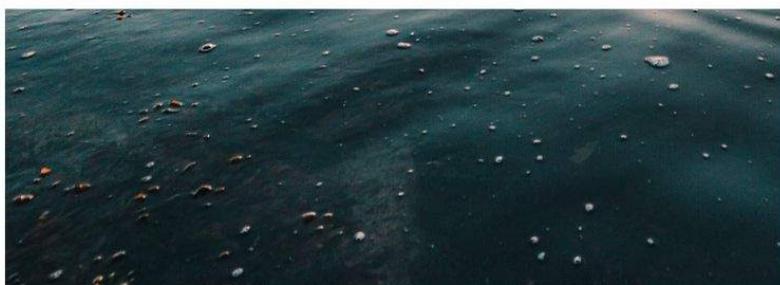
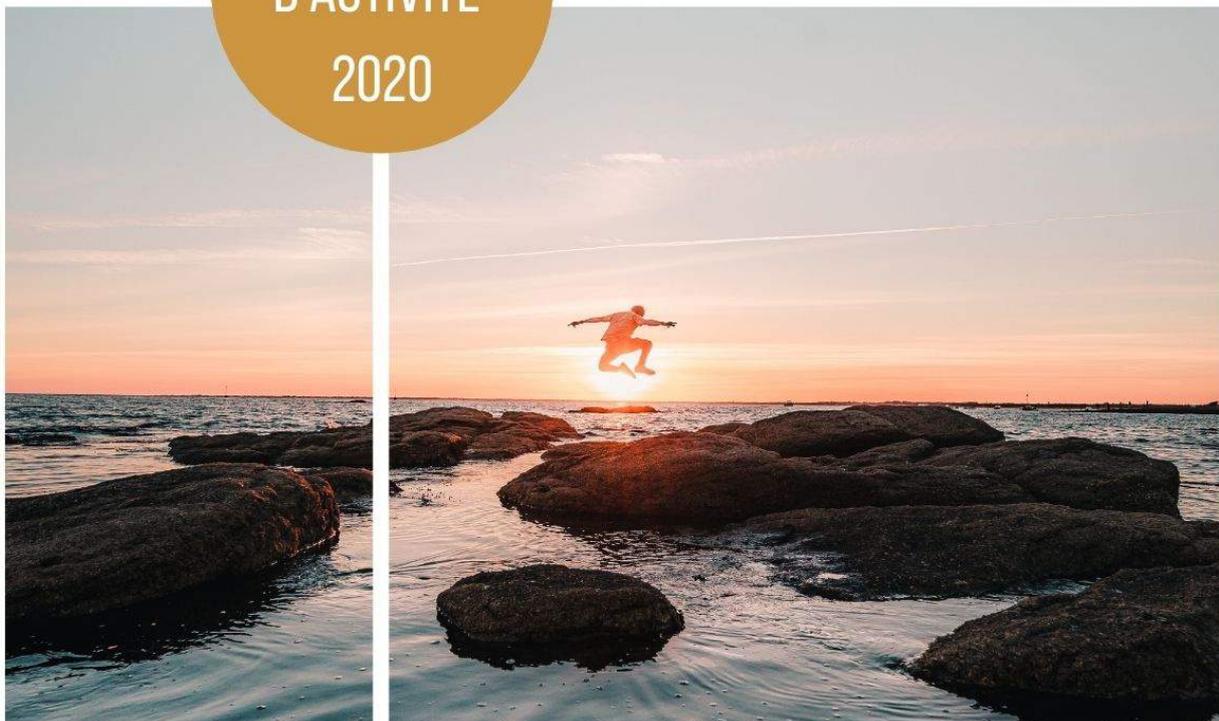


RAPPORT
D'ACTIVITÉ
2020



OFFICE MUNICIPAL DE TOURISME FOUESNANT-LES GLÉNAN

FOUESNANT-LES GLÉNAN / BEG-MEIL / CAP-COZ / MOUSTERLIN / L'ARCHIPEL DES GLÉNAN

PRÉSENTATION DU RAPPORT D'ACTIVITÉ

Nous vous proposons de découvrir le " rapport d' activité 2020 - perspectives 2021" de l'Office municipal de tourisme de Fouesnant-les Glénan.

Une première partie de ce rapport d'activité présente l'établissement, ses spécificités, son personnel ainsi que sa gestion financière:

- L'Office municipal de tourisme
- L'équipe
- L'Office de tourisme, un outil exemplaire

Une seconde partie présente par mission, le bilan des actions menées en 2020 et les perspectives de projets à développer durant l'année 2021

- Mission d'accueil : conseil en séjour
- Mission communication : les éditions
- Mission communication : le numérique
- Mission promotion : événementiels & accueil presse
- Mission commercialisation
- Mission de développement de l'offre touristique
- Mission accompagnement & professionnalisation des acteurs du tourisme
- Missions spécifiques suite au COVID-19

Une troisième partie, s'attache aux réseaux et partenaires.

Afin d'assurer la promotion et le rayonnement de la destination, l'Office de tourisme s'est associé à des partenaires et à des réseaux pour développer en étroite collaboration, avec ceux-ci, des projets complémentaires et ainsi favoriser la promotion du territoire, en accroître son attractivité et augmenter sa fréquentation touristique. Dans ce cadre, vous trouverez en fin de rapport, un point consacré aux réseaux & partenaires.





L'OFFICE MUNICIPAL DE TOURISME



LA RIVIERA
BRETONNE

FOUESNANT
LES GLÉNAN

L'Office municipal de tourisme de Fouesnant-les Glénan est un établissement à caractère industriel et commercial créé par arrêté préfectoral le 11 avril 1997.

Reconnu comme station de tourisme et commune touristique, Fouesnant-les Glénan a pu déroger à la loi NOTRe (article 69) en maintenant un Office de tourisme municipal.

L'Office de tourisme a obtenu la marque "Qualité tourisme" et l'obtention du classement en catégorie I en 2019.

Bien qu'il dispose d'une nouvelle identité visuelle qui s'inscrit dans le prolongement de la charte graphique de la Riviera Bretonne, l'établissement demeure un Office de tourisme municipal.

