



A 28 rev01 - Stratégie d'accueil

2023 – 2026

La stratégie d'accueil de l'Office de Tourisme du Pays des Abers s'appuie sur les exigences du label Destination d'Excellence ainsi que sur le référentiel de classement en catégorie I. Elle s'articule autour d'une conviction centrale : l'accueil ne se résume pas à la présence physique dans un bureau — il commence bien avant l'arrivée du visiteur et se prolonge bien après son départ.

Principaux objectifs : offrir un accueil de qualité, accessible et multicanal, sur l'ensemble du territoire du Pays des Abers — en cohérence avec les flux touristiques, les profils de visiteurs et les moyens humains de la structure. Guider le visiteur, valoriser l'offre locale et le fidéliser en lui laissant une empreinte mémorable.

L'office est également affectataire des phares de l'Île Vierge, site de visite d'envergure nationale. Cette double mission — promotion du territoire et gestion d'un grand équipement touristique — structure une stratégie d'accueil articulée autour de deux marques complémentaires : Abers Tourisme et Île Vierge.

Sommaire

1. L'équipe des conseillers en séjour
2. Les bureaux d'accueil
3. Nos outils de diffusion de l'information
4. La stratégie — avant, pendant, après le séjour
5. Les grands projets 2025-2028

1. L'équipe des conseillers en séjour

Accueillir, informer, conseiller

La première mission d'un office de tourisme est d'accueillir, d'informer et de gérer l'information touristique. Nos bureaux sont une porte d'entrée privilégiée du territoire, où une équipe de conseillers en séjour accompagne chaque visiteur dans ses recherches et facilite la découverte du Pays des Abers.

Composition de l'équipe

L'Office de Tourisme du Pays des Abers compte 9 collaborateurs permanents, dont 2 assurant les fonctions administratives (direction et adjointe de direction). Les 7 autres collaborateurs exercent des missions de conseil en séjour tout en portant des opérations de back-office liées aux missions de l'office (commercialisation, billetterie, gestion de l'Île Vierge, qualité, communication...).

Les effectifs sont renforcés entre avril et octobre par 2 agents polyvalents assurant l'accueil en bureau et la gestion du Grand Phare de l'Île Vierge. En juillet et août, des agents supplémentaires sont recrutés spécifiquement pour assurer l'accueil et la médiation culturelle sur l'Île Vierge, dans des conditions de qualité et de sécurité optimales.

Profil des conseillers en séjour

- Portent une tenue professionnelle harmonisée, produite en partenariat avec des acteurs locaux (Armor Lux, Paluden), ancrée dans l'identité du territoire
- Sont identifiés par un badge mentionnant leur nom et les langues parlées
- Accueillent les visiteurs étrangers dans leur langue chaque fois que possible
- Maîtrisent au minimum deux langues : l'ensemble de l'équipe couvre le français, l'anglais, l'espagnol, l'allemand et le breton. Une progression sur l'allemand est identifiée comme axe de développement.
- Sont formés à l'arrivée via un parcours d'intégration de 3 semaines, puis régulièrement sur la connaissance de l'offre, les outils métiers et les exigences du label Destination d'Excellence
- S'engagent à proposer l'ensemble des services de l'office — information, commercialisation, billetterie, boutique — quel que soit le lieu d'accueil, y compris lors des présences événementielles

2. Les bureaux d'accueil

Un territoire à couvrir sur 3 sites complémentaires

Du fait de la configuration géographique du Pays des Abers et de la répartition des flux touristiques, l'office déploie son accueil sur trois bureaux permanents, ouverts toute l'année, avec des amplitudes horaires adaptées à chaque saison et à chaque site.

Bureau	Plouguerneau	Landéda — Aber Wrac'h	Lannilis
Adresse	6 Place de l'Europe	Port de l'Aber Wrac'h	1 rue Jean Tromelin
Rôle	Bureau principal — accueil, back-office, commercialisation	Accueil, billetterie, boutique — site portuaire touristique	Accueil, back-office administratif, missions de l'office
Ouverture	Toute l'année — amplitude max. en juillet/août (7j/7, ouverture le dimanche)	Toute l'année — amplitude réduite hors saison (vendredi et samedi)	Toute l'année — amplitude adaptée selon saison

Les trois bureaux assurent l'intégralité des services de l'office (accueil, information, commercialisation, billetterie, boutique), quel que soit le site. Les amplitudes d'ouverture sont ajustées chaque année pour couvrir la plus grande plage horaire possible en fonction des effectifs disponibles.

L'Île Vierge — un quatrième point d'accueil unique

Les phares de l'Île Vierge constituent un point d'accueil à part entière, accessible par voie maritime. Le pôle boutique y est fortement développé. L'équipe dédiée assure un accueil de qualité et une médiation culturelle et patrimoniale autour du phare le plus haut d'Europe, dans des conditions de sécurité adaptées au site insulaire.

