

Bilan d'activité 2024

BRETAGNE⁰³

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 — PLOUGNEAU - LE PANTHOU
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 MONTROLEZ

OFFICE
DE TOURISME
CLASSÉ

NOTRE
ENGAGEMENT

QUALITÉ
TOURISME


Offices de
Tourisme
de France

Accueil des publics

En 2024, la Baie de Morlaix a confirmé son attractivité en tant que destination incontournable en Bretagne. Entre paysages d'exception, patrimoine préservé et offre touristique diversifiée, la région a su séduire aussi bien les visiteurs en quête de nature et d'authenticité que les amateurs de culture et de gastronomie.

Cependant cette année a aussi été marquée par des tendances contrastées, influencées par l'évolution des comportements des voyageurs, les conditions météorologiques et le contexte économique et politique.

Le démarrage de saison s'est fait plus timide que les deux dernières années. Excepté le pont du 8 mai qui a fait le plein, la satisfaction des professionnels était en baisse au printemps. À partir du mois de juin un retard de réservation s'est fait sentir chez les hébergeurs bretons. La tendance s'est confirmée avec un mois de juillet en dessous des espérances. Enfin, la fréquentation touristique au mois d'août a redonné le sourire aux acteurs touristiques avec 79 % de professionnels satisfaits sur cette période. L'arrière saison a tenu ses promesses et le bilan global est plutôt encourageant. Le lancement de saison a induit une baisse de fréquentation dans les accueils de 9 % sur l'année.

Le centre de gestion des appels téléphoniques

Un dispositif efficace qui a trouvé sa place : en 2024, 11% des contacts reçus par notre Office de tourisme sont traités par ce service.

Ouvert d'avril à début novembre, il a pris en charge les lignes des accueils de Morlaix, Carantec, Plougasnou et celle de Locquirec (nouveau en 2024).

5665 demandes comptabilisées, 29% traitées d'avril à juin, 54% en juillet et août (soit une moyenne de 70 appels par jour en juillet et août) et 17% en septembre et octobre.

La demande pour les **hébergements** reste très forte (près de 20% des demandes). 34% concernent les hébergements à la nuitée (hôtels, chambres d'hôtes) et 20% les locations meublées. On note une augmentation des demandes pour les hébergements insolites (17%).

Côté loisirs, les informations concernant les animations, fêtes et spectacles restent numéro 1 des demandes (17%). La location de vélo est aussi plébiscitée (14%).

44% d'**informations pratiques** sont totalisées. Moins de sollicitations autour du transport cette année (13% contre 24% en 2023). 13% sur la billetterie et 7% sur les commerces et restaurants.

Nos clientèles et leurs demandes

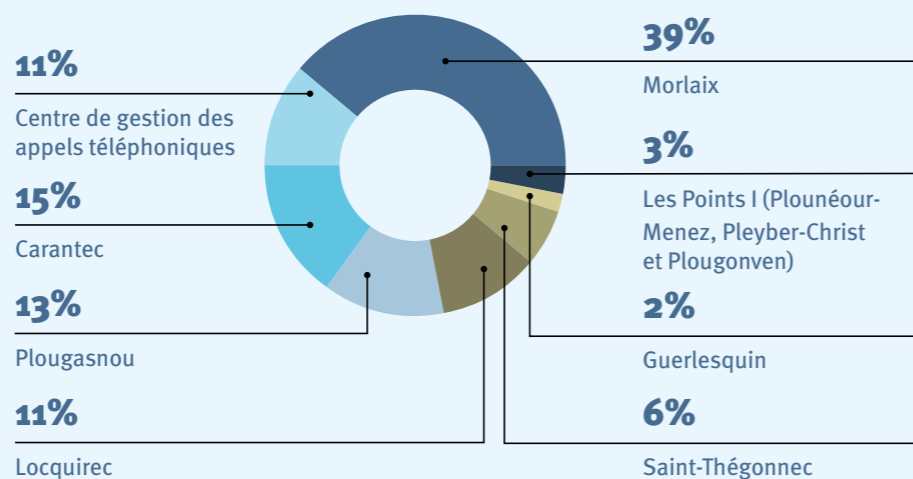
51 653

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

131 983

demandes (un visiteur ayant souvent plusieurs demandes)

Répartition des contacts reçus par les Offices de tourisme



Parmi ces demandes, on note :



4 546 demandes concernent les hébergements



5 241 demandes pour les sorties en mer



9 148 demandes pour les animations et évènements



4 987 demandes relatives à la restauration et aux commerces



21 207 demandes concernent le patrimoine culturel



3 531 pour le transport

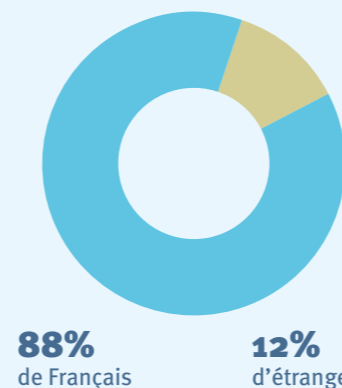


9 046 demandes concernent le patrimoine naturel

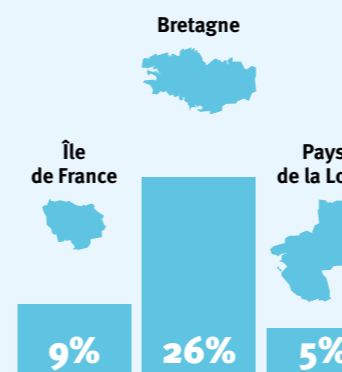


17 270 demandes concernent les randonnées et balades

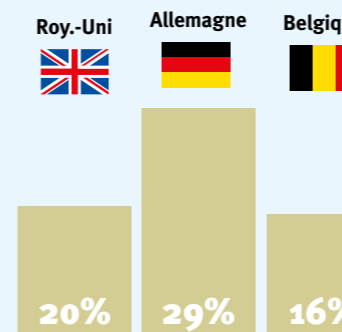
Répartition de la clientèle



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 d'avril à novembre.
- 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. 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 :

- 6 200 visites
- 42 700 pages vues
- 44 500 actions réalisées par les visiteurs (recherches, téléchargements, clics sur des liens)

Part des visites selon les lieux d'implantation :

- Gare de Morlaix bâtiment voyageurs : 34 %
- Office de tourisme de Carantec : 22 %
- Office de tourisme de Plougasnou : 15 %
- Gare de Morlaix parvis Sud : 11 %
- Office de tourisme de Saint-Thégonnec : 9 %
- Office de tourisme de Locquirec : 4 %
- Gare de Morlaix parking Nord : 3 %
- Office de tourisme de Morlaix : 2 %

L'accueil hors les murs

Nous enregistrons cet été une plus faible demande par rapport aux années précédentes. La météo très maussade ne nous a pas permis de rencontrer un grand nombre de visiteurs sur les sites identifiés. **Avec un chiffre de 408 demandes totalisées sur les mois de juillet et août**, une réflexion est engagée sur la poursuite de la démarche la saison à venir.

