

# Bilan d'activité 2025

BRETAGNE

TOUT  
commence  
en FINISTÈRE

# OFFICE DE TOURISME BAIE DE MORLAIX MONTS D'ARRÉE

BOTSORHEL — **CARANTEC** — GARLAN — **GUERLESQUIN** — GUIMAËC — HENVIC  
LANNÉANOU — LANMEUR — LE CLOITRE SAINT-THÉGONNEC — LOCQUÉNOLÉ — **LOCQUIREC**  
**MORLAIX** — PLEYBER-CHRIST — PLOUÉGAT-GUERRAND — PLOUÉGAT-MOYSAN  
PLOUEZOC'H — **PLOUGASNOU** — PLOUGONVEN — 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

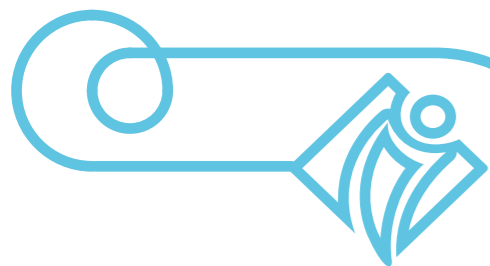
 **MORLAIX**  
communauté  
BRO MONTROLEZ

OFFICE  
DE TOURISME  
CLASSÉ

NOTRE  
ENGAGEMENT  
  
QUALITÉ  
TOURISME

  
Offices de  
Tourisme  
de France

# Accueil des publics



En 2025, la Bretagne a enregistré 108,7 millions de nuitées touristiques (baisse de 2% par rapport à 2024) avec près de 9 milliards de retombées économiques et plus de 60 000 emplois directs dans le secteur touristique.

La saison touristique en Baie de Morlaix est marquée par une baisse d'environ 10% des demandes enregistrées dans nos Offices de tourisme.

Malgré une météo estivale favorable, la fréquentation a été irrégulière, avec un démarrage lent en juillet (pour la 2<sup>e</sup> année consécutive) et un afflux concentré entre le 20 juillet et le 25 août.

Les ventes de prestations de loisirs sont en recul, reflétant un budget plus maîtrisé de la part des touristes surtout au mois de juillet.

## Centre d'appel téléphonique

Un dispositif efficace qui a trouvé sa place : en 2025, 11% des contacts reçus par notre Office de tourisme sont traités par ce service. Ouvert d'avril à fin septembre, il a pris en charge les lignes des accueils de Morlaix, Carantec, Plougasnou et celle de Locquirec.

5 083 demandes comptabilisées, 40% traitées d'avril à juin, 53% en juillet et août (soit une moyenne de 70 appels par jour en juillet et août) et 7% en septembre. La demande pour les hébergements reste très forte (près de 20% des demandes). 43% concernent les hébergements à la nuitée (hôtels, chambres d'hôtes) et 22% les locations meublées. Les hébergements insolites représentent 9% des demandes.

Côté loisirs, les informations concernant les animations, fêtes et spectacles restent numéro 1 des demandes (17%). La location de vélo est aussi plébiscitée (12%). Enfin, nous comptabilisons 41% de demandes d'informations pratiques, dont une majorité de demandes qui concerne les transports (21%).

## Nos clientèles et leurs demandes

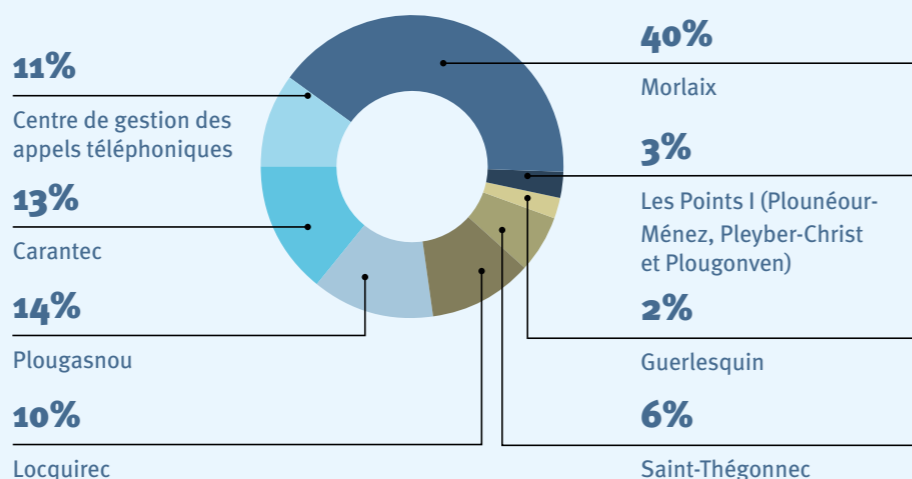
**45 769**

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

**115 585**

demandes (un visiteur ayant souvent plusieurs demandes)

