



Conseil d'exploitation Tourisme

Jeudi 08 Avril 2021

Ordre du jour :

- 1/ Compte administratif et affectation des résultats
 - 2/ L'évolution du **règlement intérieur**
 - 3/ Le point sur les premiers **ateliers de réflexion « Stratégie Tourisme »**
 - 4/ Proposition d'organisation de la **saison** et des bureaux **d'accueil**.
- Questions diverses

1/ Compte administratif et affectation des résultats

En € TTC	CA 2019	CA 2020
RECETTES TOTALES * <i>Crise covid, baisse des recettes de 88 500 €</i>	738 217,25	649 716,87 *
DEPENSES TOTALES	659 024,33	633 217,68
RESULTATS	79 192,82	16 499,19
RESULTATS avec report	255 928,16	272 427,35

FONCTIONNEMENT

1/ Compte administratif et affectation des résultats

En € TTC	CA 2019	CA 2020
RECETTES TOTALES	18 416,82	9 586,91
DEPENSES TOTALES	6 698,26	6 832,90
RESULTATS	11 718,56	2 754,01
RESULTATS avec report	3 821,10	6 575,11

INVESTISSEMENT

A) RESULTAT DE L'EXERCICE précédé su signe + (excédent) ou - (déficit)	+ 16 499.19
B) RESULTATS ANTERIEURS REPORTES Ligne 002 du compte administratif N - 1, précédé du signe + (excédent) ou (déficit)	+ 255 928.16
C) RESULTAT A AFFECTER = A + B (hors restes à réaliser)	272 427.35
D) SOLDE D'EXECUTION D'INVESTISSEMENT N-1 (précédé de + ou -)	
R 001 (excédent de financement)	+ 6575.11
E) SOLDE DES RESTES A REALISER D'INVESTISSEMENT N-1 Besoin de financement	0
F) EXCEDENT DE FINANCEMENT = D + E	6575.11

DECISION D'AFFECTATION (pour le montant du résultat à affecter en C) (ci-dessus) :	272 427.35
1 - AFFECTATION EN RESERVES R 1068 en investissement G) = au minimum, couverture du besoin de financement F	0
2 - H) REPORT DE FONCTIONNEMENT R 002	272 427.35

AFFECTATION DES RESULTATS

2/ L'évolution du règlement intérieur.



2/ L'évolution du règlement intérieur.

- ▶ Article 1 à 3 : composition du CE, mode de désignation.
- ▶ Article 4 : durée du mandat
- ▶ Article 5 : présidence
- ▶ Article 6 à 8 : périodicité des séances, convocations, ordre du jour.
- ▶ Article 9 : accès aux dossiers
- ▶ Article 10 à 14 et 16 : présidence de séance, quorum, secrétariat de séance, police de l'assemblée, déroulement de la séance, suspension de séance.
- ▶ Article 15 : Débat d'Orientation Budgétaire
- ▶ Article 17 à 20 : votes, clôture discussions, comptes-rendus, procès-verbaux.
- ▶ Articles 21 à 25 : rémunération, délégués extérieurs, révocation, modification règlement intérieur, application du règlement.

3/ Le point sur les premiers ateliers de réflexion / Stratégie Tourisme.



Une stratégie tourisme coordonnée



PHASE 1 : LES ATELIERS DE TRAVAIL ET DE REFLEXION

+ des ateliers : Espaces
naturels (11/02),
Opération Grand Site
(02/02)
& BTO -
Etude rade (09/02)
Réunions déchets

A - GROUPE
QUALITE
Destination
(04/03/21)

