

FOUESNANT-LES GLÉNAN



LA RIVIERA BRETONNE

Rapport d'activités 2023



CHIFFRES CLÉS



3300 Hectares
10500 Habitants à l'année
60 000 Résidents en période estivale



Station Classée de Tourisme
Villes et Villages Fleuris
Site classé Natura 2000



15 Campings
5 Hôtels
2 Centres de Vacances
1 Résidence de vacances
+ 20 Chambres d'hôtes
+ 500 Locations saisonnières



17 km de côtes
14 km de plages
5 Espaces naturels
+ 100 km de sentiers de randonnée
70 km de pistes cyclables



1. Beg-Meil 2. Cap-Coz 3. Moustierlin 4. Les Glénan

ORGANISATION

GOUVERNANCE

L'Office municipal de tourisme de Fouesnant-les Glénan est statutairement un Etablissement Public à caractère Industriel et Commercial (EPIC). Il est composé d'un Comité de Direction composé de 13 membres répartis entre 2 collèges. Il se réunit aussi souvent que nécessaire pour débattre des projets touristiques à mettre en œuvre et prendre les décisions nécessaires au bon fonctionnement de l'Office de tourisme.

Collège des élus

Titulaires	Suppléants
R. LE GOFF - PRÉSIDENT	
G. JOSSET - Vice Présidente	M. SIMON
C. TABARLY	J. CHANDELIER
L. CARAMARO	H. de KERDREL
S. LE BORGNE	L. COQUIL
A. FREDOU	M-T. LE GOARDET
C. TABORET	A. GLOAGUEN

Collège des socioprofessionnels

A. KERNEVEZ - Vice Présidente	A. GELOT
S. CARADEC	C. GOURLAOUEN
L. CALIPPE	M-O. LE SAUX
V. LE TORC'H	V. CEVAER
P. GUERVENO	J-P. MERRIEN
N. TREBERN	G. PREVOT

UNE ÉQUIPE~DES MISSIONS

L'OMT assure les missions :



SOMMAIRE

Chiffres Clés.....P.02
Édito - Présentation de l'OMT.....P.03
Temps forts.....P.04
Marque Qualité Tourisme.....P.05
Bilan de la saison.....P.06-09

ÉDITO



Comment envisageons-nous la prochaine saison ?

Rien n'est plus aléatoire. Et pourtant fin 2022, après un été caniculaire dans l'hexagone, nous avions prédit une saison touristique 2023 exceptionnelle. Ce terme est un peu fort mais on peut toutefois qualifier la saison passée de bonne saison touristique malgré les crises à répétition, l'inflation et une météo capricieuse.

Les vacances sont des moments privilégiés, des parenthèses dans le quotidien, des temps de rencontres et de découvertes remarquables que nous voulons tous préserver. Il faut dire qu'avec ses criques, ses plages de sable fin, son patrimoine naturel à couper le souffle, la station de Fouesnant-les Glénan réunit tous les ingrédients pour des vacances inoubliables. Les aménagements pour une circulation douce et les kilomètres de sentiers de randonnées contribuent à répondre aux envies de tous.

L'Office de tourisme de par ses missions d'accueil, d'information, de promotion et de connaissances des vacanciers apporte un éclairage sur les actions menées et à mener pour un développement touristique harmonieux de la commune.

Cette année a été riche en temps forts, je vous invite à les découvrir dans ce rapport d'activités.

Roger LE GOFF, président

L'effectif du personnel permanent est de 6 personnes pour assurer les différentes missions de l'OMT. Un saisonnier renforce l'équipe sur les missions de conseiller en séjour en période touristique.



Véronique JEANNÈS
Directrice



Fabienne GENDROT
Assistante de direction
Référente Qualité
Promotion - commercialisation



Delphine CHEVRIER
Gestion financière et sociale
Taxe de séjour



Christine BERTHOLOM
Responsable accueil
Référente commerces et restaurants



Carine ROCUET
Communication-Éditions
Référente Loisirs



Mathilde BELLESOEUR
Communication digitale
Référente hébergements

Actions de Communication et de promotion.....P.10-14

Commercialisation.....P.15

Animations.....P.16

Réseaux des acteurs touristiques.....P.17

Perspectives.....P.18-19

TEMPS FORTS

FÉVRIER

- ~ Tournage d'images hivernales aériennes en partenariat avec Sensation Bretagne.
- ~ Salon des Vakanz à Bruxelles.

AVRIL

- ~ Échanges et ateliers à destination des partenaires de l'Office de tourisme.
- ~ L'Office de tourisme labellisé « Accueil Vélo ».

JUIN

- ~ Nouvelle balade numérique via CityGem "Foën à bicyclette".
- ~ Conception en interne du programme des animations.

SEPTEMBRE

- ~ Obtention de la Marque Qualité Tourisme avec 97,67 % de réussite.
- ~ Préparation de la saison 2024 : Inscription des partenaires sur les différents supports de communication.

NOVEMBRE

- ~ Analyse des actions 2023 et perspectives 2024.

