

Envoyé en préfecture le 10/07/2024

Reçu en préfecture le 10/07/2024

Publié le 11.07.2024

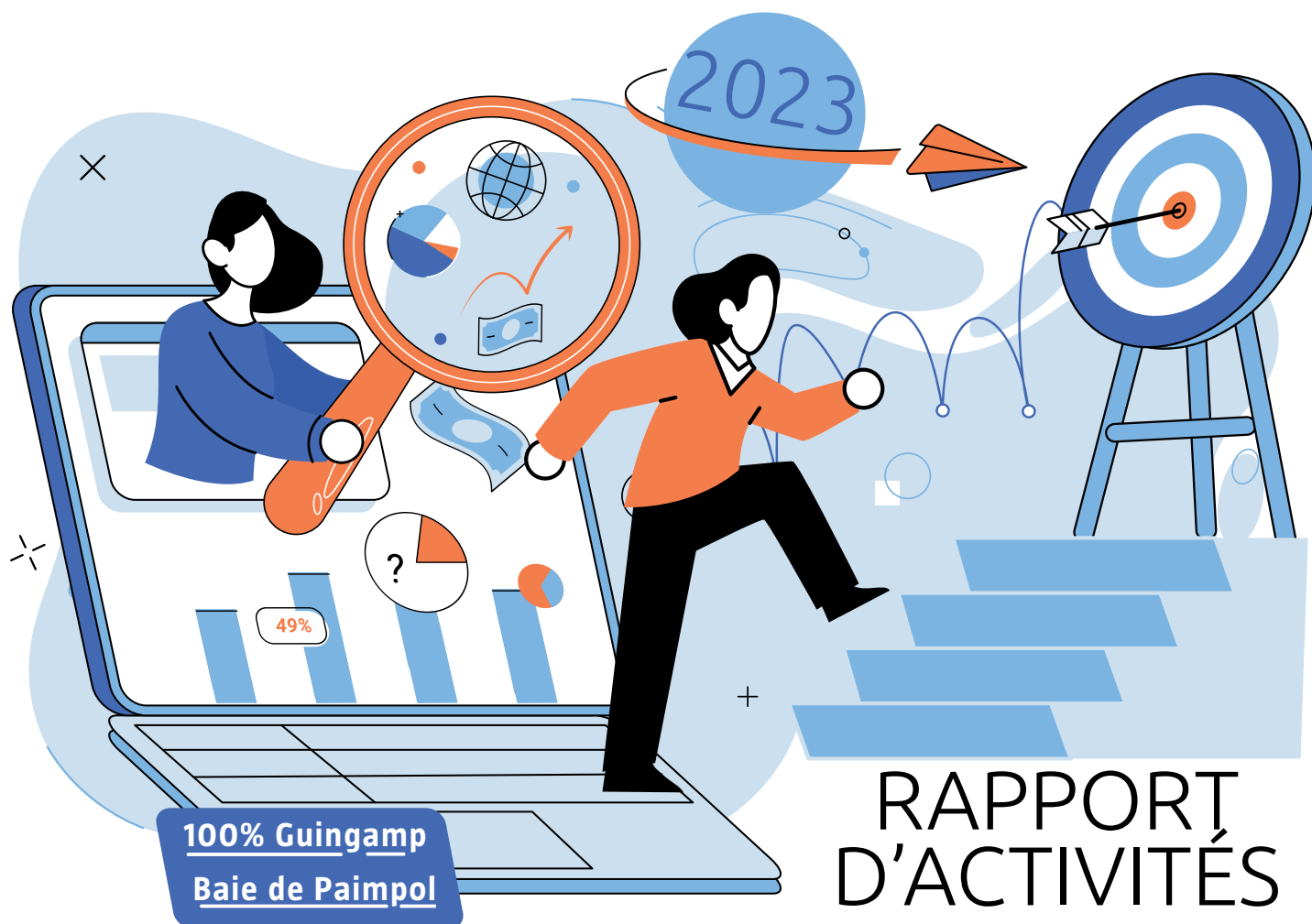
ID : 022-200067981-20240625-DEL2024_06_169-DE

BON
JOUR

demat

GUINGAMP - BAIE DE PAIMPOL

TOURISME



100% Guingamp
Baie de Paimpol

RAPPORT
D'ACTIVITÉS

LE COMITÉ DIRECTEUR DE L'OFFICE DE TOURISME

Un changement de présidence et de vice-présidence a eu lieu le 16 février 2023. Virginie DOYEN a été élue Présidente et Hervé RANNOU a été élu Vice-Président. Virginie DOYEN : Présidente
Hervé RANNOU et Anne Lise CORLOUËR : Vice-Présidents
Le Comité directeur s'est réuni les 16 février, 22 mars, 22 juin, 16 novembre et 21 décembre 2023.

Envoyé en préfecture le 10/07/2024

Reçu en préfecture le 10/07/2024

Publié le

ID : 022-200067981-20240625-DEL2024_06_169-DE

COLLÈGE DES ÉLUS

Titulaires

Hervé RANNOU
Virginie DOYEN
Richard VIBERT
Jean-Claude BÉGUIN
Nelly BOUTTERIN
Cyril JOBIC
Aurélien LE SAOUT
Fanny CHAPPÉ
Samuel LE GAOUYAT

Suppléants

Nathalie PIERRE
Marie-Françoise LE FOLL
Dominique PARISCOAT
Yvon SIMON
Joseph BERNARD
Claudie LE JANNE
Laure Line INDERBITZIN
Guy KERHERVÉ
Vincent CLECH

COLLÈGE DES SOCIO-PROFESSIONNELS

Hôtels

• **Titulaire :**
Anne-Lise CORLOUER,
Les Terrasses de Bréhat,
Ploubazlanec
• **Suppléante :**
Carine SOLO,
La Demeure, Guingamp

Restaurants

• **Titulaire :**
Dominique SPENLEHAUER,
Moulin à Fouler, Ploumagoar
• **Suppléant :**
Jean-Yves ROBERT,
Le Relais de l'Argoat,
Belle-Isle-en-Terre

Commerçants & artisans

• **Titulaire :**
Sophie ZINA-O,
Atelier Zina-O, Pontrieux
• **Suppléant :**
Awen PRIGENT,
Poterie Douar Ha Tan,
Belle-Isle-en-Terre

Personnalités qualifiées

• **Titulaire :**
Francis LE LAY,
Ancien Président du SI,
Callac
• **Suppléant :**
Koulmig MALRIEU,
Association Université
Catholique de l'Ouest,
Guingamp

Loueurs de meublés, chambres d'hôtes

• **Titulaire :**
Soizic ARIN,
Les petites maisons ARIN,
Paimpol
• **Suppléant :**
Coralie LE QUÉRÉ,
Chambres du Manoir de
Kercadic, Squiffiec

Campings privés

• **Titulaire :**
Régine MOISAN,
Camping de Traou Mélédern,
Pontrieux
• **Suppléant :**
Margareth LOW,
Camping de Milin Kerhé,
Pabu

Associations

• **Titulaire :**
Jean-Paul PLÉGADE,
La Vallée des Saints, Carnoët
• **Suppléant :**
Patrick LARINIER,
Bretagne Vivante,
Ploubazlanec

Équipements culturels et de loisirs

• **Titulaire :**
Sébastien PEILLET,
Le Passeur du Trieux,
Pontrieux
• **Suppléant :** poste vacant

À noter que le Comité directeur de l'Office de Tourisme a été renouvelé en février 2024. Retrouvez la liste des nouveaux membres sur la page « Qui sommes-nous ? » de notre site internet.

