

RAPPORT D'ACTIVITÉ 2025

OFFICE DE TOURISME DU PAYS DES ABERS



PAYS DES ABERS

Pays des Abers



Édito

2025 restera comme une belle année pour l'Office de Tourisme du Pays des Abers. Une année record pour l'Île Vierge, portée notamment par le succès du dispositif Ambassadeurs qui a ouvert le phare à de nouveaux publics, dans de nouveaux formats. Une année où notre politique d'animations et d'événementiels s'est affirmée avec conviction — malgré les aléas météorologiques qui ont parfois contraint nos ambitions et rappelé à quel point la singularité de notre territoire est aussi sa fragilité.

2025 a été une année d'innovation. L'intérêt croissant pour les paysages sonores, concrétisé par la réalisation de parcours immersifs au Castel Ac'h et sur l'Île Vierge, illustre notre volonté d'explorer de nouvelles formes de médiation — au croisement de la nature, de la science et de la création artistique.

Notre stratégie de commercialisation porte ses fruits. En déployant notre rôle d'agence réceptive, nous avons généré plus de 170 000 euros de chiffre d'affaires pour les entreprises engagées à nos côtés — prestataires, associations, acteurs locaux qui ne jouissent pas toujours d'une grande visibilité face à la concurrence du web ou à l'absence de vitrine commerciale. Être utiles à ces acteurs, les rendre visibles et accessibles aux visiteurs : c'est une mission qui nous tient profondément à cœur.

L'accueil de l'assemblée générale de l'association Phares de France à Plouguerneau a placé notre territoire au centre de la carte du patrimoine maritime français. Notre intégration au conseil d'administration de l'association ouvre une nouvelle page : en apportant notre savoir-faire et notre enthousiasme, nous souhaitons jouer un rôle actif dans le développement et le rayonnement du patrimoine maritime, ici et bien au-delà de nos abers.

Tout cela n'aurait pas été possible sans une équipe soudée, proactive et créative, qui s'engage chaque jour avec talent et bonne humeur. Ni sans la confiance renouvelée de la Communauté de communes du Pays des Abers, que nous souhaitons remercier chaleureusement. C'est ensemble, et avec vous tous, que les Abers continuent d'écrire leur histoire.

Hervé OLDANI

Président de l'Office de
Tourisme du Pays des Abers

Arthur PÉROL

Directeur

Le rapport d'activité de l'Office de Tourisme du Pays des Abers reflète les nombreuses actions menées pour répondre aux besoins des visiteurs, des professionnels, des habitants et des associations locales, tout en contribuant au dynamisme et à la durabilité du territoire.

Les missions de l'Office de Tourisme contribuent non seulement au rayonnement de la destination, mais également à la préservation et au développement harmonieux du patrimoine, des ressources et de l'identité locale.

Sommaire

4 LE PAYS DES ABERS CHIFFRES CLÉS	6 RETOUR SUR 2025	8 L'OFFICE DE TOURISME
10 OBSERVATION TOURISTIQUE	16 DÉMARCHE QUALITÉ	18 COMMERCIALISATION ET PARTENARIAT
21 COMMUNICATION / PROMOTION	26 LES RESSOURCES	

Le Pays des Abers

13
COMMUNES

42 000
HABITANTS

271 KM²

4 PHARES
DONT 1 ÉCOGITE

2 ABERS

5 HÔTELS
97 CHAMBRES

6 CAMPINGS
610 EMPLACEMENTS

1 PORT DE
PLAISANCE (380
EMPLACEMENTS)

1 AUBERGE
COLLECTIVE

556
MEUBLÉS DE
TOURISME

33 CHAMBRES
D'HÔTES

7 700

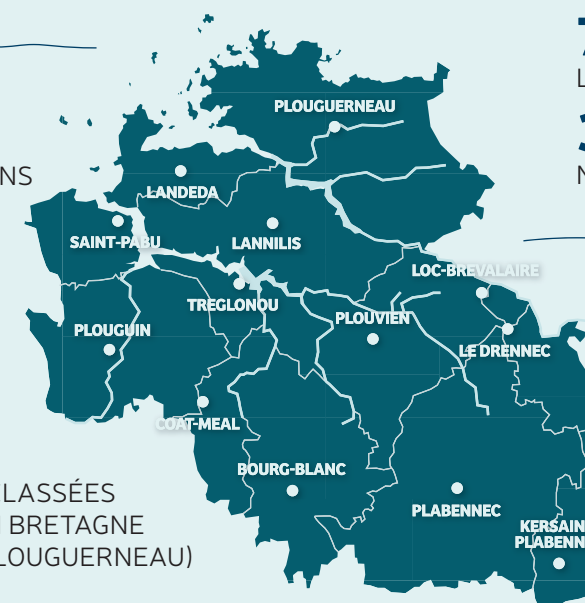
LITS TOURISTIQUES

326 000

NUITÉES TOURISTIQUES

3 BUREAUX
D'INFORMATIONS
PLOUGUERNEAU
LANNILIS
LANDÉDA
L'ABER WRAC'H

2 STATIONS CLASSÉES
ET SENSATION BRETAGNE
(LANDÉDA / PLOUGUERNEAU)



78%

DE CLIENTÈLE
FRANÇAISE

TOP 3 :
1/ BRETAGNE (HORS
FINISTÈRE),
2/ GRAND OUEST ;
3/ ILE DE FRANCE

22%

DE CLIENTÈLES
ÉTRANGÈRES

1/ ALLEMAGNE
2/ ROYAUME UNI
3/ BELGIQUE

+65 KM DE GR34

2 VÉLOROUTES
(LA LITTORALE ET LA
VÉLOROUTE DES ABERS)

+166 KM

DE SENTIERS
DE RANDONNÉES

1 PLAGE SURVEILLÉE

60 MILLIONS D'€
DE RETOMBÉES
SUR LE TERRITOIRE*

Retour sur 2025

PARTICIPATION AU SALON MAHANA À LYON

Du 14 au 16 février, Abers Tourisme a participé au salon Mahana de Lyon avec Sensation Bretagne. Ce salon grand public a permis de promouvoir le territoire auprès de visiteurs qui connaissent encore peu le Finistère nord. Les échanges ont révélé un intérêt croissant pour l'itinérance, les gîtes d'étape et les incontournables — phare de l'Île Vierge, abers, balades côtières. Une présence utile pour lever le frein de la distance auprès de clientèles qui estiment le territoire "trop loin".