### Répartition des contacts reçus par les Offices de tourisme



### Parmi ces demandes, on note :

**3 701** demandes concernent les hébergements

**4 356** demandes pour les sorties en mer

**7 540** demandes pour les animations et événements

**3 806** demandes relatives à la restauration et aux commerces

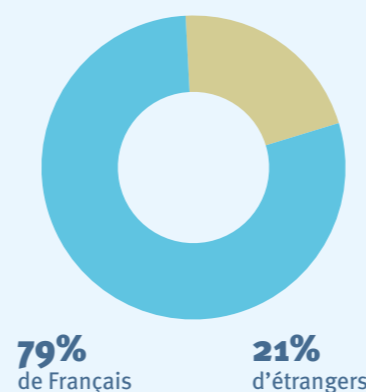
**19 450** demandes concernent le patrimoine culturel

**3 745** pour le transport

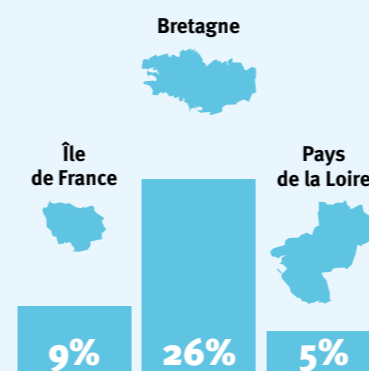
**10 286** demandes concernent le patrimoine naturel

**19 005** demandes concernent les randonnées et balades

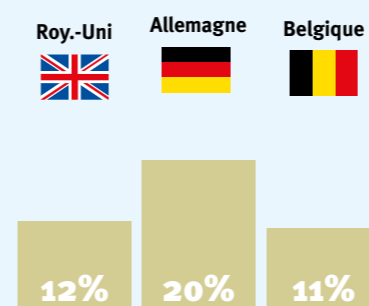
### Répartition de la clientèle



### 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-Ménez, Pleyber-Christ et Plougonven en juillet et août.

### Aménagement d'un nouvel accueil pour l'Office de tourisme de Carantec

L'Office de tourisme de Carantec fait peau neuve. Avec des locaux plus spacieux situés dans l'actuel forum, le nouvel équipement augmentera sensiblement la qualité d'accueil des visiteurs au coeur de cette station classée. L'ouverture est prévue en 2026.



### 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, accessibles 24/24, 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 :

- 6 079 visites
- 46 305 pages vues
- 48 418 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 : 2 %
- Gare de Morlaix parking Nord : 3 %
- Office de tourisme de Morlaix : 4 %

# La promotion et la communication

## Le site internet baiedemorlaix.bzh fait peau neuve !

En 2025, nous avons travaillé avec l'agence Les Conteurs à l'écriture du cahier des charges pour la refonte de notre site web. C'est Iris Interactive qui a emporté l'appel d'offres et qui nous accompagnera en 2026 à la création de notre futur site. **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
- répondre aux exigences de l'IA

La refonte de notre site internet intègre deux piliers fondamentaux :

- éco-conception
- accessibilité

Concernant le volet accessibilité, **le réseau régional des Offices de tourisme (OTB)** nous accompagnera tout au long de la création du nouveau site internet. Ceci afin de s'assurer de **la conformité aux critères de la nouvelle norme RG2A**. Un audit viendra compléter l'accompagnement, à la sortie du site.



## 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
- **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 14 000 ex.)
- **Agenda de l'été** 12 000 ex.
- **Agenda des petites vacances** Édition numérique et impression en interne à la demande
- **Carte touristique** 62500 ex. sur 2 ans (2024-2025)
- **Horaires des marées**, 12500 ex. avec l'Office de tourisme de Roscoff, Côte des Sables, Enclos Paroissiaux
- **Carnet de voyage Baie de Morlaix** 82 pages – 25 000 ex. 129 encarts pour 144 partenaires



## La presse

### Des relations privilégiées

#### Comment ça se passe ?

En direct, via Sensation Bretagne, Tout commence en Finistère ou Tourisme Bretagne. **Accueil de journalistes sur place ou transmission de contenus sur demande** (textes ou photos) pour la rédaction d'articles.

