

# **PAYS DES ABERS RAPPORT D'ACTIVITES 2020**



**OFFICE DE TOURISME DU PAYS DES ABERS  
[WWW.ABERS-TOURISME.COM](http://WWW.ABERS-TOURISME.COM)**

## SOMMAIRE

### 1) Fonctionnement interne

- 1.1 Le Comité Directeur
- 1.2 Déroulement des comités directeurs
- 1.3 Le personnel
  - 1.3.1 Tableau des effectifs et organigramme du personnel
  - 1.3.2 Formation du personnel permanent
  - 1.3.3 Analytique du temps de travail
- 1.4 Marque Qualité Tourisme

### 2) Actions 2020 :

- 2.1 La politique stratégique de l'Office de Tourisme
  - 2.1.1 Plan prévisionnel d'actions
  - 2.1.2 Bilan du plan d'actions
- 2.2 Promotion touristique
  - 2.2.1 Plan de promotion/communication 2020
  - 2.2.2 Bilan du plan de promotion/communication 2020
  - 2.2.3 Les contacts presse
- 2.3 Les partenaires du développement touristique
  - 2.3.1 La Communauté de Communes
  - 2.3.2 Brest Terres Océanes

### 3) Bilan touristique :

- 3.1 Accueil numérique
- 3.2 Bilan de la fréquentation touristique estivale
  - 3.2.1 Nature des demandes
  - 3.2.2 Bilan de fréquentation Phare de l'Île Vierge
  - 3.2.3 Echos des professionnels du tourisme

### 4) Bilan financier 2020 :

- 4.1 Budget Primitif
- 4.2 Compte Administratif
  - 4.2.1 Recettes de fonctionnement
    - 4.2.1.1 Tarifs
    - 4.2.1.2 Ventes
    - 4.2.1.3 Evolution 2019-2020
  - 4.2.2 Dépenses de fonctionnement
  - 4.2.3 Bilan financier de l'équipement du phare de l'île Vierge
  - 4.2.4 Section d'investissement

## 1. Fonctionnement interne :

1.1 Le Comité Directeur : Le Comité Directeur a achevé son mandat simultanément aux élections municipales des 15 mars et 28 juin 2020. Cependant en raison de l'épidémie de COVID-19 et des confinements successifs, seulement quatre comités directeurs ont pu se dérouler durant l'année 2020.

Voici la composition du nouveau Comité directeur

Monsieur	TREGUER	Jean -François	CCPA
Madame	BOULANGER	Myriam	PLOUVIEN
Madame	BRAMOULLE	Caroline	PLOUGUERNEAU
Monsieur	CATTIN	Jean-Luc	LANDEDA
Madame	DUPONT	Béatrice	BOURG BLANC
Madame	GAUTIER	Valérie	PLOUVIEN
Monsieur	CALVARIN	Bernard	SAINT PABU
Madame	IZARD	Isabelle	LANNILIS
Monsieur	JUMELLE	Jean Jacques	PLOUGUERNEAU
Madame	LAOT	Monique	SAINT PABU
Madame	LAVIGNE	Sandrine	LANNILIS
Monsieur	LE CUFF	Hubert	LANDEDA
Madame	LE DEUN	Frederig	LANDEDA
Madame	LE ROUX	Catherine	PLOUGUERNEAU
Monsieur	LOAEC	Monique	LE DRENNEC
Madame	MORIZE	Florence	LANDEDA
Madame	OGOR	Sylvie	PLABENNEC
Monsieur	OLDANI	Hervé	PLOUVIEN
Monsieur	RENAMBOT	Gwen	PLOUGUERNEAU
Madame	ROUDAUT	Anne-Thérèse	PLABENNEC
Monsieur	ROUDAUT	Jacques	LOC BREVALAIRE
Monsieur	TALARMAIN	Roger	PLOUGUIN

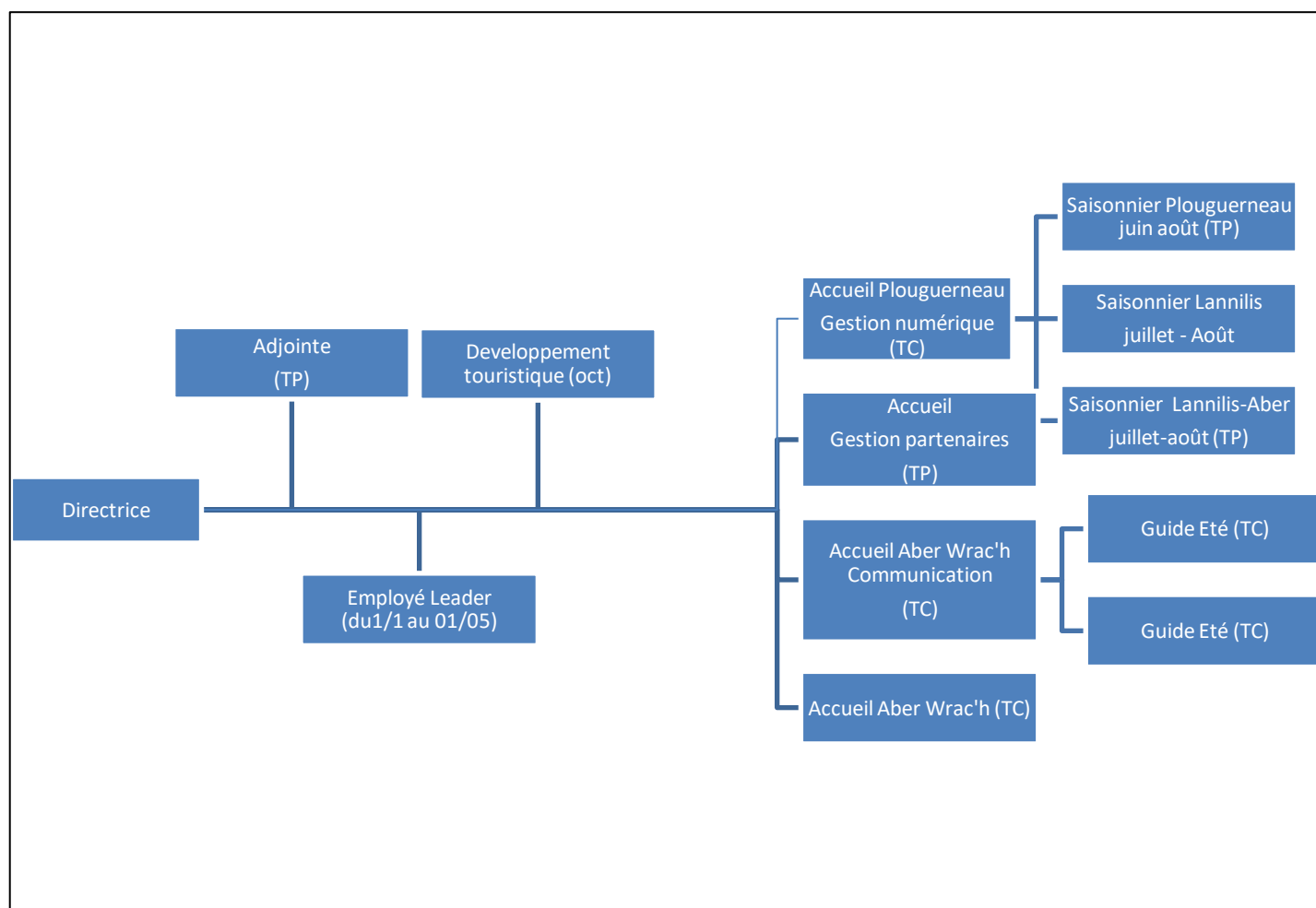
## 1.2 Déroulement des Comités Directeurs