CRÉATION DU SET DE TABLE PATRIMOINE

Depuis 2024, l'Office réunit les associations patrimoniales du Pays des Abers autour d'un plan d'action partagé : réseau et boîte à outils, promotion, développement. En 2025, pour répondre au besoin de visibilité du patrimoine local, un set de table a été créé à destination des hôteliers et restaurateurs, mettant en avant les sites et la programmation des associations gestionnaires d'équipement.

MARCHÉ DES ARTISANS D'ART À SAINT JAOUA

Le 29 juin, l'Office a organisé la première édition du Marché des créateurs à la chapelle Saint Jaoua à Plouvien. Vingt-deux artisans — céramistes, bijoutiers, sculpteurs, créateurs textiles — ont investi ce site patrimonial devant environ 600 visiteurs, dans une ambiance festive animée par le Bagad et le cercle de Lannilis. Les retours des exposants sont unanimement positifs, avec une forte envie de reconduire l'expérience.

ASSEMBLÉE GÉNÉRALE DE L'ASSOCIATION PHARES DE FRANCE

L'Office a accueilli à Plouguerneau l'assemblée générale de l'association Phares de France : près de 100 gestionnaires de phares, représentants de l'État et adhérents ont séjourné du 15 au 17 octobre pour découvrir les phares des Abers. L'occasion d'intégrer le conseil d'administration de l'association et le groupe de travail ERoL sur le projet d'itinéraire culturel européen du Conseil de l'Europe.

Janvier

Mars

Avril

Juin

Septembre

Octobre

Décembre

SCHÉMA D'ACCUEIL ET DE DIFFUSION DE L'INFORMATION

Initié en 2024, l'Office de tourisme a réuni à Lannilis un large panel de partenaires pour poursuivre la démarche SADI, visant à mieux connaître et comprendre la fréquentation du territoire. Ce travail vise à améliorer la qualité et l'efficacité de l'accueil et de la diffusion de l'information, pour la structure comme pour les professionnels du tourisme.

TOUR DE L'ÎLE VIERGE À LA VOILE

Le 21 juin, l'Office a coordonné la première édition du Tour de l'île Vierge en dériveurs légers, avec l'association Puffin Trek, le Centre Nautique de Plouguerneau, la SNSM et la commune de Plouguerneau. Une trentaine de bateaux ont pris le départ depuis la pointe du Castel Ac'h. À terre, artisans et acteurs locaux animaient la journée, avec le Bagad Strollad Bro Leon et le cercle de Lannilis.

MARATHON DU VERTIGE : L'ÎLE VIERGE COMME POINT DE DÉPART

Le 10 septembre, l'Île Vierge a accueilli la première étape du Marathon du Vertige, projet de Nancy Bon engagé dans la sensibilisation au cancer du sein métastatique. Deux femmes ont monté les 397 marches du plus haut phare d'Europe puis descendu en rappel ses 80 mètres — un geste fort, filmé et diffusé pour porter un message d'espoir. En accueillant cette étape, l'Office a confirmé que l'Île Vierge est bien plus qu'un site de visite : un lieu d'émotion et de rencontres singulières.

LA 383 ROSE : UNE ÉDITION ANNULÉE, UN ÉLAN INTACT

Soutenue par le Conseil Départemental dans le cadre d'Octobre Rose, la deuxième édition de la 383 devait conjuguer course contre-la-montre dans le phare et représentation du spectacle La Gardienne dans les jardins du phare de Lanvaon. La météo en a décidé autrement. Une déception réelle, d'autant que le format enrichi portait de vraies ambitions — mais l'élan est intact pour 2026.

LANCEMENT DES PARCOURS SONORES

En résidence créative en octobre, Hugo Lioret, créateur sonore et doctorant à Sorbonne Université, a mis en ligne en décembre À contre-chant, un phare : deux parcours géolocalisés accessibles via smartphone et écouteurs, entre la pointe du Kastell Ac'h et l'Île Vierge. Chant des oiseaux, souffle du vent, textures du paysage se déclenchent au fil de la marche, invitant à ralentir et à écouter autrement. Accessible gratuitement sur l'application ECHOES ou sur Bandcamp, ce projet pose les bases d'une nouvelle façon de vivre les Abers, y compris hors saison.

L'Office de tourisme

Statut et gouvernance

3 BUREAUX D'INFORMATIONS TOURISTIQUES OUVERT À L'ANNÉE

2 GESTIONS D'ÉQUIPEMENTS TOURISTIQUES SUR L'ÎLE VIERGE (GRAND-PHARE ET GÎTE PATRIMONIAL)

9 SALARIÉS TOUTE L'ANNÉE ET 5 SAISONNIERS

FORME JURIDIQUE :
EPIC – Etablissement à caractère industriel et commercial depuis 2009

TERRITOIRE DE COMPÉTENCE :
Communauté de communes du Pays des Abers

GOVERNANCE :
L'Office de tourisme est administré par un comité directeur qui se compose de :

Élus / Président
Hervé OLDANI

Élus / Vice-Président
Jean-Luc CATTIN

Élus
Roger TALARMAIN
Jacques ROUDAUT
Catherine LE ROUX
Béatrice DUPONT
Sandrine LAVIGNE
Valérie GAUTIER
Monique LOAEC
Bernard Calvarin
Anne-Thérèse ROUDAUT

Hébergement
Hubert LE CUFF
Monique LAOT

Hébergement
Vice-Présidente
Florence MORIZE

Commerçant
Isabelle IZARD
Glenn CHARRETEUR

Professionnels du loisir
Nicolas STEFANT
Gwen RENAMBOT

Association
Sylvie OGOR
Nolwenn LHOSTIS

Les missions de l'Office de tourisme

Accueil & information

Accueillir, orienter et informer les visiteurs Français et étrangers, sur l'ensemble de l'offre du territoire.

Promotion du territoire

Promouvoir la destination et valoriser l'offre touristique sur tous les canaux (Print, numérique, relations presse).

Coordination des partenaires

Fédérer et animer le réseau d'acteurs publics et privés du tourisme. Animer et soutenir les professionnels et les associations locales.