JANVIER

- ~ Éditions 2023 : une nouvelle charte graphique très tendance !
- ~ Salon du Tourisme à Rennes en partenariat avec 5 offices de tourisme de Cornouaille.

MARS

- ~ Accueil presse en partenariat avec la Riviera Bretonne et Tourisme Bretagne.
- ~ Vacances de printemps.
- ~ Coup d'envoi de la saison touristique.

MAI

- ~ Renouvellement du classement de la commune en "Station de Tourisme".
- ~ Programmation des Vitamines Sea, activités ludiques et de bien-être.

JUILLET/AOÛT

- ~ Audit de renouvellement de la Marque Qualité Tourisme.
- ~ Accueil dans et hors les murs : retour sur le marché de Beg-Meil.

OCTOBRE

- ~ Début des travaux à l'espace Kerneveleck et installation provisoire à côté de La Poste.
- ~ Organisation en partenariat avec Mark Gléonec d'une balade contée des vergers de Penfoulic.

DÉCEMBRE

- ~ Signature de la convention d'objectifs 2024-2028 avec la Ville de Fouesnant.
- ~ Participation au marché de Noël et location de la piste de rollers.

MARQUE QUALITÉ TOURISME™

2023 : ANNÉE DE RENOUVELLEMENT

- ≡ Seule marque d'État dans ce domaine, elle est attribuée aux professionnels du tourisme pour la qualité de leur accueil et de leurs prestations.

L'Office de tourisme de Fouesnant-les Glénan s'est vu renouveler la marque Qualité Tourisme™ en septembre dernier. La démarche a été initiée en 2019 par l'obtention de la marque. L'audit de renouvellement a lieu tous les 5 ans et a été réalisé les 4 et 5 juillet dernier. Elle récompense le travail effectué quotidiennement dans les domaines tels que l'accueil et l'information des visiteurs, la communication et la promotion, la commercialisation de produits touristiques ainsi que le management.



LES POINTS FORTS

Les points forts relevés lors de l'audit sont :

- ~ l'engagement de l'équipe dans la démarche Qualité,
- ~ la maîtrise des procédures dans le travail au quotidien,
- ~ la qualité des outils de communication,
- ~ l'engagement de la collectivité au côté de son Office de tourisme.

le chiffre

97,27 %

C'est la note très satisfaisante que l'Office de tourisme a obtenu lors de l'audit.

le chiffre

150

C'est le nombre de critères répartis par thème.

Cette reconnaissance est, non seulement, nécessaire pour intégrer les offices de tourisme d'excellence mais un prérequis pour obtenir le classement en Catégorie 1. Catégorie exigée pour l'attribution du classement de la commune en Station de Tourisme.

Le classement est un signe de reconnaissance nationale et les critères sont identiques dans tout l'hexagone afin de garantir une homogénéité dans les services offerts par les offices de tourisme.

Seule marque d'État dans ce domaine, elle est attribuée aux professionnels du tourisme pour la qualité de leur accueil et de leurs prestations.

LE PLAN QUALITÉ NATIONAL

- ≡ Le Plan Qualité Tourisme s'inscrit dans le cadre de la promotion de la destination France. La mobilisation en faveur d'une exigence croissante de qualité permet l'attractivité de la France en engendrant l'augmentation de la fréquentation touristique et donc l'augmentation des recettes touristiques.



ACCUEIL ET INFORMATION DES VISITEURS



LES TENDANCES 2023

- Un démarrage tout en douceur pour l'arrivée du printemps.
- Le mois de **mai** tient toutes ses promesses : belle concentration de ponts et météo estivale.
- Un cœur de saison irrégulier qui n'a pas été à la hauteur des espérances de toutes les filières touristiques.
- Impact négatif de l'inflation.
- Quelques périodes humides néfastes aux activités « outdoor » mais favorables aux musées, centres aquatiques et autres activités « indoor ».
- Les randonnées pédestres et cyclos : activités phares du territoire.
- L'excursion maritime aux Îles des Glénan reste un incontournable.
- La fréquentation européenne poursuit sa progression.

Le **PRINTEMPS**, synonyme de beaux jours, d'escapades, de ponts, de vacances... et pour notre territoire touristique, de début de saison, a commencé tout en douceur. Les vacances scolaires d'avril ont été correctes mais sans gros pic de fréquentation. Le mois de mai grâce à la concentration de ponts et à une météo particulièrement ensoleillée a permis d'accueillir un grand nombre de vacanciers en attente d'activités balnéaires et de randonnées. Un tel printemps ne pouvait qu'augurer un été plein de promesses pour l'ensemble des acteurs touristiques.

