

A 17 - Office de Tourisme du Pays des Abers – Plan d'actions 2026

ENJEUX	ACTION	OBJECTIF / INDICATEUR QUALITE	BUDGET / RESSOURCES	INDICATEUR DE SUIVI	RESPONSABLE	ECEANCE
ACCUEIL & INFORMATION	Ouverture des 3 bureaux à l'année (6j/7 oct.–avr. / 7j/7 avr.–oct.) + Office de tourisme mobile – test véhicule (Lacs de Bourg-Blanc, Castel A'ch, événements)	Garantir un accueil personnalisé, sensible et adapté aux attentes, avec une information pertinente et à jour Objectif qualité : ensemble des critères Destination d'Excellence sur l'accueil OT mobile : tester la présence hors-les-murs sur points de congestion identifiés	OT mobile : 2 000 € Fonctionnement bureaux : masse salariale (inclus budget fonctionnement 121 000 €)	Taux de satisfaction visiteurs (questionnaires) Nombre de contacts / demandes traitées Bilan OT mobile : fréquentation, retours, pertinence du dispositif Résultat audit Destination d'Excellence	Kim (accueil) Violaine (DQ / SADI) Équipe permanente + saisonniers	Ouverture : toute l'année OT mobile : tests estivaux 2026 Audit DEX : automne 2026
	Formation de l'équipe à la qualité de service et à la connaissance du territoire – Accueil saisonniers : 'Agent d'accueil → Conseiller service public' – 'Devenir expert du Pays des Abers' – Formation accessibilité et accueil public handicap	Former et professionnaliser l'équipe permanente et saisonnière conformément aux exigences du label Destination d'Excellence Critères : compétences, formation, protocoles d'accueil	Temps de travail intervenants OTB / OT29 (inclus budget formation 2 000 €)	Nombre de formations réalisées Taux participation équipe Retours qualitatifs des formateurs et agents Traçabilité dans le bilan qualité	Violaine (réfèrent DQ) Kim (accueil) OTB / OT29 (intervenants)	Février–avril 2026 (avant saison) Septembre 2026 (accessibilité)
	Mise en place et suivi des outils de mesure de la satisfaction – Questionnaires visiteurs (accueil + éco)gîte – Fichier de liaison (réclamations, incidents, remarques orales) – Bilan qualité annuel	Mesurer l'efficacité de l'accueil, identifier forces et faiblesses, mettre en place des actions correctives Exigence centrale du label Destination d'Excellence : amélioration continue documentée	Temps de travail Outils en place (Wix, questionnaires papier + Google Forms)	Taux de complétion des questionnaires Nombre de fiches liaison enregistrées Bilan qualité produit et diffusé au CODIR Note moyenne satisfaction (Google / TripAdvisor)	Violaine (réfèrent DQ) Equipe accueil	Tout au long de l'année Bilan annuel : décembre 2026
	Intégration outil LISIO sur le site web (accessibilité numérique + traduction automatique)	Améliorer l'accessibilité de l'information touristique numérique pour les publics en situation de handicap Renforcer l'attractivité auprès des clientèles internationales Conformité progressive RGAA	1 500 €	Fonctionnalités d'accessibilité actives Nombre de langues disponibles Retours utilisateurs Score accessibilité RGAA	Léa (web) Prestataire LISIO	T1 2026
	Renouvellement label Destination d'Excellence (ex-Marque Qualité Tourisme – en place depuis 2009) Accompagnement par prestataire spécialisé (OTB ne réalise plus cet accompagnement)	Obtenir le renouvellement du label Destination d'Excellence, gage de qualité d'accueil, de services et de professionnalisation Préparer et réussir l'audit avec un accompagnement méthodologique externe	1 000 € (prestataire accompagnement + frais audit)	Résultat de l'audit (obtention label) Niveau de conformité des critères en amont Retours de l'auditeur Communication auprès des partenaires	Violaine (réfèrent DQ) Arthur (direction) Prestataire qualité externe	Travaux préparatoires : T1-T2 2026 Audit : automne 2026