Mise en œuvre de la politique touristique

Contribuer à définir, piloter et déployer la stratégie touristique communautaire en collaboration avec les acteurs du territoire.

Gestion d'installations touristiques

Organiser, exploiter et manager les équipements de l'île Vierge.

Études & observation

Mesurer la fréquentation et produire des analyses pour guider l'action.

Animation & événements

Concevoir et organiser des animations, fêtes et manifestations culturelles.

Commercialisation

Créer et commercialiser des produits et expériences touristiques en direct ou par l'intermédiaire des acteurs locaux.

Démarche qualité et classement

S'inscrire dans une démarche visant à garantir des services irréprochables et maintenir le classement en catégorie 1 en appliquant une stratégie RSE conjointe.



L'équipe



Arthur Pérol
Direction



Valéria Arauz Molina
Île Vierge



Anne Louboutin
Adjointe de direction



Léa Cornic
Communication print et digitale, relations presse



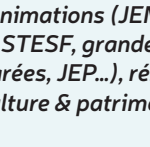
Layana Gautier
Développement de l'offre & événementiel



Pauline Abernot
Animations (JEMA, STESF, grandes marées, JEP...), réseau culture & patrimoine



Violaine Rethoré
Relations pros, Démarche Qualité, SADI



Kimberley Tréguer
Organisation des accueils, Démarche qualité et SADI.



Cathy Leroux
Référénte hébergement, réseau culture & patrimoine



Observation touristique

Bilan de la fréquentation du Pays des Abers

En 2025, le territoire comptait **640 hébergements** (+3.23%) offrant **7 865 lits**. La capacité est dominée par les **meublés de tourisme** : ils représentent environ **89,7 %** des hébergements et **39.29 %** des lits. Avec 12 hébergements référencés, les **terrains de camping** et terrains de caravanage concentrent **31 %** des lits grâce à leur grande capacité.



5 HÔTELS

556 MEUBLÉS DE TOURISME

1 PORT DE PLAISANCE

≈7900 LITS TOURISTIQUES

6 CAMPINGS

33 CHAMBRES D'HÔTES

Plusieurs HÉBERGEMENTS INSOLITES

342 000 NUITÉES MARCHANDES (+9%)

La saison de l'office de tourisme

Demandes mensuelles en 2025

Les trois bureaux d'informations touristiques (Plouguerneau, Aber Wrac'h et Lannilis) ont enregistré **18 249 demandes** en 2025.

BUREAU / MOIS	JANV.	FÉV.	MARS	AVRIL	MAI	JUIN	JUIL.	AOÛT	SEPT.	OCT.	NOV.	DÉC.	TOTAL
Plouguerneau	256	332	411	637	690	869	1 624	2 014	1 042	486	316	282	8 959
Aber-Wrac'h	27	52	39	227	481	695	1 754	1 768	491	221	51	56	5 862
Lannilis	112	128	116	234	273	244	675	880	271	196	176	123	3 428
Total bureaux	395	512	566	1 098	1 444	1 808	4 053	4 662	1 804	903	543	461	18 249

Nombre de demandes mensuelles dans les bureaux d'informations touristiques (2025).



Typologie des visiteurs (BIT)

Sur les demandes géolocalisées dans tourinsoft, les visiteurs français représentent 89 % des solliciteurs en bureau en 2025, contre 82 % en 2024.

Parmi les Français :

- La Bretagne domine très largement avec **53 %** des demandes françaises géolocalisées – un chiffre nettement supérieur à 2024 (33 %), qui s'explique en partie par le poids des résidents locaux et des excursionnistes finistériens, qui représentent à eux seuls **38 %** des demandes françaises.
- Viennent ensuite les Pays de la Loire (9,4 %), l'Île-de-France (8,1 %) et Auvergne-Rhône-Alpes (6,6 %).

Du côté des visiteurs étrangers (11 % des demandes géolocalisées) :

- L'Allemagne reste la première clientèle internationale avec **4,6 %** du total, suivie de la Belgique (2,0 %), du Royaume-Uni (1,8 %) et de la Suisse (0,8 %). L'Italie progresse et s'installe à 0,7 %. Cette répartition confirme le profil européen et majoritairement germanophone et francophone de la clientèle internationale des Abers, avec une légère montée en puissance des nationalités d'Europe du Nord.

Typologie des demandes

La répartition des demandes confirme en 2025 le rôle fondamental des bureaux comme lieux de conseil et d'inspiration. Sur l'ensemble des thématiques renseignées, 93 % des sollicitations portent sur l'offre de loisirs et d'activités, contre 7 % seulement sur l'hébergement (Idem 2024).

L'offre de loisirs : quatre thèmes dominant

Au sein des demandes loisirs, quatre grandes thématiques se détachent avec un poids comparable, formant le cœur des attentes des visiteurs en bureau :

- Le patrimoine culturel (19 %),
- Les fêtes, spectacles et manifestations (19 %)
- Les croisières et visites des îles (18 %)
- Les balades et la randonnée pédestre (16 %).

Viennent ensuite le patrimoine naturel (11 %), le vélo (5 %), les activités nautiques (3 %) et les visites guidées (3 %).

L'hébergement : l'insolite et l'authentique en tête

Les 7 % de demandes portant sur l'hébergement révèlent des attentes qualitatives marquées. Trois catégories totalisent à elles seules 58 % des demandes hébergement, signalant une clientèle en quête d'expériences authentiques et différenciantes plutôt que d'hébergements standardisés :

- Les meublés et gîtes (21 %),
- L'hébergement insolite (19 %)
- Les chambres d'hôtes (18 %).

L'hôtellerie de plein air (13 %) et le camping-car (11 %) complètent le tableau, confirmant la place importante de l'itinérance et du séjour en nature sur le territoire avec une recherche d'hébergement pour le jour ou le lendemain.

Zoom sur abers-tourisme.com

Avec **304 294 visites** enregistrées en 2025, le site confirme son rôle de premier point de contact numérique avec le territoire.