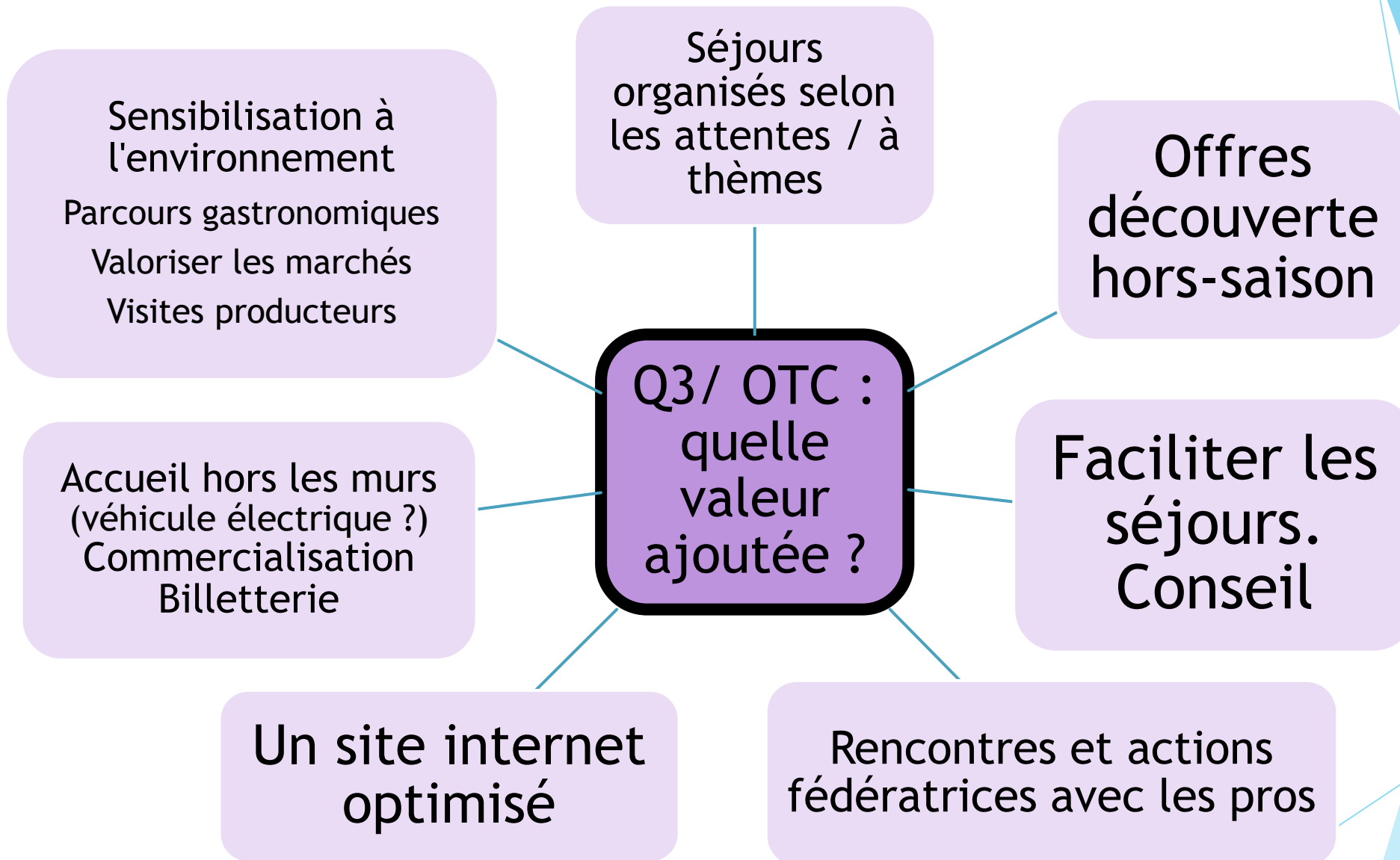
B- OPTIMISER
LES RECETTES
Conseils, aides à la
démarche.
(18/02/21)

C - IDENTITE et
COMMUNICATION
(12/03/21)

Etat des lieux
Améliorations
Pistes d'actions

3/ Le point sur les premiers ateliers de réflexion / Stratégie Tourisme.