BUDGET 2023



DÉPENSES (fonctionnement)

Charges à caractère général	326 661,95 €
Charges de personnel	840 381,08 €
Autres Charges de gestion courante	2 439,81 €
Charges financières	184,33 €
Charges exceptionnelles	412,67 €
Dotations aux amortissements	18 337,54 €
TOTAL	1 188 417,38 €

RECETTES (fonctionnement)

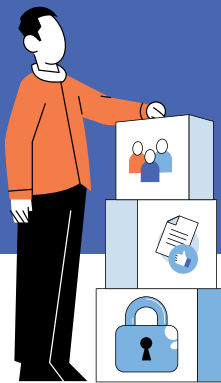
Excédent antérieur reporté	331 487,90 €
Atténuations de charges	8 618,45 €
Produits des services, du domaine, ventes div.	145 892,65 €
Dotations, subvention, participation	100 000 €
Autres produits de gestion courante	677 387,97 €
Produits exceptionnels	5 947,92 €
Reprise sur prov. pour risques et charges	13 400 €
TOTAL	1 282 734,89 €

DÉPENSES (INVESTISSEMENT)

Immobilisations corporelles	6 804,14 €
TOTAL	6 804,14 €

RECETTES (INVESTISSEMENT)

Résultat d'investissement reporté	4 011,89 €
Dotations aux amortissements	18 337,54 €
Immobilisations corporelles	41,35 €
TOTAL	22 390,78 €



L'ACCUEIL ET LE PARCOURS CLIENT

LES TENDANCES 2023

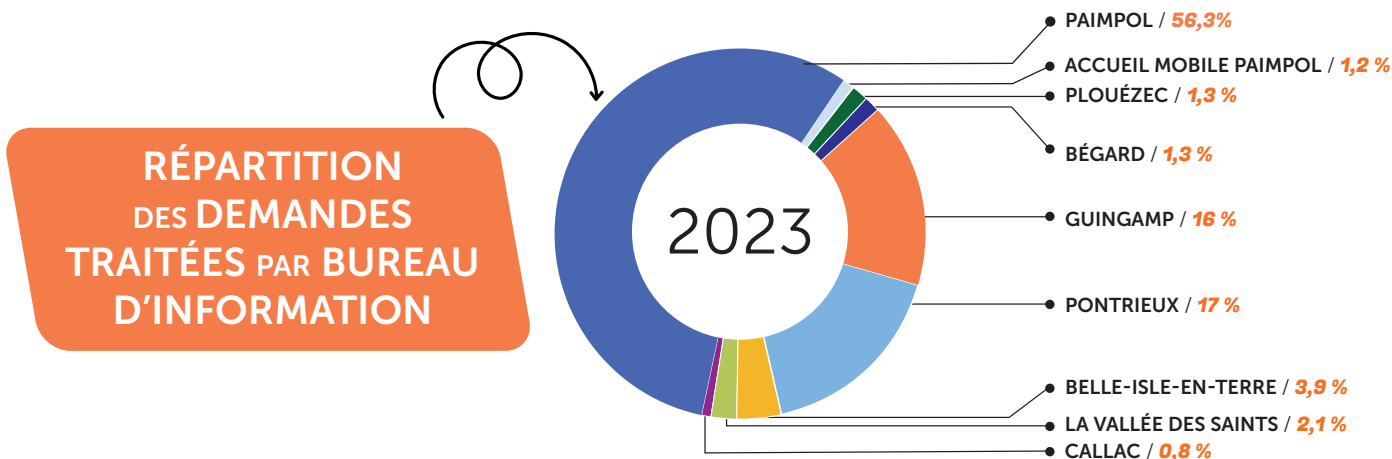
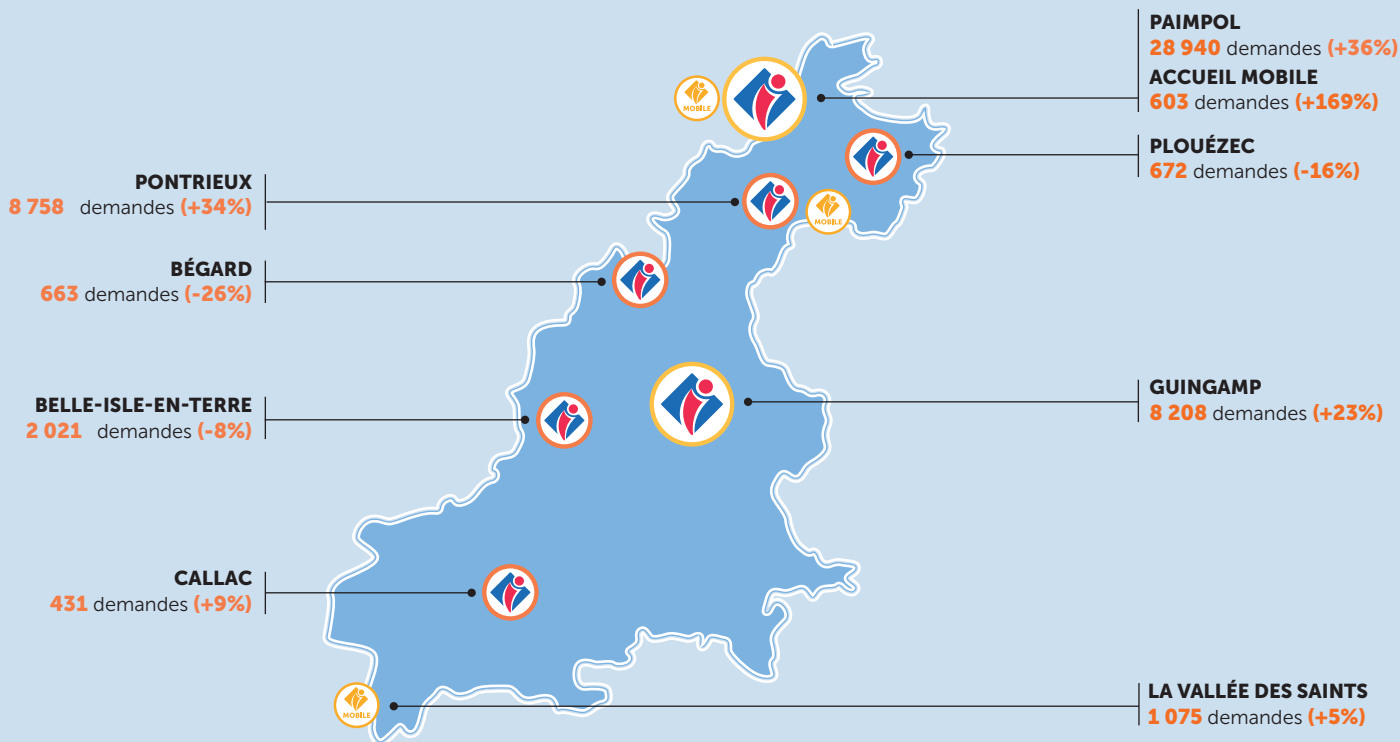
> Selon Tourisme Bretagne, La fréquentation touristique de la Bretagne est satisfaisante (surtout au printemps) : **+ 7 % de nuitées touristiques par rapport à l'année 2022 sur la période du 1^{er} avril au 20 août.**

> Même constat pour Armorstat : **les activités de loisirs et les hébergeurs affichent un fort taux de satisfaction au printemps.** La météo plutôt ensoleillée, et le calendrier des vacances et des ponts ont favorisé les courts séjours et les excursions. La tendance est un peu moins bonne pour les restaurateurs. L'inflation et les grèves ont pénalisé leur activité.