Dans le cadre de ses missions, l'Office de tourisme poursuit les objectifs suivants :

- Accueillir et informer les visiteurs
- Proposer des animations touristiques
- Gérer, qualifier et diffuser l'information touristique
- Développer la communication papier et digitale
- Promouvoir le territoire
- Accompagner, professionnaliser et informer les acteurs touristiques
- Commercialiser des prestations/produits
- Qualifier l'Office de tourisme



L'ÉQUIPE

Au 1er janvier 2020, l'Office municipal de tourisme comptait six permanentes. Au retour de congé maternité de Laura Kergourlay en mars 2020, Camille Caradec est passée sur un contrat de saisonnier longue durée jusqu'au 20 septembre 2020.

L'équipe de l'Office de tourisme est mobilisée autour d'un projet de territoire. Elle se compose de :

Linda PALACIN-DO VALE : directrice, chargée de l'accompagnement des acteurs du tourisme.

Delphine CHEVRIER-ROUX: chargée de la gestion financière, sociale et administrative

Fabienne GENDROT: assistante de direction, chargée de la promotion et de la commercialisation, référente qualité

Christine BERTHOLOM: chargée du conseil en séjour et des animations d'accueil, référente commerces et restaurants

Carine ROCUET : chargée de la communication papier et de la circulation de l'information, référente équipements de loisirs

Laura KERGOURLAY ; chargée de la communication numérique, référente hébergements (remplacée par Camille Caradec jusqu'en mars 2020)

Camille CARADEC ; chargée du développement de projets et conseil en séjour



De gauche à droite :

Christine BERTHOLOM
Laura KERGOURLAY
Fabienne GENDROT
Linda PALACIN-DO VALE
Carine ROCUET
Delphine CHEVRIER-ROUX
Camille CARADEC

L'OFFICE DE TOURISME UN OUTIL EXEMPLAIRE

Label "Tourisme & Handicap": Un office de tourisme "accessible"



L'Office de tourisme est labellisé "Tourisme & Handicap" pour les 4 familles que sont : le moteur, le mental, l'auditif et le visuel.

Afin de garantir à tous l'accès à l'information touristique du territoire, l'Office de tourisme a souhaité proposer un équipement accessible à l'ensemble des personnes à mobilité réduite.

L'Office de tourisme met à la disposition des visiteurs un ensemble de services:

- Un stationnement adapté devant l'Office de tourisme (côté espace Kernéveleck)
- Un bâtiment accessible
- Un espace d'accueil dédié : un bureau d'accueil et un présentoir à hauteur adaptée
- Une boucle magnétique
- Des toilettes aménagées
- Un espace détente
- Des loupes pour consulter l'information
- Une signalétique adaptée avec des pictogrammes pour faciliter la compréhension des thématiques des brochures sur le présentoir.
- Une documentation qui présente l'offre touristique de manière succincte et en caractère agrandi
- Notre équipe est aussi sensibilisée et propose un "accompagnement sur mesure"

Les équipements et sites accessibles à Fouesnant-les Glénan

- Le sentier aménagé de Penfoullic (labellisé pour les 4 handicaps)
- La Maison des Marais, bois de Penfoullic (labellisé pour les 4 handicaps)
- Les plages de Kerambigorn et Cap-Coz (tiralo - hippocampe)
- Des hébergements touristiques



L'OFFICE DE TOURISME UN OUTIL EXEMPLAIRE

Marque "Qualité Tourisme"™ et catégorie I: un Office de tourisme qui vise l'excellence



La marque « Qualité Tourisme », créée par le Ministère en charge du tourisme français, est la reconnaissance des démarches d'amélioration continue de la qualité de services d'un office de tourisme. Elle garantit :

- un accueil personnalisé
- une information qualifiée, claire et précise
- un personnel compétent et à votre écoute
- un lieu confortable
- une prise en compte de vos avis et un traitement de vos réclamations
- une amélioration continue des services et des prestations

En 2019, l'Office de tourisme a obtenu d'une part, la marque Qualité Tourisme™ pour une durée de 5 ans et d'autre part, son classement en catégorie I pour une durée de 5 ans.

La démarche qualité est au coeur des missions de l'Office de tourisme. Afin de toujours mieux satisfaire les visiteurs et améliorer les services rendus aux socio-professionnels partenaires, à la collectivité ou à la population, l'Office de tourisme de Fouesnant-les Glénan poursuit au quotidien le déploiement de la marque.

Elle dresse chaque année le bilan de sa démarche qualité, elle opère les ajustements nécessaires pour corriger les écarts et elle améliore ainsi la démarche de progrès.



ACCUEIL & INFORMATION: LE CONSEIL EN SÉJOUR

Un conseil éclairé de l'offre touristique du territoire

Bilan de l'année 2020

La fréquentation annuelle dans les locaux de l'Office de tourisme est supérieure à visiteurs.

La crise sanitaire a provoqué des conséquences sur le fonctionnement interne (confinement) et sur le tourisme en général, faisant de 2020, une année particulière que ce soit au niveau de l'accueil ou de l'information aux visiteurs.

L'accueil durant les périodes de confinement

Durant le premier confinement (printemps): l'Office de tourisme a maintenu une permanence numérique (mail et réseaux sociaux) afin de poursuivre sa mission d'accueil et d'information au public.

Durant le second confinement (automne): l'accueil et l'information reposaient sur une permanence téléphonique et numérique (mail et réseaux sociaux).

L'information durant les périodes de confinement

L'Office de tourisme a ajusté ses missions afin de se positionner comme relais d'informations sur les initiatives locales, les projets de proximité, les dispositifs liés à l'évolution du contexte sanitaire... L'objectif de cette mission : porter à la connaissance d'un large public (professionnels, socio-professionnels, population locale), la somme des renseignements utiles pour que tout un chacun dispose d'une information fiable et mise à jour durant l'état d'urgence.

Accueil et information - hors périodes de confinement

L'Office de tourisme a réalisé quotidiennement, et en continu, le conseil en séjour auprès des visiteurs.

Suite au confinement du printemps et aux recommandations gouvernementales quant à l'accueil des publics et à la gestion des flux, l'Office de tourisme a ajusté cette mission afin de proposer une prise en charge individuelle de chaque client afin de lui offrir un conseil personnalisé suivant ses besoins.

Avec 19.468 personnes accueillies à l'Office de tourisme, la fréquentation touristique de juillet et août a été identique à celle de l'année 2019. Le tourisme de proximité (Grand Ouest) et d'hyper proximité (29) représente une part importante de la clientèle.