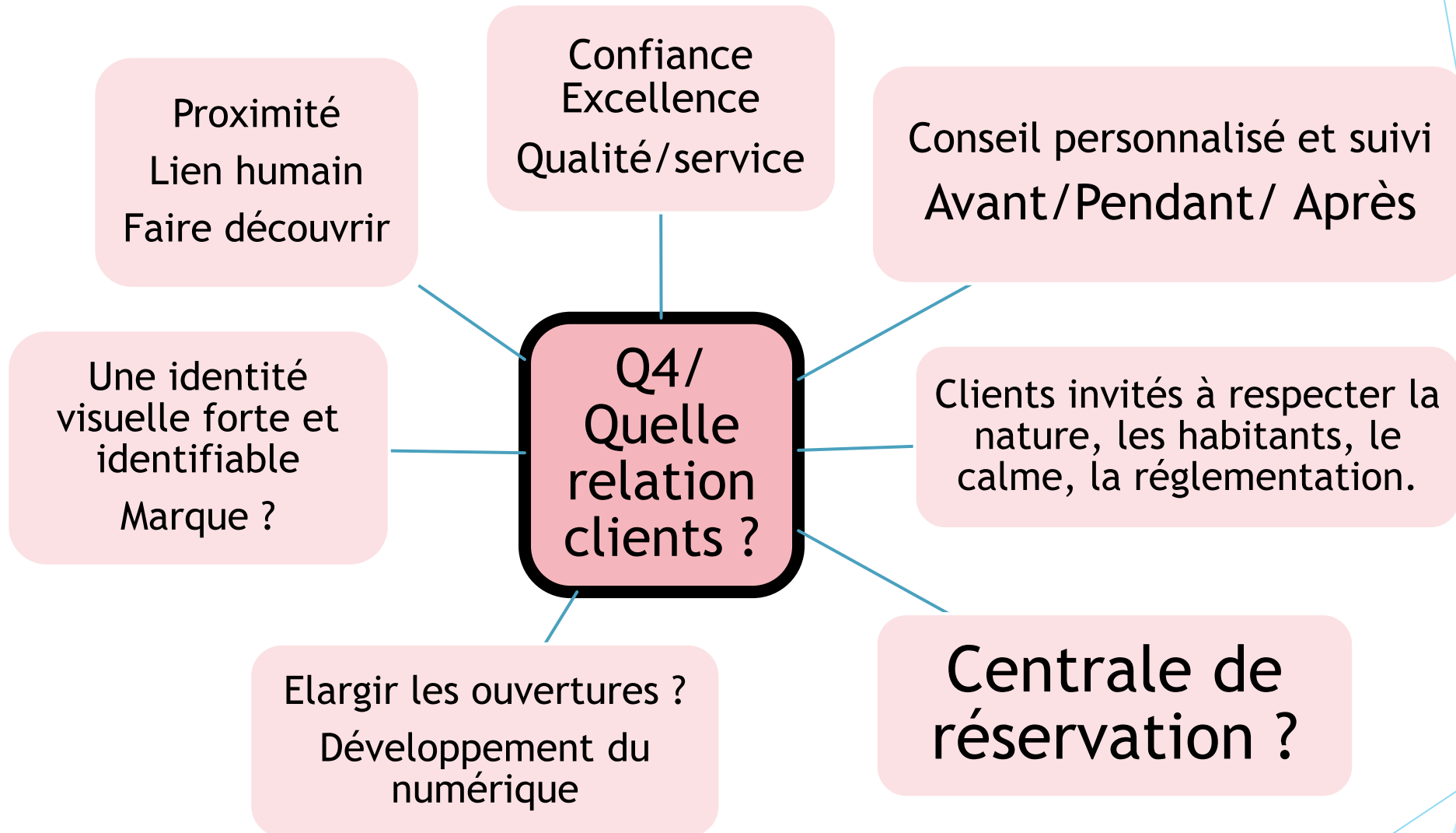




GROUPE

A

QUALITE



GROUPE

A

QUALITE

Synthèse du Groupe A Qualité Destination

Synthèse des axes

- ▶ 1/Restitution des remarques écrites et orales des visiteurs à l'OT, saison 2020 (réseaux sociaux compris) : sur la randonnée, le vélo, le VTT, les transports, les services de la ville, les camping-cars, les déchets.

Actions envisagées

- ▶ Randonnée, vélo, transport : restitution des remarques : Aménagement type rack à vélos, le balisage, la remise en état de certains sentiers, l'amélioration des accès au service Transport/Mobilité/Randonnée
- ▶ Services type : WC publics, douches, distributeurs monétaires, infos tarifaires d'accueil des campings caristes : restitution des remarques aux mairies

Synthèse du Groupe A Qualité Destination

Synthèse des axes

- ▶ *1/Restitution des remarques écrites et orales des visiteurs à l'OT, saison 2020 (réseaux sociaux compris) : sur la randonnée, le vélo, le VTT, les transports, les services de la ville, les camping-cars, les déchets.*

Actions envisagées

- ▶ Déchets sur les plages, les parkings et aux abords des sentiers, utilisation des bornes : restitution des remarques aux services déchets et des espaces naturels – Entretien du balisage des espaces naturels (ganivelles, panneaux...) : restitution au service des espaces naturels
- ▶ La restitution des actions à mener avec les services dédiés est en cours de programmation

Synthèse du Groupe A Qualité Destination

Synthèse des axes

Déployer les offres découvertes en hors saison

Rencontres et actions fédératrices avec les professionnels du tourisme

- ▶ Optimiser le site internet
- ▶ Accueil hors les murs
- ▶ Commercialisation, billetterie
- ▶ Sensibilisation à l'environnement/respect de la nature

Actions envisagées

Informations déjà relayées dans le guide vacances, voir autres supports type bande annonce radio.....

Visites sur le terrain des techniciens de l'OT à partir de la fin mars jusqu'à la mi avril – Communication des prestations 2021 vers les hébergeurs via la distribution de pochettes