**78** demandes presse reçues

#### 11 accueils journalistes et influenceurs en 2025 parmi lesquels :

- Cyclotourisme Magazine
- Magazine Art et Décoration
- Le Figaro Magazine
- Le Figaro (quotidien)
- Le Figaro Food (en ligne)
- TF1
- Radio Ici Breizh Izel
- Sidetracked (Presse anglaise outdoor)
- France Today (Presse anglaise)
- Tour Magazine (Presse allemande spécialisée vélo)

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

- **Presse écrite** : Cyclotourisme Magazine – Magazine Voyages et découvertes – Bretagne Magazine – Art et Décoration – Le Figaro Magazine – Le Figaro – Régal Magazine – Le Monde – Terre Sauvage – Magazine allemand Henris – Sidetracked
- **TV** : TF1 – France 2 – France 3 – Météo à la carte – Des racines et des ailes – France 3 Bretagne – Arte TV
- **Presse Web** : Grand Est Cyclisme – Routard.com – Mollow – Journal de la maison – Linternaute.com
- **Radio** : Ici Breizh Izel – Océane FM – Sud Radio

## Près d'1,2 Million de pages vues sur notre site internet !

### baiedemorlaix.bzh

Le site baiedemorlaix.bzh maintient son audience avec une fréquentation quasi identique à 2024. **Plus 1 125 000 pages vues en 2025 et 418 200 visiteurs uniques.**

#### Quelques chiffres

- **625 455 sessions, 418 234 visiteurs** ont consulté **1 125 182 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.

### Collaboration avec Tourisme Bretagne

Nous avons choisi de travailler avec **le media en ligne Mollow** pour la campagne sur le marché français. Mollow est spécialisé sur la thématique du voyage bas carbone. L'idée était de mettre en avant Morlaix, accessible en train, et son offre culturelle.

Sur le marché étranger, nous avons noué un partenariat avec **le média anglais Sidetracked**. Nous avons pu valoriser l'offre d'activités outdoor sur Plougasnou et Locquirec (Surf et paddle). Plusieurs articles en ligne ainsi qu'un article dans le magazine papier sont parus. La qualité des photos et du rédactionnel a fait de cet accueil une véritable réussite.



### Facebook

- **53 000 abonnés** sur l'ensemble des pages soit 15 % de plus par rapport à l'année dernière.
- **TOP 3 des posts sur la page Destination :**
  - 1 – Et si le Château du Taureau devenait le Monument préféré des Français.
  - 2 – En mai, fais ce qu'il te plaît – sélection de 6 spots méconnus à découvrir.
  - 3 – Randos et balades en Baie de Morlaix.



### Instagram

#### @baiedemorlaixtourisme

- **16 435 followers** au 31 décembre 2025. Soit une augmentation de 10 % par rapport à l'année dernière.
- **TOP 3 des publications sur Instagram :**
  - 1 – Food Trip de Victor Blanchet en collaboration avec Tourisme Bretagne
  - 2 – Le Morlaix des pépites par Evan de Bretagne en collaboration avec Morlaix communauté
  - 3 – Randonnée à Primel en collaboration avec Les Explorateurs du Monde



### 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. Le photographe, Jérémie Jehanin, est venu en Baie de Morlaix début juin pour effectuer ces prises de vues. Le reportage comprend 40 photos par station (dont 5 livres de droits pour nos partenaires).
- En 2025, nous avons collaboré de nouveau avec **Tristan Gouérou pour la création de 3 vidéos** par station avec le concept de POV (Point Of View). Filmées en caméra subjective, ces vidéos de 30 secondes seront sponsorisées sur les réseaux sociaux (Facebook et Instagram) en 2026.

## Salons 2025

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

- **Salon Destinations Nature** à Paris (47 000 visiteurs sur 4 jours)
- **Salon de Lyon Mahana** (20 700 visiteurs sur 3 jours)
- **Salon du tourisme à Lille** (17 640 visiteurs sur 3 jours).



# La commercialisation

## Les professionnels

### 450 partenariats

ont été conclus en 2025, pour la promotion des activités des professionnels. Ce réseau participe activement à la notoriété et à l'attractivité de la destination

111 800 €

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



206

liés à l'hébergement



56

restaurants



187

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](http://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 56 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<sup>er</sup> plan, avec un renforcement de cette diffusion en été.
- **Les accueils presse**: un important vecteur de valorisation de nos partenaires.