PROMOTION & COMMUNICATION	Refonte gamme d'éditions 2026 – Cartes touristiques FR/EN/DE (verso renouvelé) – Carnet d'adresses (refonte éditoriale + expérientiel) – Set de table patrimoine – Sous-main activités pleine nature (MAJ) – Plan touristique de Plouguerneau (nouveau) – Agenda & guide hébergement (interne) – Masque billetterie expériences (nouveau) - Meuble Troc ta Doc	Informier, promouvoir et rendre lisible le territoire Mise en valeur de l'offre partenaires Soutenir l'accueil visiteurs et l'attractivité de la station classée de Plouguerneau Critère DEX : qualité et actualisation des supports d'information, intégration d'éco-responsabilité	Cartes : 8 000 € Carnet d'adresses : 9 000 € Set de table : 2 500 € Sous-main : 2 500 € Plan Plouguerneau : 5 500 € Billetterie masque : 1 000 € Agenda/hébergement : temps de travail TOTAL : ~28 500 € Agence : L'Ours de Plus Meuble Troc ta doc : budget 2025	Suivi stocks / rotation diffusion Retours visiteurs et partenaires Taux de prise en main des nouveaux formats Crédits de l'audit DEX (supports à jour et cohérents)	Léa (print / com) L'Ours de Plus (agence) Coordination direction	Cartes & carnet : printemps 2026 Set de table : avant saison Plan Plouguerneau : avant été Billetterie masque : T1 2026 Distribution Meuble Troc ta doc : T1 2026
	Promotion sur les marchés locaux et nationaux via réseaux partenaires – 2 voyages blogueurs FR & DE (Sensation Bretagne) – Accueil influenceurs locaux (bassin brestois) – Salon aéroport de Brest (6-8 fév. 2026, stand 27m²) – Salon Destination Nature Paris (avec SB) – Sponsoring réseaux sociaux	Développer la notoriété et l'attractivité du Pays des Abers auprès des clientèles à moins de 2h et sur les marchés nationaux Soutenir l'excursionisme aux 4 saisons Critère DEX : actions de promotion cohérentes avec le positionnement territorial	Blogueurs FR/DE : 4 000 € Influenceurs locaux : 2 000 € Salon Brest aéroport : 2 000 € (recettes 1 500 €) Salon Paris : 1 500 € Sponsoring RS : 1 000 € TOTAL : ~10 500 €	Retombées presse / posts publiés / portée Fréquentation stand salons Nombre d'opérateurs Pays des Abers représentés Bilan SB / BTO / Finistère 360	Léa (RP / com) Sensation Bretagne BTO / Finistère 360	Salons : fév. 2026 Blogueurs : T1-T2 2026 Influenceurs : saison 2026
	Animation réseaux sociaux (Facebook, Instagram, YouTube) + Podcasts série « À l'Ouest » (mise en lumière des 20 épisodes) + Ligne éditoriale « Couillises des Abers » + E-réputation (Google, TripAdvisor, Facebook avis)	Maintenir une présence numérique régulière et qualitative Valoriser l'authenticité du territoire et de ses acteurs Critère DEX : veille e-réputation, réponse aux avis, image numérique soignée	Podcasts (mise en lumière) : 2 000 € Sponsoring RS : inclus ci-dessus E-réputation : temps de travail	Nombre de publications / abonnés / taux engagement Nombre d'écoutes podcasts Note moyenne et nombre d'avis traités (Google / TripAdvisor) Rapport mensuel RS	Léa (RS / com) Valéria (RS Île Vierge) Équipe accueil (e-réputation)	Continu à l'année Quotidien pour e-réputation

