

RAPPORT
D'ACTIVITE
2021



OFFICE MUNICIPAL DE TOURISME FOUESNANT-LES GLENAN

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

PRÉSENTATION DU RAPPORT D'ACTIVITÉ



Nous vous proposons de découvrir le " rapport d' activité 2021 - perspectives 2022" 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 2021 et les perspectives de projets à développer durant l'année 2022

- Mission d'accueil : conseil en séjour
- Mission communication : les éditions
- Mission communication : le digital
- Mission promotion : événementiels & accueil presse
- Mission commercialisation
- Mission de développement de l'offre touristique
- Mission accompagnement & professionnalisation des acteurs du tourisme

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.

Reconnue 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
- Développer l'offre touristique
- 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 2021, l'Office municipal de tourisme comptait six permanentes.

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



De gauche à droite :

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

L'OFFICE DE TOURISME UN OUTIL EXEMPLAIRE



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



L'Office de tourisme est labellisé "Tourisme & Handicaps" 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
- 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 caractères agrandis
- 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)
- Le bois de Penfoullic (labellisé pour les 4 handicaps)
- Les plages de Kerambigorn et Cap-Coz (tiralò - hippocampe)
- Des hébergements touristiques

Outre les équipements labellisés, la ville de Fouesnant-les Glénan propose plusieurs chemins et sentiers accessibles pour se balader et découvrir le territoire



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 cœur 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.

En août 2021, l'Office de tourisme a fait l'objet d'un audit "visite mystère" réalisé à mi-parcours (soit 2,5 années après l'obtention de la marque « Qualité Tourisme ») afin de vérifier la conformité de l'établissement au regard d'un référentiel composé de près de 100 critères relatifs à la stratégie d'accueil, la promotion, le suivi de la qualité et la fidélisation du client, le développement durable, la réassurance sanitaire.

L'Office de tourisme a réussi cet audit avec brio en obtenant un score de 93,88% et démontre ainsi son souhait de se positionner comme un établissement touristique d'excellence.

ACCUEIL & INFORMATION: LE CONSEIL EN SÉJOUR



Un conseil éclairé de l'offre touristique du territoire

Bilan de l'année 2021

La fréquentation annuelle dans les locaux de l'Office de tourisme est supérieure à 26 584 visiteurs.

Les effets de la crise sanitaire continuent d'avoir des conséquences sur le tourisme en général, faisant de 2021, une année particulière que ce soit au niveau de l'accueil ou de l'information aux visiteurs.

Accueil et information physique

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

Dans la continuité des préconisations définies par le gouvernement, l'Office de tourisme a ajusté l'accueil des publics et la gestion des flux afin de proposer une prise en charge individuelle de chaque client lui proposant de la sorte un conseil personnalisé suivant ses besoins.

Avec 17 508 personnes accueillies cet été à l'Office de tourisme, la fréquentation touristique de juillet et août a été quasiment identique à celle de l'année 2020. Le tourisme de proximité (Grand Ouest) et d'hyper proximité (29) représente une part importante de la clientèle.

Accueil et information à distance avec "Livechat"

L'Office de tourisme s'est doté d'un "chatbot". Ce nouvel outil conversationnel mis en place à l'échelle de la Riviera Bretonne et opérationnel depuis juillet a permis d'offrir un conseil éclairé instantané à distance aux personnes en recherche d'informations. Véritable outil de gestion de la relation client, le chatbot permet d'apporter une réponse rapide et personnalisée afin d'optimiser la satisfaction de nos visiteurs.

Avec près de 500 demandes traitées depuis son installation, le Livechat a le plus souvent été utilisé par les visiteurs afin d'obtenir des informations sur les animations (33% des demandes), sur les Glénan (10%), sur les hébergements (8%) sur les plages (6%) ainsi que sur la météo, les balades et le nautisme (5% pour chacune de ces catégories).

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 qui étaient approvisionnés chaque semaine durant toute l'année afin d'informer un large public.