La France représente **91 %** des visites. Parmi les régions françaises géolocalisées, la Bretagne domine avec **39 %** des visites, suivie de l'Île-de-France (26 %) et des Pays de la Loire (14 %). La forte présence francilienne — un visiteur sur quatre — illustre le potentiel du site comme outil de préparation de séjour auprès de clientèles lointaines, qui se renseignent en ligne bien avant de pousser la porte d'un bureau. Auvergne-Rhône-Alpes complète le top 4 avec 8 % des visites françaises géolocalisées.

Du côté des visiteurs étrangers (**9 %** du total), l'Allemagne est la première nationalité avec **3,2 %** des visites, loin devant la Belgique (1,4 %), la Suisse (1,0 %) et le Royaume-Uni (0,5 %).



Le Phare de l'Île Vierge

15 815
VISITEURS (+8%)

113 JOURS
D'OUVERTURE
(-15%)

33 JOURS
D'ANNULATION
(+35%)

204
PERSONNES
À LA GRANDE
MARÉE

**JOURNÉES
EUROPÉENNES
DU PATRIMOINE**
ANNULÉES
CAUSE MÉTÉO

LA 383 ROSE
ANNULÉE
CAUSE MÉTÉO

60
PERSONNES
AU SPECTACLE
LES PASSAGERS
DU PHARE
(1 DATE)

Nouveautés

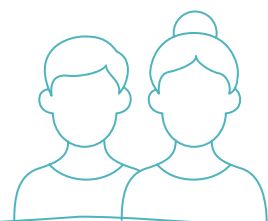
- *Mise en place de la démarche "Ambassadeur" (Cf.zoom)*
- *Développement des visites thématiques dans le parcours classique : énergies renouvelables, vie des gardiens de phare*

L'écogîte de l'Île Vierge

89 SÉJOURS RÉALISÉS (-18%)

La planification des travaux initialement prévue pour le dernier trimestre 2025 a retardé la mise en ligne des séjours sur l'automne/hiver à la suite de leur report. Aussi, avec une mise en ligne en juin, il a été difficile de rattraper le retard sur les réservations pour un gîte favorisant les regroupements familiaux et/ou amicaux qui nécessite plus de planification.





Les profils de clientèles

Basés sur l'analyse de la billetterie en ligne welogin pour l'année 2025 (environ 8500 billets vendus en ligne)

La plateforme Welogin centralise l'ensemble de la billetterie commercialisée par Abers Tourisme pour son propre compte et pour celui de ses partenaires. En 2025, elle a traité 24 501 billets pour un chiffre d'affaires d'environ 310 000 €, répartis entre la billetterie OTPA et les offres des partenaires tiers.

La billetterie du grand phare représente plus de 15 500 billets (hors ambassadeurs et balades avec escale). Le Bac an Treizh compte 1 072 billets. Au total, les produits opérés directement par l'office totalisent près de 68 % du volume. Les partenaires tiers : 7 765 billets.

La clientèle est à **89 % française**. Parmi les étrangers (11 %), l'Allemagne est le premier marché avec **4,6 % des billets**. La Suisse et la Belgique se partagent la deuxième place (1,8 % chacune), devant l'Italie (0,6 %), le Royaume-Uni (0,5 %) et les Pays-Bas (0,4 %).

Zoom sur le dispositif Ambassadeurs de l'Île Vierge



Expérimenté pour la première fois en 2025, le dispositif Ambassadeurs de l'Île Vierge est né d'une réflexion engagée avec le Conservatoire du Littoral pour renforcer l'accessibilité au phare tout en soutenant les opérateurs nautiques du territoire. L'idée : permettre à des professionnels partenaires, dûment formés et habilités, d'effectuer eux-mêmes les visites du grand phare en dehors des horaires d'ouverture classiques, grâce à un système de boîte à clé numérique avec codes à usage unique.

Le cadre retenu est volontairement exigeant : groupes limités à 19 personnes, prestataires basés sur le Pays des Abers, ouverts au moins 7 mois par an, partenaires de l'Office de tourisme et commercialisant leurs offres via la solution Welogin. La formation à la visite et l'encadrement des premières sorties ont été assurés directement par l'équipe de l'Office.

Au terme de cette première saison expérimentale, quatre ambassadeurs ont été habilités. Ce sont ainsi 816 personnes qui ont pu visiter le phare hors des créneaux habituels, dans le cadre de sorties encadrées combinant montée du phare et mobilité douce. Le dispositif a permis de fluidifier l'exploitation du site, de diversifier l'offre proposée par les opérateurs et de renforcer le lien entre la pratique nautique et la découverte du patrimoine maritime des Abers.

Satisfaction visiteurs — Résultats du questionnaire

Critère évalué	Très satisfaisant / Excellent	Satisfaisant / Bon	Insuffisant
Qualité des explications de l'ambassadeur	97,5 %	2,5 %	0 %
Clarté des réponses aux questions	100 %	0 %	0 %
Intérêt et adaptation des informations	100 %	0 %	0 %
Accueil et professionnalisme	95 %	5 %	0 %
Facilité de réservation et d'accès	90 %	10 %	0 %
Matériel et installations	100 %	0 %	0 %
Sécurité et consignes	100 %	0 %	0 %
Durée de la visite	75 % (appropriée)	20 % (trop courte)	0 %

Note moyenne globale : **9.6/10** (sur 40 répondants)

Parole aux visiteurs

“Merveilleuse balade, Hervé et Thierry sont très très sympas et accueillants !”

“Très bon encadrement. Explications et visite bien menées. Guide très professionnel et sympathique. Rien à améliorer.”

“Les commentaires du guide étaient riches en informations et en humour. Nous sommes partis avec le sourire aux lèvres et une grande satisfaction.”

“Au top, très intéressant et magnifique. Merci Jérôme !”

“Le SMS reçu 2h avant le départ avec un lien GPS pour l'embarcadere est un petit plus très sympa.”



Démarche qualité

Classé en 1^{re} catégorie depuis 2014 et titulaire, depuis la même année, de la Marque Qualité Tourisme, l'Office de Tourisme du Pays des Abers inscrit la qualité au cœur de son identité. Ce double repère national nous engage au quotidien : accueil et informations fiables, médiation soignée sur l'Île Vierge, commercialisation maîtrisée, délais tenus, réponses personnalisées. Nous pilotons une amélioration continue fondée sur des standards contrôlés (audits, auto-évaluations), l'écoute active des visiteurs, le suivi des réclamations et la formation des équipes. L'objectif est clair : garantir une expérience fluide, chaleureuse et sûre, en saison comme hors saison, sur site comme en ligne. Plus qu'un label, la qualité est notre ADN et la boussole de nos choix opérationnels et budgétaires.