ACCUEIL & INFORMATION: LE CONSEIL EN SÉJOUR

Un conseil éclairé de l'offre touristique du territoire

Afin de diffuser largement les informations relatives à l'offre touristique de la station, l'Office de tourisme disposait également de douze points d'informations répartis sur le territoire. De janvier à mi-mars et de septembre à octobre, ils étaient approvisionnés chaque semaine afin d'informer un large public. En dehors de ces périodes, au regard des risques sanitaires liés au COVID-19, notamment au niveau de la propagation du virus via le papier, les présentoirs et la documentation ont été enlevés. Pour rappel, le magazine touristique de la destination, le plan de ville, les horaires des marées... sont autant de documents qui étaient exposés sur ces présentoirs disséminés dans les commerces et les équipements.

Top 4 des supports de promotion les plus distribués en saison estivale à l'Office de tourisme :

- Magazine touristique de l'Office de tourisme
- Plan de ville de Fouesnant-les Glénan
- Carte touristique de la Destination Quimper Cornouaille
- Horaires des marées

A l'échelle de Fouesnant-les Glénan, la fréquentation touristique se caractérise de la manière suivante :

En été: la fréquentation avoisine les 19.500 passages . La proportion de clientèles française & étrangères est de l'ordre de : 80% - 20%

Le principaux bassins émetteurs français :

1. Grand Ouest (Bretagne et Pays de la Loire) (*)
2. Ile de France
3. Nord

(*) Forte affluence des départements du Finistère et de l'Ille-et-Vilaine

Les principaux bassins émetteurs étrangers :

1. Allemagne
2. Belgique / Pays-Bas
3. Grande Bretagne

Accueil hors les murs

Compte tenu du contexte sanitaire, des protocoles à respecter et de l'annulation des manifestations sur la destination, l'Office de tourisme n'a pu réaliser d'accueil hors des murs.



ACCUEIL: ANIMATIONS TOURISTIQUES

Des animations pour augmenter l'attractivité du territoire et garantir son dynamisme

Bilan de l'année 2020

NOUVEAUTÉS

Un programme d'activités sur la thématique du Bien-être

Désireux de répondre à la demande des visiteurs, l'Office de tourisme a repensé son programme des activités. Dans ce cadre, il a été décidé d'arrêter les traditionnelles « Balades nature » organisées depuis près de 10 ans et de proposer des activités qui allient le tourisme de bien-être et le slow tourisme.

Le nouveau concept : Proposer cinq activités pour se détendre au grand air, s'accorder du temps pour lâcher-prise, se ressourcer, se reconnecter à la nature, être à l'écoute de son corps et de ses sens et retrouver son rythme naturel. Initialement programmées d'avril à octobre, ces activités n'ont finalement été organisées que de juillet à octobre suite à la crise sanitaire et aux restrictions sur les rassemblements.

Les activités bien-être: "Balade sensorielle et gourmande dans les marais de Moustierlin"- "Sophro balade dans les Marais de Moustierlin"- "Pilates sur les criques de Beg-Meil"- "Eveil douceur du corps sur les criques de Beg-Meil"- "Beach Art sur les plages."

Ces activités encadrées par des professionnels constituent une offre touristique différente par rapport aux autres destinations. Elles sont une nouvelle occasion de porter un autre regard sur nos espaces naturels et vivre autrement son séjour à Fouesnant-les Glénan. Les activités sont payantes et la réservation est obligatoire.

Bilan de cette première édition :

- Les activités se limitaient à des petits groupes (12 à 20 personnes maximum suivant l'activité)
- Au total: 37 sorties encadrées programmées entre le 01 juillet et le 28 octobre.
- Beau succès pour les « balades sensorielles et gourmandes » et le « Pilates bien-être. »

Perspectives pour l'année 2021

- Poursuivre le programme des activités bien-être avec ajustement de certaines activités.
- Organisation d'ateliers créatifs (à confirmer suivant l'évolution du contexte sanitaire)



COMMUNICATION: LES ÉDITIONS

Des supports de communication relookés

Bilan de l'année 2020

- **Le magazine touristique de Fouesnant-les Glénan.** Edité à 23.000 exemplaires, il présente l'offre d'hébergements, de restauration et d'activités touristiques. Entre plages, sports nautiques, nature ou produits du terroir, il met en valeur le territoire, sa richesse et sa diversité.
- **Le plan de ville de Fouesnant-les Glénan.** Edité à 45.000 exemplaires, il est sans nul doute le document le plus distribué. Il présente la station dans son ensemble avec un zoom sur les 3 pointes, sur le centre-ville ainsi qu'un ensemble de renseignements et prestations à destination du visiteur.
- **Un chéquier « Pass avantages »**, cap sur les bons plans. Edité à 27.500 exemplaires, il permet de faire découvrir et promouvoir les commerces et services de Fouesnant-les Glénan et de ses alentours. Ce travail a été mené avec les commerces partenaires afin de créer un chéquier d'une vingtaine d'offres promotionnelles.
- Complémentairement à ces outils, l'Office réalise en interne une brochure "activités et loisirs" à destination des professionnels ainsi qu'un support identique adapté au handicap.

NOUVEAUTÉS

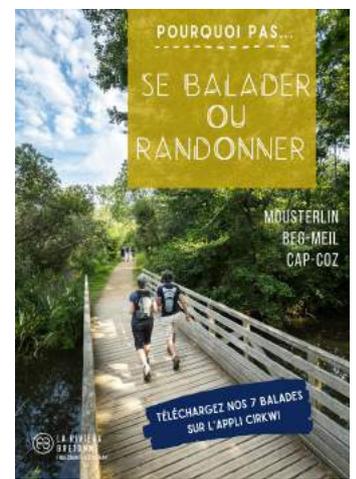
- **Un nouveau dépliant** pour présenter le **programme des activités bien-être**. Edité à 10.000 exemplaires, il propose au visiteur de s'offrir une parenthèse zen au cœur de nos espaces naturels en participant à l'une de nos cinq activités.
- Création d'une dizaine de visuels (format A1) dans le cadre d'une campagne d'affichages durant la saison estivale afin de donner des idées d'activités à voir à faire aux visiteurs. Cette campagne se veut une réponse à la demande des visiteurs qui se questionnent sur ce qu'ils peuvent faire sur le territoire. En période de COVID-19 nous supposons que moins de visiteurs fréquenteraient l'Office de tourisme pour bénéficier d'informations. La campagne permet donc d'offrir une réponse aux estivants en recherche d'activités.