Top 3 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
- 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 18 000 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. Île-de-France
3. Hauts-de-France

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

Les principaux bassins émetteurs étrangers :

1. Allemagne
2. Belgique
3. Pays-Bas

Accueil hors les murs

Compte tenu du contexte sanitaire et des protocoles à respecter, l'Office de tourisme n' a pas réalisé d'accueil hors des murs.

ACCUEIL: ANIMATIONS TOURISTIQUES



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

Bilan de l'année 2021

NOUVEAUTÉ

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

L'Office de tourisme a reconduit son nouveau programme d'activités qui allie le tourisme de bien-être et le slow tourisme.

Cette année, l'Office de tourisme a étoffé son programme en proposant six 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. Ces activités ont été organisées en juillet et août. Suite aux dispositions réglementaires, elles n'étaient accessibles qu'en disposant d'un pass sanitaire valide ou d'un test négatif.

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"- "éveil douceur du corps sur les criques de Beg-Meil"- "beach art sur les plages" et enfin la "pêche à pied à la pointe du Cap-Coz".

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 édition :

- Les activités se limitaient à des petits groupes (12 à 20 personnes maximum suivant l'activité)
- Au total: 32 sorties encadrées programmées du 01 juillet au 31 août.
- Beau succès pour les « pêches à pied » qui enregistrent un taux de participation de 101%

Perspectives pour l'année 2022

- Poursuivre le conseil en séjour au sein de l'Office de tourisme
- Engager une réflexion pour développer une stratégie d'information hors des murs
- Poursuivre le programme des activités bien-être avec ajustement de certaines activités.

COMMUNICATION: LES ÉDITIONS



Des supports de communication relookés

Bilan de l'année 2021

- **Le magazine touristique de Fouesnant-les Glénan.** Edité à 22.000 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 25.000 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 de 27 offres promotionnelles. Ce support a été encarté dans le bulletin municipal afin d'être également distribué à l'ensemble des Fouesnantis.
- Complémentairement à ces outils, l'Office réalise en interne une brochure "activités et loisirs" à destination des professionnels éditée à 80 exemplaires ainsi qu'un support identique adapté au handicap.
- **Un dépliant pour présenter le programme des activités bien-être.** Edité à 5.000 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. En complément, un flyer présentant les sorties pêche à pied a été édité en 2.000 exemplaires.
- **Création de cinq 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 Eté"** n'a pas été édité cette année considérant les incertitudes sur un grand nombre de manifestations de l'été. Un agenda numérique édité par semaine remplaçait l'agenda "Bel Eté". Il était envoyé par mail aux hébergeurs afin de relayer les informations auprès de la clientèle.

COMMUNICATION: LES ÉDITIONS

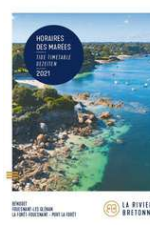


Perspectives pour l'année 2022

- 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 2023. Considérant que les supports actuels sont développés depuis 4 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 DIGITAL



Le site internet, l'outil incontournable pour organiser son séjour

Bilan de l'année 2021

Avec plus de 172 000 visiteurs cette année (+ 48.000 par rapport à 2020) et 300.000 connexions (+ 70.000 par rapport à 2020), 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 octobre.

La consultation sur le site se réalise majoritairement par le biais du mobile (65%), de l'ordinateur fixe (30%) et de la tablette (5%).

Les pages les plus fréquentées restent les webcams, les locations de vacances et les hébergements, les brochures, l'agenda des animations mais aussi les lieux à découvrir et la rubrique "organiser mes journées."

A noter également une forte augmentation des demandes d'information par le biais du chat au printemps ainsi qu'en été.

Les principales demandes :

- Comment aller aux Glénan ?
- Que faire pendant une semaine ?
- La pêche à pied est-elle autorisée ?
- Que faire avec des enfants ?

Durant cette année, l'Office de tourisme a enregistré plus de 500 demandes.