Note google

PHARE DE
L'ILE VIERGE
4.7/5
(780 AVIS)

ÉCOGITE DE
L'ILE VIERGE
5/5
(7 AVIS)

OFFICE DE TOURISME
4,3 À 4.9 / 5
SELON LES BIT (164 AVIS)

Vers la destination d'excellence

Abers Tourisme s'est inscrit en 2025 dans la transition vers le nouveau label national Destination d'Excellence, lancé en mai 2024 pour remplacer progressivement la marque Qualité Tourisme, qui disparaîtra définitivement au 31 décembre 2026. Pour un office de tourisme de catégorie I comme Abers Tourisme, cette évolution est la suite naturelle d'une décennie d'amélioration continue.

Ce nouveau label renforce en particulier le niveau d'exigence en matière d'écoresponsabilité, en y ajoutant un pilier RSE structurant aux côtés du pilier qualité d'accueil et de services. Les nouveaux critères écoresponsables portent notamment sur les mobilités durables, la sobriété numérique et énergétique, la consommation d'eau et la gestion des déchets.

L'année 2025 a constitué une phase de préparation : travaux internes avec la référente Qualité, état des lieux des pratiques au regard du nouveau référentiel, et identification des axes de progrès à engager. L'objectif est de se présenter à l'audit Destination d'Excellence courant 2026. Cette démarche s'inscrit pleinement dans la stratégie de l'office, qui s'est engagé ces dernières années sur des actions concrètes en matière de tourisme responsable : déploiement des "Boîtes à docs" pour réduire les volumes d'impression, valorisation des mobilités douces via le Bac an Treizh, formation et soutien aux acteurs engagés dans des démarches environnementales, et développement d'une offre accessible à tous.

Renouvellement de la station classée de Plouguerneau

En parallèle de sa propre démarche qualité, Abers Tourisme a accompagné en 2025 la commune de Plouguerneau dans la constitution de son dossier de renouvellement de classement en station de tourisme. Ce classement, attribué pour une durée de douze ans, constitue une reconnaissance forte de la politique d'accueil et de développement touristique de la commune. Le nouvel arrêté de juin 2023 a renforcé les critères liés au développement durable — mobilités douces, sobriété énergétique, préservation du patrimoine naturel et valorisation des circuits courts — qui figurent désormais parmi les exigences à satisfaire. Un office de tourisme classé en catégorie I, condition nécessaire au maintien du classement communal, est indispensable à l'instruction du dossier. L'accompagnement d'Abers Tourisme dans cette démarche illustre son rôle de soutien aux collectivités du territoire.



Commercialisation et partenariat

Le partenariat de l'Office de tourisme

236
PARTENAIRES
RECENSÉS

97
HÉBERGEMENTS
(GÎTES, MEUBLÉS,
CHAMBRES D'HÔTES,
ETC.)

138 AUTRES
PARTENAIRES (COMMERCE,
RESTAURATEURS, PRESTATAIRES
D'ACTIVITÉS, ASSOCIATIONS, ETC.)

HÉBERGEMENTS

62
LOCATIONS
SAISONNIÈRES
(DONT 19 NON
CLASSÉES)

• Forte densité autour
de Plouguerneau,
Landéda et Lannilis,
sur la frange littorale
et le GR34

20 CHAMBRES
D'HÔTES (DONT 13
NON CLASSÉES)

• Offre plus diffuse
mais bien implantée
(Saint-Pabu, Landéda,
Plouguerneau,
Lannilis)

4 HÔTELS
RECENSÉS + 1 HORS
PÉRIMÈTRE DE
L'EPCI

• Offre allant de
l'hôtel simple à
l'établissement haut
de gamme avec spa,
piscine, hammam

6 CAMPINGS,
TOUS LITTORAUX

• Principalement
littoraux, tous axés
sur le proche accès
mer / GR34 avec
un positionnement
familial et nature

4 VILLAGES
DE VACANCES /
CENTRES

• Centre Marthe
Omont, Manoir
de Trouzilit, Les
pingouins du phare,
Résidence Nodeven.

ÉCOGÎTES ET
HÉBERGEMENTS
INSOLITES

• Norzh écogîte
et gîte d'étape,
Dômes du Ponant
(Plouguerneau), Tiny
houses (Domaine de
Pellán, Bourg-Blanc).

SOUTIEN AU MONDE ASSOCIATIF

L'office de tourisme met en place un partenariat non commercial avec les associations culturelles et patrimoniales locales qui sont d'intérêt culturel et touristique.

AUTRES PARTENAIRES

40
COMMERCE
ET SERVICES
29 %

24
BARS /
RESTAURANTS
18 %

20
NAUTISME
15 %

18
LOISIRS
FAMILLE
13 %

14
SAVOIR-
FAIRE ET
GASTRONOMIE
10 %

9
ARTISANS
D'ART
7 %

8
LOISIRS
CULTURELS
4 %

5
TRANSPORT
4 %

Forte présence du nautisme (20 partenaires), correspondant à l'identité maritime et sécurisée des Abers.

La gastronomie et les savoir-faire locaux confirment une identité forte en matière de terroir et gastronomie.

Les commerces et services (40) montrent que le partenariat ne se limite pas au secteur touristique "classique", mais s'ouvre à l'économie locale.

WeLogin, un outil partagé pour une ambition commune

we'

28 200

CLICS VERS LA BILLETTERIE
EN LIGNE D'ABERS TOURISME
EN 2025 (18 350 EN 2024)

En 2025, l'Office de Tourisme a soutenu le développement de sa plateforme **WeLogin** auprès des partenaires du territoire. Cet outil permet aux associations, sites touristiques et prestataires locaux de **commercialiser directement leurs événements, visites et expériences touristiques** dans l'agenda de destination.

Concrètement, cette ouverture favorise :

- **Un partage des calendriers** entre l'Office de tourisme et les partenaires, garantissant une meilleure lisibilité des offres.
- **Une gestion des stocks de places en temps réel**, évitant les doublons et améliorant la fluidité des réservations.
- **Une expérience simplifiée pour le visiteur**, qui peut réserver en ligne, dans les bureaux d'accueil ou via les partenaires, avec la même interface.