ANNULATION

- **L'agenda papier des animations "Le Bel Été"** n'a pas été édité cette année considérant les annulations de la quasi-totalité des manifestations de l'été. Un agenda numérique édité par quinzaine remplaçait l'agenda "Bel Été". Il était envoyé par mail aux hébergeurs afin de relayer les informations auprès de la clientèle.

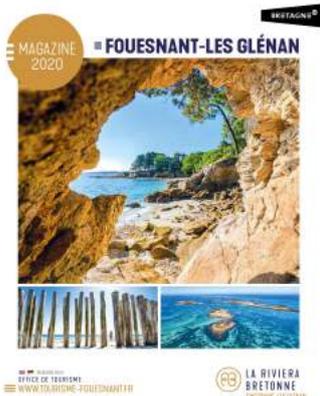
COMMUNICATION: LES ÉDITIONS

Les documents de communication ont été largement distribués lors des salons du tourisme en début d'année et durant la saison estivale au sein de l'Office de tourisme. La crise sanitaire a fortement diminué le nombre d'exemplaires distribués. A noter: les points d'accueil de la commune, chez les hébergeurs et dans 12 points de distribution stratégiques à Fouesnant n'ont pas été approvisionnés sur la période couverte de mi-mars à fin août et sur la période de novembre à décembre.



Perspectives pour l'année 2021

- Renouvellement des supports de communication: magazine - plan - agenda des animations - programme des activités bien-être.
- Lancement d'un nouveau marché public pour repenser les supports de communication à partir de 2022. Considérant que les supports actuels sont développés depuis 3 ans, il convient de les repenser afin que chacun soit le plus adapté à la demande des visiteurs.



Pêle-mêle des différents supports de communication de l'Office de tourisme





COMMUNICATION: LE NUMÉRIQUE

Un site internet qui évolue

Bilan de l'année 2020

Avec plus de **124 000 visiteurs** cette année (+27 000 par rapport à 2019) et 230 000 connexions (+63 000 par rapport à 2019), le site Internet s'affirme comme un outil plébiscité par nos visiteurs pour se renseigner et préparer leur séjour à Fouesnant-les Glénan. Le site est particulièrement fréquenté de début mai à fin septembre. La consultation sur le site se réalise majoritairement par mobile (56%), ordinateur fixe (36%) et tablette (8%).

Les pages les plus fréquentées restent les webcams, les locations de vacances et les hébergements, les brochures, l'agenda des animations mais aussi les cinq incontournables à Fouesnant et les lieux à découvrir.

A noter également une **forte augmentation des demandes d'information sur le chat**, pendant l'été et le printemps. Les principales demandes : Comment aller aux Glénan ? Que faire pendant 1 semaine ? La pêche à pied est-elle autorisée ? Que faire avec des enfants ? Depuis le début de l'année, l'Office enregistre plus de 450 demandes.

En cette année particulière, le site a principalement été consulté par des Français (93 %). On note tout de même la présence d'autres aficionados plus au moins lointains sur notre site : les Belges (1ère fréquentation étrangère), les Américains (2), les Allemands (3), les Britanniques (4), les Suisses (5), les Hollandais (6), les Italiens (7) et enfin les Espagnols (8).

Au cours de cette année, le site internet a continué d'évoluer afin d'offrir des services de qualité:

- Un travail de référencement a été réalisé au niveau des méta-balises afin d'optimiser les contenus et figurer en bonne place sur les moteurs de recherche.
- L'agenda des animations a été étendu à l'ensemble du territoire de la Riviera Bretonne. Il reprend dorénavant les manifestations organisées sur l'ensemble du Pays Fouesnantais.
- Un slider a été créé sur la page d'accueil. Il diffuse l'information la plus recherchée/demandée".
- Une rubrique "Bons plans" a été développée dans le maxi-menu "votre séjour" pour promouvoir les offres et promotions de nos partenaires hébergeurs, loisirs, commerces, restaurants.
- Une rubrique "Infos COVID-19" a été créée afin d'informer les professionnels et socio-professionnels sur les dispositions, le cadre réglementaire, les mesures de soutien... liés à la crise sanitaire.

Perspectives pour l'année 2021

Poursuivre le développement du site internet notamment par l'adaptation des fiches prestataires, de nouveaux contenus et visuels.

COMMUNICATION: LE NUMÉRIQUE

Les réseaux sociaux pour capter de nouvelles clientèles

Bilan de l'année 2020

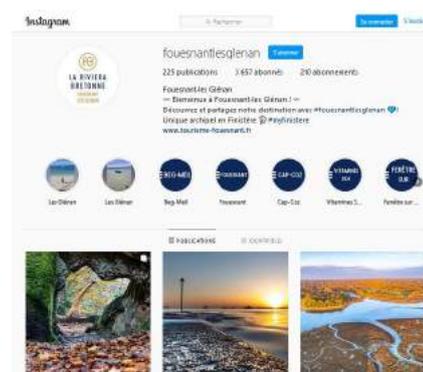
La page Facebook continue de s'animer autour de ses quelques 11 920 abonnés. 1 120 nouveaux abonnés nous ont rejoint en 2020. Les publications multiples de nos paysages de notre belle destination ainsi que de courtes vidéos permettent de s'évader à Fouesnant-les Glénan même depuis son écran.

Provenant principalement du Pays Fouesnantais, ce public se compose majoritairement de femmes (60%). La tranche d'âge est comprise entre 25-54 ans.

Le compte Instagram n'est pas en reste avec 3 657 abonnés et un contenu exclusivement visuel qui touche une cible plus jeune (25-34 ans), principalement composée de femmes (68%) issues de Fouesnant, Paris, Quimper, Brest et Nantes.

Le contenu qui plaît le plus ? Les belles photos offrant des points de vue différents, les stories et toujours les vidéos courtes en direct ou autres de courte durée (20-30 secondes).

Une publication touche en moyenne plus de 5057 personnes pour 235 clics et 249 interactions à travers des mentions j'aime, des partages, commentaires ou autres. La vidéo de la webcam de la cale de Beg-Meil déserte par grand soleil posté le 29/04/2020 a occasionné plus de 1400 réactions, pour plus de 20.000 personnes touchées.