Le site a, cette année encore, été consulté en grande majorité par la clientèle nationale (94%). On note tout de même la présence d'autres aficionados plus ou moins lointains : les Belges (1ère clientèle étrangère), les Allemands (2), les Américains (3), les Suisses (4), les Britanniques (5) et les Hollandais (6).

Perspectives pour l'année 2022

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

COMMUNICATION: LE DIGITAL



Les réseaux sociaux pour capter de nouvelles clientèles

Bilan de l'année 2021

La page Facebook continue de s'animer autour de ses quelques 12 600 abonnés. Près de 700 nouveaux abonnés nous ont rejoint en 2021. Les publications multiples de nos paysages de notre belle destination ainsi que de courtes vidéos permettent de s'évader à Fouesnant-les Glénan.

- Provenant principalement du Pays Fouesnantais, ce public se compose majoritairement de femmes (65%).
- La tranche d'âge de nos abonnés est comprise entre 35-54 ans.
- Plus de 650 000 personnes ont visualisé au moins une fois un contenu (vidéo-photo) sur notre page.
- La publication qui a eu le plus de succès est celle de l'annonce des affiches à vendre à l'OT: 208 300 personnes atteintes
- La publication qui a suscité le plus de commentaires est la photo de Guiriden publiée en juillet : 278 commentaires

Le compte Instagram n'est pas en reste avec plus de 5000 abonnés, soit plus de 1260 nouveaux abonnés par rapport à l'année dernière.

Le contenu qui plaît le plus ? Les belles photos qui font référence à un souvenir de Fouesnant. Les abonnés apprécient également les publications, les stories interactives.

- La communauté de nos abonnés est principalement composée de femmes (70%) issues de Fouesnant, Paris, Quimper, Brest et Nantes.
- La tranche d'âge est comprise entre 25-44 ans.
- Plus de 71 600 personnes ont visualisé au moins une fois une publication ou story sur notre page.
- La publication qui a rencontré le plus de succès: la photo des Glénan de Thibault Poriel commercialisée à l'OT: 13 700 personnes ciblées
- La publication qui a généré le plus de commentaires : le concours Sensation Bretagne afin de remporter une nuit avec petit-déjeuner à l'hôtel Belle-Vue: 344 commentaires

Perspectives pour l'année 2022

Cette communication digitale se poursuivra .

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.

PROMOTION ACCUEIL PRESSE

Salons et médias, Fouesnant-les Glénan, fait parler

Bilan de l'année 2021

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. Compte tenu des effets de la crise sanitaire sur les manifestations d'envergure, les salons du tourisme ont été annulés.

Notons à titre indicatif et non-exhaustif:

- Une promotion dans la presse nationale: "Biba", "Télé 7 jours jeux", "Voyages ici ou ailleurs" ainsi que plusieurs articles dans la presse régionale « Ouest France » et « Télégramme »
- Une promotion dans la presse télévisée: "JT" de TF1 (reportage sur la reprise de l'activité touristique), "50' Insight" sur TF1 (reportage sur les Glénan), "Des Racines et des Ailes" sur France 3, "William à midi" sur C8.
- Une promotion digitale dans le cadre de l'accueil de différents influenceurs : articles et reportages réalisés par "Entre 2 pôles" et "Bestjobers".
- Une promotion par la création de supports multimédias : deux reportages photographiques ont été réalisés par Alexandre Lamoureux dans le cadre du partenariat qui nous lie au réseau Sensation Bretagne afin d'alimenter les réseaux sociaux, le site internet et renouveler les supports de communication papier.
 - Le reportage "hiver" met en valeur la plage du Cap-Coz, l'anse de Penfoulic, les criques de Beg-Meil, le sentier côtier, les marais et les plages de Moustierlin ainsi que les balades côté mer et côté campagne...
 - Le reportage "été" met l'accent sur les activités, notamment le nautisme, les activités de bord de mer, les balades vélo, les pratiques sur l'espace multisports (skate park, basket)...
- Une promotion par la création d'une vidéo promotionnelle de 30 secondes (réalisée aussi dans le cadre du partenariat qui nous lie au réseau Sensation Bretagne par la société "Après la pluie") qui met en valeur les criques de Beg-Meil, le sentier côtier, les Marais de Moustierlin.