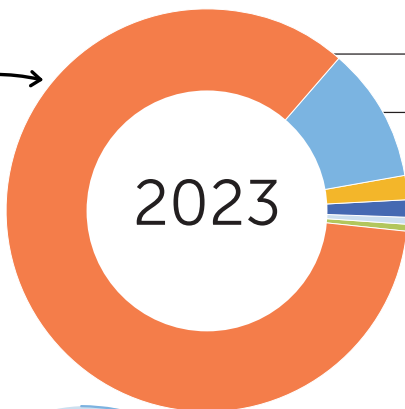
> **Le taux de satisfaction est moins élevé sur l'été**, en particulier pour les campings et les activités en extérieur, à cause de la météo fraîche et pluvieuse de juillet. Les musées, châteaux, locations s'en sortent bien.

> **Septembre est satisfaisant**, les vacances de la Toussaint décevantes (en particulier à cause de la tempête Ciaran). Pour les vacances de Noël, la **progression des nuitées touristiques est de 6% par rapport à 2022** (surtout sur la 1^{ère} semaine).

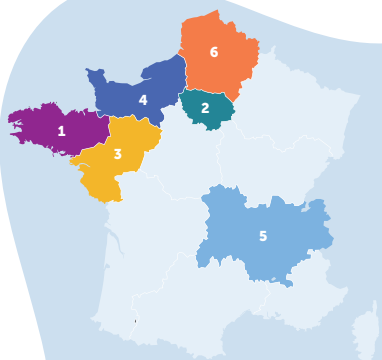
RÉPARTITION DES BUREAUX D'INFORMATION TOURISTIQUE SUR LE TERRITOIRE AVEC LEURS STATISTIQUES DE FRÉQUENTATION ET ÉVOLUTION PAR RAPPORT À 2022



RÉPARTITION DES DEMANDES PAR TYPE DE CONTACT



- PAR TELEPHONE / 11 %
- PAR MAIL / VIA LE WEB / 1,7 %
- VIA LES ACCUEILS MOBILES TRIPORTEURS / 1 %
- PAR LES RÉSEAUX SOCIAUX / 0,1 %
- PAR COURRIER / 0,1 %



TOP 6 DES CLIENTÈLES FRANÇAISES

- 1 - BRETAGNE / 40,9 %
- 2 - ÎLE DE FRANCE / 11,2 %
- 3 - PAYS DE LA LOIRE / 8,2 %
- 4 - NORMANDIE / 6,9 %
- 5 - AUVERGNE-RHÔNE-ALPES / 5,9 %
- 6 - HAUTS-DE-FRANCE / 5,2 %

30 % des demandes totales proviennent du département des Côtes d'Armor.



TOP 3 DES CLIENTÈLES ÉTRANGÈRES

- 1 ALLEMAGNE > 1 358 (27,7%)
- 2 BELGIQUE > 1 168 (23,9%)
- 3 ROYAUME-UNI > 798 (16,3%)



L'ACCUEIL MOBILE HORS LES MURS

1 678 demandes traitées



> Depuis 2014,
à VÉLO TRIPORTEUR
98,4 % de satisfaction.

Cible : camping-caristes à Paimpol, flâneurs du marché et hôtels / restaurants paimpolais autour du port et dans le vieux Paimpol.

CHIFFRES CLÉS



51 610
DEMANDES TRAITÉES*



87 910
VISITEURS ACCUEILLIS

FRANÇAIS > 90,3 %
ÉTRANGERS > 9,7 %

ÉCOUTE CLIENT ET MESURE DE LA SATISFACTION

90% des visiteurs sondés au moyen des 905 remarques et questionnaires retournés se déclarent satisfaits ou très satisfaits.

88,5% des avis clients en ligne (Google, Facebook, Petit Futé) se déclarent satisfaits ou très satisfaits.

★ LES LOISIRS

16 468 DEMANDES (26,2 %) concernent le patrimoine culturel

10 645 DEMANDES (17 %) concernent le patrimoine naturel

10 610 DEMANDES (16,9 %) concernent les manifestations

9 703 DEMANDES (15,5 %) concernent les croisières et la visite d'îles

8 490 DEMANDES (13,5 %) concernent les randonnées

🛖 LES HÉBERGEMENTS

21,7 % concernent les camping-cars

18,4 % concernent les chambres d'hôtes

16,3 % concernent les hôtels

16,1 % concernent les locations et gîtes

14,6 % concernent les campings

> Depuis 2018, à la VALLÉE DES SAINTS

afin de favoriser la connaissance et la promotion de la destination Guingamp - Baie de Paimpol sur un site de fort passage.

Cible : les excursionnistes qui visitent le site de la Vallée des Saints.



* Rappel : une demande touristique peut comporter plusieurs visiteurs, et plusieurs thèmes.

PROMOTION ET COMMUNICATION



LES ÉDITIONS

La collection des éditions de l'Office de Tourisme a été reconduite :

- > Magazine, guide de séduction :
15 000 EXEMPLAIRES
- > Guide Loisirs & Saveurs, guide pratique :
25 000 EXEMPLAIRES
- > Les Cartes touristiques :
 - PAIMPOL VILLE : 4 000 exemplaires
 - PAIMPOL SECTEUR : 35 000 exemplaires
 - GUINGAMP : 9 200 exemplaires
 - PONTRIEUX : 9 000 exemplaires
 - BÉGARD : 800 exemplaires
 - BELLE-ISLE-EN-TERRE : 4 000 exemplaires
 - CALLAC : 2 500 exemplaires
 - BOURBRIAC : 200 exemplaires

TOTAL : 64 700 EXEMPLAIRES



Les éditions 2023 sont entièrement financées par les partenariats. L'Office de Tourisme remercie l'ensemble de ses partenaires et annonceurs.



LE SITE WEB

www.guingamp-paimpol.com



216 478

utilisateurs +17,5 %
vs 2022 (184 001)



720 650

pages vues +22 %
vs 2022 (590 177)

Le site internet ne cesse de gagner en visiteurs d'année en année. L'augmentation constante de l'utilisation du numérique dans l'organisation des vacances témoigne de l'importance de travailler ce support qui nous permet un premier contact avec les visiteurs. Un travail d'optimisation et d'actualisation du site internet suit son cours afin de répondre aux attentes des internautes et visiteurs.

NOUVEAUTÉ 2023 !

Édition de 2 CARTES POSTALES souvenir
+ inscription NEWSLETTER

LES RÉSEAUX SOCIAUX

La politique éditoriale de l'Office de Tourisme met l'accent sur la séduction et les thématiques singulières du territoire : randonnée, gastronomie, nautisme, grands événements, patrimoines et lieux de visites.