Refonte globale du site internet, *travail en cours.*

Synthèse du Groupe A Qualité Destination

Synthèse des axes

Déployer les offres découvertes en hors saison

Rencontres et actions fédératrices avec les professionnels du tourisme

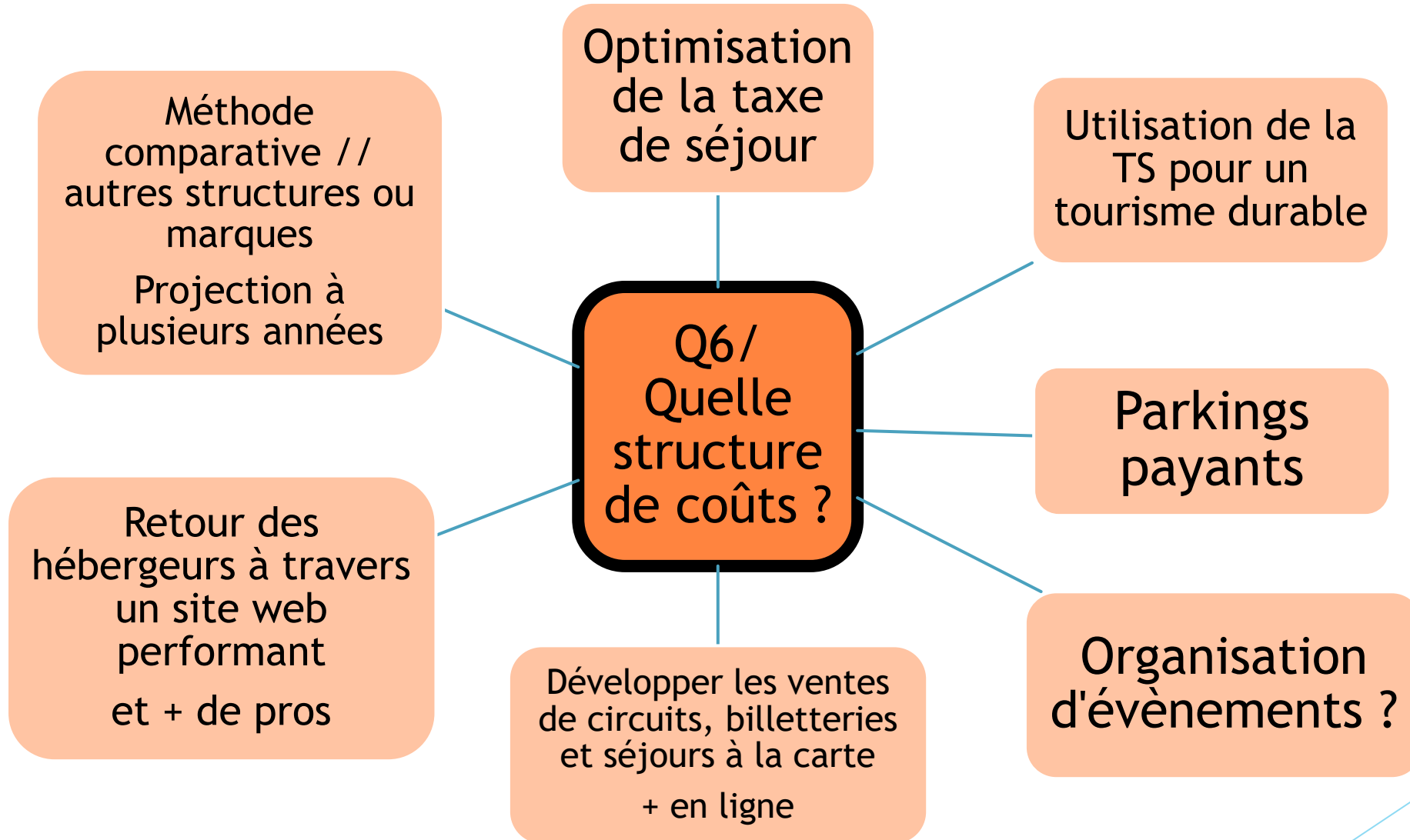
- ▶ *Optimiser le site internet*
- ▶ *Accueil hors les murs*
- ▶ *Commercialisation, billetterie*
- ▶ *Sensibilisation à l'environnement / respect de la nature*

Actions envisagées

Sensibiliser la clientèle à la protection de l'environnement via les supports de communication, le langage des conseillers en séjours....

Déployer l'offre des visites guidées.

Améliorer le procédé de communication du réseau billetterie de l'OT via le site internet, les réseaux sociaux, la revue Horizon.....



GROUPE B

**OPTIMISATION
RECETTES**

Synthèse du groupe B

« optimisation des recettes »

Axes de travail qui sont ressortis des échanges

Pour optimiser la perception de la Taxe de séjours

1. Communiquer
2. Améliorer la collecte de terrain

Pour améliorer les services payants

1. Se déployer plus sur le terrain
2. Optimiser la vente de produits

Pour augmenter les ressources territoriales globalement

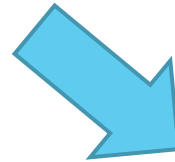
1. Augmenter les tarifs des aires du camping car/camping
2. Créer des parkings payants



Synthèse du groupe B

« optimisation des recettes »

1 : Pour optimiser la perception de la taxe de séjour : actions envisagées



1 : Communiquer :

- Travailler avec les mairies et mettre en place « Déclaloc »
- Faire un document qui rappelle les règles, les amendes et l'utilisation concrète de la TS : intérêt pour le territoire

2 : Améliorer la collecte de terrain :

- Mieux collecter les campings car et les bateaux : mettre en place un forfait - badge multi services à l'OT (déchets...)
- Positionner des agents sur le terrain



TAXE DE
SÉJOUR

Synthèse du groupe B

« optimisation des recettes »

2 : Pour améliorer les services payants de l'office : actions envisagées



1 : Déployer l'office encore + sur le terrain :