La météo capricieuse ainsi que le contexte inflationniste se sont invités en **CŒUR DE SAISON**, et ont quelque peu perturbé les intentions de nos vacanciers. Les réservations dans les campings, pour les mois de juillet et août, s'étant réalisées en amont, ont permis d'afficher quasi complet pendant les 2 mois d'été. Pour l'hôtellerie, on peut noter beaucoup de rotations dans les chambres et d'annulations en juillet. Les locations saisonnières, réservées à l'avance, n'ont pas trop souffert d'annulation de dernière minute. Jusqu'au 26 août, la fréquentation s'est maintenue à un haut niveau grâce à un calendrier scolaire favorable. En effet, nos chères têtes blondes ont repris le chemin de l'école deux semaines complètes après le 15 août. Ces semaines ont bénéficié au secteur du tourisme.



CHIFFRES CLÉS

- 1 Bureau d'information touristique
- 14 Points de diffusion
- 25000 Visiteurs
- 85% Français
- 15% Étrangers



LES MODES D'INFORMATION

Les temps changent ! Les offices existent depuis plus de 100 ans ou devrais-je parler de Syndicats d'Initiative. Toujours est-il, qu'en plus d'un siècle, les habitudes des vacanciers ont évolué.

Il en est de même pour les modes d'information. Du tout en vis-à-vis nous sommes passés au téléphone puis à Internet, aux mobiles sans oublier le Livechat.

Et... après les températures automnales de la mi-août, le soleil et la chaleur ont fait leur apparition pour la fin de l'été. Le soleil estival a permis aux touristes de proximité de venir profiter des plages et des activités nautiques. Les habitants des départements concernés par la canicule de fin août, ayant la possibilité de quitter leur région, se sont « mis au frais » en attendant que le mercure descende. On peut souvent constater une chute de la fréquentation vers le **20 août**. Cette année, grâce à une météo favorable, la station compte de nombreux vacanciers jusqu'à la fin du mois.

Au cours du mois de septembre, les réservations de dernière minute ont permis de prolonger la saison grâce à une clientèle n'étant pas liée à la rentrée des classes. L'arrière-saison s'est étirée jusqu'aux vacances d'**AUTOMNE**. Les intentions de séjours des vacanciers se sont tournées vers la Bretagne et plus particulièrement le Finistère. Il y a eu une réelle demande d'activités de loisirs et d'animations. La visite contée des vergers de Penfoulic a affiché « complet ». Les sorties « Pêche à pied », les animations d'Halloween et autres festivités ont connu un certain succès. Malheureusement, quelques manifestations ont dû être annulées en raison des tempêtes successives.

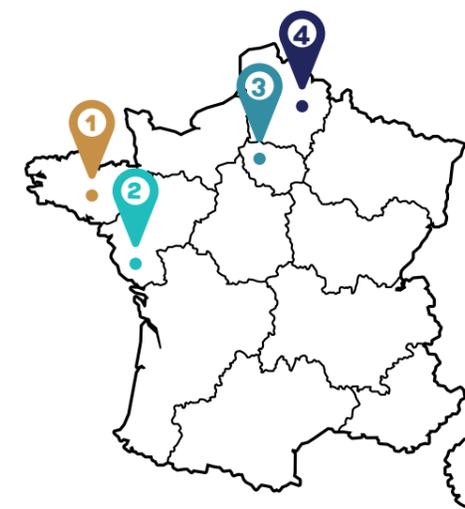
En conclusion, on peut considérer la saison 2023 comme une bonne saison touristique.

ORIGINE DES VACANCIERS

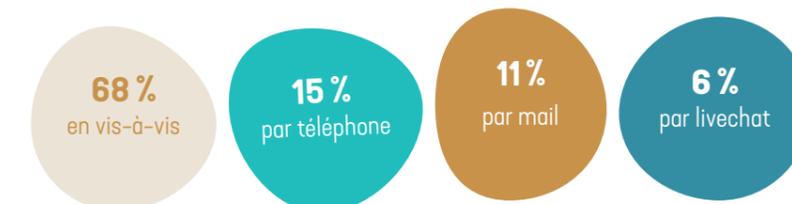
- 1 Bretagne
- 2 Pays de la Loire
- 3 Île-de-France
- 4 Hauts-de-France



- 1 Allemands
- 2 Belges
- 3 Britanniques
- 4 Néerlandais



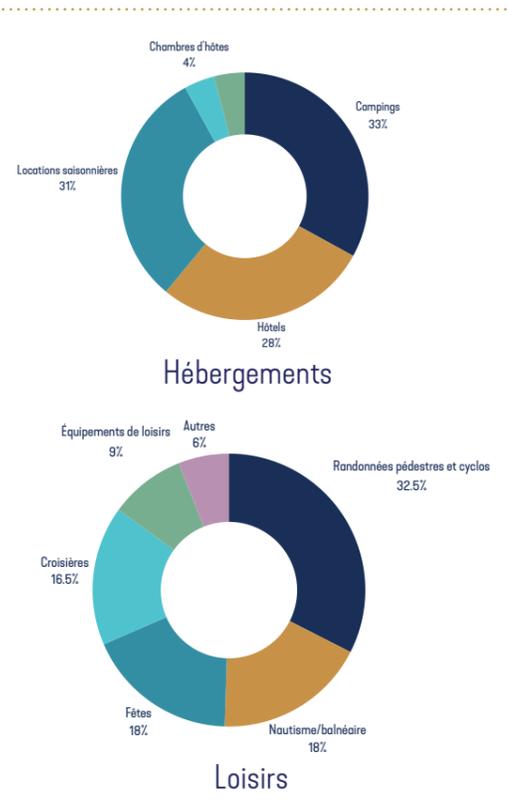
DEMANDES D'INFORMATIONS



le chiffre
+ 20%

de visiteurs à l'Office de tourisme en JUIN.