Date	5 février	19 février	16 septembre	28 octobre 3 novembre
<b>Ordre du jour</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Adoption du Procès-verbal du Comité directeur du 20/11/2019</li> <li>• Adoption du Compte administratif et du compte de gestion 2019</li> <li>• Débat d'Orientations Budgétaires</li> <li>• Autres délibérations</li> <li>• Questions diverses</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Adoption du Procès-verbal du Comité directeur du 5/02/2020</li> <li>• Bilan de la politique de communication</li> <li>• Adoption du BP 2020</li> <li>• Délibérations</li> <li>• Questions diverses</li> <li>• Rappel de la procédure de renouvellement des membres socio-professionnels 2020 – 2026</li> <li>• Calendrier prévisionnel 2020</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Installation du nouveau comité directeur</li> <li>• Election du Président et des vice-présidents</li> <li>• Composition des commissions</li> <li>• Délibérations</li> <li>• Questions diverses</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Adoption du procès-verbal du comité directeur du 16/09/2020</li> <li>• Bilan de saison 2020</li> <li>• Tarifs prestataires 2021</li> <li>• Décision modificative de crédits n°1</li> <li>• Questions diverses</li> </ul>
<b>Délibérations</b>	<p><b>01-ot-050220 :</b> Adoption du CA2019</p> <p><b>02 - ot - 050220 :</b> Affectation durésultat 2019</p> <p><b>03 - ot - 050220 :</b> Avenant à l'acte constitutif d'une régie d'avances et de recettes - Ile Vierge</p> <p><b>04-ot-050220</b> Avenant à l'acte constitutif d'une régie d'avances et de recettes Leader</p> <p><b>05-ot-050220 -</b> Adhésion au service du Délégué à la Protection des données du Centre de gestion du Finistère</p>	<p><b>01-ot-190220 :</b> Adoption du budget prévisionnel 2020</p> <p><b>02-ot-190220 –</b> Délibération autorisant le recrutement d'agents contractuels sur des emplois non permanents</p>	<p><b>01-ot-160920</b> Election du président et des vice-présidents</p> <p><b>02-ot-160920</b> Modification des statuts</p> <p><b>03-ot-160920 :</b> Autorisation de vente d'un chalet</p>	<p><b>01-ot-281020 –</b> Absence de quorum</p> <p><b>01-ot-031120 –</b> Tarifs 2021</p> <p><b>02-ot-031120 –</b> Décision modificative de crédits n°1</p>

### 1.3 Le personnel :

#### 1.3.1 Tableau des effectifs et organigramme du personnel

Emplois	Effectif 2020	En ETP
<i>Contrat droit public</i> Directrice	1	1
<i>Contrats de droit privé</i> - Agent de maitrise	1	0,91
- Employés Technicienne/accueil	1	0,20
Technicienne/accueil	2	2
<i>Total personnel permanent</i>	5	4,11
- Guide/accueil AW Mag	1	1
- Employés (accueil saisonnier)	3	0.68
- Employé (guides)	2	0,42
- Agent Remplacement maternité	1	0.25
- Agent maitrise développement	1	0.25
<i>Total personnel saisonnier</i>	8	2,6
- Employé LEADER (3 mois)	1	0,33
<b>TOTAL</b>		<b>7.04</b>



### 1.3.2 Formation du personnel permanent :

En 2020, 5 formations ont été suivies par 5 agents. Les thématiques abordées ont été les suivantes :

- La TVA
- Perfectionner mon utilisation Tourinsoft,
- La gamification touristique,
- Etablir un plan de communication,
- Expertise de la vente pour les conseillers en séjour

### 1.3.3 Analytique du temps de travail :

L'année 2020 a été exceptionnelle en raison de la fermeture administrative de l'Etablissement durant les périodes de confinement du 17 mars au 11 mai puis du 29 octobre au 15 décembre 2020 en raison de l'épidémie de COVID -19.

Les horaires d'ouverture au public ainsi que la mise au chômage partiel des employés a fortement impacté l'organisation du travail des agents et ne permet pas d'avoir des statistiques fiables et comparables aux années précédentes.

### 1.4 Marque Qualité Tourisme

En raison des ruptures de rythme de travail dues à l'épidémie de COVID-19, 2020 - qui devait être l'année du renouvellement de la Marque Qualité Tourisme - n'a pas fait l'objet d'actions significatives.

Deux réclamations ont été enregistrées en 2020 concernant :

- Un manquement au service public par un habitant de Landéda,
- Un problème de propreté dans une location Gîtes de France à Lannilis.

Les remarques émises à l'oral, les compliments et les incidents sont également enregistrés dans le fichier de liaison tout au long de l'année par le personnel permanent et saisonnier. Ces remarques sont traitées immédiatement pour la plupart et d'éventuelles actions correctives mises en place. Lors des réunions mensuelles, les échanges avec l'équipe sur les difficultés rencontrées permettent de réfléchir ensemble à la mise en place d'actions préventives ou correctives plus complexes.

De plus, à la fin de la saison touristique, les principales remarques ont été communiquées aux élus référents des communes concernées afin d'améliorer le fonctionnement global du dispositif qualité, d'échanger et tenter d'y apporter des solutions.