- Office itinérant : plages, marchés...
- Plus de présence aux entrées de la Presqu'île pour orienter/sensibiliser
- Positionner des points d'informations attractifs et interactifs
- Un site web + vendeur (achat en ligne)
- Être présent sur les grands événements

2 : Améliorer les ventes boutiques :

- + de produits
- + de billetterie : un « pass entre partenaires externe au territoire et pas de commission pour les musées du territoire
- Intérêt de la boutique sncf / temps passé (comparer avec d'autres OT)
- Proposer la location de vélo électrique



TAXE DE
SÉJOUR

Synthèse du groupe B

« optimisation des recettes »

3 : Pour augmenter les ressources globales du territoire :



1 : Augmenter les tarifs des aires de camping car / tarifs des campings:
Uniformiser les prix ?



2 : Développer les parkings payants
- Avec des agents de contrôle



Equilibre
Presqu'île/Aulne

Tourisme durable et
raisonné. Sensibiliser.

Activités multiples =
expériences uniques.
Convivialité.

Q1/
Quelle(s)
identité(s)/
territoire ?

Spectacle et authenticité
de la NATURE
TERRE & MER

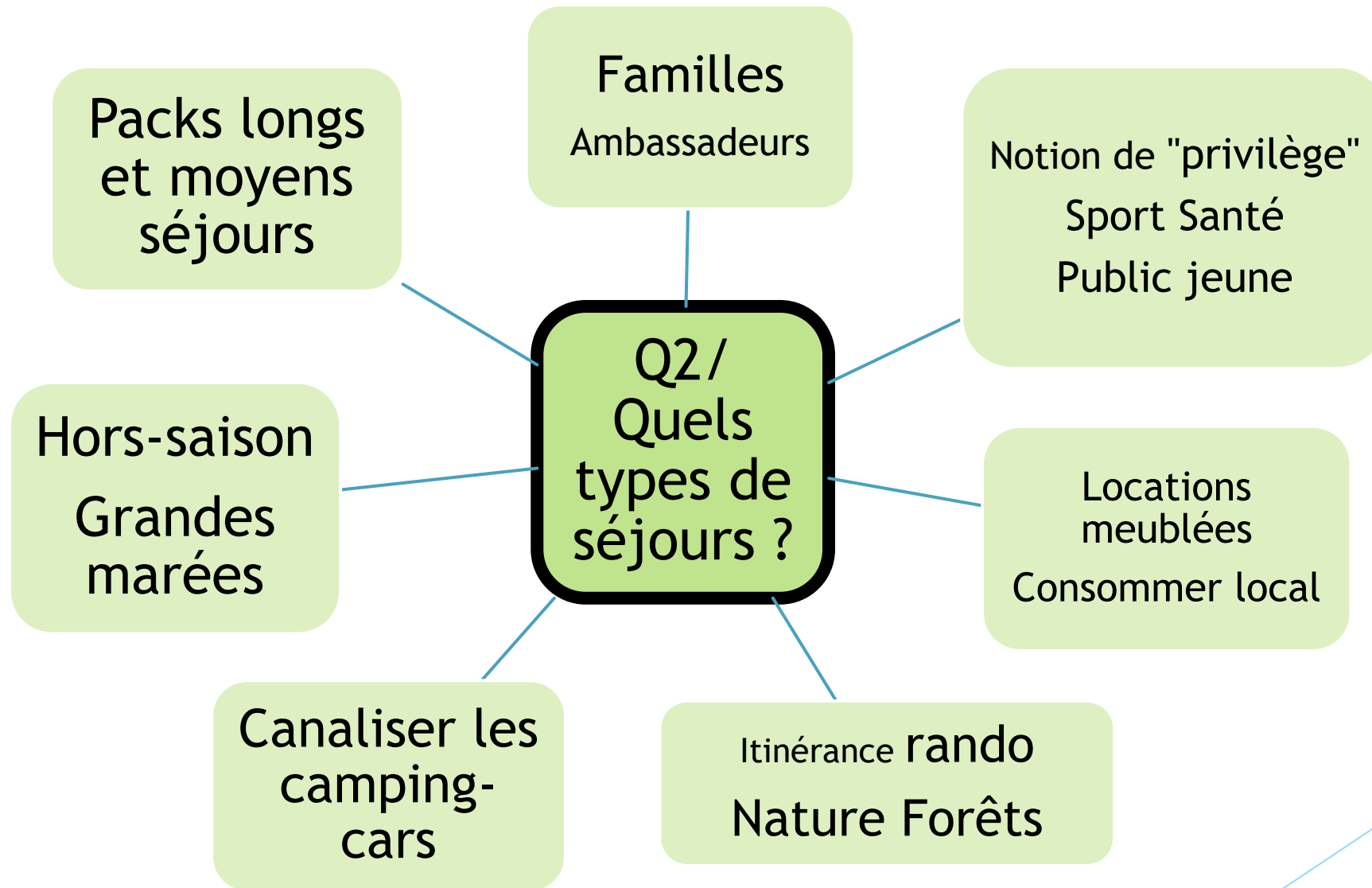
Notion de bout du
monde = qualité
de vie bretonne

Richesse des
producteurs locaux
Patrimoine bâti

Grand Site de France = opportunité
PNRA, UNESCO, Géopark, PCC,
fortifications.