OBJECTIFS :

- > **Faire monter notre présence en ligne, montrer notre territoire et valoriser les activités.**
- > **Affirmer notre positionnement, identité et singularité.**
- > **Soutenir les acteurs touristiques du territoire.**
- > **Informer les visiteurs, qu'ils soient locaux, régionaux ou nationaux.**
- > **Facebook est également un relais de l'activité commerciale de l'Office de Tourisme : séjours, visites guidées...**
- > **LinkedIn valorise nos actions professionnelles : éditions, salons, visites de prestataires, rencontres, labels et marques...**



13 642 abonnés
(+12%)
sur 6 pages différentes



2 826 abonnés
(+31%)



783 abonnés
(+54%)

LES ACTIONS DE PROMOTION

En 2023, plusieurs actions communication et promotion ont été menées en partenariat avec le Comité Régional du Tourisme de Bretagne, les Destinations Cœur de Bretagne et Baie de Saint Briec Paimpol Les Caps ainsi que Guingamp-Paimpol Agglomération.

Envoyé en préfecture le 10/07/2024
Reçu en préfecture le 10/07/2024
Publié le
ID : 022-200067981-20240625-DEL2024_06_169-DE

LES RELATIONS PRESSE

LA PRESSE ÉCRITE

Depuis 2020, un partenariat annuel est noué avec Publihebdos sur des actions print et digitales, relayées sur les hebdomadaires (la Presse d'Armor, l'Écho de l'Armor et l'Argoat, le Trégor et le Penthièvre) ainsi que sur actu.fr et sur les réseaux sociaux.

- 8 pleines pages « Évasion » de reportages sur des sujets couverts par des journalistes en juillet et août
- Campagne digitale : reprise des articles des pages Évasion sur actu.fr
- Une publicité éditions de Noël
- 2 articles dans l'édition spéciale « Mon Week-end en Côtes d'Armor »

→ Un partenariat fructueux pour la cible locale et les habitants du territoire.

Une quinzaine de collaborations et parutions presse : *Détours en France, Ouest-France, Gazoline Magazine, Maison Côté Ouest, Einfach Los, Bretagne Magazine, Figaro Voyage...*

LA RADIO

Partenariat avec Offices de Tourisme de Bretagne et le réseau de Radio France Bleu (France Bleu Breizh Izel et Armorique). Réalisation d'interviews en direct de l'Office de Tourisme et de ses partenaires invités :

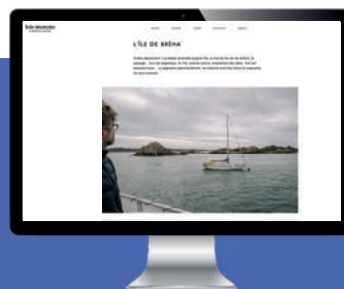
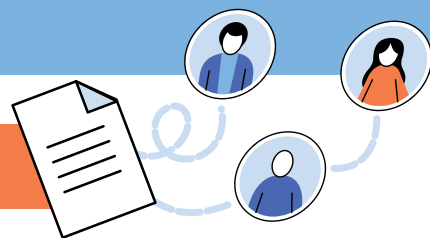
- Radio France bleu Breizh Izel + Armorique : 4 interviews
- COB FM : activités Terre & Mer en famille
- RCF Saint-Brieuc : Pontrioux
- Radio Activ' Languoux : Que faire à Paimpol ?
- Radio France Bleu Armorique : le van tour. Valorisation des visites guidées et du patrimoine guingampais

LA TÉLÉVISION

- Des Racines et des Ailes : Le Légier
- Météo à la Carte – France 3 : La P'tite Ferronnière
- Village Préféré des Français : Pontrioux

MEDIA WEB

- Chilowé : Week-end en train jusqu'à Paimpol : randonnée GR34 de Paimpol à Loguivy + Remontée du Trieux de Loguivy à Pontrioux en kayak, arrêt pique-nique au Domaine de La Roche-Jagu, + train retour de Pontrioux. Cible DINKS (Couple sans enfants).
- Lovin.ie : Un week-end break en Bretagne/Couple. DINKS Anglophone



INFLUENCEURS / BLOGUEURS / CRÉATEURS

3 COLLABORATIONS ET PARTENARIATS :

- La Bougeotte Française : itinérance sur la Vélomaritime
- Travelita : roadtrip sur le territoire (Route des Falaises, Paimpol, La Roche-Jagu, Guingamp, Belle-Isle-en-Terre, La Vallée des Saints...)
- Les Globe Blogueurs : jeu concours

SALONS / FESTIVITES / STANDS

4 ÉVÉNEMENTS :

- Salon du Randonneur de Lyon
- Festival de la Gastronomie à Guingamp
- Festival des Vieilles Charrues à Carhaix
- UCO (Université Catholique de l'Ouest, Guingamp)
- « Rencontres avec »

MESURE DE LA SATISFACTION CLIENT

au moyen de 100 questionnaires envoyés par mail 10 jours après un contact web

- Brochures : 45% les trouvent utiles pour préparer leur séjour
- 78% déclarent être sûrs de venir en séjour sur la Destination





COMMERCIALISATION

LE SERVICE DE BILLETTERIE

Billets de concerts, de manifestations, d'activités de loisirs, excursions maritimes, titres de transports, ouvrages, cartes postales et livres...

OBJECTIFS

- **Améliorer la mise en marché touristique**, l'Office de Tourisme étant un véritable levier de développement économique.
- **Générer des retombées économiques** pour les acteurs du tourisme et des loisirs.
- **Faciliter le service aux usagers** : conseil et vente de produits et services en une seule fois.

CHIFFRES CLÉS

14 prestataires

nous ont confié leur billetterie en 2023

11 835

billets vendus (-13,5 %)

236 561 €

chiffre d'affaire (+32% par rapport à 2022), billetterie du Festival du Chant Marin incluse

Baisse des ventes sur l'ensemble des billetteries cette année, due à la baisse du pouvoir d'achat, la météo maussade en juillet, des problèmes techniques avec les plateformes de réservation mises à disposition...



LA BOUTIQUE

→ **CHIFFRE D'AFFAIRES RÉALISÉ**

6 086 € (+ 6.5% par rapport à 2022)

→ **MEILLEURES VENTES**

Cartes postales Quyen, Médailles de la ville de Paimpol, coffret de jeux de piste de l'agglomération

L'ACTIVITÉ RÉCEPTIVE

OBJECTIFS

- **Améliorer** l'attractivité du territoire par des séjours et des journées d'excursions « vitrines » de la destination.
- **Générer** des retombées économiques pour les partenaires de l'Office de Tourisme.
- **Répondre** aux demandes des clientèles pressées par un séjour ou une journée d'excursion « clé en main ».
- **Valoriser** le patrimoine culturel et historique de la destination grâce à un panel de visites guidées à destination de la clientèle individuelle ou de groupes.



LES SÉJOURS CLÉ EN MAIN :

À DESTINATION DE LA CLIENTÈLE INDIVIDUELLE

→ <https://www.guingamp-paimpol.com/idees-sejours>

CHIFFRES CLÉS

147

demandes enregistrées par le service commercialisation (+ 37% par rapport à 2022)

12 801 €

de chiffre d'affaires réalisé (- 30,5% par rapport à 2022)

13,29 %

de marge réalisée

32 séjours vendus

(+ 4 bons cadeaux non utilisés) contre 42 séjours en 2022

46 nuitées

19 partenaires

(hébergements, équipements de loisirs, restaurants)

Malgré une baisse d'activité (baisse du pouvoir d'achat, augmentation des tarifs des prestations...), nos séjours restent très appréciés : 100% des clients sondés sont satisfaits, voire très satisfaits de leur séjour.