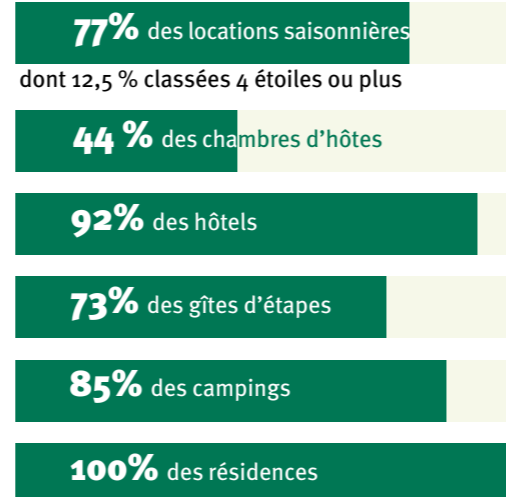
### Une veille constante

**L'espace pro** du site internet [www.baiedemorlaix.bzh](http://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 »

- La Voilerie Jeandot
- Nicolas Jubeau
- Pesketa
- La Bigarrée

#### Les Semaines du Tourisme Économique et des Savoir-Faire (STESF). La 5<sup>e</sup> édition a eu lieu du 20 octobre au 2 novembre 2025.

12 entreprises, dont une nouvelle, se sont engagées en 2025 auprès de notre Office de tourisme.

L'événement a connu un véritable succès et est désormais un temps fort de l'année:

- 40 créneaux de visites ouverts, et 470 places disponibles
- 73% de taux de remplissage global (contre 55% en 2024). La moitié des entreprises ont affiché complet.
- 348 participants, originaires du territoire et de la Bretagne majoritairement.

Une nouvelle plateforme a vu le jour cette année, afin d'améliorer l'expérience client et la visibilité des entreprises.

Un chiffre d'affaires en hausse (+18%), à hauteur de 617,50 €, 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 74 réponses. 100 % des répondants estiment excellente ou satisfaisante leur relation avec l'Office de tourisme. Le degré de satisfaction par rapport à l'accueil, l'expertise et l'accompagnement de l'Office de tourisme est de 8,8 sur 10. La satisfaction sur la communication est de 8,8 sur 10.

47,3% des répondants estiment leur fréquentation en hausse par rapport à l'année précédente.

Nos partenaires ont le souhait de se rencontrer lors de journées thématiques ou d'échanges de documentation. Cette dernière sera reconduite en 2026 (le 31 mars à Carantec) et d'autres projets sont à l'étude comme celui de proposer des ateliers/formations pour nos partenaires hébergements et socio-professionnels à l'horizon 2027.

## Billetterie

La billetterie se porte bien en 2025, le chiffre d'affaires est en légère baisse pour la partie vente de prestations de loisirs.

108 007 €

de chiffre d'affaires dont

6 958 €

pour les visites guidées organisées par l'Office de tourisme

81 708 €

pour les sorties en mer (Château du Taureau, Île de Batz, les 7 îles, Finist'Mer, Penn ar Bed Breizh Go, Vagabonds de la Baie, les Vedettes Sirènes)

14 641 €

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

4 700 €

pour les transports

## Location de gîtes insolites

79 773 €

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.

590 052 €<sup>TTC</sup>

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



## Location de vélos

62 920 €

de chiffre d'affaires, de nouveau un record!



1 800 €

Bons cadeaux « Expériences uniques en Baie de Morlaix »

## Boutique

25 512 €

- 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 »)

5 403 €

sur [www.baiedemorlaix.bzh](http://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!

# 200 250 €

de chiffre d'affaires

Depuis 3 ans, le chiffre d'affaires groupes est en forte augmentation. Nous sommes passés de 86 200€ en 2023, à 128 700 € en 2024 (hors contrat «Au Fil de l'Eau») jusqu'à atteindre 200 250 € en 2025.

200 250 € de chiffre d'affaires représentant 192 contrats signés, soit 54 de plus qu'en 2024.

Au total, nous avons vendu environ 471 prestations toutes confondues, soit 41 de plus qu'en 2024, dont:

- 78 visites guidées de Morlaix (classiques ou street-art)
- 116 médiations «La vie à la Manu»
- 26 visites libres de l'Espace des sciences
- 79 prestations de restauration
- 29 visites d'enclos paroissiaux
- 12 séjours comportant plusieurs nuitées.
- 28 excursions en bateau, etc.

Les effectifs des groupes sont très divers : 14% des dossiers établis pour des mini-groupes de 10 personnes ou moins, 20 % des dossiers ont été établis pour des groupes de 11 à 20 participants, 20% pour 21 à 30 personnes, 18 % pour 31 à 40 personnes, 11% pour 41 à 50 personnes, 17 % + de 50 personnes, dont 8 groupes comptant + de 63 personnes, soit 2 autocars.

Environ 20 % des contrats établis par notre service sont achetés et revendus par des agences de voyages ou autocaristes, et 80% des dossiers sont traités «en direct», dont une majorité d'associations, mais aussi des particuliers (groupes familiaux ou d'amis), des groupes scolaires, des entreprises et centres sociaux.