- La reconnaissance extérieure notamment des réseaux sociaux permet d'appuyer ce gage de la qualité au sein de l'Office de Tourisme : Google : moyenne de 4,7 - Tripadvisor 4/5

2) Actions 2020 :

2.1 La politique stratégique de l'Office de Tourisme

2.1.1 Plan prévisionnel d'actions

	Actions	Coût	Budget
<b>① Accueil</b>			
Les bureaux d'accueil	Aménagement en local centre-ville de Lannilis	20 000 €	Investissement CCPA
	Aménagement local port de l'Aber Wrac'h	5 000 €	Investissement
	Ouverture de la longère d'accueil à l'île Vierge (Temps partiel accueil)	4 000 €	Fonctionnement
<b>② Promotion /communication</b>			
	Voir plan de communication 2020		
<b>③ Coordination des partenaires touristiques</b>			
Partenaires commerciaux	Gestion de la relation B to B : - Recherche de partenaires - Pochettes documentation 2 ans - Site internet pour les professionnels	Temps de travail 1 000 €	Fonctionnement
Institutionnels	- Suivi de l'accompagnement BTO sur les phares, la randonnée plurielle, l'espace Mer et la station trail - Participation Rencontres régionales et aux journées des phares	Temps de travail	Fonctionnement
<b>④ Mise en œuvre de la politique touristique CCPA</b>			
Commission territoire tourisme	Gestion de la commission	Temps de travail	Fonctionnement
Schéma Communautaire de Développement Touristique	- <b>Enjeu 1</b> : Aménager et préserver le territoire Action 5 - Installation des derniers lutrins - <b>Enjeu 2</b> : Consolider les filières et les pratiques Action 9 - randonnée vélo Action 16 - Nautisme Action trail (création d'un espace trail) - <b>Enjeu 3</b> : Accompagner/soutenir les acteurs du tourisme Action 13 : création d'un site internet "patrimoine" - <b>Enjeu 4</b> : Renforcer l'attractivité du territoire : Campagne affichage métro	Temps de travail	Investissement CCPA  Investissement CCPA  Investissement OTPA  Fonctionnement CCPA

Valorisation des abers d'Armor en Argoat - Action LEADER	Création d'une offre d'animations originales et innovantes - Salaire chargé de mission : 10 mois - Actions 2020	33 000 € 10 000 €	Fonctionnement
<b>⑤ Exploitation d'installations touristiques</b>			
Guidage île Vierge : - Visite du grand phare - Visite des 2 phares	Embauche de 2 guides à temps partiel	Temps de travail	Fonctionnement
Location du gîte patrimonial de l'île Vierge	Recrutement d'un agent de maintenance Budget de fonctionnement du gîte Gestion de la commercialisation	13 000 € 35 000 € Temps de travail	Fonctionnement
<b>⑥ Les études de fréquentation touristique</b>			
Observation des clientèles touristiques	- Maintenance de 2 compteurs sur le GR 34 et la véloroute	1 000 €	Fonctionnement
<b>⑦ L'animation</b>			
	- Programme d'animations Île Vierge : 5 spectacles AVB (sous réserves) + 2 concerts - Programme d'animations Leader : voir § 4	7 500 €	Fonctionnement
<b>⑧ Montage/commercialisation de produits touristiques</b>			
Actions commerciales	-Mise en place d'une flotte de vélos classiques et électriques - Création d'une gamme OPA et île Vierge (livres et objets)	Selon points de location  5 000 €	Fonctionnement
Croisières	Eductours en direction des TO avec la CCI Participation aux frais de réception	500 €	Fonctionnement
<b>Fonctionnement interne</b>			
RGPD <i>Règlement Général Protection des Données</i>	Contrat CDG Mise en place et gestion	2 250 € Temps de travail	Fonctionnement
Marque Qualité Tourisme Classement catégorie 1	Mise en œuvre	1 000 €	Fonctionnement



## 2.1.2 Bilan du plan d'actions

	Actions	Coût	Réalisation/nouveaux projets
<b>① Accueil</b>			
Les bureaux d'accueil	Aménagement en local centre-ville de Lannilis	23 750 €	Réalisé – Financement supplémentaire CCPA
	Aménagement local port de l'Aber Wrac'h	200 €	Réalisé partiellement
	Ouverture de la longère d'accueil à l'île Vierge (Temps partiel accueil)	-	Non réalisé
<b>② Promotion /communication</b>			
	Voir plan de communication 2020		
<b>③ Coordination des partenaires touristiques</b>			
Partenaires commerciaux	Gestion de la relation B to B : - Recherche de partenaires - Pochettes documentation 2 ans - Site internet pour les professionnels	Temps de travail	Réalisé partiellement en raison du COVID 19
Institutionnels	- Suivi de l'accompagnement BTO sur les phares, la randonnée plurielle, l'espace Mer et la station trail - Participation Rencontres régionales et aux journées des phares	-	Non réalisé
<b>④ Mise en œuvre de la politique touristique CCPA</b>			
Commission territoire tourisme	Gestion de la commission	Temps de travail	2 réunions
Schéma Communautaire de Développement Touristique	- <b>Enjeu 1</b> : Aménager et préserver le territoire Action 5 - Installation des derniers lutrins - <b>Enjeu 2</b> : Consolider les filières et les pratiques Action 9 - randonnée vélo Action 16 - Nautisme Action trail (création d'un espace trail) - <b>Enjeu 3</b> : Accompagner/soutenir les acteurs du tourisme Action 13 : création d'un site internet "patrimoine" - <b>Enjeu 4</b> : Renforcer l'attractivité du territoire : Campagne affichage métro	Temps de travail	Enjeu 1 réalisé  Enjeu 2 réalisé partiellement  Enjeu 3 réalisé : site internet patrimoine en ligne  Enjeu 4 : campagne affichage métro en place le 15 mars 2020
Valorisation des Abers d'Armor en Argoat (Action LEADER)	Création d'une offre d'animations originales et innovantes - Salaire chargé de mission : 10 mois - Actions 2020	0 €	Reporté à 2021

