par l'entreprise lui a permis d'intégrer les 10 projets lauréats au niveau régional.

Destination Côte de Granit Rose Baie de Morlaix

Pour la Destination « Côte de Granit Rose – Baie de Morlaix », l'année 2023 a été exclusivement consacrée à achever le plan d'actions en cours et à concevoir le plan d'actions 2023-2025.

- Le plan d'actions 2023-2025 intègre trois chapitres principaux : **le nautisme, le tourisme de savoir-faire et l'outdoor**. Sur la partie « nautisme », de nombreux éléments identifiés dans le schéma du nautisme sont repris. Notre implication sera ici atténuée : le nautisme est piloté par l'EPCL. Nous pourrions intervenir sous l'angle communication et commercialisation. Nous pourrions piloter une partie des deux autres chapitres, avec l'accord de nos partenaires.

Trois projets étaient en cours en 2023, relevant du précédent plan d'actions :

- Troisième et dernière année pour l'Appel à Projets « **Hébergement Itinérance** » qui a permis le financement régional de cabanes « randonnée » dans les campings, dont 3 projets sur notre territoire.
- Poursuite du projet « **Destination Trail** » : sortie de l'application Côte de Granit Rose – Baie de Morlaix Destination Trail avec plus de 34 000 téléchargements, inauguration officielle de l'espace Trail en février 2023.
- Fin de la réflexion Schéma Directeur du Nautisme.

Finistère

Participation au **recensement de l'offre accessible** en Finistère, porté par Tout Commence en Finistère.

Développement des activités de pleine nature

- Comme chaque année, nous poursuivons notre **prestation de location de vélos de loisirs** avec « Les Vélos de La Baie » (entreprise localisée à Plufur, 22). Les vélos sont présents dans les Offices toute l'année. Un chiffre d'affaires en augmentation avec une saison marquée d'avril à octobre. Le mois d'août a accusé une légère baisse, la météo n'étant pas assez clémente pour les cyclistes.
- Nous proposons également un service de **location de vélos d'itinérance** avec l'agence « Abicyclette » de Rennes. Ce qui permet de louer le vélo à Morlaix et de le rendre après le voyage dans une autre ville bretonne. Renseignement à l'Office de tourisme de Morlaix pour cette prestation.
- En plus du suivi des grands itinéraires que nous animons avec Morlaix Communauté (Vélomaritime, Vélodyssée, GR34, MonTroBreizh),

nous restons en veille avec l'ensemble des collectivités sur les conséquences de la tempête de fin d'année pour la pratique de la randonnée pédestre. Nous mettons à jour nos systèmes d'information en conséquence.

- Depuis 3 ans, nous accompagnons les services du Parc d'Armorique dans **la création d'un produit d'itinérance dans les Monts d'Arrée**. Deux boucles de 3 et 5 jours ont été validées en 2023.
- À l'initiative du Pays des Abers, nous avons débuté une réflexion pour **mettre en valeur l'itinérance entre Morlaix et Brest**. La démarche est principalement basée sur l'itinéraire vélo, « La Littorale », qui part de Saint-Pol-de-Léon et suit le littoral jusqu'à Nantes. Mais, elle pourra concerner également la randonnée pédestre avec le GR34 et éventuellement l'itinérance par la mer. La première étape concernera la mise en commun par les territoires de l'information nécessaire au visiteur.

Engagements pour une destination durable

Appui aux projets

L'Office de tourisme a apporté son conseil et son expertise à une vingtaine d'équipements touristiques sur le territoire, pour de l'ingénierie financière, de la qualification de l'offre, la transition écologique et la mise en accessibilité aux personnes handicapées.

Le territoire de Morlaix Communauté voit son pool de professionnels du tourisme s'engager, se transformer et investir fortement pour se qualifier et répondre aux nouvelles attentes de la clientèle touristique mais aussi locale.

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
- 11 nouveaux dossiers de demandes de financement public sont accompagnés par l'Office de tourisme, en plus du suivi des dossiers des années précédentes.

Les dossiers privés

- 5 campings
- 3 hôtels
- 2 restaurants
- 1 équipement de loisirs

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 deux nouveaux partenaires.

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 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. Le jeu de piste porté par la région Mystère Abgrall a eu du succès avec une soixantaine de kits empruntés à l'accueil et 365 téléchargements en ligne.

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. Création du jeu de piste « Anne Korrgan », volet pédestre et volet vélo à partir de l'Abbaye du Relec.

Plougonven

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

Morlaix

Accompagnement sur le volet tourisme du dossier « Station Classée de Tourisme », obtenu par Morlaix en 2023. Accompagnement de la commune pour la création du jeu de piste Mystère Abgrall à Morlaix et intégration dans le dispositif régional. Le Mystère Abgrall à Morlaix a été le jeu le plus téléchargé en 2023!