L'office de tourisme a comptabilisé 36 fournisseurs en 2025 (+140% par rapport à 2023) générant plus de 170 000 € de chiffre d'affaires et positionnant les bureaux et le site internet comme une véritable agence réceptive auprès des visiteurs tout en répondant à un besoin de service et de visibilité auprès des opérateurs locaux. Ce modèle contribue activement à renforcer l'attractivité du territoire avec une offre hétérogène du printemps à l'automne.

Animation du réseau des partenaires

En 2025, l'Office de tourisme a structuré sa politique d'animations des pros autour de deux piliers : former et mettre en scène le territoire.

Côté formation

- Tissage, Plouguerneau Atelier socio/hébergeurs
- Atelier Pro SADI, Lannilis
- Formation accueil "Du statut d'agent d'accueil à celui de conseiller en séjour", avec la mairie de Plouguerneau
- Natura 2000 Sortie Ornithologique, CVL
- Formation accueil "Devenir un expert du Pays des Abers" pour les saisonniers des entreprises partenaires
- Atelier Accueil Itinérance Vélo
- Éductour Île Cézou
- Formation accueil «Devenir un expert du Pays des Abers» pour les saisonniers, Espace coworking à Landéda

Côté animations

- Coordination des temps forts fédérateurs (en direct ou en appui) : L'Assemblée générale de Phares de France, Le tour de l'île Vierge à la voile, La 383 rose, Marché des créateurs, La confrérie de la poêlée des pêcheurs des Abers, programmes communs pour les grandes marées (3 dates)...
- Coordination de la semaine du Tourisme Économique et des Savoir-Faire (OTB) en partenariat avec l'Office de tourisme de la Côte des Légendes
- Participation et présence au Tro Bro Léon

Réseaux

Afin de renforcer la notoriété et la lisibilité de l'offre des Abers, l'office de tourisme mène une action engagée auprès des différents partenaires : Brest Terres Océanes, Tout Commence en Finistère, Comité Régional du Tourisme, et Sensations Bretagne (pour les deux stations classées de Landéda et Plouguerneau)

Avec Brest terres océanes

- Pass Pro BTO. L'Office a pris en charge l'intégration de plusieurs sites et équipements associatifs (Fort Cézou, Maison des Abers, Iliz Coz, Musée des Goémoniers) pour soutenir leur promotion auprès des prescripteurs locaux. Le Pass est remis gratuitement aux hébergeurs du réseau pour faciliter la prescription.
- Cartes touristiques. Diffusion des cartes de destination : carte touristique FR (24 000 ex.) et carte bilingue anglais/allemand (5 000 ex.), en synergie avec la collection print de l'OT.
- Accueil des relations presse. (en lien avec le CRT)
- Participation au groupe de travail en vue de l'étude pour le jalonnement de la Route des Phares.

Avec Sensation Bretagne

- Accueil des relations presse.
- Reportage photos dans les stations du réseau
- Promotion du festival place aux mômes en lien avec les communes
- Participation au salon des vacances à Bruxelles
- Participation au Magazine Sensation Bretagne

Avec Tout commence en Finistère

- Mise en avant du phare de l'île Vierge dans les éditions Lumières d'Hiver
- Relecture et référencement des points d'intérêt sur les éditions cartographie

Communication Promotion

Les éditions de l'Office de tourisme

OBJECTIF

Outils la prescription sur le terrain et en ligne, avec une collection claire, homogène et accessible, au service de l'image "Les Abers, de l'archipel à la rivière".

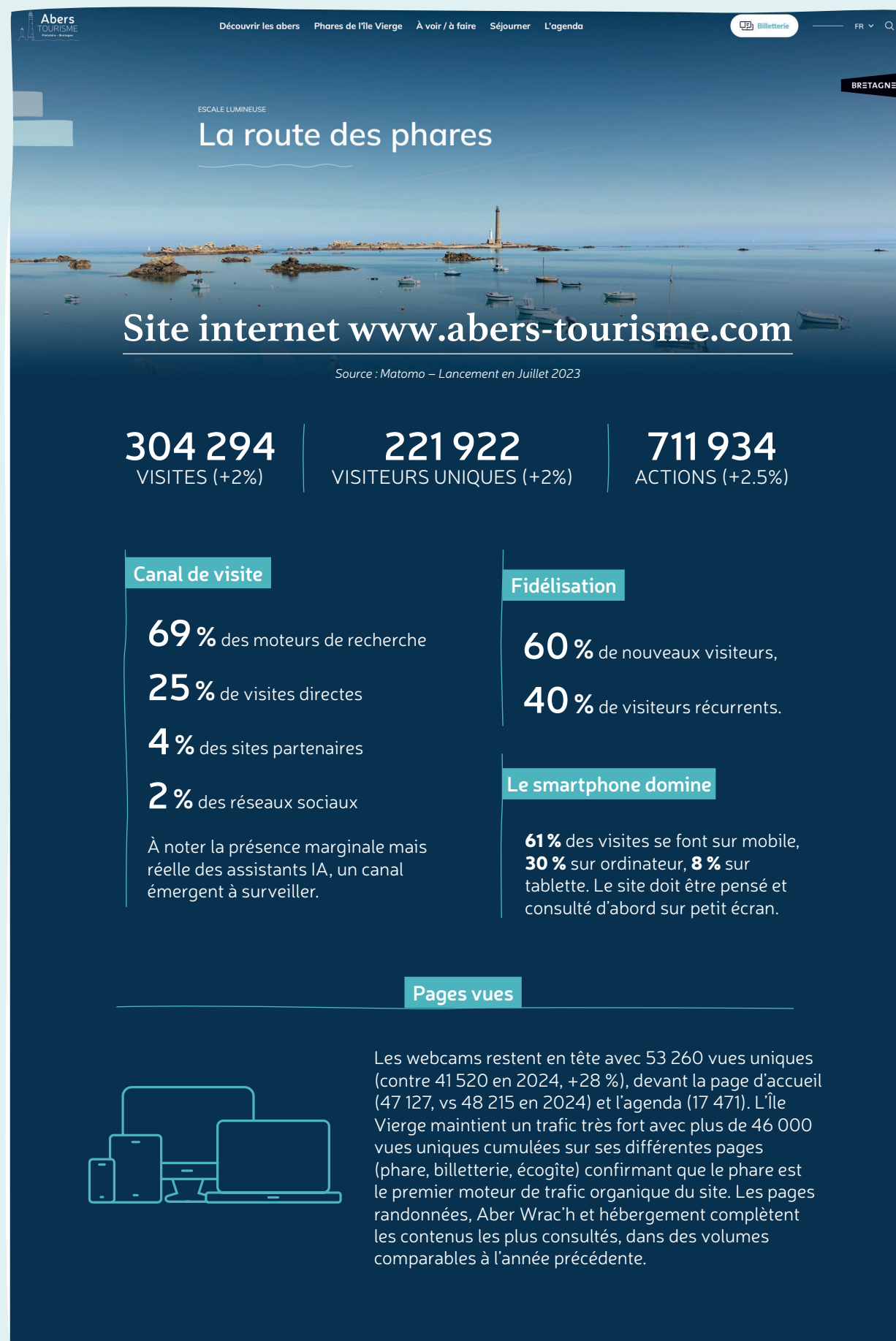
Ce qui est paru en 2025 :