Perspectives pour l'année 2021

Cette communication numérique se poursuivra en 2021.

Les réseaux sociaux seront animés par de nouvelles mini-vidéos promotionnelles du territoire réalisées par l'OMT. Une attention toute particulière sera apportée à la gestion de la E-réputation et à la remontée des informations de promotion du territoire vers les sites affinitaires des partenaires touristiques départementaux et régionaux.

COMMUNICATION: LE NUMÉRIQUE

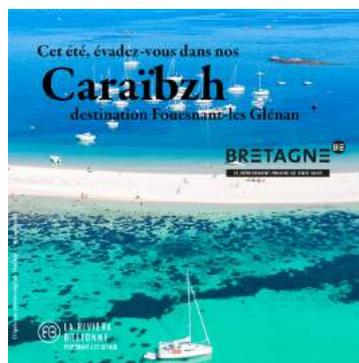
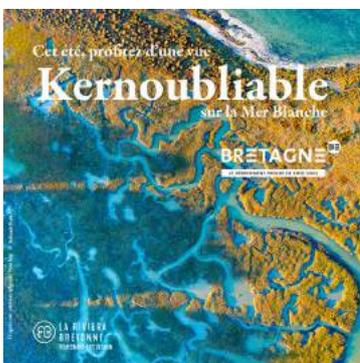
L'animation des réseaux sociaux pour capter de nouvelles clientèles

Bilan de l'année 2020

NOUVEAUTÉS

- Déclinaison de visuels promotionnels de la destination en corrélation avec la nouvelle campagne de promotion touristique du CRT.
L'Office de tourisme a décliné la campagne numérique de promotion du CRT Bretagne, baptisée "Le dépaysement proche de chez vous". A travers cette campagne, le Comité Régional souhaitait inciter les Bretons et les Français à se positionner sur un tourisme local voir national. C'est ainsi qu'à Fouesnant-les Glénan, neuf visuels aux couleurs de la destination ont été réalisés courant juin et diffusés sur les réseaux sociaux afin de susciter l'intérêt des potentiels visiteurs de venir séjourner sur la destination.
- Création de nouveaux outils numériques développés pour animer les réseaux sociaux.
Création de trois filtres à exploiter dans le cadre de stories sur Instagram avec le logiciel Spark. " Filtre quelle plage es-tu?" - "Filtre timbre poste" - "Filtre lunettes de soleil". Cet outil ludique destinés à un jeune public et interactif peut être repris par tous afin de faire parler de la destination et faire connaître notre compte Instagram.

Ces deux derniers projets ont été confiés à Loris Le Graët, stagiaire à l'Office de tourisme durant le mois de juin.





PROMOTION ACCUEIL PRESSE

Salons et médias, Fouesnant-les Glénan, fait parler

Bilan de l'année 2020

Durant cette année, l'Office de tourisme a continué à mener un travail de promotion afin de faire connaître la destination. Ceci a permis d'accueillir différentes presses, de participer à six salons du tourisme et à une manifestation nautique et d'obtenir bon nombre d'articles dans différents supports journalistiques.

Une promotion hors des murs lors de salons/ événements : L'Office de tourisme a participé à quatre salons : Rennes, Bruxelles, Paris, Relecq-Kerhuon. L'Office de tourisme était également présent sur un stand Cornouaille dans le cadre des Wave Games (événement nautique organisé à la Toussaint à la Torche qui réunit les meilleurs riders français et internationaux de quatre sports de glisse : surf, windsurf, stand up paddle et kiteboarding).

Une promotion dans la presse: Femme Actuelle, NotreTemps jeux, L'Alsace voyage (quotidien et rubrique voyage), Biba, Aujourd'hui en France, Télé 7 jours, L'Est Républicain, Vosges matin/le Républicain Lorrain, Tébéo, TF1, différents blogs "Trotteurs Addict", "Gang of mothers", "Playing The World", "Le Mâle Français"...

Une promotion par la création de supports multimédias : l'Office a réalisé différents reportages photographiques, certains avec Sensation Bretagne et d'autres avec la Riviera Bretonne: avec Alexandre Lamoureux - Saint -Thomas TV - Lesbroz ainsi qu'une vidéo promotionnelle de la destination Riviera Bretonne.

Perspectives pour l'année 2021

- **Côté promotion hors des murs lors de salons/événements:** L'Office de tourisme poursuivra son travail de promotion tout en tenant compte des contraintes liées au contexte sanitaire. Étant donné que plusieurs salons sont annulés pour 2021, il est peu probable que l'Office de tourisme participe à des salons en 2021 sauf si certains viennent à se maintenir (ex: salon Mahana à Lyon). Pour autant que cela reste envisageable pour l'été 2021, l'Office de tourisme poursuivra également sa participation sur les marchés de l'été de Beg-Meil (mercredi) et sur les animations récurrentes de l'été.

- **Côté accueil presse:** actions à poursuivre. L'Office de tourisme envisage de rédiger un dossier de presse.

- **Côté multimédia:** actions à poursuivre avec la création de nouveaux contenus



COMMERCIALISATION

Service billetterie au bénéfice des partenaires

La mission de commercialisation se limite actuellement à la commercialisation de services, prestations, activités de loisirs d'un ensemble de partenaires de l'Office municipal de tourisme.

Bilan de l'année 2020

Le service de billetterie commercialise un ensemble de prestations des structures suivantes:

- Transport terrestre : réseau Penn-ar-Bed via la compagnie d'autocars " l'Été Bus et Car"
- Excursions en mer et rivière : compagnie maritime des Vedettes de l'Odet, Croisières Bleues, Compagnie Maritime Penn-ar-Bed, Compagnie Océane.
- Activités et équipements de loisirs : activités bien-être de l'Office de tourisme, Glaz Aventures, Océanopolis.
- Événementiels : au regard du contexte sanitaire et compte tenu de l'annulation des manifestations , il n'y a pas eu de billetterie pour les événementiels cette année.

Perspectives pour l'année 2021

- Poursuite de la billetterie
- Réflexion sur le développement d'une boutique composée de produits estampillés " Fouesnant-les Glénan".