THÈMES DES DEMANDES



≡ L'OMT recense les thèmes des demandes des visiteurs, leur nationalité ou leur département d'origine via le Système d'Information Touristique, **Tourinsoft**, afin d'obtenir des données fiables. Il est adapté à l'analyse des statistiques de fréquentation pour répondre aux besoins des offices de tourisme mais également à ceux de **Tourisme Bretagne**.

En ce qui concerne les hébergements, le nombre des demandes de renseignements sur les campings, hôtels et locations saisonnières est quasi identique. On note une plus forte demande au printemps pour les campings et locations saisonnières puis, en pleine saison, les demandes de disponibilité de chambres en hôtel prennent le relais.

En termes de loisirs, les informations sur les randonnées pédestres et vélo arrivent en tête puis les renseignements sur les plages et le nautisme, ensuite les excursions maritimes vers les îles des Glénan. En ce qui concerne les demandes plus générales, le patrimoine naturel et le patrimoine culturel sont autant demandés l'un que l'autre. A partir de juin, les fêtes, les marchés, les horaires de marées ainsi que les commerces font partie des demandes les plus nombreuses.

ACCUEIL VÉLO



≡ L'Office de tourisme a souhaité être labellisé « Accueil Vélo », c'est chose faite depuis le 18 avril dernier.

Le référentiel comporte une vingtaine de critères dont un document spécifique pour les cyclo-randonneurs qui liste les services de proximité tels que les réparateurs de vélos, les tables de pique-nique ou encore les points d'eau sans oublier les circuits à vélo de Fousnant-les Glénan.

COMMUNICATION

LES ÉDITIONS

≡ Les éditions 2023, une nouvelle charte graphique très tendance.

Le magazine séduit par la qualité et le nombre de photos qui agrémentent le portfolio. Le choix de faire la part belle aux images, certaines en pleine page, permet aux lecteurs de se projeter vers des lieux paradisiaques. Ce guide touristique attire le regard, une fois la première page tournée, on ne peut s'empêcher de le feuilleter jusqu'à la dernière. Tous les thèmes sont abordés pour répondre à toutes les envies : bord de mer, nature, patrimoine, culture et bien sûr, la note gourmande, terroir et gastronomie. La nouvelle gamme compte également le guide des hébergements, le carnet des bonnes adresses et le plan de la commune. Les contenus sont informatifs tout en étant attractifs.

<p>LE MAGAZINE</p> <ul style="list-style-type: none"> ~ Présentation par thématique. ~ Des idées de séjours en toute saison et pour tous les profils. ~ Harmonie de couleurs, des visuels et des illustrations. <p>40 000 exemplaires</p>	<p>LE PLAN</p> <ul style="list-style-type: none"> ~ Recto épuré avec polaroids illustrant le territoire, tableau des distances. ~ Verso dédié aux adresses utiles et aux incontournables. <p>40 000 exemplaires</p>	<p>LES BONNES ADRESSES</p> <ul style="list-style-type: none"> ~ Visibilité accentuée pour nos partenaires. ~ Format carré innovant, nouvelle palette graphique. ~ Distribué à chaque foyer fousnantais. <p>20 000 exemplaires</p>	<p>LES HÉBERGEMENTS</p> <ul style="list-style-type: none"> ~ Mise en avant de l'ensemble de nos hébergeurs. ~ Des pages astuces & infos pratiques. ~ Une édition qui fait du lien avec le site internet. <p>2 000 exemplaires</p>

<p>VITAMINES SEA</p> <ul style="list-style-type: none"> ~ Programme d'activités ludiques et de bien-être. ~ Double page par activité. ~ Description et informations pratiques. <p>8 000 exemplaires</p>	<p>LES ANIMATIONS</p> <ul style="list-style-type: none"> ~ Format et charte graphique identiques au document Vitamines Sea. ~ Pour ne rien manquer des animations, fêtes et spectacles. <p>13 500 exemplaires</p>	<p>DE CAP-COZ À PENFOULIC</p> <ul style="list-style-type: none"> ~ Un complément à l'application "CityGem". ~ Des informations pour connaître et comprendre l'environnement. ~ Un plan pour effectuer cette promenade pédestre. <p>500 exemplaires</p>	<p>FOËN À BICYCLETTE</p> <ul style="list-style-type: none"> ~ Un complément à l'application "CityGem". ~ Des informations pour découvrir le patrimoine culturel et naturel. ~ Un plan pour effectuer cette balade à vélo. <p>500 exemplaires</p>

OUTILS NUMÉRIQUES & WEB MARKETING

LE SITE INTERNET



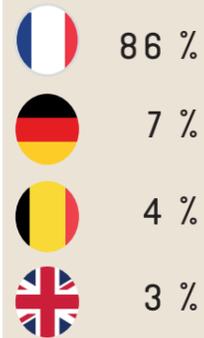
≡ Véritable invitation aux voyages, le site Internet offre aux internautes INSPIRATION, EXPÉRIENCES et INFORMATIONS PRATIQUES.

