



En 2026, l'Office de tourisme vise le label « Destination d'Excellence », symbole de son engagement envers la **qualité de ses services** et l'**éco-responsabilité**. Après un pré-audit en février, un audit mystère en août vérifiera la **conformité aux critères**, désormais enrichis d'un **volet RSE**. Ce label est essentiel pour maintenir la **catégorie 1** de l'Office de tourisme et soutenir le classement de la ville en station de tourisme.

ACCUEIL ET INFORMATION DES VISITEURS

- Mise en place du Roadbook via le site internet pour offrir aux visiteurs un carnet de voyage personnalisé.
- Un espace adapté à tous et un accueil personnalisé (Tourisme & Handicap - Accueil Vélo).
- Poursuite de la formation de l'équipe pour parfaire le conseil éclairé.
- Développer l'engagement de l'équipe envers l'éco-responsabilité.

RELATIONS AVEC LES ACTEURS TOURISTIQUES

- Maintenir la dynamique des échanges et des réunions.
- Poursuivre la diffusion des newsletters thématiques.
- Participer aux éductours.

DÉVELOPPEMENT ET POLITIQUE TOURISTIQUES

- Acquérir le label Destination d'Excellence.
- Prise en charge financière des animations de l'été et de l'animation phare du marché de Noël.
- Travail en partenariat avec les services de l'Archipel pour une offre d'animations estivales adaptée aux vacanciers et aux Fouesnantais.
- Développer la programmation de visites guidées pour les Journées Européennes du Patrimoine.
- Participer aux Semaines du Tourisme et des Savoir-Faire et développer l'offre des ateliers et entreprises visitables.

COMMERCIALISATION

- Multiplier les partenariats tant sur le plan de la communication numérique que sur le print.
- Adapter la programmation des Vitamines Sea à la demande de visiteurs.

PROMOTION - COMMUNICATION

- Éditions des supports de communication 2026.
- Accentuer les posts sponsorisés destinés à un public ciblé.
- Continuité du programme des Vitamines Sea : ajustement du calendrier, reconduction des partenariats avec les Zen'imateurs, développement des replis en cas de pluie.
- Pass'avantages : reconduction du concept. Parution en février pour optimiser les coûts de boîtage (diffusé avec le carnet des Bonnes Adresses chez les Fouesnantais).

~ OUTILS NUMÉRIQUES ET WEB MARKETING

- Site internet : développer l'outil Roadbook.
- Traduction du site internet en espagnol et en italien.
- Newsletters : poursuite de la diffusion d'information sur des thèmes d'actualité touristique.
- Production de contenu : réalisation de reportages photos et/ou d'images vidéos pour renouveler régulièrement la photothèque et la vidéothèque.

~ SALONS

- Avec Sensation Bretagne : Tourissima Lille pour capter la clientèle du nord de la France et belge, du 30 janvier au 1^{er} février ; Destination Nature Paris, du 12 au 15 mars.

~ MÉDIAS

- Poursuite de la collaboration avec le réseau Sensation Bretagne et l'agence de presse AiRPur.
- Répondre aux sollicitations de nos différents partenaires : la Riviera Bretonne, Tourisme Bretagne, Tout commence en Finistère et Sensation Bretagne.
- Renouveler le partenariat avec Ici Bleu Breizh Izel.