<b>⑤ Exploitation d'installations touristiques</b>			
Guidage île Vierge : - Visite du grand phare - Visite des 2 phares	Embauche de 2 guides à temps partiel	Temps de travail	Action réalisée
Location du gîte patrimonial de l'île Vierge	Recrutement d'un agent de maintenance Budget de fonctionnement du gîte Gestion de la commercialisation	13 000 € 35 000 € Temps de travail	Actions non réalisées
<b>⑥ Les études de fréquentation</b>			
Observation des clientèles touristiques	- Maintenance de 2 compteurs sur le GR 34 et la véloroute	-	Pris en charge par la CCPA
<b>⑦ L'animation</b>			
	- Programme d'animations Île Vierge : 5 spectacles AVB (sous réserves) + 2 concerts - Programme d'animations Leader : voir § 4	-	Non réalisé
<b>⑧ Montage/commercialisation de produits touristiques</b>			
Actions commerciales	-Mise en place d'une flotte de vélos classiques et électriques - Création d'une gamme OPA et île Vierge (livres et objets)	7 000 € -	Réalisé Non réalisé
Croisières	Eductours en direction des TO avec la CCI Participation aux frais de réception	-	Non réalisé
<b>Fonctionnement interne</b>			
RGPD <i>Règlement Général Protection des Données</i>	Contrat CDG Mise en place et gestion	750 € Temps de travail	Réalisé
Marque Qualité Tourisme Classement catégorie 1	Mise en œuvre	-	Reporté à 2021

## 2.2 Promotion touristique

### 2.2.1 Plan prévisionnel de promotion/communication 2020

Enjeux	Actions	Coût
COMMUNICATION D'ACCUEIL	<p><b><u>Gamme d'éditions :</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Hébergement, guide d'accueil, Carte, guide en GB/D, Sortir, Rand'Abers</li> </ul> <p><b><u>Graphisme des éditions :</u></b> à renouveler en 2021 pour 3 ans : appel à une agence pour la création d'une identité complète</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b><u>Editions :</u></b> Hébergement : 1 942 €, carte : 4267 €, guide bilingue : 2 648 € TTC, Guide accueil : 12 307 €, Sortir : 3 000 €, Docs vélo : 300 €, Rnd'Abers : 1 000 € HT.</li> <li>- <b><u>Coût création identité /charte graphique :</u></b> 10 000 €</li> </ul> <p>TOTAL : 35 464 €</p>
COMMUNICATION ILE VIERGE	<p><b><u>Editions :</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Adhésion au Pack Performance Finistère 360°(fiche tourniquet)</li> </ul> <p><b><u>Autres actions en coopération :</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Livret d'animations « Les phares complètement à l'Ouest " avec Phares &amp; Balises</li> <li>- Bretagne Magazine : insertion d'une pleine page gîte date au choix</li> <li>- BTO : la route des phares (Plan d'actions print et numérique)</li> </ul> <p><b><u>Autres :</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Participation aux actions de communication du CRT avec achat droits photo</li> <li>- Retargeting Youtube CRT "Route des phares" avec BTO</li> </ul> <p><b><u>CCPA :</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Campagne affichage métro parisien CRT : 25 faces couloir (3mx2m)</li> <li>- Accueil retransmission live musical "Le Voyage des Koumoul"</li> </ul>	<p><b><u>Editions :</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Fiche F360 : 1 389 €</li> <li>- Livret d'animation phares P&amp;B : gratuit</li> <li>- Rédactionnel Bretagne Magazine : 2 640 € HT</li> <li>- BTO = programme animations + pass' pro + route des phares : gratuit</li> </ul> <p><b><u>Autres :</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Achats droits photos campagne métro CRT : 350 €</li> <li>- Retargeting CRT Route des phares 50/50 avec BTO : 500 € + droits photos 65 €</li> </ul> <p>TOTAL OTPA : 4 944 €</p> <p>TOTAL CCPA : 5 590 € (Métro = 4 090 € et voyage des Koumoul = 1 500 €)</p>
COMMUNICATION PAYS DES ABERS	<p><b><u>Editions :</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Grandes marées, Journées de l'archéologie et du patrimoine</li> </ul> <p>Accueil presse :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Réception journalistes, hébergement, dîner et déjeuner x 40</li> </ul> <p><b><u>Autres :</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Réseaux sociaux : Facebook et Instagram en local</li> <li>- Réalisation vidéo drone avec le Voyage des Koumouls</li> </ul>	<p><b><u>Editions :</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- FMA : impression interne</li> </ul> <p>Accueil presse :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Logement + repas : 3 000 €</li> </ul> <p><b><u>Autres :</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- RS local : gratuit</li> </ul>

COMMUNICATION PAYSDES ABERS	<b>Participation au réseau Sensation Bretagne</b> : - 2 éditions (le magazine sur leGR34 et la doc en allemand) - 1 reportage photo (vues drone et HS) - 5 films en 3 formats- RS : FB, Instagram et Youtube- Agence de presse AiPur : 4 mini-DP+ CP + Voyage de presse - Partenariat avec le CRT Bretagne	12 000€
Valorisation des Abers (LEADER)	- Partenariat Télégramme : sur les 3 zones de Brest - 12 encarts + 150 flèches + 15 panneaux génériques	-Partenariat Télégramme : 2 000 €
COMMUNICATION SUR LAVALORISATION DES FILIERES	Actions fléchées dans le Schéma de développement touristique sur les filières nautisme, patrimoine, productions locales et artisanat d'art	- Site internet des associations de patrimoine : 20 000 €
	Partenariat avec la confrérie de la poêlée du pêcheur des Abers	-Diffusion de 750 documents (cartes et guides)
<b>Communication B to B</b>	(Vers les socio-professionnels)	
	- Pack accueil (éditions, éditions BTO, questionnaire de satisfaction, feuille de promo des randos)	Réalisation d'une pochette contenant la documentation
	- Pack accueil à destination des journalistes	10 Tote bag garnis
	Réunion partenaires hébergement sur différents thèmes : fiscal...	BTO
	Partenariat pour un reportage photos sur l'arrière-pays.	780 €
	Site Internet Pro	Mise à jour
	Formation : programme en collaboration avec BTO	- Rendez-vous individualisés - Réseaux sociaux - Réalisation d'un site internet - E-mailing - Fidélisation de la clientèle
<b>TOTAL</b>		<b>Fonctionnement : 46 055 €</b> <b>Investissement : 20 000 €</b>