PROMOTION ACCUEIL PRESSE



Perspectives pour l'année 2022

- Côté promotion hors des murs lors de salons/événements : L'Office de tourisme reprendra cet axe de la mission de promotion en participant à différents salons du tourisme :

- Salon International du Tourisme de Rennes du 28 au 30 janvier 2022
- Salon des Vacances de Bruxelles du 03 au 06 février 2022
- Salon de l'Agriculture de Paris (date à confirmer en février 2022)
- Salon du randonneur à Lyon du 25 au 27 mars 2022

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

- Côté multimédia : actions à poursuivre avec la création de nouveaux contenus vidéos ou photos.

COMMERCIALISATION

Création de nouveaux produits pour notre boutique

Bilan de l'année 2021

Afin de répondre à la demande de nos visiteurs désireux de rapporter chez eux un souvenir représentatif de leur séjour à Fouesnant-les Glénan, l'Office de tourisme a développé des visuels qui illustrent les incontournables de notre destination.

Pour représenter Mousterlin/ Beg-Meil/Cap-Coz, l'Office de tourisme a fait appel à l'illustratrice "Pauline LAUNAY"

Les 3 affiches néo-vintage réalisées représentent respectivement:

- Cap-Coz avec ses activités nautiques et sa plage sous les pins;
- Beg-Meil et ses criques intimistes;
- Mousterlin et son coucher de soleil.

En complément, l'Office de tourisme a voulu proposer une carte ludique de la destination. Pour ce faire, elle a fait appel à "Maison Héol".

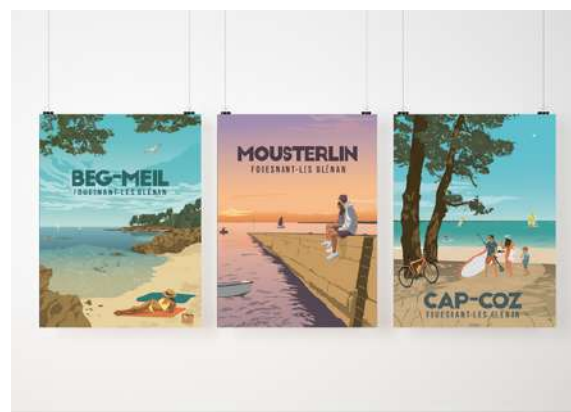
Enfin, pour mettre en valeur les Glénan, elle a procédé au tirage d'une photo réalisée par Thibault Poriel qui illustre le tombolo qui relie l'île de Saint-Nicolas des Glénan à l'île de Bananec.

Ces cinq visuels sont disponibles dans deux formats :

- 30 x 40 cm et 50 x 70 cm pour les 4 affiches
- 30 x 45 cm et 50 x 75 cm pour la photo poster

Ces objets décors, cadeaux, souvenirs aux couleurs de Fouesnant-les Glénan **vendus exclusivement à l'Office de tourisme** depuis juillet 2021 rencontrent un très beau succès. Les affiches néo-vintage de Beg-Meil et de Cap-Coz sont particulièrement plébiscitées par les estivants ainsi que par les Fouesnantais.

NOUVEAUTÉ



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 2021

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'Odét, Croisières Bleues, Compagnie Maritime Penn-ar-Bed, Compagnie Océane, Vedettes Sirènes.
- Activités et équipements de loisirs : activités bien-être de l'Office de tourisme, Glaz Aventures, Océanopolis.
- Événementiels : En complément, l'Office de tourisme a réalisé la billetterie pour le concert "Paul Kuentz" et celui de la chorale de "L'Écho des vagues"

Perspectives pour l'année 2022

- Poursuite de la billetterie
- Poursuivre la réflexion/ le développement autour de produits boutique 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 2021

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 GRATUITEMENT 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 20235 consultations sur le site CIRKWI dont 1050 téléchargements de boucles en GPX et 1760 impressions en PDF. Au total, les balades sont remontées 262 000 fois dans les listes de résultats de CIRKWI (soit +50% par rapport à 2020) ce qui confirme le bon référencement de nos produits vélo au regard de l'offre générale du site. A titre indicatif, la consultation et le téléchargement de ces boucles sur ce même site entre 2020 et 2021 ne cessent de progresser.