EXCURSIONS GROUPES

→ CATALOGUE DE 6 JOURNÉES CLÉ EN MAIN

L'Office de Tourisme peut adapter les journées existantes selon les demandes des clients.

CHIFFRES CLÉS

33 207,50 €

de chiffre d'affaires réalisé
(+66 % par rapport à 2022)

19,36 % de marge réalisée

22 journées

(contre 16 en 2022). À noter que 9 journées ont inclus des visites guidées proposées par l'office de tourisme

15 partenaires

(équipements de loisirs, restaurants...)

807 participants

100% des personnes sondées sont satisfaites ou très satisfaites de leur journée dans sa globalité et du rapport qualité / prix.



LES VISITES GUIDÉES

→ SUCCÈS DES VISITES GUIDÉES PROPOSÉES PAR L'OFFICE DE TOURISME CETTE ANNÉE.

Pour les groupes, l'office de tourisme a fait appel cette année à des guides extérieurs pour répondre à certaines demandes. A noter également en 2023 la création d'une visite ludique de Guingamp à destination des groupes scolaires et des Centres de Loisirs.



RÉPARTITION PAR BUREAU D'INFORMATION TOURISTIQUE DE LA CLIENTÈLE ACCUEILLIE LORS DES VISITES GUIDÉES

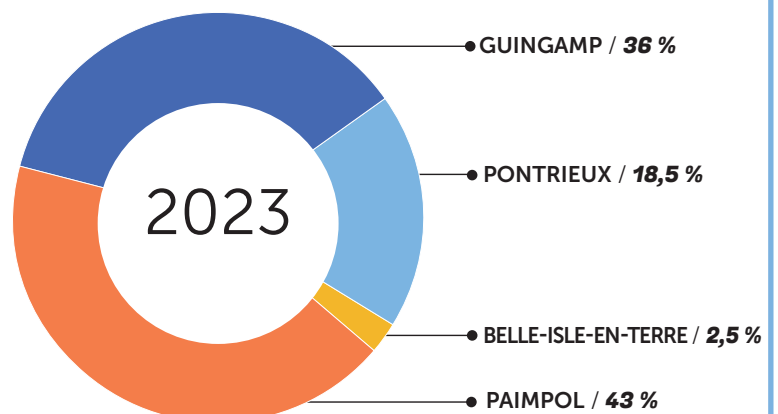
CHIFFRES CLÉS

2 765 visiteurs

(+ 66 %)

9 503 €

de chiffre d'affaires réalisé
(+30 % par rapport à 2022)



ANIMATION DU RÉSEAU SOCIO-PROFESSIONNEL

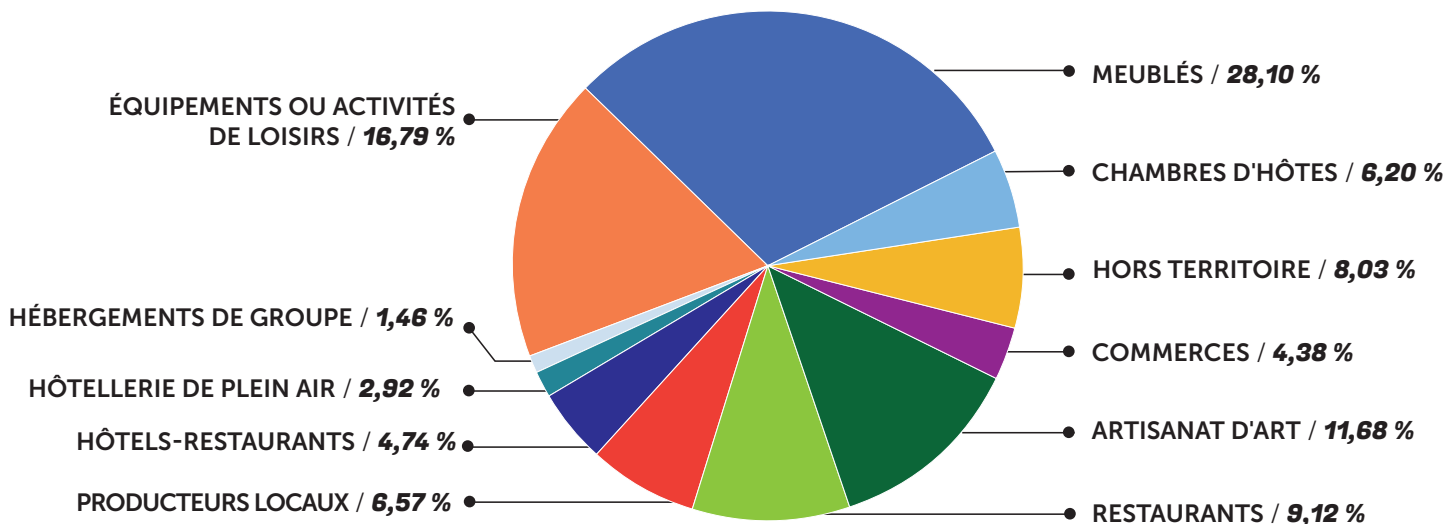


UNE COLLABORATION AU QUOTIDIEN

L'Office de Tourisme a pour mission de coordonner le tissu économique et touristique local en relation avec les différents services de l'Agglomération et notamment avec le service de développement touristique.



RÉPARTITION DES PARTENAIRES PAR FILIÈRE



CHIFFRES CLÉS

274 partenaires

100 336,80€

de chiffre d'affaires, générés par la vente de packs services et publicités

24 newsletters

aux professionnels du tourisme et loisirs

10 journées de diffusion

de documentation de l'Office de Tourisme aux partenaires et commerces du territoire

+ de 300 heures

de visite chez les prestataires

11 ambassadeurs

de territoire

1 espace pro sur le site web

dédié à nos professionnels, remanié en différentes rubriques

L'OFFICE DE TOURISME

SATISFACTION DES PARTENAIRES

SATISFACTION GLOBALE
 → 77,67 % satisfaits ou très satisfaits

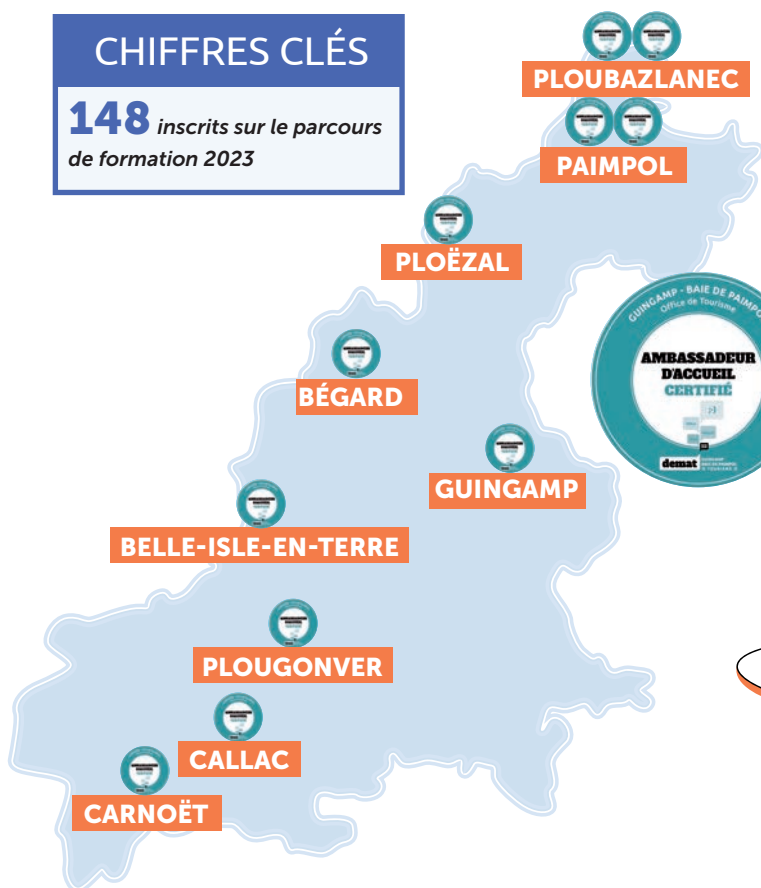
RELATIONS AVEC L'ÉQUIPE DE L'OT
 → 93,4 % satisfaits ou très satisfaits

SERVICE + POUR LES SAISONNIERS

Bienvenue ici !