DÉVELOPPEMENT DE L'OFFRE

Favoriser la mobilité douce

La découverte d'une destination par le biais de la mobilité douce constitue une pratique croissante ces dernières années. Afin de répondre à une demande exprimée par les visiteurs, l'Office de tourisme propose sept balades familiales à vélo afin de découvrir les attraits touristiques de Moustierlin, de Beg-Meil, du Cap-Coz et du centre-ville.

Bilan de l'année 2020

Les boucles vélo proposées par l'Office de tourisme répondent parfaitement à la demande des visiteurs ravis de constater qu'une offre variée existe sur le territoire.

Ces boucles familiales, de 8 à 13 km, sont consultables et téléchargeables sur l'application "Cirkwi," avec indication des points d'intérêt afin d'inciter les visiteurs à découvrir les sites naturels ou culturels, les lieux, les équipements touristiques qui se trouvent à proximité de la boucle. Cette année, les balades ont fait l'objet de 13.979 consultations sur le site CIRKWI dont 1543 téléchargements de boucles en GPX et 1370 impressions en PDF. Au total, les balades sont remontées 48.895 fois dans les listes de résultats de CIRKWI, ce qui confirme le bon référencement de nos produits vélo au regard de l'offre générale du site. A titre indicatif, la consultation de ces boucles sur ce même site entre 2019 et 2020 a augmenté de +174%, son téléchargement de + 471% et l'impression du PDF de + 1145%.

Sept boucles et plus de 70 km de balades:

- Balade du Cap-Coz au centre-ville (8,5km)
- Balade Beg-Meil et ses criques (11km)
- Balade Beg-Meil entre terre et mer (13km)
- Balade Beg-Meil côté campagne (10km)
- Balade Moustierlin et la Mer Blanche (12km)
- Balade autour du Marais de Moustierlin (7,9km)
- Balade à la Pointe de Moustierlin (6,6km)



Perspectives pour l'année 2021

- Poursuivre un travail autour du développement de l'offre et/ou de services annexes en lien avec l'itinérance. Ce travail sera mené en collaboration avec le déploiement du schéma vélo et les initiatives de la "Riviera Bretonne" et de la Région Bretagne.

ACCOMPAGNEMENT & PROFESSIONNALISATION

Accompagner et professionnaliser les acteurs pour accroître l'attractivité

L'évolution des besoins et des attentes des visiteurs amène les acteurs du tourisme à devoir s'adapter à une nouvelle demande. C'est en proposant une offre touristique de qualité supérieure que nous pourrions renforcer l'attractivité de Fouesnant et renforcer le positionnement du territoire comme une destination de référence.

Afin d'apporter une réponse adaptée face à cet enjeu, l'Office de tourisme propose un accompagnement personnalisé à destination des acteurs du tourisme désireux de développer un projet de création, de modernisation, de qualification, de labellisation de leur équipement ou qui souhaitent se perfectionner sur un domaine spécifique à leur activité (accueil, numérique...).

L'accompagnement proposé par l'Office de tourisme repose sur les prestations suivantes :

- Conseil sur la faisabilité d'un projet et le développement de l'activité.
- Montage de dossier d'aide régionale (sous forme de subvention ou de prêt à taux zéro) dans le cadre de travaux d'investissement
- Conseil et suivi d'un dossier de classement d'hébergement
- Suivi dans le cadre de la qualification d'un hébergement
- Conseil en préconisation dans le cadre d'une labellisation sur l'accessibilité "Tourisme & Handicap"
- Actions de professionnalisation sur le numérique / sur l'offre du territoire
- Ateliers thématiques (décoration, photographies,...)





ACCOMPAGNEMENT & PROFESSIONNALISATION

Accompagner et professionnaliser les acteurs pour accroître l'attractivité

Bilan de l'année 2020

L'Office de tourisme a ouvert onze dossiers d'accompagnement de porteurs de projets.

Cette mission est en diminution comparativement à l'année 2019. La crise sanitaire et les confinements ont freiné la dynamique des porteurs de projets et relayé au second plan les projets de création ou de montée en gamme des établissements. La priorité n'était pas le projet mais le maintien de l'activité au regard du contexte économique.

- Un dossier de conseils (*) dans le cadre de la création/développement d'une activité: projet de reconversion d'un bâtiment en hébergement ou équipement de loisirs.
- Dix visites de classement/qualification de meublés de tourisme

() Les aides régionales en faveur des acteurs du tourisme tendent à diminuer ou à disparaître. Cette situation constitue un frein pour les acteurs qui souhaiteraient engager des travaux pour créer ou moderniser un établissement touristique.*

L'Office de tourisme a proposé différentes actions de professionnalisation:

Action de formation : une formation numérique a été organisée le 23 janvier sur la thématique "avis clients et E-réputation". Participation: 8 acteurs du tourisme. Elle a permis d'outiller les acteurs sur la manière d'appréhender et de gérer sa E-réputation, collecter et gérer les avis clients.

Action de professionnalisation : un atelier "home-staging et photographies" a été organisé le 30 janvier. Participation: 7 acteurs du tourisme. Il a permis de découvrir les grands principes du home-staging et l'art de mettre en scène son hébergement. Animée par une décoration d'intérieur, il se déroulait dans un hébergement touristique et montrait par une mise en situation pratique comment améliorer et mettre en valeur son bien, et ainsi déclencher le coup de cœur de la future clientèle !

Action d'information : une réunion d'information "Hey toi ambassadeur de Fouesnant" a été organisée le 02 juillet à destination du personnel permanent et des saisonniers des hébergements touristiques afin de présenter la station, son offre touristique, ses services et équipements de sorte à apporter un conseil éclairé à leurs clients. Participation: 14 acteurs du tourisme.

ACCOMPAGNEMENT & PROFESSIONNALISATION



Perspectives pour l'année 2021

- Poursuite de l'accompagnement et du conseil dans le cadre de la création ou de la modernisation de l'équipement.
- Action de professionnalisation : une journée d'éductour à programmer durant le premier semestre. Action à confirmer suivant les besoins des acteurs.
- Actions de formation : un atelier numérique sera organisé durant le premier semestre. Thématique à définir.
- Accompagnement individuel des acteurs du tourisme sur le numérique.
- Création d'une boîte à outils "numérique" à mettre à la disposition des acteurs du tourisme sur le site internet.
- Action d'information : une réunion "Hey toi ambassadeur de Fouesnant" sera de nouveau organisée durant le premier semestre à destination du personnel permanent et des saisonniers des hébergements touristiques afin de présenter la station, son offre touristique, ses services et équipements de sorte à donner un conseil pointu et éclairé à leurs clients.