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 2022

- 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 "CCPF", de QCD et de la Région Bretagne.

DÉVELOPPEMENT DE L'OFFRE



Proposer un parcours numérique au coeur de nos espaces naturels

NOUVEAUTÉ

L'Office de tourisme a conçu un nouveau produit touristique afin de répondre aux attentes de la clientèle familiale. Son nom :

"Moutig mène l'enquête"

L'objectif étant de diversifier l'offre du territoire en proposant aux familles un produit gratuit en extérieur. Afin de développer ce projet, l'Office de tourisme a accueilli Héloïse COLIN (étudiante en master tourisme à Vannes) en qualité de stagiaire durant deux mois.

Présentation du produit en cinq points :

- Nature du produit touristique : un jeu de piste numérique de 4,5 km dans les marais de Mousterlin qui allie le géocaching et l'enquête policière.
- Clientèle visée : les familles avec enfant(s) de 7 à 12 ans (le jeu est adapté par tranche d'âge)
- Type de produit : le jeu s'articule autour d'un scénario qui allie le fantastique et les légendes populaires bretonnes. Les participants mènent une enquête et résolvent différentes énigmes.
- Les spécificités du jeu :
 - Découvrir nos espaces naturels à travers une balade originale et ludique.
 - Proposer un jeu grande nature en extérieur accessible à tout moment de l'année.
 - Capter l'attention des enfants et des adolescents (les intéresser à porter un autre regard sur nos espaces naturels en utilisant les nouvelles technologies.)
- Formule : la famille est invitée à venir retirer un livret jeu à l'Office de tourisme qui présente le scénario et les énigmes à résoudre. Au terme du jeu, Elle restitue le livret à l'Office de tourisme et les enfants reçoivent une récompense s'ils ont su résoudre l'énigme.



DÉVELOPPEMENT DE L'OFFRE



Valoriser l'histoire de Fouesnant à travers son patrimoine bâti religieux

NOUVEAUTÉ

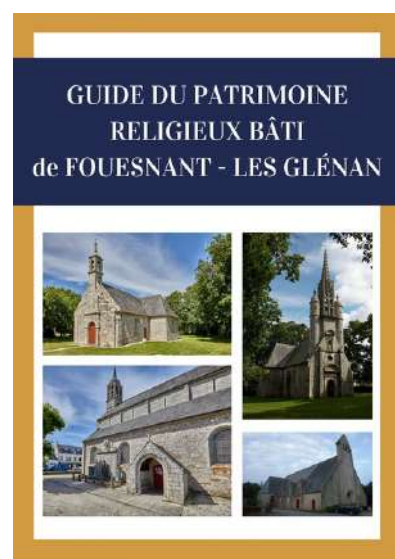
L'Office de tourisme a conçu un nouveau support de communication afin de promouvoir le patrimoine religieux bâti de Fouesnant-les Glénan

Afin de développer ce guide du patrimoine bâti, l'Office de tourisme à accueilli Alexandre BONNOT (étudiant en BTS tourisme à Nantes) en qualité de stagiaire durant un mois.

Au terme d'un important travail de collectage et de vulgarisation, le guide retrace l'histoire de l'église Saint-Pierre & Saint-Paul, des chapelles Sainte-Anne, Kerbader, Saint-Sébastien, Saint-Guérolé.

Il met également en lumière le petit patrimoine religieux que sont les calvaires, les monuments aux morts, les fontaines.... ainsi que les vestiges historiques qui témoignent du passage de Templiers ou encore de la période mégalithique.