Initialement développé pour les Ambassadeurs, ce parcours ludique de formation en ligne est proposé gratuitement à tout le personnel accueillant du territoire. L'objectif : développer leur connaissance de la destination pour améliorer leur niveau de conseil aux visiteurs. Comment ça fonctionne ? Une notification par sms ou mail avec un lien vers une thématique par jour, consultable en 10 minutes (photo, vidéo, conseil, quiz) pendant 10 jours consécutifs.

CHIFFRES CLÉS
148 inscrits sur le parcours de formation 2023



LE SERVICE DE RECHERCHE DE DISPO IMMÉDIATE

DISPO D'ULTRA DERNIÈRE MINUTE

Chaque jour, pendant les vacances scolaires et en période estivale, plus de 100 hébergements ont été interrogés pour connaître leurs disponibilités le soir même (hôtels, chambres d'hôtes et meublés proposant du court séjour). Les disponibilités sont affichées à la fermeture des bureaux d'information touristique, et visibles de l'extérieur.

LA SEMAINE DU TOURISME ÉCONOMIQUE ET DES SAVOIR-FAIRE DE BRETAGNE

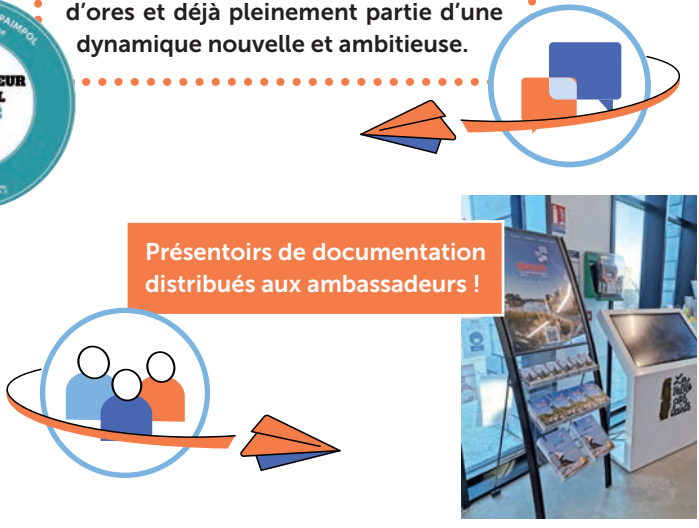
En partenariat avec Office de Tourisme de Bretagne et le service développement économique de Guingamp Paimpol Agglomération, 20 entreprises (8 de plus qu'en 2022) ont participé à la troisième édition et ont accueilli 395 participants.

UN RÉSEAU D'AMBASSEDEURS

Cette démarche fédératrice, repose sur la mobilisation d'acteurs choisis du territoire et désireux de participer, chacun à leur manière, à améliorer l'accueil pour le visiteur en excursion ou en séjour sur notre destination Guingamp-Baie de Paimpol. Le réseau se compose de 11 ambassadeurs d'accueil certifiés : Armoripark, la piscine Ar Poull Neuiial, le Domaine de la Roche Jagu, l'Abbaye de Beauport, l' Aquarium des curieux de nature, la Biscuiterie Menou, la Vallée des Saints, le centre Milmarin, le pôle nautique de Loguivy-de-la-Mer, la piscine Islandia et la Maison de l'épaveul breton.

→ **DEVENIR AMBASSEDEUR**, c'est bénéficier d'avantages multiples et exclusifs mais c'est surtout faire d'ores et déjà pleinement partie d'une dynamique nouvelle et ambitieuse.

Présentoirs de documentation distribués aux ambassadeurs !





NOTRE DÉMARCHE QUALITÉ

Envoyé en préfecture le 10/07/2024

Reçu en préfecture le 10/07/2024

Publié le

ID : 022-200067981-20240625-DEL2024_06_169-DE

LA MARQUE QUALITÉ TOURISME



Soucieux de s'adapter aux nouvelles exigences de la clientèle, des marchés bretons, français et étrangers hyper concurrentiels, l'Office de Tourisme met en œuvre une démarche qualité.

OBJECTIFS

- **Accueillir** dans une démarche d'amélioration constante pour optimiser la satisfaction clients.
- **Faciliter** la formation et l'intégration de l'équipe saisonnière et de nouveaux arrivants.
- **Impulser** une démarche qualité à l'ensemble de la Destination Guingamp-Baie de Paimpol.
- **Poursuivre** la structuration au long cours de l'Office de Tourisme.
- **Harmoniser** et formaliser les pratiques d'accueil et de fonctionnement.

→ 2023, ANNÉE PRÉPARATOIRE

L'Office de tourisme poursuit sa démarche de progrès. 2023 aura à ce titre été une **année de préparation à l'audit complet pour le renouvellement de la Marque Qualité Tourisme** qui aura lieu en mai 2024. C'est ainsi qu'un audit préparatoire a été réalisé les 6 et 7 décembre 2023.

Au-delà de la démarche d'accueil de l'Office de Tourisme, c'est tout un **ensemble de critères qui ont été audités** : relations avec la collectivité, management et ressources humaines, engagements auprès des acteurs du tourisme et des loisirs, engagements qualité (écoute client, structuration de la démarche, développement durable...), communication et promotion, commercialisation, boutique.

Le résultat de cet audit « blanc » se monte à 88,2%. Cela nous montre la marge de progression que nous pouvons atteindre, en vue de l'audit des 30 et 31 mai 2024.

OBJECTIFS

- **Préparer** l'audit de la Marque Qualité Tourisme de mai 2024, suite au plan d'actions élaboré après l'audit « blanc ».
- **Préparer** l'audit de Marque Tourisme & Handicap

LE GROUPE DE TRAVAIL QUALITÉ, C'EST QUOI ?

C'est un groupe de travail impliquant des élus locaux, des représentants de la collectivité et des partenaires qui vise à améliorer la qualité de l'accueil sur l'ensemble du territoire. Il s'est réuni une fois, le 22 juin 2023. Les principales thématiques évoquées ont été : la signalétique, la randonnée vélo, l'accueil des camping-cars, les transports en commun, l'accessibilité aux personnes en situation de handicap, les consignes bagages, ainsi que la satisfaction globale des professionnels, malgré quelques souhaits d'amélioration. En novembre, il n'a pas pu se tenir, il a cependant été reprogrammé au mois de mars 2024.