Nous avons fait des opérations de démarchage à l'automne 2025 (prise de rdv dans 6 agences de voyages bretonnes). Nous apparaissions dans plusieurs catalogues d'agences et d'autocaristes qui nous programment régulièrement.

Le mois de juin reste le plus important pour l'accueil de groupes (44 dossiers), suivi de mai (38 dossiers), avril (23 dossiers) et septembre (21 dossiers).

... 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.

**117 visites ont été réalisées en 2025**

Elles ont regroupé 1 059 participants. Légère baisse du nombre de participants en 2025 par rapport à 2024, notamment liée à la baisse de fréquentation de début juillet. 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 10 juillet au 28 août.

**En 2025, 76 visites de la Maison Penanault ont été réalisées sur les 136 programmées. Ce qui représente 295 participants.** 64% de ces visites sont guidées par le personnel de Morlaix Communauté, 36% par le personnel de l'Office de tourisme.

**7 visites de la Manu ont été proposées pour un total de 42 participants.** 50% guidées par le personnel de Morlaix Communauté et 50% 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 69 participants.** 50% guidées par le personnel de Morlaix Communauté et 50% par le personnel de l'Office de tourisme.

**Autres visites**

- Nouveauté 2025 : visite du Tunnel (jauge limitée) dans le cadre de la visite du Morlaix Arts Tour. 6 visites réalisées pour un total de 89 participants.
- 17 visites ostréicoles réalisées pour un total de 408 participants.

## Une destination orientée vers la qualité

### Marque Qualité « Destination d'Excellence »

L'année 2025 nous a permis de lancer le processus de qualification Destination d'Excellence et de préparer l'audit qui se déroulera à l'automne 2026.

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 touristiques, 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. Nous nous sommes rapprochés de nos collectivités partenaires afin de répondre aux critères très spécifiques de ce volet.

**Quels enjeux pour notre Office de tourisme ?**

Notre Office de tourisme a fait le choix du cabinet Adonéo Conseil qui procèdera à l'audit de notre structure entre octobre et novembre 2026.

Le résultat final sera connu pour la fin de l'année 2026, le temps de l'instruction du dossier.



### 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.

Afin d'être fin prêt pour l'audit final nous avons fait le choix de travailler avec le Cabinet privé Accessitour formation. Ce dernier nous accompagnera lors d'un l'audit blanc de formation sur 2,5 jours en mars 2026. L'auditrice nous proposera un plan d'action pour consolider nos nouvelles démarches concernant notamment les critères développement durable.

# Ingénierie de développement

L'Office de tourisme est impliqué dans le développement de l'offre touristique, il peut animer, coordonner des projets de territoire pour la collectivité ou dans le cadre de programme d'actions pour la Destination. 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.



## Morlaix Communauté

### Nouvelle convention d'objectifs

Comme le prévoit notre partenariat avec Morlaix Communauté, 2025 (une année avant la marque qualité) nous a permis de rédiger une convention d'objectifs et de moyens avec la collectivité. Finalisée en fin d'année, elle a été signée des deux parties en janvier 2026.

Ce document nous a permis d'affiner les enjeux autour :

- de la **diffusion de l'information**, notamment en lien avec le déploiement de l'intelligence artificielle,
- de programmer le renouvellement et la poursuite de **nos outils de communication**,
- de cadrer notre **stratégie commerciale** autour des groupes, de la boutique et de la billetterie
- de proposer des actions communes avec la collectivité sur le **développement**, notamment autour de la Responsabilité Sociétale de l'Entreprise et du label « Green Destinations » (voir par ailleurs).

Dans le cadre de notre convention d'objectifs avec l'EPCI, l'Office de tourisme accompagne les porteurs de projets qui souhaitent bénéficier des aides communautaires. Malgré les baisses budgétaires, les aides à l'immobilier touristique ont été maintenues, et les dossiers sont traités au fil de l'eau par les services communautaires.

**L'Office de tourisme a accompagné 10 projets de développement de l'offre ou 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.

### Green Destinations

Animé par une fondation mondiale, Green Destinations permet de **mettre en avant des destinations touristiques exemplaires sur le développement durable**. Il s'agit d'une démarche de territoire qui sera envisagée conjointement avec Morlaix Communauté. Les travaux de la collectivité autour de ces sujets permettent de nous situer sur le haut du panier, en Bretagne : recyclage des déchets, politique de l'eau, plan climat air énergie territorial, etc. **Notre Office de tourisme s'est donc inscrit volontairement parmi les 7 offices de tourisme pionniers qui vont bénéficier d'une formation pointue sur le sujet**, animée par le réseau Offices de tourisme de Bretagne. Ce qui permettra d'explorer l'intérêt de solliciter le label.