	Restructuration rubrique « À voir, à faire » site abers-tourisme.com (3 entrées : Expériences / Spots / Guides + annuaire) + Intégration outil LISIO (accessibilité & traduction)	Améliorer le parcours client numérique et la lisibilité de l'offre Favoriser la conversion vers la billetterie et la commercialisation Critère DEX : information en ligne complète, accessible et à jour	Temps de travail équipe LISIO : 1 500 € (prestataire technique si besoin)	Nombre de fiches expériences publiées Taux de clic / conversion billetterie Statistiques site (base : 300 000 visites 2025) Retours partenaires	Léa (web / com) Cathy (Tourinsoft) Prestataire LISIO	Refonte T1-T2 2026 Continu à l'année
	Production de contenus photo et vidéo – Reportages photo SB (Landéda & Plouguerneau ± extension) – Vidéos immersives expériences commercialisées (vidéaste + drone) – Suivi éditorial chantier Île Vierge (photos, vidéos, avant/après)	Enrichir la photothèque et constituer une banque d'images durables Valoriser les expériences et maintenir la notoriété de l'Île Vierge pendant les travaux Critère DEX : qualité et actualité des supports visuels	Reportages photo SB : 1 500 € Vidéos immersives : 7 500 € Chantier Île Vierge : 4 000 € (inclus budget IV) TOTAL : 13 000 €	Volume photos/vidéos livrés Nombre de publications chantier Engagement RS sur posts chantier Base de contenus disponibles pour réouverture 2027	Léa (com / photo) Valéria (Île Vierge) Vidéaste prestataire SB	Reportages : saison estivale 2026 Vidéos : tout au long saison Chantier : à partir mars 2026
	Revue de presse OSPA Dossiers de presse via réseaux partenaires (BTO, SB, CRT) Presse locale (Télégramme, Abers Info, bulletins municipaux) Radio / TV : France Bleu, Téléo, FR3 (à la demande)	Assurer la veille de l'image du territoire et diffuser l'information localement Critère DEX : présence médiatique régulière et diversifiée	Temps de travail Cotisations réseaux (incluses) Radio/TV : 0 €	Nombre de retombées presse annuelles Envoi revue de presse au CODIR Nombre d'interventions radio/TV Vérification parutions locales	Léa (RP) Cathy (radio breton) Équipe OT	Tout au long de l'année
FÉDÉRATION DES ACTEURS (publics, privés, associatifs)	Ateliers et formations partenaires 2026 (en partenariat CCPA, BTO, OTB, intervenants extérieurs) Newsletter partenaires bi-mensuelle Intégration future rubrique pro dans abers-tourisme.com	Renforcer la collaboration avec les partenaires locaux Améliorer la qualité de l'offre touristique par la montée en compétences Critère DEX : animation du réseau professionnel, information régulière des acteurs	Ateliers : 2 000 € Newsletter : temps de travail Site pro : temps de travail	Nombre d'ateliers réalisés / participants Taux d'ouverture newsletter Retours qualitatifs Nouveaux projets issus des échanges	Violaine (relations pros) CCPA / BTO / OTB	2 rencontres réseau + ateliers thématiques Newsletter : tous les 2 mois
	Soutien au milieu associatif culturel et patrimonial – 2 rencontres réseau dans l'année – Espace asso Abers Patrimoine (boîte à outils : contacts, bonnes pratiques, financements) – Prise en charge contribution BTO Pass Pro pour sites de visites payants (Fort Cézon, Algae, Maison des Abers, Illiz Coz, Lanvaon)	Mettre en avant les acteurs associatifs valorisant l'identité culturelle et patrimoniale Renforcer leur visibilité auprès des hébergeurs de la destination Critère DEX : coordination des acteurs, soutien au développement de l'offre	Pass Pro BTO (sites de visites) : inclus budget fonctionnement Temps de travail (transfert charge CCPA pour certaines actions)	Nombre d'associations accompagnées Nombre de sites référencés Pass Pro Retours associations / hébergeurs Fréquentation des sites soutenus	Cathy (culture patrimoine) Violaine (relations pros) Arthur (direction)	Tout au long de l'année 2 rencontres : T2 et T4 2026