Il est tout de même important de rappeler que les actions à destination des vacanciers chez nos grands hébergeurs sont très appréciées et attendues par nos prestataires. **Nous avons réalisé 14 interventions chez nos partenaires :** Résidence Goélia à Carantec, Camping du Fond de la Baie à Locquirec, Résidence Odalys à Plougasnou, Camping de la Baie de Térénez, etc. Le total des ventes de billetterie hors les murs cette saison s'élève à 2 400 €. **La diffusion de la documentation a été réalisée 4 fois durant la saison** permettant ainsi aux visiteurs de trouver de l'information sur leur lieu de vacances.

Une nouvelle stratégie d'accueil hors les murs sera travaillée pour la saison 2025 en espérant pouvoir offrir un renouveau à ce concept d'informer et de guider les touristes en temps réel, là où ils se trouvent !

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

Réseaux sociaux

Les réseaux sociaux ont profondément transformé notre manière de communiquer, d'informer et d'interagir. Que ce soit pour les entreprises, les institutions ou les professionnels, **ces plateformes sont devenues des canaux incontournables pour toucher un public toujours plus connecté et exigeant.** Cependant, leur évolution rapide et la diversité des formats imposent une adaptation continue. **De nouvelles tendances émergent régulièrement:** vidéos courtes, contenus interactifs, intelligence artificielle, personnalisation des messages... Autant d'éléments qui nécessitent une maîtrise des outils et une veille constante. **C'est pourquoi notre Office de tourisme a choisi de travailler avec l'agence de communication We Like Travel de Nantes,** spécialiste des réseaux sociaux pour les organismes de gestion des destinations touristiques. L'équipe communication a suivi une formation d'une journée en janvier 2024 et le service communication poursuit le travail pour l'élaboration de la nouvelle stratégie en bénéficiant d'un accompagnement avec We Like Travel jusqu'au printemps 2025.

Collaboration avec Tourisme Bretagne

Nous avons choisi de travailler avec **Explora Project, agence de voyage spécialiste du tourisme d'aventure** afin de créer une expédition à vélo sur l'ensemble du territoire en valorisant plus particulièrement les Enclos Paroissiaux et les Monts d'Arrée. Une équipe du média Brut est venue tourner une vidéo promotionnelle qui a eu du succès sur les réseaux sociaux (211 000 vues sur 7 jours). Sur le marché français, nous avons également collaboré avec le média en ligne **Chilowé, spécialiste de la micro-aventure et outdoor.** Sur le marché étranger nous avons accueilli le magazine **Elle à table Belgique.** Une double page consacrée à la Baie de Morlaix est parue dans leur numéro novembre-décembre 2024. L'audience du magazine est estimée à 115 000 lecteurs. Enfin, nous avons participé à l'**événement presse organisé par Tourisme Bretagne à Paris au mois de novembre.** 75 journalistes ont répondu présents et nous avons pu échanger en direct avec 25 d'entre eux. L'accueil du chef Victor Blanchet en septembre et la rencontre avec Nicolas Carro et ses producteurs ont permis la réalisation d'un film de 15 minutes qui met en valeur les talents de la Baie de Morlaix et des Monts d'Arrée.

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** » 10 000 ex. en français
- « **Balades à Morlaix** » 20 000 ex. en français
- **Les versions anglaises et allemandes des guides Itinéraires et balades et Balades à Morlaix** ont été entièrement revues et éditées à 5 000 ex chacune soit 20 000 ex. au total.
- **Guide des hébergements :** édition numérique (disponible en ligne et imprimée 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** 4 500 ex (sur 2 éditions: Hiver et Pâques) Les autres éditions sont dorénavant numériques.
- **Carte touristique** 62 500 ex. sur 2 ans (2024-2025)
- **Horaires des marées**, 12 500 ex. avec l'Office de tourisme de Roscoff, Côte des Sables, Enclos Paroissiaux
- **Carnet de voyage Baie de Morlaix** 82 pages – 25 000 ex. 135 encarts pour 150 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.

113 demandes presse reçues

20 accueils journalistes et influenceurs en 2024 (13 en 2023) parmi lesquels :

- Gilles Pudlowski – critique gastronomique
- TF1 – Ile Louët
- Des racines et des ailes – Émission sur les 50 ans du Conservatoire du littoral
- Arte – Invitation au voyage – Michel Le Bris
- Figaroscope – Week-end à Morlaix
- Les Dernières Nouvelles d'Alsace
- Trace ta route – Vélomaritime
- TF1 – Week-end à Morlaix
- Wise – Trail
- Le Monde du Camping-Car

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

- **Presse écrite :** Bretagne Magazine – Mon Finistère – Papier – Biba – Holland Herald – Version Femina – Echappées Belles Magazine – Magazine Bretons – Elle à table Belgique – Le Figaro – Dernières Nouvelles d'Alsace, etc.
- **TV :** Tébéo – Gulli – JT TF1- France 3 Littoral – Télématin – Canal + William à midi
- **Presse Web :** Magazine Biba – 20 minutes – Détours en France – AD Magazine – Chilowé – Camping-car Magazine – Explore France – Le Monde – Rennes Info , etc.
- **Blogs, influenceurs :** Moon and Honey Travel – L'Incartade – Gilles Pudlowski – Trace ta route – Victor Blanchet – Wise
- **Radio :** France Bleu Breizh Izel – Océane FM

Plus d'1,2 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 10 % en 2024. **Plus 1 173 000 pages vues en 2024 et 430 000 visiteurs uniques.** On compte 37 900 visiteurs supplémentaires cette année.

Cependant nous avons lancé fin 2024 un appel d'offre pour l'Accompagnement à la Maîtrise d'Ouvrage (AMO) pour la refonte de notre site internet. C'est avec l'agence Les Conteurs de Bordeaux que nous allons travailler.