Accueil hors les murs et présence événementielle

L'office est présent lors des grands événements partenaires, en tant que représentant de la destination Pays des Abers et de la marque Île Vierge :

- Les Fêtes Maritimes de Brest (en lien avec le GIP Brest terres océanes)
- Le Tro Bro Léon — course cycliste internationale
- Le Tour de l'Île Vierge à la voile

Cette présence événementielle permet de toucher des visiteurs et des excursionnistes au-delà du périmètre des bureaux fixes, en cohérence avec la stratégie de rayonnement territorial.

Relais d'information chez les partenaires

L'office assure la diffusion de ses éditions print chez les principaux hébergeurs, restaurateurs et commerçants ainsi qu'aux points de convergence du territoire (campings, gîtes d'étape, ports de plaisance...). Des boîtes à docs ont été déployées dans ces lieux stratégiques pour permettre un accès permanent à l'information touristique, encourager le réemploi des documentations et limiter le gaspillage d'éditions.

3. Nos outils de diffusion de l'information

Les supports numériques

Le site internet

www.abers-tourisme.com — site responsive design, adapté à tous les supports (mobile, tablette, ordinateur). Disponible en trois langues : français, anglais et allemand. Développé en collaboration avec les 7 offices de tourisme du GIP Brest terres océanes.

Une réflexion est en cours pour améliorer la lisibilité et l'inclusivité du site, en intégrant le dispositif Lisio (plus de langues, dont le breton) et en réalisant un audit RGAA pour l'adaptation aux situations de handicap.

Le SIT — Tourinsoft

L'office utilise Tourinsoft, le système d'information touristique du Finistère, partagé avec l'ensemble des offices de tourisme du département. Il permet la diffusion de l'offre touristique sur www.abers-tourisme.com et les plateformes partenaires (Brest terres océanes, Tout commence en Finistère, Tourisme Bretagne). L'office est acteur du comité de programmation du réseau OT29.

Les réseaux sociaux

- Facebook : facebook.com/aberstourisme
- Instagram : @paysdesabers
- LinkedIn : Office de Tourisme du Pays des Abers
- YouTube : chaîne Abers Tourisme

La marque Île Vierge dispose de ses propres comptes dédiés (Facebook et Instagram : @pharesilevierge), développés spécifiquement pour le rayonnement de l'équipement.

La newsletter

Une newsletter mensuelle est adressée aux partenaires de l'office (avec consentement RGPD), présentant les actualités de la destination, les observations de fréquentation, les classements et labels, ainsi que les opportunités des réseaux (Brest terres océanes, Sensation Bretagne, CRT...).

En direction des visiteurs, des newsletters ponctuelles sont envoyées à l'occasion des grands événements ou actualités de la destination. Une stratégie de newsletter visiteurs est en cours de structuration, en lien avec le développement du fichier client.

Les éditions print et numériques

L'ensemble des productions éditoriales est disponible à la fois en version papier dans les bureaux et les relais partenaires, et en version numérique accessible depuis www.abers-tourisme.com. Parmi les supports principaux :

- Le Guide des Bonnes Adresses — annuaire de l'offre touristique du Pays des Abers, trilingue
- La carte du territoire (FR/EN/DE) + carte de la destination Brest terres océanes
- Le magazine promotionnel Awen décliné sous différentes saisons
- Les fiches thématiques (randonnées, nautisme, patrimoine, terroir...)
- L'agenda des manifestations
- Les supports de commercialisation liés aux produits boutique et billetterie Île Vierge

Les impressions sont réalisées avec l'imprimerie finistérienne Cloître (label Imprim'Vert) et, pour certains supports, avec l'ESAT de Plabennec dans une logique d'économie sociale et solidaire. L'office est adhérent à Citéo pour la gestion responsable de ses éditions.

La relation client

Enquêtes et avis

- Une fiche de suggestion est disponible dans chaque bureau
- Un formulaire de réclamation est à disposition sur demande
- À l'issue de chaque visite commercialisée -produit crée par l'office, un mail de remerciement est adressé au client, avec possibilité de retour
- Les avis Google et plateformes sont suivis par la chargée de communication (office) et la responsable Île Vierge, en concertation avec la responsable qualité et/ou la direction

Gestion des réclamations

Une procédure formalisée de suivi des réclamations est en place, intégrée au système qualité de l'office. Elle garantit un traitement systématique et traçable de chaque demande reçue.

4. La stratégie — Avant, pendant, après le séjour

L'Office de Tourisme du Pays des Abers a construit sa stratégie d'accueil autour d'un parcours visiteur en 3 temps : avant, pendant et après le séjour — depuis l'envie de venir jusqu'à la fidélisation.