## Bretagne

### Service Tourisme de la Région Bretagne

Parallèlement aux opérations liées à la Destination Régionale (voir plus loin), notre Office de tourisme est associé aux réflexions en cours sur le **futur Schéma Régional du Tourisme**.

Au titre de nos actions sur le développement, nous sommes de fait sollicités pour participer à l'élaboration de scénarios pour préparer le tourisme de demain, au même titre que les autres territoires bretons. Nous sommes également invités à apporter notre expérience autour du **développement de l'offre touristique**, dont la réflexion est toujours en cours.

### Tourisme Bretagne

En 2025, Tourisme Bretagne a lancé **une étude sur le prix et la notoriété dans les destinations touristiques**, en partenariat avec Sensation Bretagne et ADN Tourisme (réseau national). Dans ce cadre, nos équipes ont fait remonter des données de nos trois stations « Sensation Bretagne », Carantec, Locquirec et Plougasnou. Les résultats sont attendus courant 2026.

## Destination Côte de Granit Rose Baie de Morlaix

Le plan d'action de la Destination (territoire comprenant les EPCI de Haut Léon, de Landivisiau, de Lannion Trégor et Morlaix Communauté) est entré dans sa phase la plus opérationnelle. Notre collectif met en œuvre les actions définies en 2023 et dispose d'un excellent taux de réalisation. Un bilan de l'ensemble des Destinations régionales sera réalisé en 2026 qui permettra de situer l'impact de ces travaux.

### Loisirs de plein air

- Lancement d'un **recensement des services le long des grands axes d'itinérance** (randonnée pédestre ou vélo). Ces données, accessibles aux visiteurs, leurs permettront d'anticiper les services disponibles le long de leurs parcours. Ce travail, porté par notre Office de tourisme et lancé fin 2025, nous conduira sur 1070 kilomètres d'itinéraire.
- Nous lançons depuis 2025 un travail sur le **développement de l'offre à la nuitée en arrière pays**, notamment une offre de bivouac. Après avoir défini des zones qui sont peu dotées en offres d'hébergement, nous suggérons des actions aux acteurs locaux, collectivités ou acteurs privés. Ce projet est porté par l'Office de tourisme Côte de Granit Rose.

- Changement de technologie pour notre **application « Destination Nature »** – 2400 téléchargements en 2025, 19 400 visites et près de 80 000 pages vues.

### Sur l'axe « nautisme »

Finalisation de l'appel à projets **« Transition écologique des centres nautiques »** : aide financière aux établissements, principalement pour des démarches, d'économie de ressources, d'inclusion et d'amélioration des conditions de travail. 15 dossiers ont été présentés, dont 3 sur le territoire de la Baie de Morlaix. Total d'aides régionales attribuées : 137 000€ (28 000€ pour la Baie de Morlaix), pour 1 130 000€ d'investissements (206 000€ pour la Baie de Morlaix).

Une réflexion autour d'un **plan de formation pour les acteurs du nautisme** a été lancée. Après la réalisation d'audits auprès des établissements, des sessions de formation seront proposées, abordant plusieurs thématiques : accueil, communication, commercialisation, etc. Plus d'une dizaine d'établissements pourraient se lancer dans l'opération.

L'étude « Centre Nautique Outdoor » a également été finalisée fin 2025.

### Tourisme de Savoir-faire

Les visites d'entreprises sont très recherchées par les visiteurs et les habitants (voir par ailleurs l'opération Semaines du Tourisme Économique et des Savoir-Faire). **Nous avons donc proposé à la Région d'encourager la création de visites permanentes dans nos entreprises.** Cette opération a été préparée en 2025 et sera déployée, en partenariat avec Tourisme Bretagne, en 2026. Elle concernera un maximum de 10 entreprises qui bénéficieront, chacune d'un audit qui leur permettra de sélectionner un scénographe pour les accompagner. Dotation envisagée : 57 000 € d'aides régionales.

## 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 plus du suivi des grands itinéraires que nous animons avec Morlaix Communauté (**La Vélomaritime, La Vélodyssée, 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.
- Depuis trois ans, nous accompagnons le **Parc Nature Régional d'Armorique** dans la création du produit d'itinérance « Kalon Menez Are ». En juin 2026, l'ensemble de l'itinéraire sera ouvert et balisé.
- En 2025, nous avons collaboré avec la **Fédération Française de Randonnée**, relais départemental, pour les éditions du territoire de Morlaix et également la mise en tourisme des GR® de Pays (Morlaix et Monts d'Arrée).