Le site internet www.tourisme-fouesnant.fr est lisible et adaptable à tous les écrans. C'est un critère indispensable quand on sait que les connexions se font à plus de 70 % sur les mobiles. Le site internet est syndiqué avec Tourinsoft, la base de données touristiques utilisée en Bretagne et plus particulièrement en Finistère pour alimenter les bases de Gestion de la Relation Client dans les offices de tourisme et implémenter le nouveau site internet de F360°.

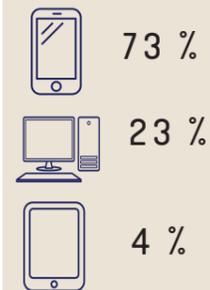
CHIFFRES CLÉS



NATIONALITÉS

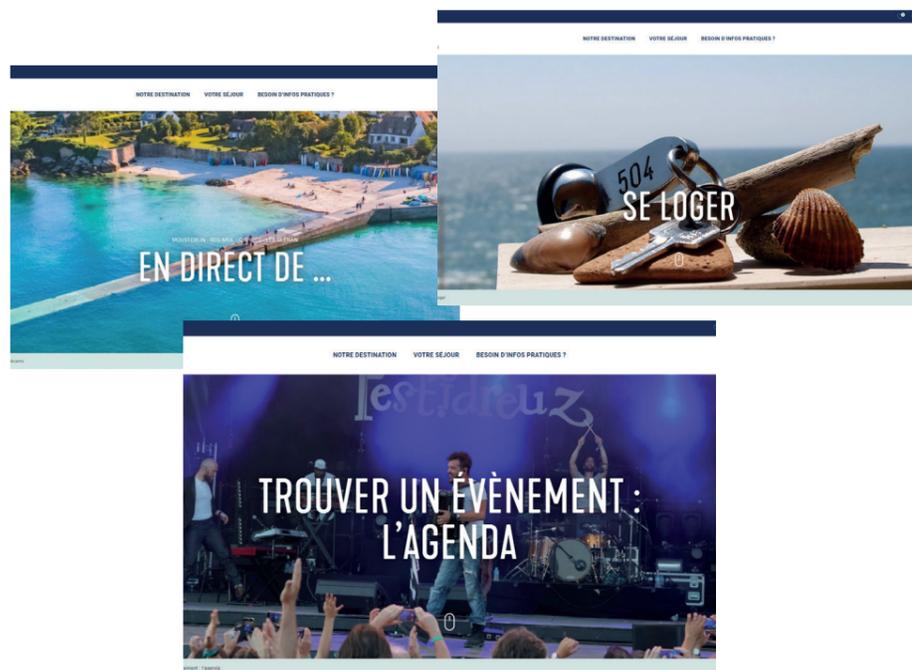


TECHNOLOGIES



≡ Top 5 des pages les plus vues

- 1 Webcams
- 2 Horaires des marées
- 3 Se loger
- 4 Agenda
- 5 Locations saisonnières



LES RÉSEAUX SOCIAUX



≡ Les réseaux sociaux sont des atouts incontestables de la politique de communication car ils jouent un rôle de recommandation et d'inspiration pour des futurs vacanciers.

L'OMT communique via Facebook et Instagram.

Les professionnels du tourisme s'appuient sur les partages entre membres d'une communauté pour attirer les primo-visiteurs et les fidéliser. Afin d'optimiser nos performances sur les réseaux, la Riviera Bretonne et les trois offices du tourisme du Pays Fouesnantais travaillent ensemble pour une stratégie commune en collaboration avec My Destination, agence spécialisée dans les réseaux sociaux.

La Riviera Bretonne & My Destination

Le plan d'actions 2023 de la Riviera Bretonne comprend un accompagnement de l'agence My Destination spécialisée dans l'optimisation des performances en matière de réseaux sociaux.

Les objectifs ont été définis en amont :

- ~ CIBLER une clientèle plus jeune,
- ~ RÉPARTIR les flux touristiques sur les ailes de saison,
- ~ PROMOUVOIR les mobilités douces et le slow tourisme,
- ~ FACILITER la collaboration entre les acteurs de la Riviera Bretonne pour une communication digitale du territoire harmonisé.

Un accompagnement opérationnel :

- ~ ANALYSE des posts,
- ~ RECOMMANDATIONS pour des résultats probants,
- ~ SUIVI mensuel pour une optimisation de la présence sur les réseaux sociaux,
- ~ FORMATION pour gagner en compétence.