Projet Experience

Jusqu'en juin 2023, l'Office de tourisme communautaire était impliqué avec des partenaires français et des partenaires britanniques dans le plus gros projet Interreg consacré au tourisme : Experience. Nous avons le plus petit budget du dispositif (au final 280 000 €), que nous avons consommé à hauteur de 99%. Et nous avons donc obtenu 69% de cet investissement en aide financière européenne.

L'objet de ce projet était de créer une gamme d'offres hors saison, basée sur l'expérience des visiteurs. Nous avons intégré 150 offres dans nos tableurs mais déclaré 107 offres, qui ont été officiellement portées par des acteurs locaux.

Certaines de ces offres ont été conçues dans nos ateliers de 2022, d'autres ont été créées en direct par les acteurs locaux. Plus de 80 personnes ont participé à nos ateliers de conception d'offres. Grand merci à tous nos partenaires locaux.

Au bilan, nous remarquons une belle implication et une grande créativité de la part de tous, sur tous les territoires.

Nous avons prévu de prendre à notre charge la création d'une offre « phare », en collaboration avec une société extérieure. C'est dans ce cadre, après une validation tardive du financement par l'Europe, que nous avons déclenché la conception du jeu de piste « Anne Korrgan », sur les communes de Plounéour-Ménez et le Cloître Saint-Thégonnec, début 2023 pour une livraison en juin. Ce jeu est et sera accessible gratuitement toute l'année. Les premiers chiffres de téléchargement sont encourageants, en 2023.

La marque « Expériences Uniques en Baie de Morlaix » développée pour l'hiver 2022-2023 a été relancée en fin 2023 pour la nouvelle saison d'hiver.

Cette année a également été l'occasion d'un dernier événementiel entre partenaires qui s'est déroulé à Morlaix et dans les Côtes d'Armor, en mars 2023. L'occasion pour nous tous de tester quelques offres et de faire découvrir notre destination aux 12 partenaires de l'opération. Nous avons assisté à la fin du programme France Manche Angleterre, marquant le départ définitif des britanniques de l'Union Européenne. En fin d'année, nous avons présenté ce projet aux Offices de tourisme de Seine Maritime à la demande de l'agence d'attractivité départementale.

Jeu de piste «Anne Korrgan»

Dans le cadre du programme Experience, nous avons initié la création d'un jeu de piste pour découvrir les Monts d'Arrée autrement : « Les enquêtes d'Anne Korrgan ».

- Création d'un circuit pédestre de 2 km pour découvrir le patrimoine de l'Abbaye du Relec à Plounéour-Menez avec une enquête autour de 12 mystères à résoudre.
- Création d'un circuit vélo de 17 km de l'Abbaye du Relec au bourg du Cloître-Saint-Thégonnec pour découvrir les Monts d'Arrée et ses sites exceptionnels, en 14 étapes et énigmes ludiques.
- La page du site web créée pour l'occasion a été vue plus de 1095 fois depuis son lancement.
- Plus de 60 kits empruntés à l'accueil de l'Abbaye cet été.



Notre expertise

Nous sommes le seul Office de tourisme en Bretagne à participer au réseau des référents pour le Fonds Tourisme Durable (dispositif national ADEME). À ce titre, nous accompagnons les professionnels du territoire à la transition écologique. Notre expertise leur permet de développer, de prioriser et de financer leurs actions. Par exemple, s'engager dans une démarche de labellisation, comme ces trois restaurateurs, que nous accompagnons, qui sont engagés dans la « Charte des 1000 restaurants durables ».

Dans le cadre de notre développement des mobilités douces, nous avons mis en place des jeux de pistes, à pied et à vélo, dans les Monts d'Arrée pour découvrir le patrimoine de manière ludique et unique « Les enquêtes d'Anne Korrgan » (voir « Projet Experience »).

Avec Tourisme Bretagne, nous sommes également sollicités pour contribuer aux réflexions régionales et à l'animation du label Accueil Vélo. En mars 2023, à Gueltas (56), nous avons co-organisé et co-animé la journée régionale annuelle en compagnie de professionnels labellisés, partenaires de l'Office de tourisme. Nous sommes également référents auprès du réseau national Vélo & Territoires.