	Déploiement solution billetterie Welogin auprès des opérateurs locaux Accompagnement à la vente et à la commercialisation des expériences Renouvellement de la campagne partenariat (transition engagée automne 2025)	Soutenir les acteurs locaux (TPE, associations) dans la commercialisation de leurs offres Favoriser leur visibilité dans les bureaux et sur le web Critère DEX : accompagnement des professionnels, développement de l'offre	Welogin : gratuit (commission 10% sur ventes) Temps de travail Partenariat : transition en cours (stabilisation des recettes)	Nombre de fournisseurs actifs sur Welogin (base 23 en 2025) CA commercialisé pour les tiers Retours partenaires sur la solution Nombre d'offres nouvelles intégrées	Lavana (développement offre) Violaine (relations pros)	Continu à l'année Campagne partenariat : T1 2026
	Mise en œuvre du Schéma de Développement Touristique Intégration du chargé de mission tourisme CCPA dans les effectifs OT (à partir juin 2026) Co-construction de la stratégie 2027-2030 avec les élus dans le cadre du renouvellement de mandature	Assurer la continuité de la mise en œuvre de la politique touristique communautaire Préparer les orientations stratégiques pour la prochaine mandature Critère DEX : articulation avec les politiques publiques locales	Poste chargé de mission : 22 500 € (transfert charge CCPA à partir juin 2026) Temps de travail direction	Recrutement effectif Nombre de réunions de concertation avec les élus Document de stratégie 2027-2030 produit Bilan de mandature diffusé	Arthur (direction) CCPA Chargé de mission (à recruter)	Recrutement : juin 2026 Concertation stratégie : T3-T4 2026
	Maintien de l'activité sur l'Île Vierge pendant la fermeture du Grand Phare (travaux dès mars 2026) – Accueil du public via escales encadrées par les opérateurs nautiques – Activation longère (accueil, boutique, petite restauration) – Réalisation de petits travaux bergerie pour ateliers et groupes restreints – Déploiement exposition extérieure « Histoire des bâtisseurs » (panneaux dibond, enclos bergerie) – 3 formats de visites sans accès au phare (autonomie avec pro agréé / visite OT encadrée / visite thématique OT)	Maintenir l'attractivité de l'Île Vierge malgré la fermeture du Grand Phare Proposer une offre qualitative et adaptée aux contraintes du chantier Critère DEX : gestion rigoureuse de l'équipement, continuité de service, expérience visiteur	Développement offre (travaux) : 14 000 € Exposition dibond : 10 000 € (transfert charge CCPA) Fonctionnement équipement : 82 000 € (écogîte 77 500 € + Grand Phare 4 500 €)	Nombre d'escaliers réalisés Fréquentation île (hors billetterie phare) Nombre de visites thématiques réalisées Retours visiteurs et opérateurs nautiques Taux d'occupation bergerie	Valéria (Île Vierge) Arthur (direction) CCPA (exposition, travaux bergerie) Opérateurs nautiques partenaires	Ouverture : à partir mars 2026 Exposition : printemps 2026 Visites thématiques : saison 2026