- L'Office a mené à terme l'ensemble des projets d'édition prévus : Carte touristique, Carnet d'adresses, Magazine Awen (Réimpression), Flyer Île Vierge.
- Nouveautés :
 - Le set de table patrimoine pour donner de la visibilité aux sites et équipements touristiques du Pays des Abers en lien avec les associations.
 - Le sous main pleine nature pour accroître la visibilité des balades pédestres et à vélo.

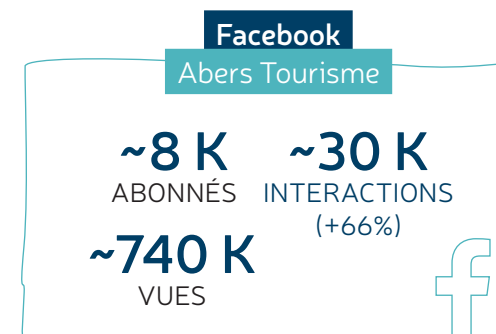
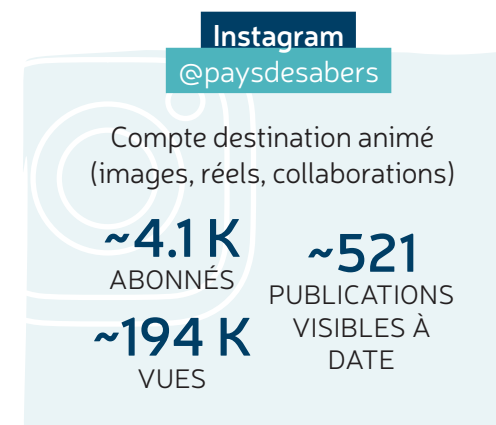
DIFFUSION

- Supports disponibles dans les trois OT (Lannilis, Plouguerneau, Landéda), chez les partenaires et dans les Offices de tourisme de la destination.





Les réseaux sociaux



Lignes éditoriales 2025

Patrimoine & phares / Île Vierge : mise en avant régulière (photos, vidéos, témoignages) ; ex. publications vidéo et Reels sur le phare et les panoramas. (Facebook, Instagram)

Mer & savoir-faire : huîtres des Abers, nautisme, GR34, paysages "golden hour".

Contenus émotions (paysages, mer, patrimoine) renvoyant **au site de destination** et aux infos pratiques.

Usage des **Reels** pour élargir la portée ; renvoi systématique au **site** pour concrétiser l'intention de visite.

Les relations presse

VUE D'ENSEMBLE

TYPE DE MÉDIA	EXEMPLE DE SUPPORTS	VOLUME APPROXIMATIF
PRESSE	<i>Le Télégramme, Ouest France, Biba, Camping-car Magazine, Rando Balades, Marie-France, Prima (x3), Resto, Le Monde du Camping-car, Maison & Jardin, Échappées Belles, Idéal Tricot, JDD, Télé 7j, Bretagne Magazine, Magazine Géo, Le JDMAG, Arts & Décoration, Le Parisien Week-end, Baby & Cie, Camping des Abers</i>	≈ 30 parutions
RADIO	<i>Ici par France Bleu Breizh Izel, Océane Radio (groupe OF), RTL, RCF</i>	≈ 4 chroniques
PRESSE EN LIGNE	<i>Seniorvoyageurs.com, Envie d'ailleurs magazine, L'essentiel de l'éco, Camping France</i>	≈ 4 articles
MÉDIAS & BLOGS EN LIGNE	<i>Rennes Info Autrement, Les Hardis, Carnet d'escapade</i>	≈ 3 publications

RÉPARTITION PAR PRESCRIPTEUR

PRESCRIPTEUR	NB	THÉMATIQUES PRINCIPALES
SENSATION BRETAGNE (SB)	14	Écogîte, SPLUJ, gastronomie, phares, patrimoine
BREST TERRES OCÉANES (BTO)	10	Route des phares, Île Vierge, GR34, accueils presse
OFFICE DE TOURISME (OT – ACTION DIRECTE)	8	Écogîte, Aber Wrac’h Odyssée, Île Vierge, phares, Bretagne Magazine
TOUT COMMENCE EN FINISTÈRE / BTO (TCF)	5	Phare, gastronomie, arts&déco, patrimoine
SPONTANÉ (NON PRESCRIT)	5	Véloroute, SPLUJ, Camping des Abers, actualité locale

ANALYSE THÉMATIQUE DES RETOMBÉES

L’Île Vierge

Sujet dominant

L’Île Vierge concentre la grande majorité des retombées 2025, sous des angles variés : Deux retombées méritent d’être soulignées. Le Magazine Géo (juillet 2025) a consacré un reportage de plusieurs pages au phare de l’Île Vierge, avec paysage et nature en fil conducteur — une publication à fort tirage qui représente une visibilité nationale exceptionnelle, obtenue de manière quasi spontanée suite à une sollicitation de la journaliste. Le Journal du Dimanche (JDD) a également publié un article dédié au phare en mars 2025.