## 2.2.2 Bilan du plan de promotion/communication 2020

Enjeux	Actions	Coût	Réalisation
COMMUNICATION D'ACCUEIL	<p><b>Gamme d'éditions :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Hébergement, guide d'accueil, Carte, guide en GB/D, Sortir, Rand'Abers</li> </ul> <p><b>Graphisme des éditions :</b> à renouveler en 2021 pour 3 ans : appel à une agence pour la création d'une identité complète</p>	<p><b>Editions :</b> Hébergement : 1 942 €, carte : 4267 €, guide bilingue : 2 648 € TTC, Guide accueil : 12 307 €, Sortir : 3 000 €, Docs vélo : 300 €, Rand'Abers : 1 000 € HT.</p> <p><b>Coût création identité /charte graphique :</b> 10 000 €</p> <p>TOTAL : 35 464 €</p>	<p>Action réalisée</p> <p>Pas d'impression du guide en langues étrangères / mais mise à jour numérique</p> <p>Action non réalisée</p>
COMMUNICATION ILE VIERGE	<p><b>Editions :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Adhésion au Pack Performance Finistère 360°(fiche tourniquet)</li> </ul> <p><b>Autres actions en coopération :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Livret d'animations « Les phares complètement à l'Ouest " avec Phares &amp; Balises</li> <li>- Bretagne Magazine : insertion d'une pleine page gîte date au choix</li> <li>- BTO : la route des phares (Plan d'actions print et numérique)</li> </ul> <p><b>Autres :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Participation aux actions de communication du CRT avec achat droits photo</li> <li>- Retargeting Youtube CRT "Route des phares" avec BTO</li> </ul> <p><b>CCPA :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Campagne affichage métro parisien CRT : 25 faces couloir</li> </ul>	<p><b>Editions :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Fiche F360 : 1 389 €</li> <li>- Livret d'animation phares P&amp;B : gratuit</li> <li>- Rédactionnel Bretagne Magazine : 2 640 € HT</li> <li>- BTO = programme animations + pass' pro + route des phares : gratuit</li> </ul> <p><b>Autres :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Achats droits photos campagne métro CRT : 350 €</li> <li>- Retargeting CRT Route des phares 50/50 avec BTO : 500 € + droits photos 65 €</li> </ul> <p>TOTAL OTPA : 350 €</p> <p>TOTAL CCPA : 4 090 €</p>	<p><b>Editions :</b></p> <p>Action non réalisée</p> <p>Action non réalisée</p> <p>Action réalisée</p> <p>Action réalisée</p> <p>Action réalisée</p> <p>Action réalisée</p> <p><b>Autres :</b></p> <p>Action réalisée</p>

	(3mx2m) - Accueil retransmission live musical "Le Voyage des Koumoul"		Action non réalisée
COMMUNICATION PAYS DES ABERS	<b>Editions :</b> - Grandes marées, Journées de l'archéologie et du patrimoine Accueil presse : - Réception journalistes, hébergement, dîner et déjeuner x 40 <b>Autres :</b> - Réseaux sociaux : Facebook et Instagram - Réalisation vidéo drone avec le Voyage des Koumouls	<b>Editions :</b> - FMA : impression interne Accueil presse : - Logement + repas : 3 000 € <b>Autres :</b> - RS local : gratuit	<b>Editions :</b> Actions non réalisées  - <b>Autres :</b> Action réalisée  Action non réalisée
COMMUNICATION PAYS DES ABERS	<b>Participation au réseau Sensation Bretagne :</b> - 2 éditions (le magazine sur le GR34 et la doc en allemand) - 1 reportage photo (vues drone et HS) - 5 films en 3 formats- RS : FB, Instagram et Youtube- Agence de presse AiPur : 4 mini-DP+ CP + Voyage de presse - Partenariat avec le CRT Bretagne	12 000€	Actions réalisées
Valorisation des Abers (LEADER)	- Partenariat Télégramme : sur les 3 zones de Brest - 12 encarts + 150 flèches + 15 panneaux génériques	-Partenariat Télégramme : 2 000 €	Action reportée à 2021
COMMUNICATION SUR LA	Actions fléchées dans le Schéma de développement touristique sur les filières	- Site internet des associations de patrimoine :  20 000 €	Action réalisée

VALORISATION DES FILIERES	nautisme, patrimoine, productions locales et artisanat d'art		
	Partenariat avec la confrérie de la poêlée du pêcheur des Abers (vers les socio-professionnels)	-Diffusion de 750 documents (cartes et guides)	Action non réalisée
<b>Communication B to B</b>			
	- Pack accueil (éditions, éditions BTO, questionnaire de satisfaction, feuille de promo des randos)	Réalisation d'une pochette contenant la documentation	Action non réalisée
	- Pack accueil à destination des journalistes	10 Tote bag garnis	Action non réalisée
	Réunion partenaires hébergement sur différents thèmes : fiscal...	BTO	Action non réalisée
	Partenariat pour un reportage photos sur l'arrière-pays.	780 €	Action non réalisée
	Site Internet Pro	Mise à jour	
	Formation : programme en collaboration avec BTO	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Rendez-vous individualisés</li> <li>- Réseaux sociaux</li> <li>- Réalisation d'un site internet</li> <li>- E-mailing</li> <li>- Fidélisation de la clientèle</li> </ul>	Actions non réalisées

## 2.3 Les partenaires du développement touristique

### 2.3.1 La Communauté de Communes

La commission territoire communautaire « tourisme » s'est réunie à 2 reprises en 2020 et a traité des thématiques suivantes :

- ❖ Le 8 septembre :
  - Installation de la commission
  - Présentation de l'organisation touristique générale et locale
  - Proposition d'axes de travail pour le mandat 2020 – 2026
  - Questions diverses
- ❖ Le 27 octobre
  - Préparation du budget tourisme de la CCPA :
  - Bilan du Schéma de développement touristique 2014 – 2020 et premiers échanges
  - Questions diverses

Les comptes-rendus complets de cette commission sont disponibles sur le site internet de la CCPA

### 2.3.2 Brest Terres Océanes

Le comité des animateurs de Brest Terres Océane (composés des 6 directeurs des Offices de Tourisme du Pays de Brest) se sont réunis une seule fois le 15 juin 2020

La coopération avec le GIP Brest Terres Océanes s'articule essentiellement autour des axes suivants :

- La route des phares
- La randonnée plurielle : par la participation aux documents papier
- La promotion/communication : par l'accueil des journalistes et la rédaction de communiqué de presse et de publirédactionnels en fonction de la demande



### 3) Bilan touristique

*Au vu de l'évolution des pratiques, l'accueil est en premier lieu numérique (ou les visiteurs trouvent la réponse à leurs premières préoccupations sur Internet) puis plus traditionnellement à l'accueil de nos bureaux avec souvent des demandes d'ordre pratique.*

#### 3.1 Accueil numérique :

	Mai	Juin	Juillet	Août
Nb de sessions	4 913	9 536	17 610	19 358
Nb moyen de sessions par jour	158,48	317,87	568,06	624,45
Nb d'utilisateurs	3 841	6 999	12 794	13 815
Nb de pages Vues	18 666	48 306	74 177	68 207
Nb moyen de pages vues/session	3,80	1,36	4,21	3,52
Durée moyenne des sessions	03 : 07	04 : 05	03 : 14	02 : 47
Taux de rebond	57,09%	48,37%	53,71%	57,10%
Nb sessions par appareils mobiles	2018	3723	5341	4683

#### Site Internet :

La fréquentation du site internet reflète l'état d'esprit très particulier de l'année 2020 :

L'avant-saison (mars et avril) a été plus mauvais que les mois hivernaux puis au fur et à mesure du déconfinement les consultations ont progressé. Les consultations des mois de juillet et août reflètent la fréquentation du territoire globalement en augmentation.