GROUPE C

COMM^o
IDENTITE



GROUPE C

**COMM^o
IDENTITE**

Avoir une
stratégie
digitale

Achats de séjours
et billetteries en
ligne

Jeux concours
en ligne + radio

Q5/ Quels
canaux de
distribution
?

Boutique
produits
locaux

Promotion ciblée :
thématiques et clientèles.
Réseaux sociaux, presse, salons
(Fr et Etr).

Partenariats avec
des personnalités
éco-responsables

GROUPE C

**COMM°
IDENTITE**

Synthèse du groupe C Identité Communication

Synthèse des axes

- ▶ Pour l'équilibre à trouver entre presqu'île et Aulne : *promouvoir l'Aulne en été* pour sa douceur, son calme (jamais trop de monde), ses découvertes inédites. « Goûter la nature ».
- ▶ *Promouvoir la presqu'île en automne-hiver*. Offres hors-saison. Qualité et adaptation du confort des hébergements.

Actions envisagées

Promouvoir les *activités côté rade et Aulne*. Reportage photos dédié. Accent sur éditions et supports numériques (site et réseaux sociaux) *Cf Etude rade*.

Travailler avec les *professionnels* pour proposer des offres en hiver et en automne = Groupe de travail.

Reportage photos professionnel automne-hiver + vidéo témoignages et expériences éco-responsables.



Synthèse du groupe C Identité Communication

Synthèse des axes

- ▶ Travailler autour de la notion de « *slow tourisme* », comme étant un état d'esprit à adopter quand on vient en presqu'île.
- ▶ « *Prendre le temps de...* », « *slowfood* » etc. La chance d'être ici et de vivre des expériences uniques.
- ▶ « *Prendre soin de* »... l'environnement
Formuler le message auprès des publics.

Actions envisagées

- Amener les *professionnels* à décliner le même message de tourisme respectueux de l'environnement. Groupe de travail
- Eco-charte partagée sous la bannière Sensation Bretagne.
- Formation d'une à deux personnes de l'accueil au tourisme responsable.
- Mutualisation d'un kit de communication Sensation Bretagne pour les bonnes pratiques.



Synthèse du groupe C Identité Communication

Synthèse des axes

- ▶ Faire des *habitants* des *ambassadeurs* de ce territoire. Témoignages, expériences, faire parler les locaux.
- ▶ Inciter les *hébergeurs et commerçants* à rejoindre la démarche Valeurs Parcs
- ▶ Amener davantage d'*hébergeurs* à s'inscrire à l'Office de Tourisme grâce à un site web optimisé et des tarifs d'inscription avantageux. Rencontrer les hébergeurs de l'Aulne maritime.

Actions envisagées

Réaliser des *portraits de locaux* à décliner sur nos supports de communication.

Le *site internet* est un *outil d'accueil* à part entière et fait l'objet d'une refonte d'ici 2022. 2^e site de la Destination Brest Terres Océanes à l'heure actuelle en nombre de visiteurs.

Recenser, et *rencontrer les hébergeurs* à convaincre de rejoindre l'office. Tarifs à revoir.



Synthèse du groupe C Identité Communication

Synthèse des axes

- ▶ Créer une nouvelle identité touristique pour le territoire à horizon 2022
- ▶ Initier un parcours de découverte « street-art » d'une commune à l'autre ?

Actions envisagées

- ▶ Septembre 2021 : solliciter une agence de communication travailler sur l'image et le message à véhiculer.
- ▶ *Tenir compte des avancées des travaux d'étude Opération Grand Site*
- ▶ *Travailler étroitement avec les services communautaires*