À l'heure où le numérique est au cœur des pratiques touristiques, le site internet d'un Office de tourisme est bien plus qu'une simple vitrine: il est un véritable outil stratégique d'attractivité et de conversion. Dans un contexte où les attentes des voyageurs évoluent rapidement, **la refonte de notre site internet apparaît aujourd'hui comme une nécessité pour :**

- répondre aux nouvelles attentes des visiteurs
- améliorer notre référencement et notre visibilité
- intégrer de nouveaux outils et services
- valoriser l'image et l'identité de notre destination
- faciliter la gestion et l'actualisation de nos contenus

La refonte de notre site internet intégrera deux piliers fondamentaux :

- éco-conception
- accessibilité

Quelques chiffres

- **636 934 sessions, 431 902 visiteurs** ont consulté **1 173 450 pages** sur l'année
- 89 % de visiteurs français
- 66 % 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 petit lexique breton, les marchés et produits du terroir, le GR 34, les excursions en mer.



Facebook

- **46 705 abonnés** sur l'ensemble des pages, 30% de plus par rapport à 2023 (35 881 abonnés)
- **TOP 3 des posts sur la page Destination :**
 - 1 – Vidéo Sensation Bretagne *Se jeter à l'eau à Locquirec* avec 43 600 vues
 - 2 – Vidéo Sensation Bretagne *On voyage dans le temps à Plougasnou* avec 28 200 vues
 - 3 – Teaser ouverture de l'Espace des sciences avec 18 500 vues
- **Le jeu concours** organisé par Tourisme Bretagne pour gagner un séjour sur l'île Callot (offert par la mairie de Carantec) qui a eu lieu en décembre a permis d'obtenir 400 followers en plus sur 15 jours (19 au 31 décembre).



Instagram

@baiedemorlaixtourisme

- **15 541 abonnés en fin d'année,** la communauté poursuit son évolution: plus de 15 % par rapport à 2023 (13 512 abonnés)! Stratégie éditoriale: en cours d'élaboration avec l'agence We like travel

En 2024, nombreuses collaborations avec Tourisme Bretagne (Food trip Victor Blanchet, jeu-concours), Sensation Bretagne et d'autres réseaux, repost des contenus des Instagrammeurs et valorisation du #Baiedemorlaix.

TOP 3 des publications sur Instagram :

- 1 – Wise – Trail sur la Côte de Granit Rose et la Baie de Morlaix – Vidéo qui atteint 407 400 vues
- 2 – Jeu concours Tourisme Bretagne pour gagner un séjour sur l'île Callot qui cumule 66 000 vues
- 3 – Aurores Boréales en Baie de Morlaix avec plus de 12 600 vues



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 Saint-Thégonnec et les Monts d'Arrée. Ce qui nous a permis de bénéficier de 40 nouvelles photos pour ce secteur. Le photographe, Jérémy Jehanin, est venu en Baie de Morlaix début juillet et fin juillet pour effectuer ces prises de vues. Le reportage comprend 40 photos par station (dont 5 livres de droits pour nos partenaires).
- En 2024 nous avons poursuivi la diffusion sur nos réseaux des **9 vidéos hors saison** de Tristan Gouérou, tournées sur les stations de Carantec, Plougasnou et Locquirec.

Salons 2024

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

- **Salon Destination Nature** à Paris (44 000 visiteurs sur 4 jours)
- **Salon de Lyon Mahana** (18 800 visiteurs sur 3 jours)
- 2^e participation au **Salon des vacances à Bruxelles** (70 520 visiteurs sur 4 jours)
- Les Salons du tourisme de Rennes et de Nantes n'existent plus depuis 2024.

La commercialisation

Les professionnels

500 partenariats

ont été conclus en 2024, pour la promotion des activités des professionnels. Ce réseau participe activement à la notoriété et à l'attractivité de la destination

120 000 €

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



237

liés à l'hébergement



61

restaurants



202

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 61 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 est 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**: 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.

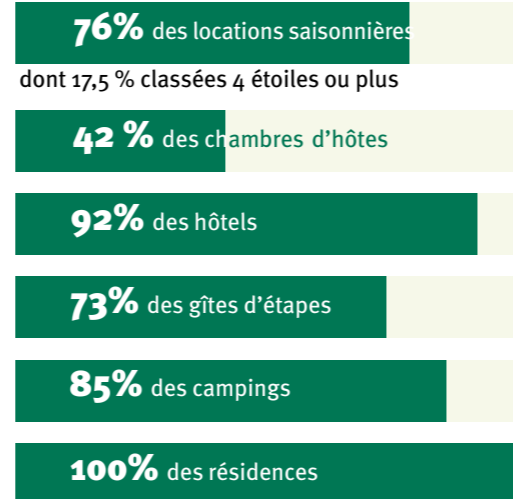
Une veille constante

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:

- **Mise à disposition de documents de référence à destination de nos partenaires hébergeurs** tels que des modèles de contrat de location et d'inventaire. Veille des équipes pour diffuser à l'ensemble des partenaires les évolutions légales et fiscales autour de la location d'hébergements touristiques.
- **L'actualité pour les entreprises** (aides, dispositifs de la collectivité) relayée également sur l'espace pro, et auprès de nos partenaires en direct.
- **La mise à jour 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 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



Le développement de projets inspirants au service de nos partenaires

Les Bons cadeaux

« **Expériences uniques en Baie de Morlaix** » En 2024 deux nouveaux partenaires ont rejoint le dispositif Bon-Cadeau mis en place en 2023:

- La Voilerie Jeandot (atelier de fabrication d'objets en voile de bateau recyclée)
- O'Panier des saveurs (ateliers culinaires)
- Pesketa (initiation à la pêche en rivière ou du bord de mer)
- La Bigarrée (cours de couture le temps d'une journée).

Commercialisée à l'Office de tourisme sous forme de bons cadeaux, cette offre a vocation à s'enrichir au fil du temps.

Les Semaines du Tourisme Économique et des Savoir-Faire (STESF). Les STESF se déroulent désormais sur les 2 semaines des vacances de la Toussaint! La 4^e édition a eu lieu du 21 octobre au 3 novembre 2024.

16 entreprises, dont 3 nouvelles, se sont engagées en 2024 auprès de notre Office de tourisme. L'événement a connu un véritable succès et est désormais un temps fort de l'année.

- 67 créneaux de visites ouverts
- 55% de taux de remplissage global
- 532 participants

Un chiffre d'affaires en hausse cette année (+18%), à hauteur de 1005 €, somme qui sera versée en totalité à une association locale.

La satisfaction de nos partenaires en quelques chiffres: un questionnaire adressé à nos partenaires fin octobre a recueilli 63 réponses. 92,1% 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 8,3 sur 10. La satisfaction des partenaires sur la communication est estimée à 8,2 sur 10.