Le guide du patrimoine religieux bâti de Fouesnant-les Glénan est téléchargeable sur notre site internet "espace brochure" ou disponible gratuitement à l'Office de tourisme



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 dans 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 & Handicaps"
- Actions de professionnalisation sur le numérique / sur l'offre du territoire
- Ateliers thématiques (décoration, photographie,...)



ACCOMPAGNEMENT & PROFESSIONNALISATION



Accompagner et professionnaliser les acteurs pour accroître l'attractivité

Bilan de l'année 2021

L'Office de tourisme a ouvert trente-huit dossiers d'accompagnement de porteurs de projets.

Tout comme l'année passée, la mission s'est davantage recentrée sur la labellisation T&H et sur le classement des meublés. La crise sanitaire a 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.

- 2 accompagnements Tourisme & Handicaps (diagnostic et conseils en préconisation) en prévision du renouvellement du label.
 - Sentier aménagé du bois de Penfoullic
 - Maison des marais dans le bois de Penfoullic
- 1 accompagnement Tourisme & Handicaps (diagnostic et conseils en préconisation) en prévision de la labellisation d'une nouvelle balade à proximité d'un espace naturel:
 - Cheminement de Penfoullic à la plage du Cap-Coz en passant par Pen an Cap.
- 21 visites de prospects meublés en prévision d'une adhésion
- 15 visites de classement/qualification de meublés de tourisme dont 9 visites de reclassement

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

Action de formation sur la destination Fouesnant-les Glénan.

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 : 8 acteurs du tourisme.

Action d'information sur les évolutions du E-tourisme.

L'Office de tourisme réalise une veille sectorielle digitale afin d'identifier les futures évolutions relatives au secteur du E-tourisme. Une lettre d'information éditée périodiquement permet par la suite de diffuser les résultats de ce travail auprès des partenaires. Durant cette année, une veille digitale a été menée durant toute l'année, 3 newsletters ont été réalisées et transmises aux partenaires et une rubrique d'informations "la boîte à outils numériques" dédiée à la veille digitale a été développée sur l'espace partenaire du site internet de l'Office de tourisme.

ACCOMPAGNEMENT & PROFESSIONNALISATION



Perspectives pour l'année 2022

- 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.
- Poursuite de la veille digitale : Alimentation de la boîte à outils "numérique" sur le site internet et communication auprès des partenaires
- 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. Formule à confirmer suivant les besoins.

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.

RESEAUX & PARTENAIRES:

LA RIVIERA BRETONNE



Bilan de l'année 2021



AXE 1 : PROMOTION/COMMUNICATION/MARKETING

- Réédition et mise à jour des supports de communication (document d'appel, carte touristique, guide des balades et randonnées, horaires des marées)
- Poursuite de la stratégie digitale de promotion sur Internet (référencement des sites Internet ; campagnes Google Adwords et campagnes de sponsoring sur Facebook et Instagram).
- Développement des relations presse et insertions de publicités dans différents magazines
- Participation au plan d'actions du Comité Régional du Tourisme de Bretagne : campagnes nationales et internationales (Allemagne ; Pays-Bas ; Belgique)
- Participation à des opérations de promotion locales, nationales et à l'international (fête française de Düsseldorf ; Trophées de golf...)
- Déploiement de l'outil de messagerie conversationnelle "Livechat" sur les sites des Offices de tourisme

AXE 2 : ACCOMPAGNEMENT DES OT - MUTUALISATION

- Participation à la mise en place de l'outil photothèque
- Accompagnement des Offices de tourisme dans les évolutions numériques (sites Internet, base de donnée touristique : Tourinsoft)
- Poursuite du travail de coordination des régisseurs et accompagnement des évolutions de la plateforme « Taxe de séjour »

AXE 3 : DÉVELOPPEMENT DE L'OFFRE TOURISTIQUE

- Participation à la réflexion autour des itinéraires de randonnée pédestre
- Participation à la réflexion autour de boucles cyclables « familles »
- Poursuite du déploiement du Wifi Territorial

Perspectives pour l'année 2022

- Différentes actions seront menées par la Riviera Bretonne. Le programme d'actions sera défini ultérieurement.