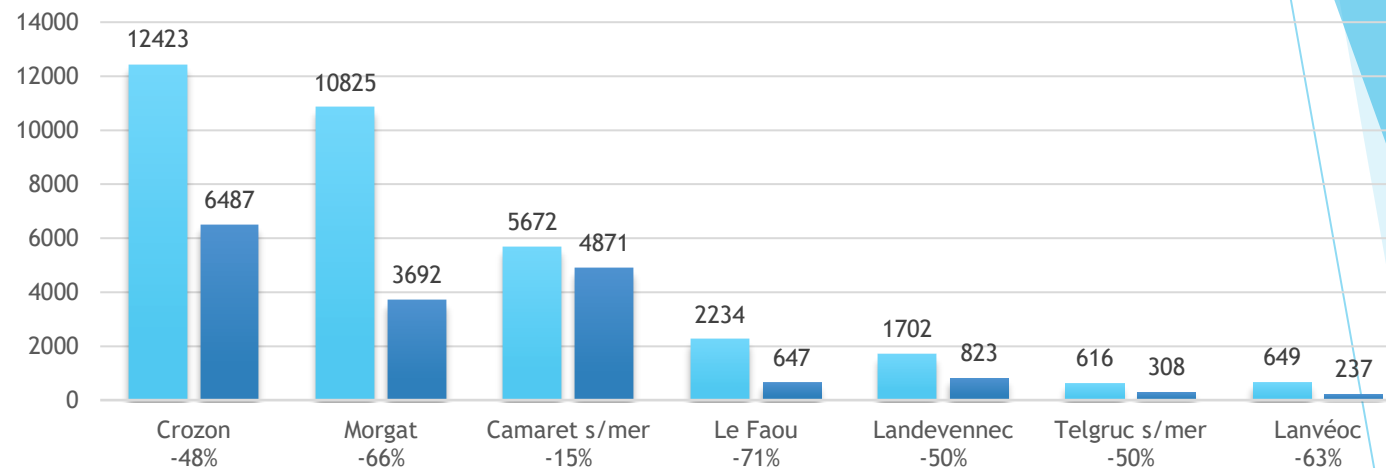


4/ Propositions d'organisation de la saison et des bureaux d'accueil

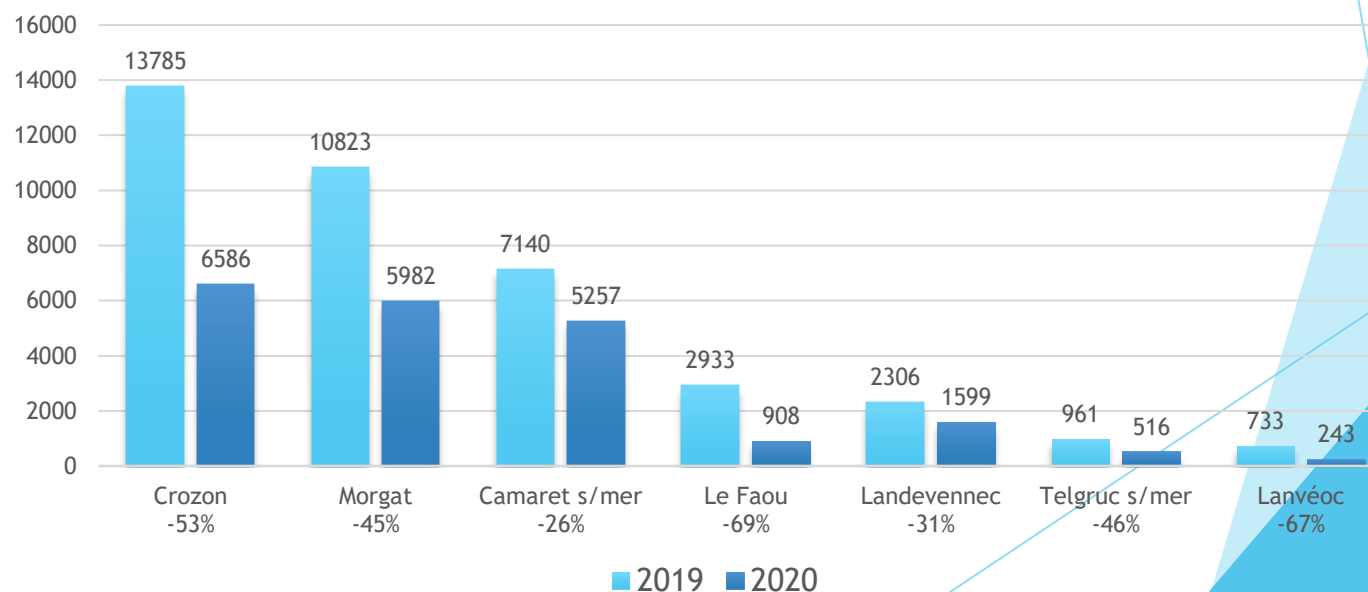
2- Saison estivale 2020/2019

Juillet et Août - Fréquentation/mois

Juillet



Août



CE Tourisme 08 04 2021

En Juillet 2020, en raison de la crise sanitaire, le Bureau de Morgat a ouvert le 11/07/2020.