INDICATEURS DE PERFORMANCE

PROGRESSION 2023



Impressions Personnes atteintes Interactions



LES "TOP POSTS" DE L'ANNÉE



PROMOTION

SALONS

- Les salons du tourisme font partie des actions de communication destinées à promouvoir la station de Fouesnant-les Glénan.

Chaque année, l'OMT s'associe à d'autres réseaux ou d'autres offices de tourisme pour une visibilité optimale sur les salons nationaux ou internationaux.



le chiffre
18 000
visiteurs

Salon International du Tourisme de Rennes Du 27 au 29 janvier 2023

~ Salon de proximité dont l'objectif est d'accentuer la fréquentation sur les ailes de saison et promouvoir les courts séjours.

Partenariat : 5 offices de Cornouaille et soutien financier de Quimper Cornouaille Développement.

le chiffre
73 500
visiteurs

Salon des Vakanz de Bruxelles Du 2 au 5 février 2023

~ Unique salon à l'étranger, le Vakanz est aussi un incontournable quand on sait que les Belges font partie des nationalités les plus présentes en Bretagne.

Partenariat : le réseau Sensation Bretagne. Pour cette opération, cinq offices de tourisme bretons représentaient le réseau en présentiel.

le chiffre
615 000
visiteurs

Salon International de l'Agriculture - Paris Du 25 février au 5 mars 2023

~ Salon de l'agriculture ? Pas si surprenant car c'est surtout un lieu de visites et de découvertes des régions françaises. Quant à prévoir ses prochaines vacances, il n'y a qu'un pas...

Partenariat : le réseau Sensation Bretagne. Présence du réseau et de la Chambre Régionale d'Agriculture sur le stand de la Région Bretagne. L'OMT a été présent 2 jours.

le chiffre
14 000
visiteurs

Lyon Rando Du 24 au 26 mars 2023

~ Salon thématique, le Lyon Rando accueille de nombreux visiteurs à la recherche de nouveaux espaces naturels. Un incontournable quand on sait que la randonnée est le sport le plus pratiqué en France.

Partenariat : le réseau Sensation Bretagne, Brest Terres Océanes, la compagnie maritime Penn Ar Bed et l'aéroport de Brest-Bretagne.

RELATIONS PRESSE

- Les relations presse sont l'un des piliers de la stratégie de communication développée par l'Office de tourisme. De multiples actions sont menées tout au long de l'année pour accroître la notoriété de Fouesnant-les Glénan.

Grâce aux partenariats institutionnels, l'OMT fait rayonner l'image de la station dans les médias nationaux et internationaux.

PRODUCTION DE CONTENU

Afin de mieux valoriser l'offre touristique sur tous nos supports de communication, il est nécessaire d'avoir un large choix de photos, d'images aériennes et de vidéos de qualité qui permet d'adapter les images aux messages et aux publics ciblés.

En partenariat avec la Riviera Bretonne

- ~ mise en commun des photothèques des 3 offices de tourisme.
- ~ support technique via My Destination.

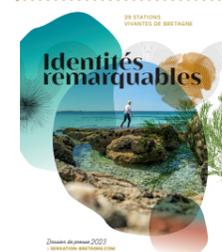
En partenariat avec Sensation Bretagne

- ~ réalisation d'un reportage photos avec Emeric Jézequel.
- ~ tournage et montage de 3 vidéos hors saison avec Tristan Gouerou et diffusion sponsorisée sur Facebook et Insta.



Les dossiers de presse

En collaboration avec Sensation Bretagne, la Station de Fouesnant-les Glénan est présente dans les dossiers de presse élaborés par l'agence AiRPur. En 2023, trois dossiers de presse ont été édités et diffusés à plus de 1 000 journalistes.



Les accueils presse

Mars

~ Voyage avec Vue "72 heures en Bretagne"
Parutions web - voyage

Juin

~ Accueil du Guide Vert Michelin
Guide touristique

Septembre

~ Accueil de Loïc Lagarde
Influenceur et photographe
Réseaux sociaux - 180 000 followers

Octobre

~ Accueil de 5 Tours Opérateurs allemands
Agence de voyages
~ Accueil de "Ratgeber Frau und Familie"
Magazine allemand - famille & gastronomie



Les parutions presse

Mai

~ Maisons Côté Ouest - 26 pages
Pont-l'Abbé, Sainte-Marine, Bénodet
Fouesnant et La Forêt-Fouesnant
Magazine Déco Tendance

Mai

~ Maisons Côté Ouest
Photos et rédactionnel : Beg-Meil
Magazine Déco Tendance

Juin

~ Biba "6 plages françaises qui n'ont rien à envier à celles des Caraïbes"
~ Grazia "Les 12 plus belles îles bretonnes à découvrir pour un séjour dépaysant"

Magazines - Presse féminine

Juillet

~ Marie-France Magazine "3 plages secrètes où buller cet été"
Magazine - Presse féminine

Interventions sur les ondes



BALADES NUMÉRIQUES



FOËN À BICYCLETTE

Partez à la découverte champêtre du patrimoine culturel...