46% des répondants estiment leur fréquentation en hausse par rapport à l'année précédente, tout en observant une clientèle plus exigeante ou ayant besoin d'être rassurée.

La grande majorité des répondants a le souhait de se rencontrer lors de journées thématiques ou d'échanges de documentation. Cette dernière sera reconduite en 2025 (le 28 mars à Plougastou) et d'autres projets sont à l'étude comme celui de renouveler la journée « Regards sur la Baie ».

Billetterie

La billetterie se porte bien en 2024, le chiffre d'affaires est en légère baisse pour la partie vente de prestations de loisirs.

116 181 €

de chiffre d'affaires dont

5 623 €

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

90 704 €

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

14 364 €

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

5 490 €

pour les transports

Location de gîtes insolites

94 113 €

L'Office de tourisme assure la commercialisation des gîtes de l'île Louët et l'île Callot pour le compte de la Mairie de Carantec.

642 300 €^{TTC}

de chiffre d'affaires (partenariats, billetterie, boutique, île Louët, île Callot, groupes et hors Espace des sciences).



Location de vélos

58 470 €

de chiffre d'affaires, de nouveau un record!



2 883 €

Bons cadeaux « Expériences uniques en Baie de Morlaix »

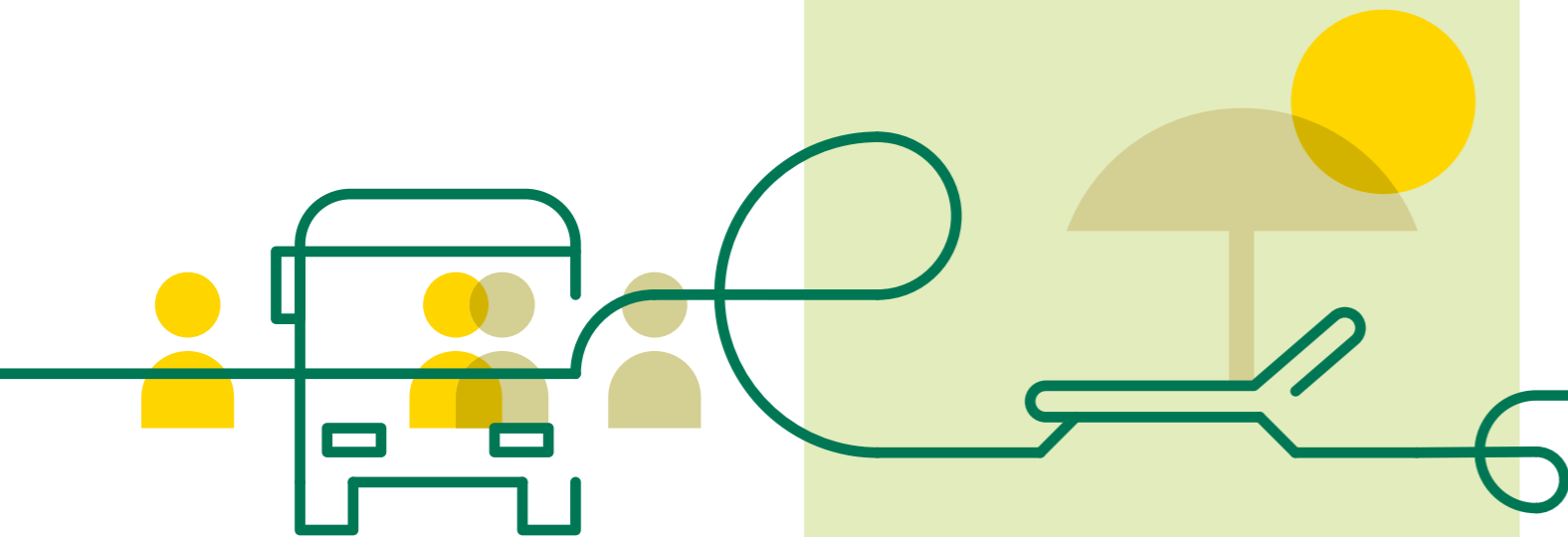
Boutique

15 700 €

- librairie, copies, Tissage de l'Ouest...
- Nos meilleures ventes: topoguides de randonnée à pied.
- Nouveaux produits mis en vente en collaboration avec la boutique de l'Espace des sciences de Morlaix. (Voir page « Projets »)

5 199 €

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

Une année exceptionnelle!

232 700 €

de chiffre d'affaires

(86 200 € en 2023 soit une augmentation de 146 500 €)

Cette année est exceptionnelle avec un volume d'activité multiplié par 2,7 par rapport à l'année dernière!

En 2024, nous avons reçu l'opération **Au Fil de l'Eau des agences de voyages Visages du Monde**. Elles programment une excursion dupliquée sur de nombreuses journées sur un territoire différent chaque année. La Baie de Morlaix était à l'honneur en 2024. **2 092 passagers** ont participé à cette excursion générant 104 000 € de chiffre d'affaires.

Sans compter l'opération Au fil de l'Eau, on note une augmentation très positive du chiffre d'affaires de 42 500 € et montre l'essor du Service Réceptif / Groupes.

Cela représente **138 contrats signés**, en tenant compte du fait que les journées Au Fil de l'Eau étaient regroupées sur 1 seul contrat chaque mois (soit 53 contrats de plus qu'en 2023).

Au total, nous avons vendu environ **428 prestations** (toutes confondues) dont 68 visites guidées de Morlaix, 70 prestations de restauration, 30 prestations de traiteur, 46 visites d'enclos paroissiaux, ou encore 36 visites de l'Espace des sciences.

Les effectifs des groupes sont très divers : on note 20% des dossiers établis pour des mini-groupes de 10 personnes ou moins, 31% pour des effectifs de 11 à 29 personnes, 15 % de dossiers pour des groupes entre 30 et 39 personnes et 34 % des dossiers ont été établis pour des groupes de 40 personnes et plus, dont plus de la moitié au-dessus de 63 personnes (soit 2 autocars). Les grands groupes ont été nombreux cette année.

35 % des contrats établis par notre service sont achetés et revendus par des agences de voyage ou autocaristes, et 65% des dossiers sont traités « en direct », dont une majorité d'associations, mais aussi des particuliers (groupes familiaux ou d'amis), des groupes scolaires et des entreprises et centres sociaux.