En moyenne, la fréquentation du site internet a progressé de 17 % pour les mois de juin/juillet et août par rapport à 2019. Les pages les plus consultées sont l'hébergement (gîtes et Chambres d'hôtes), la randonnée et l'incontournable phare de l'île Vierge.

	Juin	Juillet	Août	Total
Plouguerneau	61	98	100	259
Lannilis	8	34	40	82
St Pabu	10	14	27	51

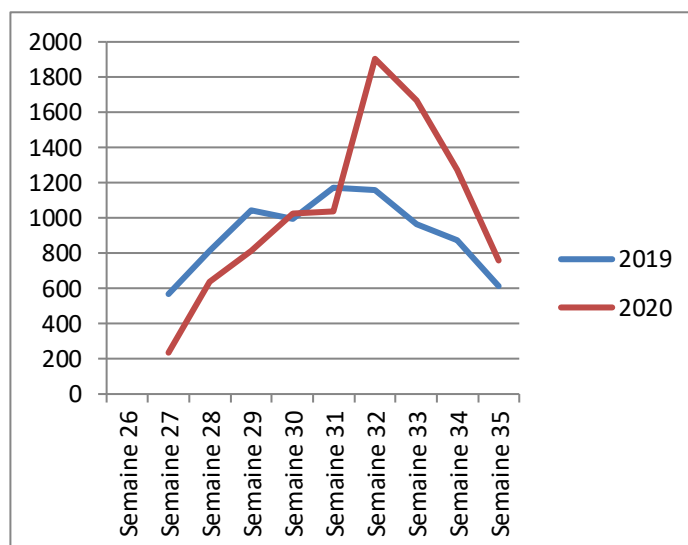
#### La connexion wi-fi :

- C'est une obligation pour un Office de tourisme classé 1 étoile
- 15 minutes en accès libre puis validation par mail
- Les 3 hotspots sont Plouguerneau, Lannilis et Saint Pabu
- Un total de 392 connexions en 2020 soit – 62 % par rapport à 2019

### 3.2 Accueil guichet /téléphone :

La fréquentation globale 9 480 demandes sur les 3 bureaux d'accueil.

Nombre de demandes	2019	2020
Semaine 27* (29/06 au 05/07)	568	235
Semaine 28* (6 au 12/07)	814	639
Semaine 29*(13 au 19/07)	1042	816
Semaine 30 (20 au 26/07)	996	1024
Semaine 31 (27/07 au 02/08)	1172	1035
Semaine 32 (03 au 09/08)	1157	1904
Semaine 33 (10 au 16/08)	964	1669
Semaine 34 (17 au 23/08)	875	1271
Semaine 35 (24 au 30/08)	611	756
Semaine 36 (31/08 au 06/09)		131
<b>TOTAL</b>	<b>8199</b>	<b>9480</b>
Variation en %	<b>15,62</b>	
* Aber Wrac'h fermé		



### C'est une saison atypique que nous avons vécu en 2020 !

- Quasiment pas d'avant-saison car le retour à la normale s'est fait très lentement en Juin.
- Nos chiffres ne le reflètent pas car le Point Info du Port de l'Aber Wrac'h n'a ouvert qu'au 14 juillet mais les visiteurs étaient là dès le 1<sup>er</sup> juillet.
- Une clientèle étonnamment variée : des habitués, une majorité de français, un panel de toutes les régions de France avec beaucoup de primo-visiteurs (1<sup>ère</sup> venue en Bretagne) mais aussi beaucoup d'excursionnistes finistériens et de voisins bretons.
- Avec une envie : des activités de plein air avec un bonus pour les locations de vélos puis les activités nautiques accessibles à tous type kayak, paddle.
- En juillet : Le week-end du 14 a été LE pic du mois mais avec un fléchissement très net lors de l'annonce de cas de COVID mais une fréquentation stable s'est rétablie rapidement.
- En août : beaucoup de monde dès les premiers jours d'août. La file d'attente devant les offices les dimanches matin et lundis était impressionnante. Une légère baisse à partir du 16 août mais les restaurants et les logements sont restés complets jusqu'à la dernière semaine.

Répartition des demandes par bureau d'accueil			
	2019	2020	Variation en %
Aber-Wrac'h	1092	1729	58,33%
Lannilis	1982	2225	12,26%
Plouguerneau	5125	5526	7,82%
	8199	9480	15,62%

- Les 3 lieux d'accueil de l'OT ont répondu à plus de demandes malgré le contexte sanitaire qui restreignait l'accès.
- Grâce à son nouvel emplacement, l'Aber Wrac'h, ouvert à compter du 14 juillet, a été submergé de visites (randonnée, les balades en mer (bac an Treizh) et les animations autorisées.
- Lannilis a également connu une progression notable avec plus de demandes pour la randonnée, les escape game et Ouessant.
- Plouguerneau a répondu à plus de demandes au mois d'août. La taille du bâtiment ne permet pas de répondre au flux de visiteurs qui souhaiterait rentrer particulièrement cette année. Les activités de locations de vélos et la visite du phare de l'île ont beaucoup progressés