COVID-19

LES ACTIONS DURANT LE CONFINEMENT

La crise sanitaire et les deux confinements de cette année ont modifié de manière importante le quotidien et les besoins des professionnels, des socio-professionnels, des visiteurs et de la population locale. Pour répondre aux enjeux du territoire et de nos publics, l'Office de tourisme a fait preuve d'agilité en développant de nouvelles actions durant les périodes de confinement. Entre accompagnement, relais d'informations, promotion ou développement touristique, découvrez ci-dessous le panel des actions menées par toute l'équipe.

Les actions de communication et de promotion

LANCEMENT ET ANIMATION DU HASHTAG #FENETRESURFOUESNANTLESGLENAN sur les réseaux sociaux (Instagram et Facebook) qui s'inscrit dans le mouvement #FenetreSurLaFrance. Cette initiative permet aux locaux et aux vacanciers de partager leur regard sur notre destination afin de faire circuler un maximum d'émotions, de susciter l'envie pour de futures vacances mais surtout de garder le lien en cette période de confinement.

ANIMATION DE NOS PAGES FACEBOOK ET INSTAGRAM: relais d'informations sur les initiatives développées à l'échelle locale, régionale ou nationale pour informer la population. Exemple d'information : reprise du marché du vendredi, information sur la fermeture des plages, ouverture de certains commerces. ... Création de publications pour promouvoir le territoire : visuels, vidéos... L'animation quotidienne de ces pages permet de maintenir du lien avec le grand public et de répondre aux questions via le chat « Messenger ». Ces publications liées au COVID-19 ont bien fonctionnées.

CREATION D'UN ESPACE « BONS PLANS » dans la rubrique « Organiser mon séjour » sur notre site internet afin de recenser les offres spécifiques proposées par l'ensemble des professionnels. Cet espace se veut une seconde vitrine promotionnelle pour mettre en lumière les bons plans de nos partenaires et soutenir ainsi l'activité touristique. Exemple de bon plan: proposer une offre packagée pour les familles avec un hébergement, des activités et de la location de vélos, valable du ... au ...

CREATION DE RECITS « EXPERIENCES A VIVRE » SUR LE SITE INTERNET : pour donner l'envie de vivre intensément un séjour à Fouesnant-les Glénan : il s'agit de nouveaux contenus (rédactionnels et visuels) pour étoffer notre site internet et susciter l'envie des visiteurs de venir séjourner à Fouesnant-les Glénan. La rubrique "Faites comme chez nous" compile de nouveaux récits d'expériences à tenter sur le territoire. L'idée étant de mettre en avant les activités à réaliser chez nous et vivre comme un(e) Fouesnantais(e) et non comme un vacancier.



COVID-19

LES ACTIONS DURANT LE CONFINEMENT

Les nouveaux articles :

- Partir en balade entre Beg-Meil et le Cap-Coz
- Sillonner le coin à vélo
- Cuisiner nos produits de la mer
- Faire une virée shopping

OPTIMISATION DU REFERENCEMENT DU SITE INTERNET WWW.TOURISME-FOUESNANT.FR (sur les trois versions du site française-allemande-anglaise) par la rédaction de méta-balises sur chaque page du site internet pour être mieux référencé sur le moteur de recherche (ex : Google). L'idée est de faire remonter les offres de Fouesnant-les Glénan dans les premiers résultats de la 1ère page de Google ou autre.

Les actions pour informer et accompagner les professionnels/socio-professionnels

CREATION D'UNE PAGE « COVID-19 INFORMATIONS » SUR NOTRE SITE INTERNET (espace partenaire) pour informer les professionnels du tourisme (hébergements, restaurants, commerces, loisirs, nautisme.) Cette page a été développée et mise à jour quotidiennement pour informer les acteurs du tourisme des évolutions de la crise sanitaire : les mesures de soutien, les mesures juridiques spécifiques au tourisme, les initiatives locales menées pour accompagner ou informer les entreprises, les contacts utiles, le cadre réglementaire..

INFORMATION EN CONTINU AUPRÈS DES PROFESSIONNELS/ASSOCIATIONS SUR LES ÉVOLUTIONS DE LA SITUATION ET SUR LES INITIATIVES DEVELOPPEES dans le secteur du tourisme pour accompagner la relance de l'activité touristique.

CRÉATION DE NOUVELLES RUBRIQUES SUR LE SITE INTERNET afin de promouvoir les services de retraits en magasins et vente à emporter pour les restaurants. Création et mise à jour quotidienne de nouvelles pages "restaurants: vente à emporter" - "commerces: retrait en magasin"... qui recensent nos partenaires qui proposent ces nouveaux services.



RESEAUX & PARTENAIRES: LA RIVIERA BRETONNE

La marque de territoire "Riviera Bretonne"



Le Pays Fouesnantais est un territoire très attractif de par sa qualité de vie et son littoral exceptionnel et préservé qui en fait depuis plusieurs années la première destination touristique du département du Finistère en terme de capacité d'hébergement.

Ce territoire comporte trois stations classées de tourisme, avec trois Offices de tourisme sous forme d'EPIC : Fouesnant-les Glénan, Bénodet et La Forêt-Fouesnant Port-La-Forêt et quatre communes rétro-littorales (Clohars-Fouesnant, Gouesnac'h, Pleuven, Saint-Evarzec).

En 2013, les élus de la Communauté de Communes et les Offices de tourisme ont décidé de créer une marque commune : LA RIVIERA BRETONNE afin d'augmenter la visibilité de cette partie du littoral breton et donner plus de poids aux actions de promotion menées en commun.

Ces structures souhaitent pérenniser le partenariat existant dans le but de mettre en œuvre un programme d'actions commun de promotion touristique en faveur de la destination touristique « La Riviera Bretonne. »

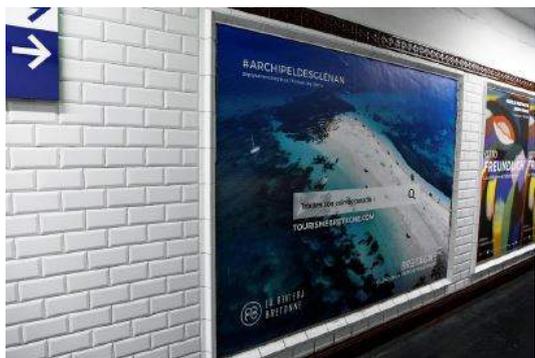
Dans ce cadre, la Communauté de Communes du Pays Fouesnantais (CCPF), en étroite collaboration avec les trois Offices de tourisme s'attachent à développer un ensemble de projets.