Le mois de juin reste traditionnellement le plus important pour l'accueil des groupes (38 dossiers), suivi de mai et septembre. **L'arrière-saison 2024 a été très favorable par rapport à l'an dernier, notamment grâce à l'ouverture de l'Espace des sciences de Morlaix.**

Aurélie Gayot, jusqu'alors en CDD, depuis juin 2023, a été recrutée en CDI à 80%, consolidant l'équipe du pôle Commercialisation.

... vers les clientèles en séjour

Le programme de visites produit par l'Office de tourisme est axé sur 8 thèmes 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.

124 visites ont été réalisées en 2024

Elles ont regroupé 1103 participants. Légère baisse du nombre de participants en 2024 par rapport à 2023 (-7,5%), notamment liée à la baisse de fréquentation de début juillet et la météo. Une activité toutefois plébiscitée par le public parmi l'ensemble des billetteries proposées par l'Office de tourisme. Certaines personnes participent d'ailleurs à plusieurs visites lors de leur séjour. 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 d'autres billetteries, 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 matin du 11 juillet au 29 août.

En 2024, 83 visites de la Maison Penanault ont été réalisées sur les 136 programmées. Ce qui représente 354 participants. 71% de ces visites sont guidées par le personnel de Morlaix Communauté, 29% par le personnel de l'Office de tourisme.

7 visites de la Manu ont été proposées pour un total de 90 participants. 43% guidées par le personnel de Morlaix Communauté et 57% par le personnel de l'Office de tourisme. Cette visite a eu lieu cette année le jeudi matin afin de permettre aux participants de profiter de l'Espace des sciences l'après-midi. Son contenu a également été modifié du fait de la mise en exploitation de l'Espace des sciences.

6 visites thématiques de Guerlesquin ont été réalisées pour un total de 94 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 2024, 22 passages chez 4 grands hébergeurs ont eu lieu lors des opérations « hors les murs ».

Une destination orientée vers la qualité

Qualité Tourisme devient Destination d'Excellence

En mai 2024, la marque Qualité Tourisme™ a été remplacée par le label Destination d'Excellence.

Ce nouveau référentiel national repose désormais sur deux piliers d'évaluation pour garantir une approche globale de la qualité et de l'éco-responsabilité.

Une labellisation aux critères multiples et exigeants!

Nous devons répondre à plus de 250 critères qui sont rattachés à deux piliers distincts sur le référentiel Destination d'Excellence :

- Le pilier Qualité reste sensiblement identique au référentiel Marque Qualité Tourisme avec toutefois 3 nouvelles séquences ajoutées concernant la gestion des flux, la promotion des labels du tourisme et l'accessibilité.
- Le pilier Eco-responsable : le grand changement porte sur ce chapitre développement durable. Cette partie comprend près de 70 critères portant sur des séquences comme la sobriété énergétique (maîtriser les gaspillages), la communication responsable et l'usage numérique...

Quels enjeux pour notre Office de tourisme ?

Au regard de ce nouveau référentiel, nous avons reporté l'audit qui devait initialement se dérouler fin 2025 à la fin 2026.

Nous bénéficions du label Qualité Tourisme jusqu'à cette échéance.



Des critères obligatoires pour l'obtention de la marque Destination d'Excellence!

Les critères obligatoires de l'écoute client

Sur les 11 critères de l'écoute client, 5 ont été identifiés comme étant obligatoires pour obtenir la labellisation :

- L'établissement prend connaissance des avis des consommateurs sur au moins 2 sites d'avis en ligne et a revendiqué la fiche de son établissement sur ces deux sites.
- Au moins, un outil de recueil de la satisfaction existe.
- L'établissement accuse réception des réclamations dans un délai de 72h et répond dans un délai maximum de 15 jours.
- Les réponses aux avis négatifs et aux réclamations sont personnalisées et constructives.
- L'établissement apporte une réponse aux insatisfactions notables et les traite comme une réclamation.

Les critères obligatoires de l'accessibilité

Sur les 8 critères de l'accessibilité essentiels à l'amélioration de la qualité de l'accueil des personnes en situation de handicap, 4 ont été identifiés comme étant obligatoires pour obtenir la labellisation :

- L'établissement a sensibilisé son personnel à l'accueil des personnes en situation de handicap.
- L'établissement informe les clientèles sur son accessibilité effective en précisant notamment si son établissement a fait l'objet d'une dérogation concernant le handicap moteur (sur le site internet a minima).
- Le professionnel a rempli son registre public d'accessibilité et le tient à disposition de sa clientèle.
- Le professionnel a renseigné sa fiche sur Acceslibre.

Aussi, nous devons répondre d'un score minimum de 85 % sur le pilier « Qualité » (axé sur l'accueil et les services), avec une satisfaction obligatoire des critères d'accessibilité et d'écoute client. Enfin, pour valider le pilier éco-responsable, nous devons justifier un taux de conformité minimal de 60% en adhésion et de 80% en renouvellement.

Le label est valable pour une durée de 5 ans, au terme de laquelle une réévaluation est demandée pour son renouvellement.

Ingénierie de développement

L'Office de tourisme est impliqué dans le développement de l'offre touristique. Il assure un accompagnement des porteurs de projets et apporte son expertise en ingénierie financière. Il est aussi l'interlocuteur des collectivités pour les projets publics.

En 2024, notre pôle « développement » a fait un travail de terrain. Nous avons approché l'intégralité des hôteliers et des campings du territoire et avons rencontré sur site

la plupart d'entre eux, ce qui nous a permis d'anticiper sur les projets de développement ou de les accompagner sur les projets en cours.

Cette année a également été marquée par la fin du Fonds Tourisme Durable de l'ADEME : après 3 ans de mise en place sur le territoire, 6 dossiers ont pu être accompagnés.

MORLAIX
communauté
BRO MONTROULEZ

Morlaix Communauté

- Dans le cadre la convention pluriannuelle passée avec Morlaix Communauté, l'Office de tourisme assure le suivi des aides communautaires « Immobilier Tourisme » et « Gîte d'Étape ». L'accompagnement se fait sur plusieurs années, de la formalisation du dossier jusqu'à la réalisation des travaux. Parmi les dossiers en cours, l'accompagnement des projets « Ibis » à Morlaix et le futur gîte d'étape du Cloître Saint-Thégonnec. Nous sommes également aux côtés de la collectivité sur les autres dispositifs : Pass et Boost Commerce et Artisanat.
- En 2024, les travaux de transformation de l'île Noire en gîte insolite ont pris un tournant décisif. Une réflexion est en cours, avec Morlaix Communauté, pour définir le mode de gestion et de commercialisation du site. Notre expérience dans la commercialisation des gîtes insolites sera mise à profit.