# 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.

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

- 12 dossiers d'acteurs professionnels sont accompagnés à des stades divers (clôture, suivi, création), ce qui permet de soutenir la création d'emplois. Il s'agit, entre autres, de :
  - 4 hôtels
  - 2 campings
  - 2 gîtes d'étape
  - 2 chambres d'hôtes et 2 meublés de tourisme
- 8 créations ou développements d'activités de chambres d'hôtes et de meublés ont été accompagnés.

### Les démarches de qualification

#### Labellisation «Accueil Vélo»

- L'Office de tourisme de la Baie de Morlaix a renouvelé son engagement sur les thématiques «Accueil» et «Location de vélos» pour ses Offices de tourisme, et a nouvellement engagé celui de Saint-Thégonnec.
- 4 des partenaires (hébergements, lieux de visite...) initialement labellisés ont renouvelé leur qualification en 2025.
- Deux nouveaux établissements ont accédé à la qualification pour la première fois, ce qui agrandit notre réseau à 19 structures.

Le rôle de l'Office de tourisme est d'apporter du conseil en amont d'une labellisation, et de procéder à l'audit pour valider la démarche. Nous communiquons et valorisons nos partenaires labellisés dans tous nos outils concernés.

**Tourisme & Handicap :** Afin d'obtenir la marque pour l'ensemble de nos Offices de tourisme, une réflexion sur le plan d'actions et les investissements à réaliser est engagée, pour obtenir la marque Tourisme et Handicap fin 2026.

## 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».

### 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.

### Plouneour-Ménez

Convention d'accueil avec l'EPCC «Domaines & Musées départementaux du Finistère», pour l'Abbaye du Relec à Plouneour-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 jeux de piste

### Jeu de piste

#### «Les enquêtes d'Anne Korrgan»

Ce jeu de piste permet de découvrir les Monts d'Arrée autrement, via un circuit pédestre de 2 km et un circuit vélo de 17 km. En 2025, 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 1467 fois en 2025.

### Jeu de piste «Mystère Abgrall»

- **Guerlesquin :** une quarantaine de kits enquêteurs ont été empruntés dont 27 cet été à l'Office de tourisme plus **272 téléchargements (243 en 2024)** sur le site internet de la Région Bretagne.
- **Morlaix :** Morlaix est en **deuxième position du top 5 des kits de jeu téléchargés en ligne sur le site du Mystère Abgrall, avec 538 kits téléchargés.** À l'Office de tourisme de Morlaix, 110 kits ont été empruntés pour plus de 394 visiteurs.

## Boutique

Nous développons notre boutique en prenant en compte les demandes des visiteurs. La boutique de l'Espace des sciences remporte un vif succès coté librairie et tout particulièrement la collection Skol Vreizh et les collections en lien avec les expositions. Les jeux à destination des familles plaisent énormément, les objets insolites et divers produits personnalisés trouvent également leur clientèle. Nous avons fait le choix de développer une gamme de produits fabriqués principalement en Bretagne, France à 90% ! Progressivement, nous envisageons d'élargir la collection de produits personnalisés à l'effigie de la Baie de Morlaix pour les boutiques des Offices de tourisme.

**25 512 €**

de chiffre d'affaires



## Notre expertise

Avec Tourisme Bretagne, nous sommes sollicités pour contribuer aux réflexions régionales et à l'animation du label Accueil Vélo. Nous sommes également référents auprès du réseau national Réseau Vélo et Marche.

## En interne

**L'Office de tourisme de la Baie de s'est engagée 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. Pour obtenir la marque Destination d'Excellence, le pilier éco-responsable représentent 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 et également renouveler le label Tourisme et Handicap pour l'ensemble de ses sites en 2026.

# L'Espace des sciences de Morlaix

Situé dans l'ancienne Manufacture des tabacs, l'Espace des sciences de Morlaix, équipement porté par Morlaix Communauté est le plus grand 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
- Nouveauté 2025: l'exposition Grande Vitesse

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.



## 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

**38 650**

visiteurs ont visité l'Espace des sciences en 2025 – Un succès!

Groupes scolaires: 89 groupes scolaires, 3 333 élèves accueillis.

Groupes tourisme: 3 654 entrées groupes comptabilisées.

## Retours clients

Malgré une année 2025 impactée par les travaux sur le quai du Léon, l'Espace des sciences a confirmé le succès de l'année d'ouverture. La scénographie est plébiscitée par les visiteurs, ainsi que les animations proposées tout au long de l'année (Moulins, Pendule de Foucault, Globe, etc.). Le process de la marque Qualité est appliqué pour l'Espace des sciences comme pour l'ensemble de nos sites d'accueil. Ce qui permet de nourrir le dialogue entre les structures impliquées dans le projet, Morlaix Communauté, l'association Espace des sciences et l'Office de tourisme. Dans ce cadre, des éléments positifs et des points d'amélioration ont été soulignés, dont certains liés aux travaux et d'autres sur la tarification aux professionnels de l'éducation nationale (gratuité en 2026 sur présentation du Pass Éducation).