### 3.2.1 Nature des demandes

#### Profil des visiteurs

Visiteurs	87,47%
Locaux	11,08%
Partenaires	1,31%
Groupes	0,14%

#### Répartition de la clientèle visiteurs

Français	95%
Etrangers	5%

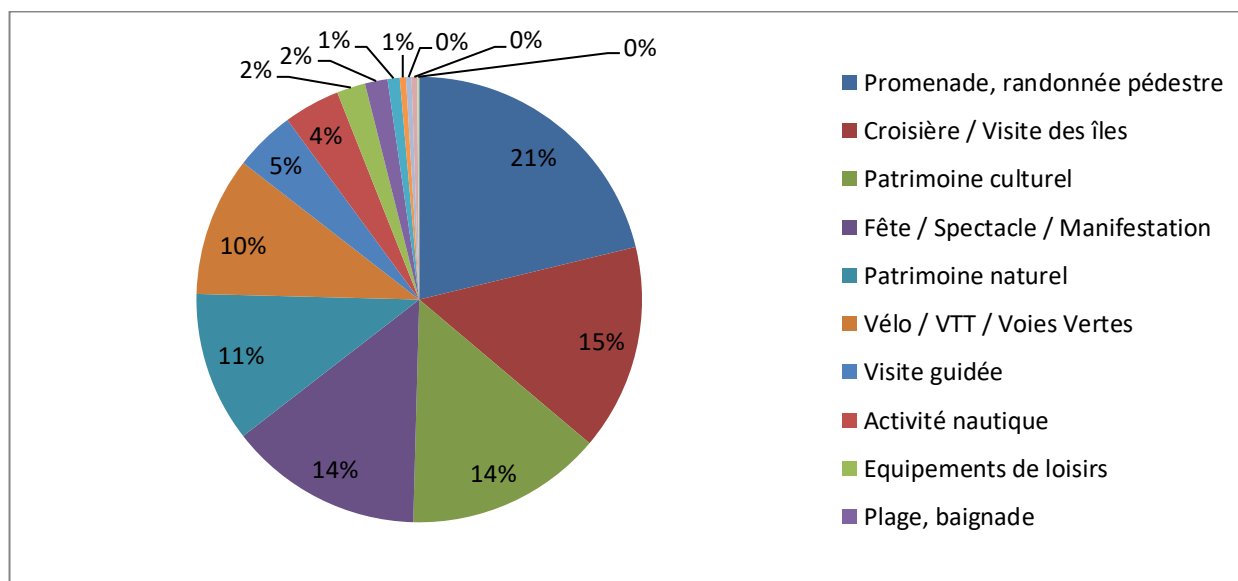
#### Fréquentation française

BRETAGNE	47,93%
ILE-DE-FRANCE	10,94%
PAYS DE LA LOIRE	9,34%
AUVERGNE-RHONE-ALPES	7,82%
NORMANDIE	4,18%
NOUVELLE-AQUITAINE	3,78%

	2020	2019	Variation en %
Loisirs	14075	11866	18,62
Hébergement	1300	568	128,87
Renseignements pratiques	4253	2213	92,18

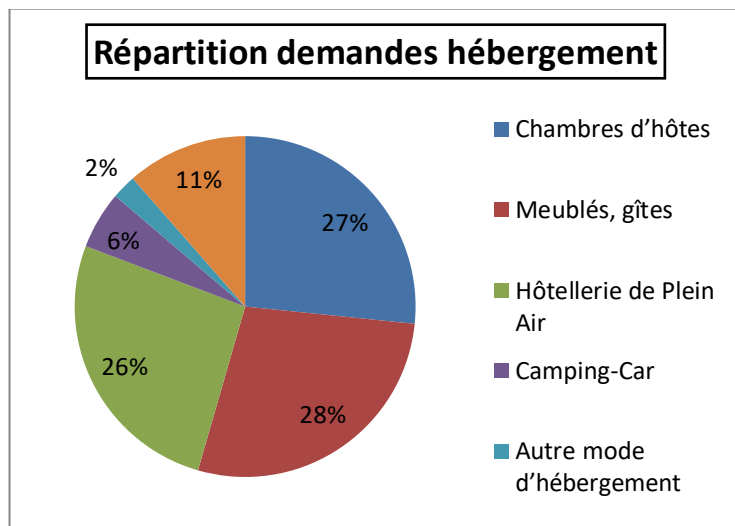
- Les 3 thèmes principaux sont : loisirs, hébergement et renseignements pratiques
- Hébergement : Après avoir consulté Internet sans succès, les visiteurs venaient nous voir ou appeler. Malheureusement le parc était complet et nous n'avions plus rien à proposer.
- Renseignements pratiques : le public était à la recherche d'idées pour s'occuper.

#### Les demandes de loisirs



- La découverte de la nature alliée à l'exercice physique (randonnée, vélo, kayak ...) correspondait à une grande envie d'air après le confinement et semblait éviter le danger de côtoyer trop de monde. Pas vraiment le cas !
- Des demandes non satisfaites pour les circuits VTT et des sessions de découvertes de pêche à pied (malgré les offres de la Maison des Abers et de Danielle Prigent à Plouguerneau)
- Le bac An Treizh a été un succès tant auprès des locaux que des touristes.
- Les quelques animations organisées par les Mairies ou par des individuels (Fort Cézou, escape games, randonnées guidées, balades en mer par la Martine) ont fait le plein.
- Beaucoup de demandes pour les îles (que ce soit l'île vierge ou Ouessant) et les balades en mer du lundi soir.

## Les demandes hébergements

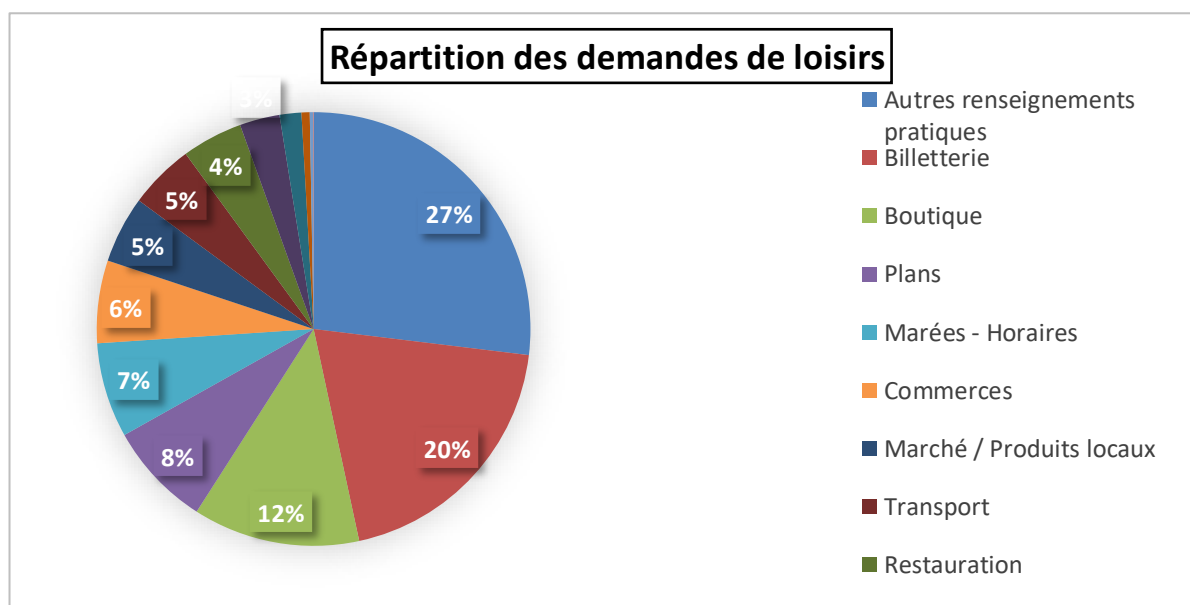


- En moyenne, les demandes semblent homogènes mais cela varie en fonction du lieu. Ces demandes souvent insatisfaites révèlent une carence de gîtes familiaux insatisfaite à Landéda et de chambres d'hôtes à Lannilis.