- L'évolution de la marque « Qualité Tourisme » vers « Destination d'Excellence » (voir par ailleurs), nous a contraints à proroger d'un an la convention avec Morlaix Communauté, le temps de définir de nouvelles règles de partenariat pour la période à venir. Elle est valable toute l'année 2025 mais devrait s'achever à la signature de la prochaine convention.
- L'Office de tourisme a accompagné 9 projets de développement de l'offre et 8 projets de création d'entreprise ou de reprise sur le territoire. Nous avons conseillé ces professionnels sur la réglementation, la transition écologique, les subventions existantes (appels à projets, appels à manifestation d'intérêt, appels à candidatures, etc.), la commercialisation, mais également sur le marché touristique de la Baie de Morlaix.

Bretagne

Nous avons principalement deux interlocuteurs régionaux :

Tourisme Bretagne

- Tourisme Bretagne avec qui nous travaillons en direct sur des opérations de communication. En 2024, nous avons travaillé sur 3 opérations de communication sur le marché français (Explora project, Chilowé et événement presse à Paris) et sur une campagne de partenariat avec un média en Belgique (Elle à table).
- 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 (La Véloodyssée et La 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.

- Fin de la convention de partenariat avec Tourisme Bretagne concernant l'accompagnement des professionnels en septembre 2024, suite à l'arrêt du Fonds Tourisme Durable porté par l'ADEME.

Service Tourisme de la Région Bretagne

- Le service « Tourisme » de la Région Bretagne passe par les « Destinations » pour communiquer avec nous.
- Nous avons accompagné la Région et Tourisme Bretagne dans l'organisation des 7^e Rencontres du Tourisme de Bretagne (RTB). Cet événement a eu lieu les 3 et 4 décembre au SEW, à la Manufacture des tabacs de Morlaix. Plus de 500 professionnels bretons ont participé aux nombreuses conférences et ateliers proposés lors de cet événement.

Destination Côte de Granit Rose Baie de Morlaix

En 2024, la Région Bretagne a décidé de prolonger d'une année les conventions des destinations qui courent jusqu'à la fin 2026 (contre 2025, initialement). Notre territoire de destination (de Tréguier à Plouescat) dispose d'un bon taux de réalisation des actions sur la période.

Sur la thématique des loisirs de plein air (outdoor), nous avons finalisé, début 2024, le financement du plan « hébergement Itinérance », apportant aux porteurs de projet locaux 71 315 € d'aides régionales. Deux autres projets sont préparés : le recensement des services le long des grands itinéraires (porté par notre Office de tourisme) et une réflexion sur la pratique du bivouac en arrière-pays (porté par l'OT Côte de Granit Rose).

Sur l'axe « nautisme », une étude est en cours et un appel à projet a été lancé en octobre 2024 permettant le financement d'opérations (de type « transition écologique ») pilotées par les mairies ou les centres nautiques (attribution d'une aide en février 2025).

Notre Office de tourisme portera un travail autour de la création de visites dans les entreprises, en lien avec les actions de Tourisme Bretagne. Le dispositif apportera un total de 147 000 € d'aides régionales.

Trois projets étaient en cours en 2024, relevant du précédent plan d'actions :

- La finalisation de l'appel à projets « Hébergement Itinérance » et l'acceptation des dossiers par notre comité de pilotage : sur notre territoire, 3 campings ont été lauréats et ont pu recevoir une subvention à hauteur de 50% de leurs projets respectifs.
- Réflexions concertées sur l'Étude Bivouac ainsi que sur l'Étude des services le long des Grands itinéraires, et sur l'appel à projets Tourisme de Savoir-Faire, qui débiteront en 2025 pour une finalisation en 2026.
- Enfin, la réflexion et la mise en œuvre de l'appel à projets « Transition environnementale et sociétale des structures nautiques » paru en octobre, qui visait à soutenir financièrement les établissements nautiques dans leurs démarches d'économie de ressources, d'inclusion, d'accessibilité et d'amélioration des conditions de travail. Cet appel à projets a fait l'objet de rencontres avec des établissements nautiques du territoire.

Développement des activités de pleine nature

- Nous poursuivons notre prestation de location de vélos toute l'année dans le cadre d'un partenariat « public-privé » avec l'entreprise « Les Vélos de La Baie » (localisée à Plufur, 22). En 2024, nous avons créé une nouvelle offre « Pack Itinérance » pour les clients qui utilisent les vélos pour de longs itinéraires de plusieurs jours. Cette offre est complémentaire de celle de notre partenaire « Abicyclette » qui propose de la location avec dépôt des vélos à destination. En liens avec « Tout Commence en Finistère » et avec Morlaix Communauté, nous accompagnons les initiatives des comités de suivi de la Vélomaritime et de la Véloodyssée. Voir plus loin nos interventions autour du label « Accueil Vélo ».

- En plus du suivi des grands itinéraires que nous animons avec Morlaix Communauté (La Vélomaritime, La Véloodyssée, GR34, MonTroBreizh), nous restons en veille avec l'ensemble des collectivités sur les actualités des sentiers pour la pratique de la randonnée pédestre. Nous mettons à jour nos systèmes d'information en conséquence.
- Passage sur une nouvelle technologie de l'application Destination Trail (nouveau design, nouvelles fonctionnalités).
- Depuis 3 ans, nous accompagnons le Parc d'Armorique dans la création d'un produit d'itinérance dans les Monts d'Arrée. Nommé « Kalon Menez Are », sa première phase de test a eu lieu cet été.

DESTINATION
CÔTE DE GRANIT ROSE
BAIE DE MORLAIX
ESPACE TRAIL

TOUT
commence
en FINISTÈRE

Engagements pour une destination durable

Appui aux projets

L'Office de tourisme apporte un conseil permanent aux socio-professionnels du territoire. Cela va de la qualification des hébergements (meublés, chambres d'hôtes...) jusqu'à de l'accompagnement de projets, potentiellement structurants pour la destination, sur des actions de qualification ou de l'ingénierie financière. En 2024, tous les hôtels et les campings ont été approchés par notre service développement, qui a rencontré sur site 7 hôtels et 12 campings, pour analyser les projets et les perspectives. Par ailleurs 44 nouveaux projets ont été étudiés, avec des issues diverses.

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

- 11 dossiers d'acteurs professionnels sont accompagnés à des stades divers, ce qui permet de soutenir la création d'emplois. Il s'agit de 3 hôtels, de 5 campings ou parcs résidentiels de loisirs, d'un gîte d'étape et de deux équipements de loisirs.
- 8 créations ou développements d'activités de chambres d'hôtes et de meublés ont été accompagnés.