La prise en compte de ces thématiques est à l'œuvre par le service Tourisme de l'agglomération avec la création en cours d'une véloroute qui traversera l'agglomération, l'installation de nouvelles signalétiques d'intérêt local et un schéma d'accueil pour les camping-cars. L'Office de Tourisme opère une meilleure prise en compte du handicap dans l'offre touristique et dans les accueils de l'Office de Tourisme en particulier par une formation de l'ensemble du personnel au mois de mars 2023. Les bureaux d'accueil ont également reçu de nouveaux aménagements pour faciliter l'accueil de personnes en situation de handicap.

Démarche qualité, écoute client et modernisation des services de l'Office de Tourisme concourent à un accueil touristique de qualité à l'échelle de la destination Guingamp-Baie de Paimpol et participent à l'amélioration directe du cadre de vie et des services aux habitants.

OBJECTIFS

- **Analyser** les indicateurs qualité.
- **Définir** et mettre en œuvre des actions d'amélioration à l'échelle de l'Agglomération.
- **Aider** l'Office de Tourisme à animer la qualité sur la destination.

LES GRANDS AXES DE TRAVAIL ENVISAGÉS

- Renouvellement de la Marque Qualité Tourisme
- Développement de l'écoute client via les ambassadeurs et d'autres prestataires
- Suivi de l'e-réputation et étude d'intérêt sur les sites d'avis utilisés
- Mise en conformité des bureaux de l'Office de Tourisme avec les critères obligatoires et de confort de la Marque Tourisme & Handicap (Paimpol, Guingamp, Pontrieux, Bégard, Belle-Isle-en-Terre)
- Mise en œuvre de la qualification Tourisme & Handicap à la demande des prestataires et relance de la collecte d'informations sur l'accessibilité des sites et prestataires

CHIFFRES CLÉS

1084 questionnaires et remarques...**10** réclamations traitées**388** heures

de visites chez les prestataires

LE SUIVI DES
MARQUES
ET LABELS

L'Office de Tourisme poursuit une politique de qualification des hébergements locatifs. Cette démarche qualité permet aux conseillers en séjour de garantir aux visiteurs des hébergements répondant à des critères stricts de sécurité, de confort, d'équipement et d'environnement.

→ PARTENARIAT AVEC LES LABELS ÉTAPE
RANDO BRETAGNE ET ACCUEIL VÉLO> **1** camping> **1** hôtel - restaurant→  SUIVI DU CLASSEMENT
DES MEUBLÉS> en 2023, **87** meublés ont été classés ou reclassés sur la destination→ PARTENARIAT AVEC LE LABEL
CLÉVACANCES :

→ en 2023, **5** meublés ont été visités→  PARTENARIAT AVEC LA MARQUE
TOURISME & HANDICAP> **6** prestataires ont entrepris un suivi dans l'objectif d'améliorer leur accessibilité ou d'accéder à la Marque> **1** prestataire a reçu la Marque Tourisme & Handicap pour les 4 handicaps : le gîte le Nid d'Hirondelles à Bourbriac : félicitations !

**PAS DE
VACANCES
POUR LES
ÉCO-GESTES !**



Depuis 2021, l'Office de Tourisme s'est engagé plus résolument dans la gestion durable de son activité et a obtenu en juin 2022 le label « Tourisme équitable et solidaire », certification innovante et exigeante à travers une évaluation de son action en matière de la gestion de sa structure, de la qualité de l'activité touristique et d'équilibre et de pérennité des partenariats locaux.

L'Office de Tourisme de Guingamp-Baie de Paimpol s'engage dans son fonctionnement et auprès de ses partenaires et visiteurs pour une destination touristique préservée.

L'ensemble du personnel de l'Office de Tourisme intègre dans ses actions quotidiennes les gestes durables et écoresponsables :

→ **DÉPLACEMENTS** : lors de sa participation aux réunions du réseau ou de formations, l'Office de Tourisme s'emploie à organiser du co-voiturage avec les Offices de Tourisme limitrophes, avec les élus de la collectivité ou les professionnels concernés par le déplacement.

→ **L'IMPRESSION** des documents de promotion sur papier recyclé est confiée à un imprimeur labellisé « ImprimVert ».

→ **L'OFFICE DE TOURISME** concourt au déploiement d'actions régionales en faveur des déplacements doux et/ou sans voiture (projet « En Bretagne sans ma voiture »).

→ **TRI DES BROCHURES** et démarche solidaire pour le recyclage des reliquats. Tri des déchets (cartons, piles, verres...), recyclage des cartouches d'encre usagées. Achats responsables : utilisation de produits d'entretien éco-labellisés. Journée « Clean up day »

→ **POUR SES MOMENTS D'ÉCHANGE**, l'Office de Tourisme privilégie les produits locaux, en circuits courts ou les produits « bio » et privilégie une organisation sans déchet et sans gaspillage.

→ **L'OFFICE DE TOURISME** encourage les économies d'énergie et de ressources.

→ **L'OFFICE DE TOURISME** en relais des services du Pôle Transition écologique de l'Agglomération encourage les visiteurs et ses partenaires aux éco-gestes.



INGÉNIERIE TOURISTIQUE & PARTICIPATION AUX RÉSEAUX

Envoyé en préfecture le 10/07/2024

Reçu en préfecture le 10/07/2024

Publié le

ID : 022-200067981-20240625-DEL2024_06_169-DE



Au-delà de ses missions régaliennes et réglementaires (accueil, promotion, commercialisation et animation de son réseau), l'action de Office de Tourisme de Guingamp-Baie de Paimpol se déploie dans des partenariats multiples. En tant qu'observateur privilégié de terrain et à l'interface des programmes publics

et du réseau des acteurs socio-professionnels du tourisme, il accompagne des projets ponctuels et/ou permanents et peut être amené à apporter une participation, un avis ou soutien aux différents programmes de développement touristique ou équipements de son territoire.

PROJETS PUBLICS

→ GUINGAMP-PAIMPOL AGGLOMERATION (GPA)



Aux côtés du service Tourisme, l'Office de Tourisme participe à diverses réunions et à la Commission Nouvelles Dynamiques Territoriales.

→ RÉGION BRETAGNE

L'Office de Tourisme participe au suivi des deux Destinations Régionales soutenues par GPA

→ Destination Baie de St-Brieuc-Paimpol-Les Caps



Participation à la définition du positionnement « engagé » de la Destination et création d'offres engagées, participation au programme « En Bretagne sans ma voiture », suivi de production des outils de communication : carte de Destination, carte itinérance participation à la mise en œuvre de l'appli EasyBaie...

→ Destination Cœur de Bretagne / Kalon Breizh

Participation à la définition du positionnement « La Bretagne insoupçonnée », participation à la définition d'expériences pour le site internet, suivi de production du site internet et des outils de communication (vidéos, présence sur les salons).



Projet de mutualisation digitale pour le tourisme breton, E. Breizh Connexion fédère plus de 150 acteurs du tourisme autour de la construction d'une plateforme numérique incluant des solutions de commercialisation en ligne et une meilleure gestion de la relation client digitale. L'Office de Tourisme de Guingamp – Baie de Paimpol est acteur du projet depuis ses débuts et fait désormais partie d'une cellule projet plus restreinte autour du sujet de la commercialisation en ligne. D'autres cellules projets travaillent sur des expérimentations complémentaires et l'étude de faisabilité est en cours. Pour retrouver l'avancée du projet global : www.ebreizhconnexion.bzh.