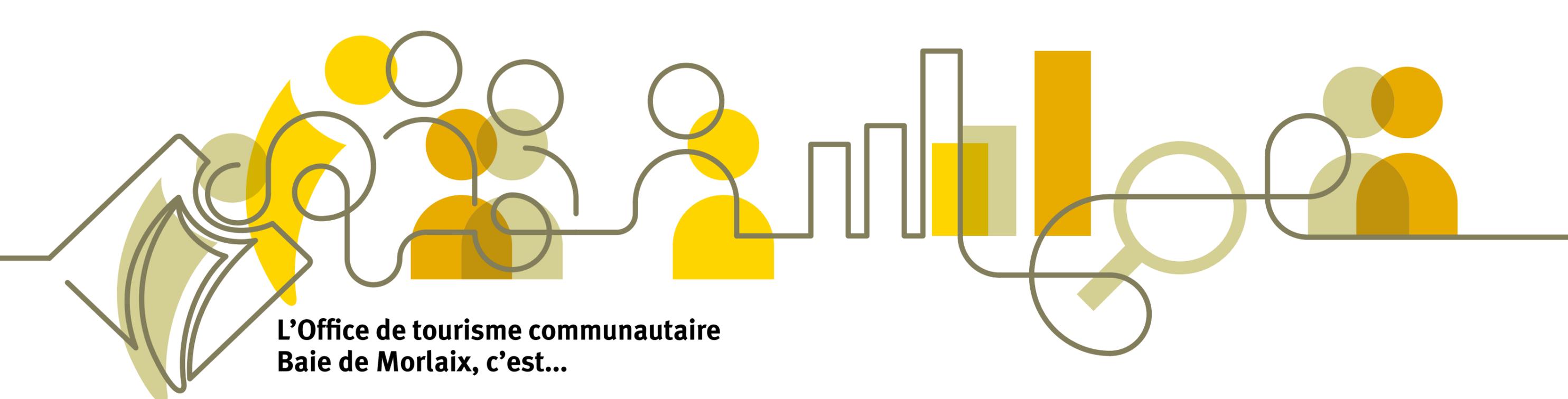
En interne

L'Office de tourisme de la Baie de Morlaix est engagé à réduire son empreinte écologique. De nombreuses mesures internes visent à diminuer notre consommation énergétique et de ressources (eau, papier, déchets, énergies fossiles) et nos modes de

déplacements émetteurs de carbone. Chaque nouvel arrivant et saisonnier est formé à notre politique durable. Chaque année, nous mettons en œuvre un ajustement des quantités de brochures que nous produisons, selon le nombre d'exemplaires réellement distribués l'année précédente. Ce qui nous permet de maîtriser au mieux la quantité de papier qui ira en recyclage (via l'association « Terre d'Espoir »). Nous envisageons une action pour réduire les quantités à recycler des documents produits par d'autres et que nous distribuons.

Chaque année, nos actions s'étoffent. En 2023, nous avons mis en place une collecte des consommables de bureautique (avec le consortium CONIBI) au siège de l'Office de tourisme, comme point unique de collecte pour nos équipes.





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

25

ETP (équivalents temps plein),

17

saisonniers

3

Formations Management,
Animation et Contrôle de gestion.

1 formation juridique à distance

Des webinaires et formations
en interne tout au long de l'année.

Gouvernance

- Comité directeur, composé d'élus
et de socio-professionnels
(21 membres), réuni à 6 reprises

Audit et analyse

- Début de l'audit et de l'accompagnement
social média avec l'entreprise We Like
Travel, le travail se poursuit en 2024.

Les membres du Comité directeur

**Comité directeur : 21 membres ;
11 élus et 10 socio-professionnels**
**Bureau composé de 5 élus représentant
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 Héroult /
François Giroto

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-Daniel /
Loïc Quemener

Hébergements

Pierre Monneau
Stéphanie Pinçon /
Sylvie Lucienne

Erwan Normand
(Vice-président
collège socio-pros)

Perrine Becquet /
Delphine Lecamus

Loisirs et activités « outdoor »

Yoann Chardonnet
Gilbert Toudic

Restauration & commerces

Nicolas Carro /
Julien Hivernet
Alain Madec /
Sébastien Geoffroy



Une équipe à votre service

Marie Le Saux
Conseillère en séjour



Aurélie Gayot
Commercialisation



Marion Gourvil
Conseillère en séjour



Catherine Leterme
Conseillère en séjour à distance



Marie-Dünvaël Coativy
Conseillère en séjour



Yannick Le Fur
Conseiller en séjour



Laetitia Fily
Commercialisation



Anne Goasdoué
Responsable accueil et Partenariats



Pascale Quéré
Responsable accueil et Référente qualité



Camille Le Goff
Conseillère en séjour



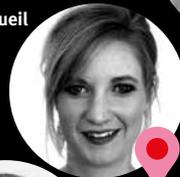
Mireille Matignon
Responsable accueil



Etienne Ballon
Responsable accueil



Marine Chateau
Conseillère en séjour



Thérèse Cornic
Conseillère en séjour



Nolwenn Hellequin
Responsable développement



Pauline Car
Conseillère en séjour et gîtes insolites



Marie Abgrall
Conseillère en séjour



Bruno Le Lan
Directeur



Gwen Le Scour
Comptable



Kathleen Trocmé
Communication



Marie-Fleur Menez
Chargée de développement



Élodie Souetre
Agent administratif



Meriem Gherbi
Responsable communication



Pierre Mulliez
Responsable administratif et financier



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