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

## Ressources humaines

**29**

ETP (équivalents temps plein),

**15**

saisonniers

## Gouvernance

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

## Les membres du Comité directeur 2025 (liste qui sera renouvelée en mai 2026)

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-Deniel / 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

Gwenolé Merrer

Ciara Cornily

### Restauration & commerces

Nicolas Carro



Blandine Tournellec  
Responsable  
Accueil et billetterie



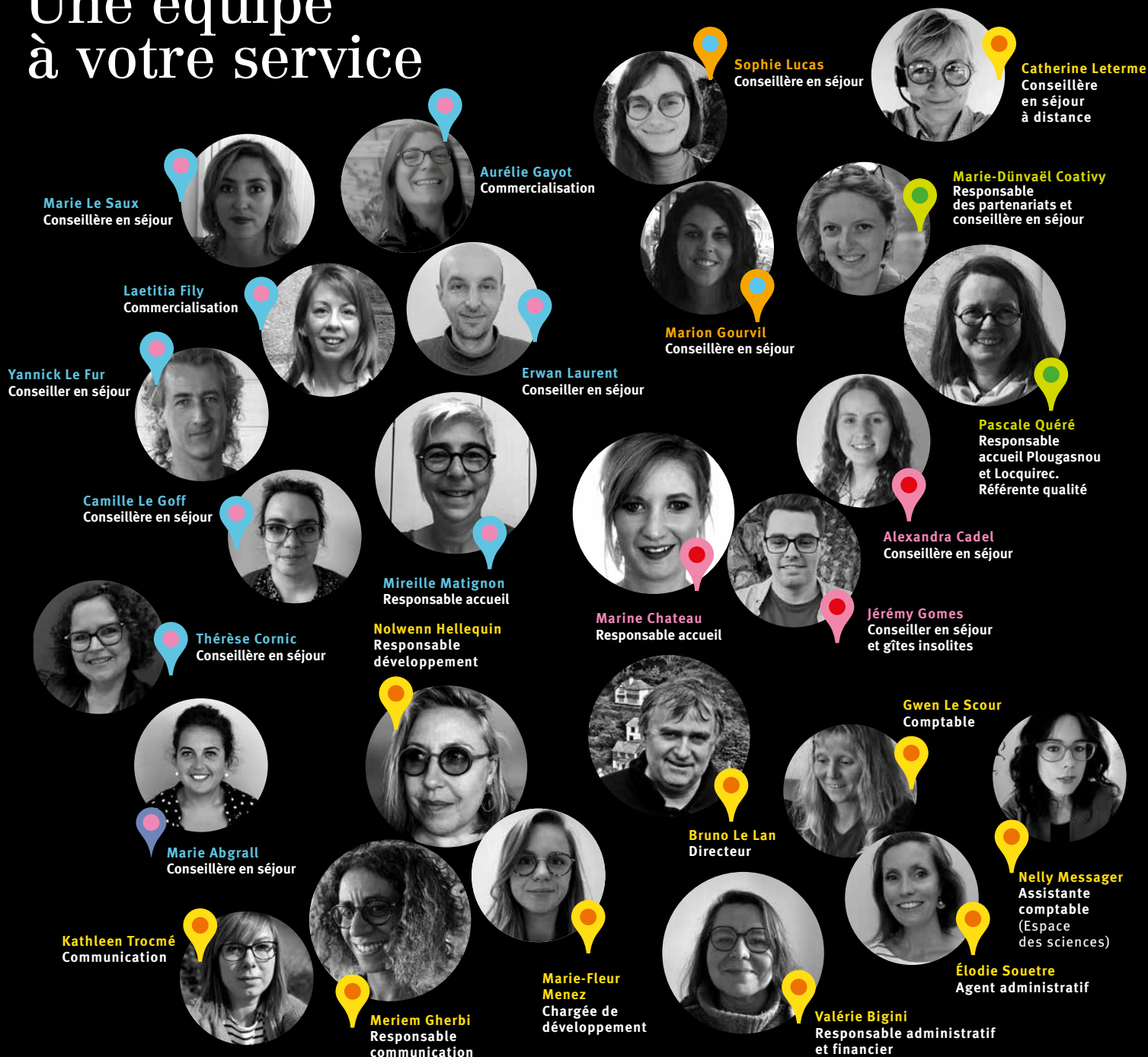
Loélie Bonnal  
Accueil et billetterie



Mattéo Le Gac  
Accueil et billetterie



# Une équipe à votre service



## 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