GESTION D'ÉQUIPEMENTS (Île Vierge)	Exploitation de l'écogîte patrimonial – Locations en flux tendu sur 1 an (nouveau 2026) – Objectif : retrouver les chiffres 2025 (~80 séjours) – Maintien de la tarification et de la qualité de l'expérience d'isolement	Assurer l'équilibre financier de l'écogîte et maintenir la qualité de l'expérience visiteur Critère DEx : gestion économique de l'équipement, satisfaction client, qualité du séjour	Budget fonctionnement écogîte : 77 500 € Recettes projetées : 70 000 € (charges variables : ~220 €/séjour hors masse salariale)	Nombre de séjours réalisés (objectif ~80) Taux d'occupation Retours locataires (questionnaires satisfaction) Équilibre financier écogîte Nombre de réclamations traitées	Valéria (Île Vierge / écogîte) Arthur (direction)	Ouverture : à confirmer selon travaux Grand Phare Continu à l'année
	Développement du modèle de gestion et du parcours client – Mission bureau d'études (analyse flux, contraintes ERP, scénarios) – Politique Ambassadeur : visites en autonomie avec opérateurs agréés (accès hors horaires) – Préparation réouverture Grand Phare 2027	Objectiver les dysfonctionnements liés à la gestion des flux et construire un schéma parcours client juridiquement sécurisé Préparer la réouverture avec une organisation pérenne et maîtrisée Critère DEx : organisation, sécurité, amélioration continue	Mission bureau d'études : 20 000 € Politique Ambassadeur : temps de travail + aménagement technique (boîte à clé)	Rapport bureau d'études produit Nombre d'opérateurs intégrés à la politique Ambassadeur Nombre de visites Ambassadeur réalisées Scénario réouverture 2027 validé avec CCPA	Arthur (direction) Valéria (Île Vierge) CCPA Bureau d'études prestataire	Mission bureau d'études : T1-T2 2026 Politique Ambassadeur : saison 2026 Réouverture : 2027
	Documentation et valorisation du chantier de restauration – Suivi éditorial et visuel (photos, vidéos, avant/après, coulisses) – Valorisation des artisans et savoir-faire mobilisés – Publications régulières sur les réseaux sociaux – Exposition sonore Paris (MigraSon – avril 2026) – Fiction sonore immersive écogîte (2 podcasts adultes/enfants – cofinancé Région 40% + destination 30%)	Maintenir la visibilité du phare pendant le chantier et préparer la communication réouverture 2027 Enrichir l'offre de médiation culturelle et innovante Critère DEx : valorisation du patrimoine, médiation de qualité, innovation	Chantier (photo/vidéo) : 4 000 € MigraSon (missions) : 1 000 € Fiction sonore : 12 000 € (reste à charge OT) Total projet : 40 000 € (Région 40% + destination 30%) Immobilisable 5 ans (2 400 €/an)	Nombre de publications chantier Engagement RS (vues, partages) Exposition sonore Paris : fréquentation Nombre d'écoutes fiction sonore (objectif 50 000 sur 9 mois) Retours visiteurs écogîte	Valéria (Île Vierge / com RS) Léa (com) Arthur (direction) Malou édition / Hugo Lioret Studio fiction sonore	Chantier : à partir mars 2026 Expo Paris MigraSon : avril 2026 Fiction sonore : production T1-T2, mise en ligne avant saison
	Participation active réseau Phares de France – Groupe de travail itinéraire culturel européen (réunions mensuelles ½j + AG) – Échanges bonnes pratiques (accessibilité, malle pédagogique) – Positionnement pour projets Interreg / itinéraire culturel européen	Renforcer la visibilité nationale et internationale de l'Île Vierge via le réseau des gestionnaires de phares Critère DEx : inscription dans les réseaux professionnels, dynamique de développement	500 € (frais de mission / cotisation) Temps de travail direction (charges sur Phares de France)	Nombre de réunions / AG participés Avancement du projet itinéraire culturel européen Retombées presse via réseau Nouveaux projets collaboratifs engagés	Arthur (direction) Phares de France	Réunions mensuelles AG annuelle Phares de France