À télécharger sur l'application CityGem

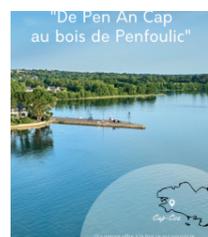


≡ Après « Balade dans les pas de Proust à Beg-Meil », « De Pen An Cap au bois de Penfoulc » toutes deux à effectuer à pied, voici « Foën à bicyclette ».

Ce circuit mène à la découverte champêtre du patrimoine fouesnantais. À partir de la chapelle Sainte-Anne, 12 points d'intérêt ont été sélectionnés et permettent à chacun de découvrir ou d'approfondir ses connaissances sur des trésors parfois insoupçonnés. Le parcours fait 20 km et une demi-journée est conseillée.

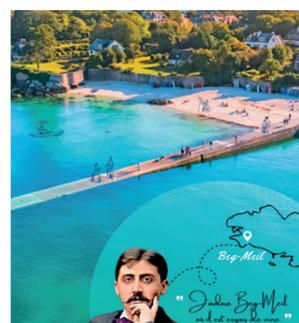
Le principe est identique aux autres circuits. Une fois l'application CityGem installée gratuitement sur un smartphone, une vibration annonce un point d'intérêt pour vous laisser conter l'histoire du lieu.

la distance
20 km
Prévoir une ½ journée.



DE PEN AN CAP AU BOIS DE PENFOULC

Depuis la pointe du Cap-Coz jusqu'au bocage de Penfoulc, cette promenade invite à la découverte de la faune et de la flore locales. Une douzaine de points d'intérêt jalonne le parcours à faire à pied.



BALADE DANS LES PAS DE MARCEL PROUST

Première balade numérique née de la collaboration entre l'OMT et CityGem, cette promenade d'1,5 km retrace le parcours de l'écrivain durant son séjour à Beg-Meil. De la cale au sémaphore en passant par le chemin creux, une belle expérience qui allie flânerie pédestre et une meilleure connaissance de Marcel Proust.

COMMERCIALISATION

VITAMINES SEA

≡ Les Vitamines Sea regroupent un programme d'activités ludiques et de bien-être composé par nos soins en partenariat avec les « Zen'imateurs ».

Cette année, les animations ont débuté dès les vacances d'avril pour répondre aux vacanciers des ailes de saison et aux locaux curieux de découvrir le marais de Moustierlin autrement, ou encore de participer avec enfants et petits-enfants à une initiation aux bonnes pratiques de la pêche à pied. Les dernières animations se sont tenues pendant les vacances d'automne. L'OMT compte des annulations plus nombreuses en 2023 dues aux conditions météorologiques malgré la mise en place de repli pour certaines activités à Bréhoulou.

CINQ ACTIVITÉS AU CHOIX

- ~ Balade sensorielle et gourmande
- ~ Pêche à pied,
- ~ Sophro-balade.
- ~ Zumba,
- ~ Instant méditation.



BILAN

Ce dernier a été dressé avec les « Zen'animateurs » lors de la réunion de fin de saison. Il a fait apparaître un réel intérêt de la part des participants. Certains d'entre eux reviennent chaque année.

Les visites plaisent et les retours sont très positifs !

5
activités

55
séances

512
participants



BILLETTERIES

L'activité commerciale en matière de vente de billetterie répond à la fois à la notion de services envers les visiteurs et envers les partenaires touristiques. Cela permet d'être force de vente pour un séjour plus long et de répondre aux souhaits des vacanciers en apportant des conseils éclairés. Billetteries ponctuelles pour les fêtes et festivals.



ANIMATIONS



≡ Au vu du nombre de demandes d'information, les fêtes et spectacles sont incontestablement un critère de choix de lieux de séjours pour beaucoup de vacanciers.

LES ANIMATIONS ESTIVALES

Une offre d'animations riche et diversifiée crée une ambiance festive pendant toute la période estivale.

Ces spectacles sont gratuits et ouverts à tout public. C'est pourquoi, pour la première année, l'OMT a pris en charge financièrement les animations de l'été. L'Archipel continue à assurer la programmation.

≡ Programmation estivale

- 1 Les lundis des Pintiged
- 2 Place aux Mômes
- 3 Chambre avec Vue
- 4 Les Pierres Parlent

LES FÊTES DE FIN D'ANNÉE



Le petit + de l'OMT ! La piste de rollers joue les prolongations pendant la 2^{ème} semaine des vacances scolaires.

ANIMATIONS DES ACTEURS TOURISTIQUES

ÉCHANGES ET ATELIERS

≡ L'Office de tourisme contribue à la coordination des interventions des divers partenaires du développement touristique. Il fédère et développe des relations privilégiées avec les acteurs touristiques afin de les impliquer dans la valorisation du territoire.

Le 3 avril dernier, un après-midi d'échanges et d'ateliers a été organisé à l'Archipel. L'objectif de la première partie de la rencontre était de présenter les actions de l'OMT et les projets de l'année. Dans un second temps, trois ateliers participatifs animés par des professionnels de chaque sujet se sont déroulés dans des espaces dédiés.