PARTENARIATS



DALMARD MARINE

→ **Dalmard Marine** habille l'équipe de l'Office de Tourisme, et a fourni à cet équipage de plus de 20 personnes en saison des T-shirts et des sweats au logo de l'Office de Tourisme.

**MERCI À EUX POUR
CES ÉCHANGES DE VISIBILITÉ !**

ADHÉSION AUX RÉSEAUX

**L'OFFICE DE TOURISME
EST MEMBRE DES RÉSEAUX :**



- Office de Tourisme de Bretagne (OTB)
- ADN Tourisme
- Marque Bretagne
- Nautisme en Bretagne (NEB)
- Côtes-d'Armor Destination
- Comité régional du Tourisme de Bretagne
- Comité de suivi du bassin versant du Léguer

Création et mise en page :
L'Explograf - 02 96 33 10 41 - lexplograf.com

Crédits photos : Shutterstock.com / Office de tourisme Guingamp-Baie de Paimpol / L'œil de Paco

LES GRANDES ORIENTATIONS ET OBJECTIFS 2024

Mise en œuvre du Schéma du tourisme et des loisirs (2023-2030) en concertation avec le service Développement Touristique de l'Agglomération.

CHANTIER 1

Un Office de Tourisme engagé dans une politique de labels responsables :

- Labellisation progressive des Bureaux d'information Touristique « Tourisme et handicap »
- Engagements durables de la marque Qualité Tourisme (audit de renouvellement de la marque en mai 2024)
- Qualification de l'offre liée à l'itinérance (Accueil Vélo, Etape Rando Bretagne, classement des meublés...) : valorisation auprès des professionnels, visites terrain
- Communication sur les actions durables et le positionnement durable de l'Office de Tourisme et de la destination.

CHANTIER 2

Optimiser les pratiques d'accueil à travers :

- Mise en œuvre du schéma d'accueil et de diffusion de l'information (SADI). Véritable outil et méthode pour identifier les flux et les clientèles cibles, il permet d'aller plus loin en associant les techniques de GRC et d'observation
- Mise en œuvre de la stratégie de Gestion de la relation Client (GRC)
- Développement de la vente en ligne et des partenariats (visites guidées, séjours, animations...)
- Animation du réseau des ambassadeurs d'accueil du territoire
- Outil de formation en ligne saisonnier « Bienvenue ici »
- Optimisation des ouvertures saisonnières en fonction des flux
- Mise en œuvre de l'application « EasyBaie » (internet de séjour) de la Destination Baie de St Brieuc Paimpol Les Caps : projet mutualisé entre les 6 OT de la destination

CHANTIER 3

Agir en concertation au plus près des besoins du tissu économique local et des habitants :

- Écriture d'une nouvelle stratégie commerciale pour l'Office de Tourisme
- Animation du réseau des partenaires de l'Office de Tourisme (événements / rencontres type afterwork)
- Expérimentation des soutiens aux projets collectifs participant à l'animation locale
- Amélioration de l'accueil et de la formation des saisonniers du tourisme : renouvellement de la formation « Bienvenue ici », visant à une meilleure intégration et une meilleure expérience client
- Valorisation l'offre locale et les circuits courts (Semaine du tourisme économique et des savoir-faire et création de visites guidées thématiques (artistes et artisanat, cible scolaire)
- Développement de la rédaction d'expériences hors saison, en partenariat avec Côtes d'Armor Destination : faire du hors saison une saison à part entière.



COMITÉ DIRECTEUR DE L'EPIC 34 MEMBRES
→ 18 ÉLUS ET 16 SOCIO-PROFESSIONNELS

PÔLE ANIMATION DU RÉSEAU SOCIO-PROFESSIONNEL

Référente : Marina PRIOL

- Suivi des partenariats : Marina PRIOL
- Vente de prestations de services : Audrey PENVEN
- Qualification de l'offre : Audrey PENVEN / Julie HAMONOU

PÔLE ACCUEIL - PARCOURS CLIENT ET ANIMATIONS

Référente : Aurélie CONGAR

- Accueil / Force de Vente : Aurélie CONGAR / Audrey PENVEN / Laurie FLOREK / Julie HAMONOU / Elizabeth MOAL / Sébastien MONNIER / Aurélie PONSART / Marina PRIOL / Christine PRUNAUX / Céline ROBERT + équipe saisonnière

SERVICES DE L'AGGLOMERATION

Suivi RH et paies des agents mis à disposition par l'Agglomération

→ Sylvie LE FOURNIS



• DIRECTION :

EN COURS DE RECRUTEMENT

• DIRECTION ADJOINTE :

POSTE VACANT

• RESPONSABLE ADMINISTRATIVE ET FINANCIÈRE : Floriane MATAGUEZ

ANIMATION DE LA DÉMARCHE QUALITÉ

Référent : Sébastien MONNIER
Référents qualité dans les BIT :

- Bégard : Marina PRIOL
- Belle-Isle-en-Terre : Elizabeth MOAL
- Guingamp : Christine PRUNAUX
- Paimpol : Sébastien MONNIER
- Pontrieux : Aurélie PONSART

PÔLE COMMERCIALISATION

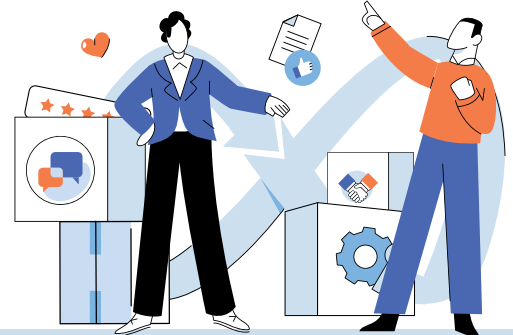
Référente : Aurélie PONSART

- Commercialisation service réceptif : Aurélie PONSART
- Visites guidées : Aurélie CONGAR / Audrey PENVEN / Julie HAMONOU / Aurélie PONSART / Sébastien MONNIER / Céline ROBERT

PÔLE COMMUNICATION PROMOTION MARKETING

Référente : Marjorie BARON

- Numérique : Christine PRUNAUX
- Chargé(e) de e.tourisme : Laurie FLOREK
- éditions : Elizabeth MOAL



OFFICE DE TOURISME DE GUINGAMP-BAIE DE PAIMPOL (SIÈGE)

Place de la République - 22500 Paimpol / Tél : +33(0)2 96 20 83 16



• Bureau d'Information Touristique de GUINGAMP

2 Place du Champ au Roy - 22200 GUINGAMP
Tél : +33(0)2 96 43 73 89

• Bureau d'Information Touristique de BÉGARD

16 Rue de l'Hôtel de ville - 22140 Bégard
Tél : +33(0)2 96 38 32 30

• Bureau d'Information Touristique de BELLE-ISLE-EN-TERRE

15 Rue Crec'h Ugen - 22810 Belle-Isle-en-Terre
Tél : +33(0)2 96 43 01 71

• Bureau d'Information Touristique de PONTRIEUX

Place de la Liberté - 22260 Pontrieux
Tél : +33(0)2 96 95 14 03

• Bureau d'Information Touristique de CALLAC

Place du 21 avril 1944 - 22160 Callac
Tél : +33(0)2 96 45 59 34

• Bureau d'Information Touristique de PLOUZÉZEC

1 route de St Briec - 22470 Plouézec
Tél : +33(0)2 96 22 72 92