COMMERCIALISATION (Boutique & Billetterie)	Boutique dans les 3 bureaux + Île Vierge – Achat-revente produits identitaires Abers & marque Île Vierge – Dépôt-vente artisans locaux (commission 15%) – Objectif marge : 30% – Gamme marque Île Vierge : 1er centre de profit boutique	Valoriser les produits locaux et les savoir-faire du territoire Contribuer à l'équilibre économique de la structure Critère DEx : cohérence de l'offre boutique avec le positionnement territorial, qualité des produits proposés	Dépenses (stock) : 13 000 € Recettes prévisionnelles : 19 000 € Marge cible : ~30% (impact possible si exploitation Île Vierge limitée)	CA boutique réalisé vs prévisionnel Marge dégagée Nombre de nouveaux produits intégrés Retours clients	Lavana (développement offre / boutique) Valéria (Île Vierge)	Continu à l'année Réassort : avant saison et mi-saison
	Billetterie Welogin : commercialisation des expériences pour 23+ fournisseurs locaux – Commission 10% sur ventes réalisées – Billetterie tiers (Armorica, Penn ar Bed, Finisther...) : commission 10% – Agenda des expériences billetterie (nouveau support papier) – Gestion des accès Île Vierge (tarif médiation 2,50 € par visiteur pendant travaux)	Développer les recettes propres de la structure par la commercialisation Rendre visible et accessible l'offre d'expériences du territoire Critère DEx : offre commerciale structurée et diversifiée	Welogin : 5000 € Billetterie tiers : commission 10% Agenda billetterie (masque créa) : 1 000 € Recettes globales commercialisation : 29 000 €	CA billetterie total Nombre de fournisseurs actifs Nombre d'expériences commercialisées CA généré pour les tiers (objectif maintien ~170 000 €) Recettes médiation Île Vierge 2026	Lavana (développement offre) Cathy (Tourinsoft / billetterie) Valéria (Île Vierge)	Continu à l'année Médiation Île Vierge : à partir mars 2026
	Partenariat socioprofessionnel 2026 – Transition modèle partenariat (engagée automne 2025) – Stabilisation / légère hausse des recettes malgré réduction offres – 220+ partenaires fédérés	Renforcer et pérenniser les relations avec les professionnels Maintenir les recettes de partenariat comme levier d'autonomie financière Critère DEx : réseau partenarial structuré, confiance des opérateurs	Budget fonctionnement partenariat : 35 000 € (recettes) Temps de travail	CA partenariat vs N-1 Nombre de partenaires actifs Retours satisfaction partenaires Taux de renouvellement	Violaine (relations pros) Lavana (développement)	Campagne partenariat : T1 2026 Suivi : tout au long de l'année

ORGANISATION & SOUTIEN À L'ÉVÉNEMENTIEL	<p>Événementiel au Pays des Abers</p> <ul style="list-style-type: none"> – Semaines tourisme économique / savoir-faire (Toussaint – OTB) : 400 € – Grandes marées (communication commune partenaires) : 100 € – Journées Européennes du Patrimoine : 100 € – Marché artisans d'art – chapelle Saint Jaoua (éd. 2) : 1 000 € – Spectacle La Gardienne – jardins phare de Lanvaon : 2 500 € – Soutien Tro Bro Léon (stand + vitrine commerçants) : 500 € – Soutien Confrérie des pêcheurs (communication + flyer + promo marché terroir) : 500 € 	<p>Valoriser l'identité locale et les savoir-faire du territoire</p> <p>Animer l'offre aux 4 saisons et soutenir les acteurs engagés</p> <p>Critère DEx : programmation d'animations régulières, soutien aux acteurs culturels locaux</p>	<p>Semaines tourisme éco : 400 €</p> <p>Grandes marées : 100 €</p> <p>JEP : 100 €</p> <p>Marché artisans : 1 000 €</p> <p>La Gardienne : 2 500 €</p> <p>Tro Bro Léon : 500 €</p> <p>Confrérie : 500 €</p> <p>TOTAL : ~5 200 €</p> <p>(+ temps de travail équipe)</p>	<p>Fréquentation événements</p> <p>Nombre d'acteurs impliqués</p> <p>Retombées presse / RS</p> <p>Retours visiteurs et partenaires</p> <p>Bilan qualitatif par événement</p>	<p>Lavana (développement offre / événements)</p> <p>Arthur (direction)</p> <p>Partenaires (associations, communes)</p>	<p>Selon calendrier événementiel (JEP : sept. 2026</p> <p>Tro Bro Léon : mai 2026</p> <p>Toussaint pour semaines éco)</p>
	<p>Événementiel Île Vierge (adapté à la période de travaux)</p> <ul style="list-style-type: none"> – Randonnée nautique dériveurs légers – 13 juin 2026 (sous réserve) : 1 200 € – Nouvelles animations en gestion directe ou avec professionnels (packages bateau + activité, petits groupes) : 2 500 € – Programmation différenciée (visites thématiques OT en lien avec programme travaux) 	<p>Maintenir l'attractivité de l'Île Vierge et proposer des expériences originales pendant la fermeture du Grand Phare</p> <p>Diversifier les offres pour ne pas dépendre uniquement de la billetterie phare</p> <p>Critère DEx : diversification de l'offre, innovation, maintien de la dynamique site</p>	<p>Randonnée nautique : 1 200 €</p> <p>Nouveaux formats animations : 2 500 €</p> <p>Temps de travail équipe (inclus budget développement Île Vierge 14 000 €)</p>	<p>Nombre de dates réalisées</p> <p>Fréquentation par format</p> <p>CA généré</p> <p>Retours visiteurs / opérateurs</p> <p>Taux de remplissage packages</p>	<p>Lavana (développement offre)</p> <p>Valéria (Île Vierge)</p> <p>Arthur (direction)</p> <p>Opérateurs partenaires</p>	<p>Programmation : T1 2026</p> <p>Randonnée nautique : 13 juin 2026</p> <p>Saison : avr.–oct. 2026</p>
	<p>Animations découverte culturelles et patrimoniales</p> <ul style="list-style-type: none"> – Visites guidées patrimoine (visites nocturnes, visites port Aber Wrac'h, balades...) – Développement d'offres de visites en breton (patrimoine continental + Île Vierge) 	<p>Proposer un programme d'animations accessibles à tous et valorisant l'identité locale</p> <p>Ouvrir les offres à la pratique du breton</p> <p>Critère DEx : accessibilité des animations, lien territoire-habitants-visiteurs</p>	<p>Budget animations : 3 000 €</p> <p>(objectif équilibre financier)</p>	<p>Nombre d'animations proposées</p> <p>Nombre de participants</p> <p>Équilibre financier (recettes / dépenses)</p> <p>Retours qualitatifs</p> <p>Nombre d'offres en breton créées</p>	<p>Léa (animations)</p> <p>Valéria (Île Vierge)</p> <p>Acteurs locaux</p>	<p>Printemps → automne 2026</p> <p>Hiver : balades nocturnes</p>
POLITIQUE TOURISTIQUE COMMUNAUTAIRE	<p>Mise en œuvre et bilan du Schéma de Développement Touristique 2021-2026</p> <p>Intégration du chargé de mission CCPA dans l'équipe OT (juin 2026)</p> <p>Préparation de la stratégie 2027-2030 en lien avec le renouvellement du comité directeur</p>	<p>Assurer la continuité de la politique touristique communautaire</p> <p>Préparer la transition de mandature avec un bilan documenté et des propositions concrètes pour la période suivante</p> <p>Critère DEx : articulation avec les politiques publiques, rôle structurant de l'OT sur le territoire</p>	<p>Chargé de mission : 22 500 € (transfert charge CCPA)</p> <p>Temps de travail direction (inclus budget transfert charge 57 000 €)</p>	<p>Recrutement effectif du chargé de mission</p> <p>Bilan SDT produit et diffusé</p> <p>Document de stratégie 2027-2030 préparé</p> <p>Nombre de réunions de concertation avec les élus</p>	<p>Arthur (direction)</p> <p>CCPA</p> <p>Chargé de mission (à recruter juin 2026)</p>	<p>Recrutement : juin 2026</p> <p>Bilan SDT : T3-T4 2026</p> <p>Stratégie 2027-2030 : T4 2026</p>