Bilan de l'année 2020

- Création d'un reportage photographique (90 photos) et d'une vidéo promotionnelle de 2 minutes avec "Lezbroz"
- Réédition des horaires de marées 2020 (38.000 exemplaires)
- Déploiement du Wifi territorial sur 7 nouveaux spots sur le Pays Fouesnantais.
- Gestion et évolution des sites internet: mise en place d'un slider home-page, d'un pop-up maker, création d'une page de présentation pour chaque commune rétro-littorale.
- Coordination du déploiement de l'outil mutualisé de taxe de séjour: www.taxedesejour-rivierabretonne.fr
- Adaptation de la campagne de promotion touristique du CRT Bretagne "le dépaysement proche de chez vous"
- Campagne de promotion dans les métros de Paris (en partenariat avec le CRT Bretagne)
- Adaptation de la campagne de promotion touristique de Finistère 360° sur la remontée de semaines types à proposer pour augmenter l'attractivité sur les ailes de saison.
- Participation au Wave Games à la Torche (permanence réalisée par l'Office de tourisme de Fouesnant-les Glénan)
- Mise à jour du guide de randonnées de la FFRandonnée: textes, visuels, tracés.
- Trophées de la Riviera Bretonne: golf de l'Odet le 10 septembre et golf de Cornouaille le 20 septembre.



RESEAUX & PARTENAIRES: LA RIVIERA BRETONNE



Perspectives pour l'année 2021

- Actions de promotion/communication marketing: poursuivre les actions numériques sur les réseaux sociaux, participation au plan d'actions du CRTB, participation à la fête française de Düsseldorf, développer les relations presse, mise en place d'un outil photothèque, participation aux trophées de la Riviera Bretonne sur les deux parcours des golfs de l'Odet et de Cornouaille,....
- Actions de développement: réflexion autour de boucles cyclables et d'itinéraires de randonnée pédestre
- Actions en vue de favoriser, d'harmoniser l'accueil et l'information au sein des Offices de tourisme.
- Actions d'accompagnement des professionnels: formations (thème à confirmer) et déploiement de l'outil ELOHA afin de permettre par la suite la commercialisation de l'offre en ligne.

RESEAUX & PARTENAIRES: SENSATION BRETAGNE

Le réseau des stations du littoral breton "Sensation Bretagne"



La destination de Fouesnant-les Glénan fait partie du réseau Sensation Bretagne.

Le réseau Sensation Bretagne regroupe les offices de tourisme de 25 stations balnéaires du littoral breton, « unies par une identité et des valeurs communes ». Une charte garantit un accueil de qualité et des propositions hors des sentiers battus, « pour vivre une Bretagne moderne, faite de découverte et de partage ».

Le réseau permet aux communes de mettre en place des actions mutualisées de promotion, de communication, d'événementiels et d'observation touristique dans le but de développer l'activité touristique.

Bilan de l'année 2020

En qualité de partenaire du réseau Sensation Bretagne, l'Office de tourisme de Fouesnant-les Glénan a bénéficié des projets suivants :

- Magazine Sensation Bretagne
- Un reportage photographique hiver et été de la destination (Alexandre Lamoureux) : 30 clichés de la destination (été) et 30 visuels pour le hors saison.
- Salons sur les marchés prioritaires : Luxembourg, Paris, Bruxelles, Stuttgart, pour diffuser les supports de promotion ainsi que pour présenter le réseau et ses destinations.
- Communication numérique: création d'une vidéo de promotion de 30 secondes mettant en valeur l'humain, la contemplation et les beaux paysages (nautisme, criques de Beg-Meil et randonnée)
- Les spectacles "Place aux Mômes" initialement programmés ont dû être annulés suite à la crise sanitaire.

Perspectives pour l'année 2021

Renouvellement du programme d'actions (partenariat avec le CRT) en tenant compte des évolutions de la situation sanitaire. Dans ce cadre, les salons qui constituent une des actions phare du réseau ne pourront en tout ou en partie être maintenus considérant les annulations ou le désistement du réseau. D'autres actions seront développées afin de promouvoir les destinations. Concernant "Place aux Mômes", cette action sera conditionnée par l'évolution de la crise sanitaire.



RESEAUX & PARTENAIRES: DESTINATION QUIMPER CORNOUAILLE

Le Comité Régional du Tourisme - La destination touristique "Quimper Cornouaille"



Pour améliorer davantage l'attractivité touristique de la Bretagne, la Région a décidé de promouvoir son territoire à travers onze destinations touristiques. Le territoire de Fouesnant fait partie de la destination « Quimper Cornouaille. » A travers cette stratégie touristique, la Région souhaite promouvoir la richesse de ces onze destinations en créant notamment, dans ce nouveau cadre, courts séjours et formules clefs en main afin de répondre aux nouvelles attentes des visiteurs.

Bilan de l'année 2020

Durant cette année, l'Office de tourisme de Fouesnant-les Glénan a participé à différents projets développés au sein de la destination touristique:

- Réédition de la carte touristique éditée en six langues qui permet d'informer les visiteurs et les inciter à rayonner sur l'ensemble de la destination. La carte présente les différents lieux de visite, les équipements de loisirs, les sites remarquables, les plages, les ports de plaisance... Au dos de la carte, se retrouve des idées d'activités.
- Évolutions du site "Cornouaille animations" qui recense l'agenda des manifestations de la destination.
- Création d'un calendrier des animations (format numérique) en Cornouaille durant la période estivale (mi-juin à début septembre)
- Gestion et coordination de l'étude d'accueil et de structuration des camping-cars en Cornouaille
- Développement d'une offre structurée sur l'itinérance vélo en Cornouaille en lien avec le schéma régional vélo et accompagnement des EPCI dans le cadre des études d'aménagement des pôles de services vélo.

Perspectives pour l'année 2021

Poursuivre le programme d'actions en relation avec le schéma de développement touristique de la destination