Le SPLUJ

Une présence médiatique originale

Le sous-marin SPLUJ a généré à lui seul plusieurs retombées dans des médias variés, via le réseau Sensation Bretagne : Marie-France Magazine, Échappées Belles, Idéal Tricot, L’essentiel de l’éco, Télé 7 jours et RTL. Cette diversité de supports — de la radio nationale à la presse féminine — confirme le potentiel d’originalité des activités insolites comme vecteur de notoriété pour le territoire.

Gastronomie

et savoir faire

Plusieurs retombées ont mis en avant le patrimoine culinaire et les producteurs locaux. France Haliotis a été mentionné dans Resto Magazine (via SB) et dans Le Monde du Camping-car. Les huîtres et les algues, ainsi que l’Écomusée des Goémoniers, ont été relayés dans la presse camping-car (BTO). Bretagne Magazine a consacré un dossier au territoire mêlant paysage, gastronomie et Maison des Abers.

Action directe de l’office

- En parallèle des réseaux partenaires, l’office a engagé plusieurs actions directes qui ont généré des retombées concrètes :
- La conférence de presse des ambassadeurs nautiques a été relayée par Ouest France (Aber Wrac’h Odyssée, mai 2025).
 - Les échanges directs avec les journalistes d’Ouest France ont donné lieu à une série d’articles estivaux sur les phares des Abers, le bilan de saison et l’île Wrac’h.
 - L’accueil de la journaliste de RCF Finistère en août a abouti à un reportage sonore sur le phare de l’Île Vierge.
 - Bretagne Magazine a publié un dossier complet suite aux échanges de l’office avec la rédaction en 2024.

Mobilités douces et itinérances

La véloroute des Abers a fait l’objet d’un article Ouest France en août, et la route des phares a été relayée dans plusieurs supports spécialisés (Rando Balades, Le JDMAG, Camping France). Le partenariat BTO sur le GR34 a également donné lieu à un publiédactionnel dans Rando Balades n°184, accompagné d’une page publicitaire sur la Route des Phares.

Reportage photo

Avec Sensation Bretagne

Reportage photo conduit par le photographe Jérémy Jéhanin sur les stations de Landéda et Plouguerneau. Il a permis de valoriser la diversité des atouts locaux : le terroir et l’artisanat d’art, les bureaux d’accueil de l’Office de Tourisme, ainsi que les paysages littoraux emblématiques.

Participation au salon de Mahana à Lyon

(Cf. retour sur 2025 p. 6)

Webcams

En 2025, les trois webcams positionnées à la **pointe du Castel Ac’h**, au **Sémaphore de l’Aber Wrac’h** et au **port du Vilh** ont totalisé plus de 53 000 connexions. Ces vues en temps réel donnent à voir les Abers au quotidien, inspirent la préparation de séjour et facilitent les décisions de sortie (météo, marées, état de la mer). Elles valorisent les paysages et les temps forts du territoire (animations, grandes marées), tout en prolongeant l’expérience des visiteurs et des habitants à distance. Outil simple et efficace, ce dispositif renforce la visibilité en ligne de la destination et soutient la prescription des conseillers en séjour et des partenaires. Les webcams sont également accessibles depuis le site Internet de Sensation Bretagne.



Les ressources

La Boutique



En 2025, l'office a poursuivi le développement de sa boutique en élargissant sa gamme – 118 références proposées contre 101 en 2024 – et en renforçant les produits identitaires autour de la marque Île Vierge et des savoir-faire locaux.

TOP 5 DES VENTES

*Randofiches
Monnaie de Paris
Timbres Ile Vierge
Carte postale
Affiche Eor Glaz*

TOP 5 DES MARGES

*Livre L'Île Vierge
E.Lepage
Puzzle 500 pièces
Île Vierge
Torchon (nouveau)
Monnaie de Paris
Magnet Île Vierge*

8 151 OBJETS VENDUS
DANS LES 4 BOUTIQUES DE L'OFFICE
DE TOURISME À LANNILIS, LANDÉDA,
PLOUGUERNEAU ET SUR L'ÎLE VIERGE

30 957€
DE CHIFFRE
D'AFFAIRES HT
(+11%)

8 400€
DE MARGE
(TAUX DE
MARGE 32 %)

La billetterie et les séjours

L'ÎLE VIERGE

115 500 €

• Développement de
la fréquentation et
de nouvelles offres :
événementiels, activités

L'ÉCOGITE DE L'ÎLE VIERGE

68 782 € (-18%)

• Difficulté météo et taux
de réservation automne/
hiver 2025

ACTIVITÉS (HORS ÎLE VIERGE)

9 533

BILLETS VENDUS
(+38%)

CANAL DE VENTE

• Bureaux : 65 %
• Web : 35 %

172 000 €

CHIFFRES
D'AFFAIRES
GÉNÉRÉ AVEC
WELOGIN

TOP 5 DES BILLETTERIES EN CHIFFRE D'AFFAIRES :

• Aber Wrac'h Odyssée
• Vedettes des Abers
• Glaz Evasion
• Festival Pastel en Abers
• Centre de voile de l'Aber
Wrac'h

Le service billetterie et boutique est fortement apprécié par les visiteurs, autant locaux que touristes, renforçant la place de l'Office de tourisme comme un point d'accueil central sur le territoire au service des acteurs locaux (associations, entreprises, collectivités).

Les résultats sont à la fois positifs et réjouissants mais également supérieurs à l'année 2024.

Le partenariat

Réseau dense et diversifié :
Environ 235 partenaires
couvrant hébergements,
activités, culture,
restauration et services.

32 223 €

La subvention et la taxe de séjour

LA SUBVENTION
234 000 € (-16%)

LA TAXE DE SÉJOUR
315 500 € (+13,81%)



OFFICE DE TOURISME DU
PAYS DES ABERS

office@abers-tourisme.com

02 98 04 05 43

www.abers-tourisme.com



Bureaux d'informations touristiques

LANNILIS

1 rue Jean Tromelin
+33 (0)2 98 04 05 43

PLOUGUERNEAU

6 place de l'Europe
+33 (0)2 98 04 70 93

LANDÉDA

Port de l'Aber Wrac'h
+33 0(2) 98 36 89 39