RESEAUX & PARTENAIRES:

LA RIVIERA BRETONNE



JOUR 10 : Passer de l'autre côté du pont en Pays Fousnantais (Benodet-Fousnant : 45 min de route)

Sur nommé la Riviera Bretonne, le pays Fousnantais porte bien son nom. Nous sommes subjugués par les eaux turquoises et ses petites criques abritées surplombées de pins parasols. Une destination résolument familiale aux airs de Méditerranée.

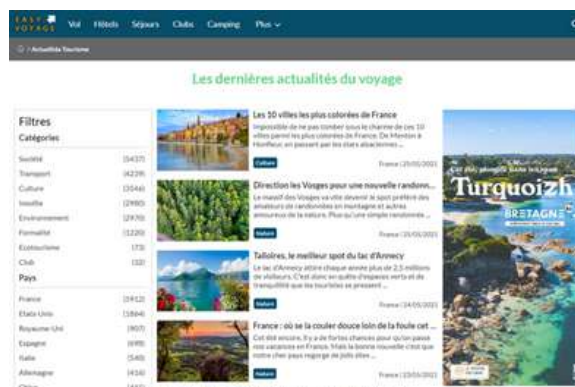
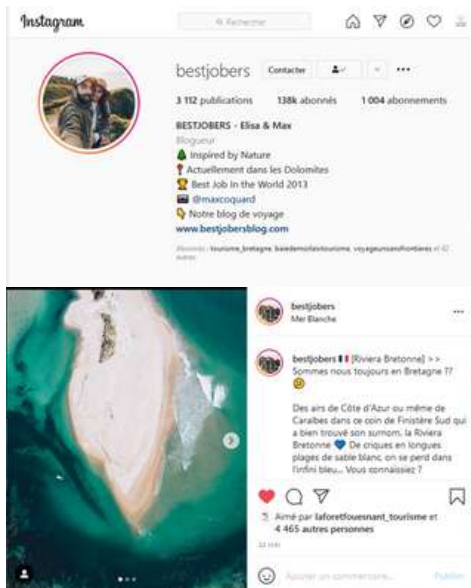
Balade sur le sentier côtier Beg Meil / Cap-Coz

Un incontournable dans le coin, une balade qui sent bon les vacances ! Au départ de la cale de Beg Meil, nous nous embarquons pour 7 km le long du sentier des douaniers pour rejoindre le Cap-Coz, en une heure à rythme tranquille. Après le meilleur est encore de se baigner dans chaque baie et cela prend alors plus de temps ! Ici les grandes propriétés bourgeoises et maisons privées ont empêché totalement l'urbanisation du littoral. Ici, d'un côté, mer air de l'autre, on en prend plein la vue. Ne manquez pas la petite arche et la crique de Bot Conan.



CDT du Tarn
Site médiatique internet-intranet-extranet

adphasia



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.

En 2021, 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 2021

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 "été" (réalisé par Alexandre Lamoureux) : 30 clichés de la destination (été) avec possibilité pour l'Office de tourisme d'acheter la totalité du reportage à un prix préférentiel. Dans ce cadre, l'Office de tourisme de Fouesnant-les Glénan a fait l'acquisition de 300 visuels pour enrichir sa banque d'images afin de mener des actions de communication et de promotion.
- Communication numérique : création d'une vidéo de promotion de 30 secondes (société "Après la pluie") mettant en valeur les émotions, l'humain, la contemplation et les beaux paysages (criques de Beg-Meil, sentier côtier, marais de Moustierlin, pratique du vélo)
- Programmation des spectacles "Place aux Mômes" durant l'été

Perspectives pour l'année 2022

- Le réseau s'agrandira en 2022 en accueillant trois nouvelles stations balnéaires : Bénodet - Moëlan-sur Mer et Clohars-Carnoët. Dans le cadre de ses activités, Sensation Bretagne poursuivra son programme d'actions de communication et de promotion en (partenariat avec le CRT)



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 2021

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 2022

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