LES THÉMATIQUES ABORDÉES



~ **Louer mon bien saisonnier** : obligations, fiscalité et classement.
Intervenant : [Cabinet Letellier - El Organisme de classement](#)

~ **Séduire le « client digital »** : découverte des bonnes pratiques pour vendre avec les bons mots.
Intervenante : [Catherine Denès - Copywriting- UX Writing](#)

~ **Booster son activité dans le secteur du tourisme** : comment y parvenir grâce au Web & aux Réseaux Sociaux.
Intervenante : [Morgane Le Mouël - CEO Agence Komkom](#)



Hey toi, Ambassadeur de Fouesnant !

En juin, un support d'information destination du personnel saisonnier a été rédigé et distribué afin d'accroître leur connaissance sur la station.

Nouveauté 2023 : diffusion numérique de l'outil consultable à tout moment.

NEWSLETTERS

≡ Des newsletters thématiques ont été envoyées pour informer et sensibiliser les professionnels du tourisme sur des sujets d'actualité.

- ~ Ensemble, soyons écoresponsables !
- ~ Chaque mois, programme des animations.
- ~ Actualités de dernière minute.
- ~ Qualité tourisme : rejoignez l'excellence !



LES VACANCES D'AUTOMNE

Les tempêtes se sont invitées pendant les vacances, et malheureusement la Fête de la Pomme a été annulée.

La visite contée organisée en partenariat avec Mark Gléonec a toutefois eu lieu.

Le succès a été au rendez-vous !

Les participants étaient enchantés et le guide prêt à renouveler l'essai !

≡ L'Office de tourisme ayant renouvelé l'obtention de la marque Qualité Tourisme™ en 2023 pour 5 ans, "l'esprit Qualité" reste LE dénominateur commun à toutes nos missions et actions. La dynamique Qualité engagée et le degré d'exigence sont notre leitmotiv.

ACCUEIL ET INFORMATION DES VISITEURS

- Un nouvel espace d'accueil tendance et chaleureux répondant aux critères actuels en matière d'accueil et de visibilité de l'information.
- Des écrans numériques tactiles pour informer pendant et en dehors des horaires d'ouverture.
- 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.

RELATIONS AVEC LES ACTEURS TOURISTIQUES

- Maintenir la dynamique des échanges et des réunions.
- Poursuivre la diffusion des newsletters thématiques.
- Promouvoir les ateliers de formation organisés par la Riviera Bretonne.

COMMERCIALISATION

- Multiplier les partenariats.
- Commercialisation des nouveaux topoguides et programmation 2024 des Vitamines Sea.

DÉVELOPPEMENT ET POLITIQUE TOURISTIQUES

- Renouvellement du classement de l'Office de Tourisme en Catégorie 1.
- Prise en charge financière des animations de l'été et de l'animation phare du marché de Noël.
- Travail en partenariat avec les services des espaces naturels de la CCPF pour améliorer le parcours-jeu MOUTIG.

PROMOTION - COMMUNICATION

- Éditions des supports de communication 2024.
- Création en interne de l'agenda mensuel des animations et du programme estival.
- Continuité du programme des Vitamines Sea : ajustement du calendrier, reconduction des partenariats avec les Zen'animateurs, développement des replis en cas de pluie.
- Pass'avantages : reconduction du concept. Parution en janvier pour optimiser les coûts de boitage (diffusé avec le carnet des Bonnes Adresses chez les Fouesnantais).

~ OUTILS NUMÉRIQUES ET WEB MARKETING

- Site Internet : travail en partenariat avec la Riviera Bretonne pour un nouveau site début 2025.
- Réseaux sociaux : poursuite souhaitée de l'accompagnement My Destination en partenariat avec la Riviera Bretonne pour accroître les compétences numériques.
- 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

Partenariats

- Avec Sensation Bretagne : Bruxelles pour ne pas se faire oublier d'une clientèle européenne fidèle ; Lyon Mahana pour capter la clientèle Auvergne-Rhône-Alpes ; Destination Nature & SIA Paris – Porte de Versailles.
- Avec d'autres offices Cornouaillais et QCD : positionnement sur un salon de proximité – SIT Rennes pour développer le court séjour et les ailes de saison.

Relations presse

- Poursuite de la collaboration avec le réseau Sensation Bretagne et l'agence de presse AiRPur.
- Fiches de presse « Fouesnant–les Glénan pour répondre à la demande lors des accueils de journalistes.
- Répondre aux sollicitations de nos différents partenaires : la Riviera Bretonne et Tourisme Bretagne, Tout commence en Finistère, Sensation Bretagne.
- Renouveler le partenariat avec France Bleu Breizh Izel.

FOUESNANT

Les Glénan



OFFICE DE TOURISME DE FOUESNANT-LES GLÉNAN



Offices de
Tourisme
de France

4 Espace Kernvélek B.P. 14 - 29170 FOUESNANT

02 98 51 18 88

www.tourisme-fouesnant.fr / info@tourisme-fouesnant.fr



QUALITÉ
TOURISME