Les démarches de qualification

Tourisme durable : accompagnement de plusieurs établissements (hôtels, campings et restaurants) pour la mise en place d'une stratégie de développement durable, qui a notamment donné lieu à l'attribution du label Ecotable au restaurant De Porc en Port à Locquéholé.

Labellisation «Accueil Vélo»

9 des établissements labellisés sur 16 ont renouvelé leur qualification en 2024 et deux nouveaux ont accédé à la qualification pour la première fois : le rôle de l'Office de tourisme est d'apporter du conseil et de procéder à l'audit pour valider la démarche. Nous avons également participé à la réflexion sur l'évolution du label qui devrait intervenir en 2025.

Tourisme & Handicap : diagnostics complets de l'Espace des sciences de Morlaix, de l'Ecomusée Ker Dreger de Plouigneau, de l'Hôtel de Carantec. Un travail est en cours pour le renouvellement de la labellisation de nos Offices de tourisme.

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.

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 de Relec à Plounéour-Ménez.

Plougonven

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

Implication dans les réseaux régionaux

Sensation Bretagne

La Présidence est assurée par Nathalie Bernard, Présidente de l'Office de tourisme. Implication dans une réflexion sur la mobilité touristique des stations du littoral.

Offices de tourisme Bretagne (OTB)

Participation au conseil d'administration du réseau

Offices de tourisme Finistère (OT29)

Participation au conseil d'administration

Suivi des offres de jeu de piste

Jeu de piste

« Les enquêtes d'Anne Korrgan »

Ce jeu de piste permet de découvrir les Monts d'Arrée autrement, autrement, via un circuit pédestre de 2 km et un circuit vélo de 17 km. En 2024, le circuit pédestre a été largement téléchargé et demandé à l'accueil. La page du site web créée pour l'occasion a été vue plus de 1 380 fois en 2024.

Jeu de piste « Mystère Abgrall »

- **Guerlesquin :** une quarantaine de kits enquêteurs ont été empruntés dont 27 cet été à l'office de tourisme plus 243 téléchargements (365 en 2023) sur le site internet de la Région Bretagne.
- **Morlaix :** Morlaix est en tête du top 5 des kits de jeu téléchargés en ligne sur le site du Mystère Abgrall, avec 548 kits téléchargés. À l'Office de tourisme de Morlaix, 99 kits ont été empruntés pour plus de 320 visiteurs.

Boutique

En 2024 nous avons créé la boutique de l'Espace des sciences et étoffé l'offre dans nos Offices de tourisme.

Avec l'ouverture de l'Espace des sciences et de sa boutique, nous avons travaillé sur une stratégie de développement de produits à destination de nos visiteurs. Les choix de partenaires locaux étant une évidence, nous avons décidé de nous rapprocher de l'entreprise Tissage de l'Ouest. Fort de leur expérience, une nouvelle collection très colorée et pimpante a vu le jour en juillet ! Un graphisme dédié à la Manufacture et une ligne « Skyline », imaginée par Norwest Design, se déclinent sur des torchons, tabliers, sacs de voyages, pochettes. D'autres produits sont également disponibles en boutique : pièces de monnaie à l'effigie de la Manufacture, livres, jeux, stylos Bic personnalisés, etc.

15 700 €

de chiffre d'affaires



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.

Avec Tourisme Bretagne, nous sommes également sollicités pour contribuer aux réflexions régionales et à l'animation du label Accueil Vélo. 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 2024, Atout France a lancé l'évolution de la marque Qualité Tourisme vers Destination d'Excellence avec un pilier éco-responsable, représentant 70 critères de développement durable et de RSE. Dans ce cadre, l'Office de tourisme a débuté sa réflexion pour s'engager dans la RSE en 2025.

L'Espace des sciences de Morlaix

Situé dans l'ancienne Manufacture des tabacs, l'Espace des sciences de Morlaix a ouvert ses portes au public le 2 juillet 2024. Cet équipement, porté par Morlaix Communauté est l'un des plus grands Centre de Culture Scientifique, Technique et Industrielle du grand Ouest de la France et l'un des rares en Europe à réunir sciences et industrie. Il est animé par l'Espace des sciences, association historiquement basée à Rennes et active à Morlaix depuis 2005.

Notre rôle

L'Office de tourisme assure la commercialisation de l'Espace des sciences : notre équipe dédiée (trois personnes qui travaillent sur place et des saisonniers) assure la billetterie des clientèles individuelles et vend les visites destinées aux groupes scolaires. Nous sommes également en charge de l'accueil téléphonique et de la gestion de la boutique. L'ensemble de ce travail, réalisé en cohésion avec Morlaix Communauté et l'équipe locale de l'Espace des sciences, est mis en œuvre dans un esprit proche de la démarche « Qualité ». Un bilan collectif sera réalisé chaque année.

Les recettes générées par l'Espace des sciences font l'objet d'une « convention de mandat » diligentée par Morlaix Communauté. Elles sont intégralement reversées à la collectivité, qui compense financièrement les charges induites par la mission. L'opération est neutre pour le budget de l'Office de tourisme.

Le parcours de visite se construit autour de différentes expositions :

- La Manufacture, un palais de l'industrie
- L'atelier
- Le tabac, du remède au poison
- Les Moulins
- Des machines et des Hommes
- Le pendule de Foucault
- Les roches armoricaines, une épopée géologique
- Le jardin des planètes

La commercialisation, l'accueil et la billetterie font l'objet d'une délégation de services auprès de notre Office de tourisme. Ainsi se sont 3 personnes qui ont été recrutées pour assurer l'accueil du public.



Blandine Tournellec
Responsable billetterie et accueil



Loëlie Bonnal
Accueil et billetterie



Mattéo Le Gac
Accueil et billetterie



Chiffres clés depuis l'ouverture

L'Espace des sciences est ouvert en continu en saison et pendant les vacances scolaires : du mardi au dimanche de 10h à 18h et hors vacances scolaires du mardi au dimanche de 14h à 18h

37 148

visiteurs ont visité l'Espace des sciences entre le 2 juillet et le 5 janvier 2025 – Un succès !

Groupes scolaires :
16 groupes pour 991 élèves accueillis entre septembre et décembre

Groupes tourisme :
26 groupes pour 718 personnes accueillies

Retours clients prometteurs :

la scénographie est fortement appréciée ainsi que la qualité des médiations et des animations proposées par l'équipe de l'Espace des sciences.