4.1. Avant le séjour — Susciter l'envie et préparer la venue

Être disponible à distance

- Accueil téléphonique pendant les heures d'ouverture
- Traitement des mails sous 48 heures ouvrées
- Animation des réseaux sociaux (Facebook, Instagram, LinkedIn, YouTube)
- Réponse aux avis et commentaires en ligne

Inspirer et informer en amont

- Site internet trilingue, responsive, alimenté en temps réel via Tourinsoft
- Newsletter partenaires mensuelle et newsletters visiteurs ponctuelles
- Présence dans les réseaux de promotion (GIP Brest terres océanes, Sensation Bretagne, Tout commence en Finistère, Tourisme Bretagne)
- Relations presse et accueil de journalistes et créateurs de contenus

Optimiser l'organisation interne

- Structuration de l'information via Tourinsoft — gestion des documentations propres et externes
- Travail en mode projet des conseillers en basse saison
- Formations régulières : connaissance de l'offre, outils métiers, démarche qualité
- Contacts réguliers avec les socioprofessionnels (livraisons, agenda, nouveautés)

4.2. Pendant le séjour — Accueil et conseil de qualité

Des bureaux ouverts, accessibles et adaptés

- Trois bureaux ouverts toute l'année, avec une amplitude maximale en juillet-août
- Équipe polyvalente : accueil, information, commercialisation, billetterie, boutique sur chaque site
- Wifi disponible dans les bureaux
- Espaces boutique et vitrine renouvelés au rythme des saisons et des événements
- Accueil multilingue : français, anglais, espagnol, breton, allemand

Aller vers le visiteur

- Présence sur les événements partenaires : Fêtes Maritimes de Brest, Tro Bro Léon, Tour de l'Île Vierge
- Boîtes à docs dans les hébergements et lieux de passage pour une information disponible en tout temps

Former les équipes (et celles des partenaires) en continu

- Éducteurs et formations internes sur le territoire et l'offre touristique
- Outils de communication interne (fichier de liaison, classeur qualité, drive partagé)
- Contacts réguliers avec les partenaires socioprofessionnels
- Formation des conseillers saisonniers : 3 semaines d'intégration avec grille d'évaluation / 1 semaine sur l'île Vierge

4.3. Après le séjour — Fidéliser et progresser

Écouter pour s'améliorer

- Fiches de suggestion disponibles en bureau
- Mail de remerciement après chaque visite commercialisée par l'Office de tourisme – produits créés par l'Office de Tourisme
- Suivi systématique des avis Google, plateformes et réseaux sociaux
- Gestion des réclamations selon procédure formalisée

Maintenir le lien

- Animation régulière des réseaux sociaux toute l'année
- Newsletters visiteurs autour des actualités de la destination
- Articles expérientiels et contenus éditoriaux sur le site internet

5. Les grands projets 2023-2026

5.1. Schéma d'accueil et de diffusion de l'information

En 2024-2025, l'office a engagé, en lien avec le réseau OTB (Offices de Tourisme de Bretagne), une démarche SADI (Schéma d'Accueil et de Diffusion de l'Information) visant à mieux comprendre les flux de visiteurs, leurs comportements et leurs attentes. Les résultats de cette démarche alimenteront la définition de la nouvelle stratégie d'accueil pour la période 2026-2029, en lien avec la nouvelle mandature.

5.2. Stratégie d'inclusivité numérique

L'office s'engage dans une démarche d'accessibilité numérique conforme à la réglementation RGAA, avec deux chantiers prioritaires :

- Audit RGAA du site internet et plan d'actions correctives
- Intégration du dispositif Lisio pour l'adaptation aux situations de handicap et l'élargissement des langues disponibles, dont le breton

5.3. Amélioration de la lisibilité et de la visibilité des bureaux

L'office travaillera à l'amélioration des pages horaires d'ouverture, pour une meilleure lisibilité et visibilité auprès des visiteurs et une facilitation dans la gestion des ressources humaines.

5.4. Développement du réemploi documentaire

Le déploiement des boîtes à docs dans les principaux hébergements et bureaux de l'office sera poursuivi et élargi, dans une logique de circuits courts de l'information et de limitation du gaspillage d'éditions.

5.5. Amélioration des conditions de travail des équipes

L'office prévoit des investissements en matière de matériel, d'aménagement des bureaux et d'installation de la fibre, afin d'améliorer les conditions de travail des conseillers en séjour et la qualité du service rendu aux visiteurs.

5.6. Espaces boutique et vitrines

L'aménagement des espaces boutique et des vitrines sera amélioré pour accroître la visibilité et l'attractivité des produits locaux proposés, en cohérence avec la politique d'achat responsable et de valorisation de la création locale de l'office.