4/ Propositions d'organisation de la saison et des bureaux d'accueil

▶ **LANDÉVENNEC** -

- ▶ Du **14** au 30/06 et du 01 au **11/09**
- ▶ Du lundi au vendredi : **14h00- 18h00**
- ▶ Juillet-août, tous les jours :
- ▶ 9h30-12h30 / 14h30-18h 30

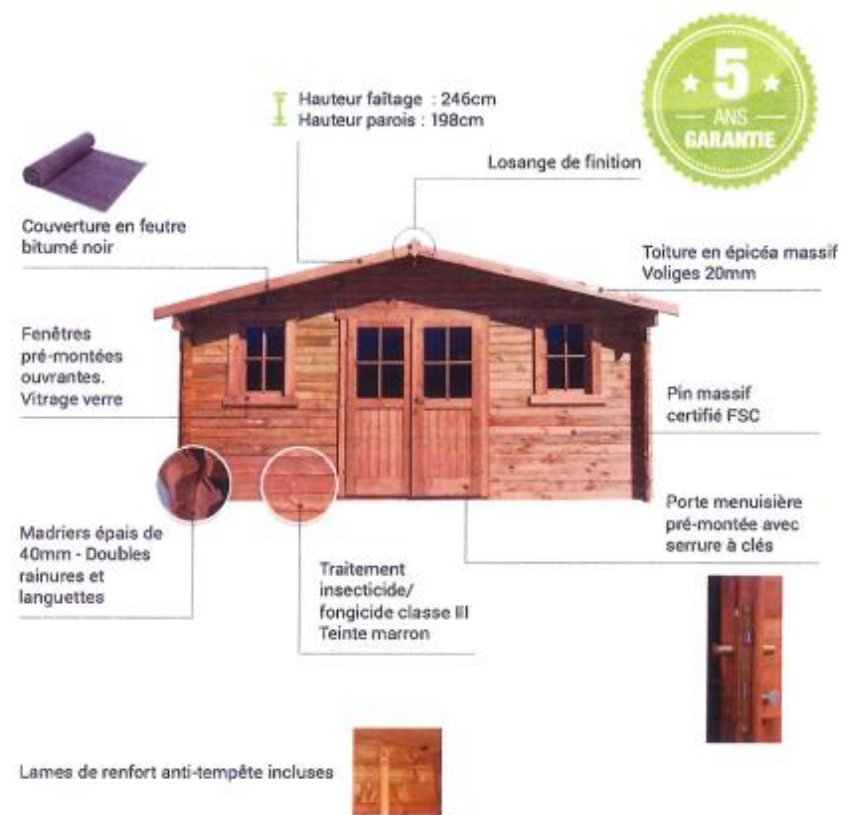
Fréquentation
Juil./Août 2019 :
4 008 demandes

▶ **LANVEOC** – Projet d'une nouvelle installation d'accueil en cours

- ▶ Du **14** au 30/06 et du 01 au **11/09**
- ▶ Du lundi au vendredi : 9h30 - 12h30
- ▶ Du 01/07 au 31/08, du lundi au samedi :
- ▶ 9h30 - 12h30 / 14h30 - 18h30
- ▶ Dimanche et jours fériés : 10h - 12h30

Fréquentation
Juil./Août 2019 :
1 382 demandes

4/ Propositions pour la saison : projet de chalet place de la Mairie à Lanvéoc.



4/ L'organisation de la saison et des bureaux d'accueil

▶ **MORGAT**

- ▶ Du 01 au 30/06 et du 01 au 30/09
- ▶ Du lundi au jeudi : 9h00-12h00 / 14h00-18h00
- ▶ Le dimanche : 10h00-12h00 / 14h00-17h00
- ▶ Du 01/07 au 31/08, du lundi au samedi :
9h30 - 12h30 / 14h30 - 19h
- ▶ Dimanche et jours fériés : 14h30 - 18h30

▶ **TELGRUC - SUR - MER**

- ▶ Ouvert du 14 juin au 11 septembre
- ▶ Du 14 au 30/06 et du 01 au 11/09
- ▶ Du lundi au vendredi : 9h30 - 12h30
- ▶ Du 01/07 au 31/08, du lundi au samedi :
9h30 - 12h30 / 14h30/-18h30
- ▶ Dimanche et jours fériés : 10h-12h30

Fréquentation
Juil./Août 2019 :
21 648 demandes

Fréquentation
Juil./Août 2019 :
1 577 demandes

4/ L'organisation de la saison et des bureaux d'accueil

▶ ROSCANVEL

- ▶ Du 01/07 au 31/08 : Fortin de la pointe des Espagnols
(ouverture du lundi au jeudi et le dimanche 9h30-12h30, 13h30-17h30)
et programme de visites guidées les après-midi, cœur de bourg (lavoirs...)
et pointe des Espagnols.



▶ LE FAOU

- ▶ Réouverture le 01/06 au 30/09
- ▶ Du 01 au 30/06 et du 01 au 30/09
- ▶ Du lundi au vendredi / 9h30 -12h30
- ▶ Du 01/07 au 31/08 – Du lundi au samedi : 9h30 -12h30 / 14h30-18h30
- ▶ Les dimanches et fériés : 10h00-12h30

Fréquentation
Juil./Août 2019 :
5 167 demandes

4/ L'organisation de la saison et des bureaux d'accueil

Formation des personnels internes et saisonniers en amont de la saison

Recrutement des saisonniers courant du mois d'avril

Partenariat Visé-versça

Questions diverses



Merci pour votre attention