	<p>Valorisation du patrimoine – transfert de charge CCPA</p> <ul style="list-style-type: none"> – Exposition 'Histoire des bâtisseurs et restaurateurs du phare' (BD E. Lepage) : 10 000 € – Rénovation lutrins Castel Ac'h + valorisation patrimoine breton par IA / oralité : 3 500 € – Visibilité et attractivité : Tro Bro Léon + mise en lumière phare hors-saison : 20 000 € 	<p>Valoriser le patrimoine culturel et maritime du Pays des Abers</p> <p>Maintenir l'attractivité de l'Île Vierge et du territoire en hors-saison pendant les travaux</p> <p>Critère DEx : soutien aux actions de valorisation patrimoniale, cohérence avec la politique communautaire</p>	<p>Exposition : 10 000 € (transfert CCPA)</p> <p>Lutrins + oralité IA : 3 500 € (transfert CCPA)</p> <p>Visibilité / attractivité : 20 000 € (transfert CCPA)</p> <p>TOTAL transfert : ~33 500 €</p>	<p>Exposition déployée et fréquentée</p> <p>Lutrins renouvelés + contenus en ligne</p> <p>Impact Tro Bro Léon (présence, retombées)</p> <p>Visibilité nocturne phare effective</p> <p>Retours CCPA / élus</p>	<p>Arthur (direction)</p> <p>Valéria (Île Vierge)</p> <p>CCPA</p> <p>Associations locales (oralité)</p>	<p>Exposition : printemps 2026</p> <p>Lutrins : T2 2026</p> <p>Mise en lumière phare : automne-hiver 2026</p>
	<p>Service de Bac an Treizh (Aber Wrac'h ↔ Perros – période estivale)</p> <p>Commercialisation des billets par l'OT (modèle reconduit)</p> <p>Remboursement N+1 par le Pays des Abers</p>	<p>Proposer un service de mobilité douce sur le territoire</p> <p>Soutenir la lutte contre la saisonnalité et l'utilisation de la voiture</p> <p>Critère DEx : mobilité durable, accessibilité du territoire</p>	<p>Budget fonctionnement : 15 000 € (remboursé N+1 par Pays des Abers)</p>	<p>Nombre de traversées réalisées</p> <p>Fréquentation (passagers)</p> <p>Recettes billetterie</p> <p>Retours usagers</p>	<p>Arthur (direction)</p> <p>Équipe OT (coordination)</p> <p>Communes Landéda / Plouguerneau / CCPA</p>	<p>Saison estivale 2026</p>
	<p>Démarche SADI – phase 2 (Schéma d'Accueil et de Diffusion de l'Information)</p> <p>Sollicitation des opérateurs sur profil des visiteurs</p> <p>Identification des enjeux pour les élus / orientations stratégiques futures</p> <p>Complémentarité avec démarche Brest Métropole</p>	<p>Améliorer la connaissance des clientèles pour mieux orienter l'action de l'office</p> <p>Alimenter les décisions stratégiques pour la prochaine mandature</p> <p>Critère DEx : connaissance client, pilotage par la donnée, amélioration continue</p>	<p>Temps de travail</p> <p>OTB (accompagnement)</p> <p>(inclus budget fonctionnement)</p>	<p>Nombre d'opérateurs sollicités</p> <p>Document de synthèse produit</p> <p>Orientations stratégiques formulées à partir des résultats</p> <p>Présentation aux élus</p>	<p>Violaine (DQ / SADI)</p> <p>Arthur (direction)</p> <p>OTB</p>	<p>T1-T2 2026 (phase sollicitation)</p> <p>T3-T4 2026 (synthèse et restitution)</p>