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

Ressources humaines

29

ETP (équivalents temps plein),

17

saisonniers

6

Formations (11 personnes) :
– l'accompagnement réglementaire
– la réglementation des droits d'auteur
– la RSE
– la gestion et la commercialisation de l'Espace des sciences
– les techniques de vente et de merchandising

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 2025.

Les membres du Comité directeur (liste en cours de constitution)

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

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 / Philippe Adam

Éric Le Scanff / Joseph Irrien

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

Patrimoines naturels et culturels

Claire Prijac

Caroline Leroy-Daniel / Loïc Quemener

Hébergements

Laurent Joncourt

Pierre Monneau

Stéphanie Pinçon / Sylvie Lucienne

Erwan Normand (Vice-président collège socio-pros)

Perrine Becquet

Loisirs et activités « outdoor »

Gilbert Toudic

Gwennolé Merrer

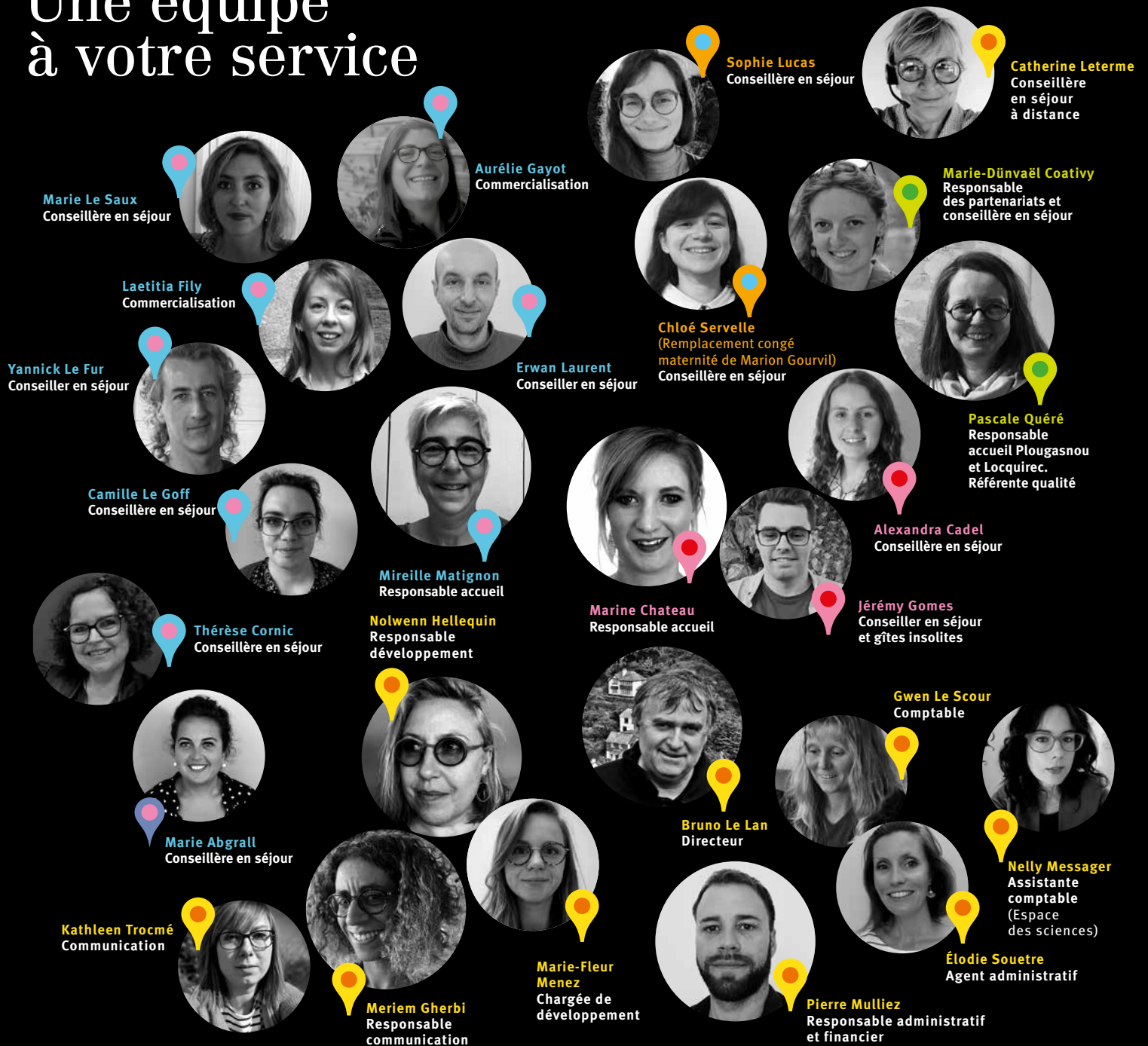
Ciara Cornily

Restauration & commerces

Nicolas Carro



Une équipe à votre service



Marie Le Saux
Conseillère en séjour

Laetitia Fily
Commercialisation

Yannick Le Fur
Conseiller en séjour

Camille Le Goff
Conseillère en séjour

Thérèse Cornic
Conseillère en séjour

Marie Abgrall
Conseillère en séjour

Kathleen Trocmé
Communication

Aurélié Gayot
Commercialisation

Erwan Laurent
Conseiller en séjour

Mireille Matignon
Responsable accueil

Nolwenn Hellequin
Responsable développement

Mariam Gherbi
Responsable communication

Marie-Fleur Menez
Chargée de développement

Sophie Lucas
Conseillère en séjour

Chloé Servelle
(Remplacement congé maternité de Marion Gourvil)
Conseillère en séjour

Marine Chateau
Responsable accueil

Bruno Le Lan
Directeur

Pierre Mulliez
Responsable administratif et financier

Catherine Leterme
Conseillère en séjour à distance

Marie-Dünvaël Coativy
Responsable des partenariats et conseillère en séjour

Pascale Quéré
Responsable accueil Plougasnou et Locquirec. Référente qualité

Alexandra Cadel
Conseillère en séjour

Jérémy Gomes
Conseiller en séjour et gîtes insolites

Gwen Le Scour
Comptable

Nelly Messenger
Assistante comptable (Espace des sciences)

Élodie Souetre
Agent administratif

NOUS CONTACTER

Offices de tourisme

Morlaix

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

Carantec

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

Locquirec

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

Plougasnou

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

Saint-Thégonnec

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

Guerlesquin

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

BAIE DE MORLAIX

#PLOGASNOU #LOCQUIREC #MONTSDARREE
#CARANTEC #MORLAIX
BRETAGNE

baiedemorlaix.bzh