- Les campings ont fait le plein (emplacements et locatifs) mais ont connu une activité d'entrées, de sorties et d'annulation beaucoup plus importante que précédemment.

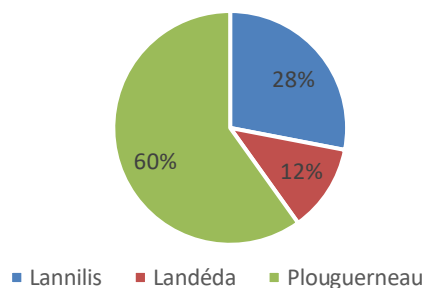
- Demandes de camping à la ferme

## Les demandes d'informations pratiques



- Le public recueille les informations sur le site internet et concrétise son choix (plans, cartes de randonnée, billets ...)
- Le montant global des ventes est en baisse particulièrement les ventes de la boutique qui se sont effondrées (en raison de la restriction d'accès aux offices)
- En fonction de l'emplacement de chaque bureau, certains renseignements sont plus demandés (toilettes, stationnement, marchés, météo...)
- La demande de restauration était forte et ne pouvait pas toujours être satisfaite en raison du contexte sanitaire contraignant.

## Ventes par Point Information



### 3.2.1 Bilan de fréquentation du phare de l'île Vierge :

	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	Août	Total 2020	Total 2019	Variation
Plein Tarif				133	2654	3275	6 062	8 852	-31,52
Tarif réduit				7	679	802	1 488	2 487	-40,17
Famille (en nb de pers)					80	65	145	520	-72,12
Gratuit				4	131	262	397	723	-45,09
Nb de groupes							0	11	-100,00
Groupes : nb de pers					34		34	600	-94,33
Journalistes							0	16	-100,00
<b>Total 2020</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>144</b>	<b>3 578</b>	<b>4 404</b>	<b>8 126</b>	<b>13 198</b>	<b>-38,43</b>
<b>Total 2019</b>	<b>0</b>	<b>849</b>	<b>700</b>	<b>1254</b>	<b>3761</b>	<b>5476</b>	<b>12 040</b>		
<b>Evolution en %</b>	<b>0,00</b>	<b>-100,00</b>	<b>-100,00</b>	<b>-88,52</b>	<b>-4,87</b>	<b>-19,58</b>	<b>-32,51</b>		

- L'application des mesures sanitaires sur l'île Vierge a été LA préoccupation majeure de cet été. Un phare est par nature un espace confiné et la pression des bateaux déchargeant des visiteurs était bien présente. De plus, on a recensé bien plus de kayakistes et plaisanciers qu'auparavant malgré la quasi-absence des clubs nautiques. \_

- Le haut du phare en chantier nous vaut quelques déceptions, notamment la chambre de veille. Sa rénovation serait vraiment un plus à plusieurs égards : esthétique d'une part et aussi pratique puisqu'il serait possible d'accueillir plus de personnes simultanément.

- Quelques problèmes : l'île n'est pas très propre car les visiteurs ne repartent pas avec leurs déchets. Il est nécessaire de faire des tournées périodiques de ramassage.

Les horaires d'ouverture du phare ne peuvent pas toujours être respectés car nous sommes dépendants de la bonne volonté de la Vedettes des Abers pour le retour des guides à terre. Il en est de même pour les bateaux rajoutés ou annulés à la dernière minute sans concertation.

- La clientèle d'août - contrairement aux autres années - était plus agréable que les juilletistes au niveau des remarques et de leurs attitudes.

- La fréquentation était un peu étonnante. On a vu par temps de grande brume des bateaux quasiment complets et à contrario une réduction des navettes par grand beau temps.

### 3.2.3 Echos des professionnels du tourisme

#### ❖ Plouguerneau

- **Route des Phares** : Très très bonne saison. Très bon mois de juillet. Ils ont battu le record de fréquentation du 15 août de l'année dernière sur une journée du mois de juillet.
- **Maison Le Gris** : Bonne saison, encore mieux que l'année dernière.
- **Lizen** : Plus de monde cette année surtout en juillet avec une hausse de la fréquentation. La fin août également meilleure avec encore des services bien remplis.
- **Esprit Sarrasin** : Très content. Refuse une centaine de couverts par soir
- **Tréménach** : Saison très moyenne, pas de commentaire particulier.
- **De la Bouche à l'Oreille** : A fait des travaux pendant tout l'été, n'a pas été ouvert.
- **Mayano** : Très peu de clientèle étrangère (majoritairement des Allemands) et une bonne clientèle française. Ils ont fait le choix de fermer la salle le soir et ont dû enlever beaucoup de tables en raison des restrictions, il y a eu peu de réservations. Beaucoup de clients 15 premiers jours d'août qui s'est prolongé jusque fin août
- **France Haliotis** : L'info passe bien au niveau des visites. Les groupes étaient complets avec plus d'une semaine d'avance mais plus petits groupes que d'habitude à cause du COVID-19.
- **Carré Saint-Michel** : Très mauvaise saison et gérant très déçu. Le protocole l'a obligé à réduire le nombre de tables dans son restaurant donc la perte est assez conséquente, il a fait la moitié de son chiffre d'affaires par rapport aux autres années.
- **CNP** : Enormément de demandes de location de kayaks. Jamais eu autant de monde. Tout était rempli. Très contents de leur saison.
- **Nannick** : Beaucoup de clients habitués sont revenus cette année. Il a l'impression qu'il perd des visiteurs parce que la mairie de Plouguerneau lui enlève ses panneaux signalétiques pour en mettre des « officiels mal fichus, écrits en petit, on ne voit rien, c'est nul. Cela dit, à part ça, c'était plutôt bien globalement. Mi-figue mi-raisin.
- **Boulangerie Kerfourn** : Contents de la saison. Il y a eu un peu plus de fréquentation que d'habitude.
- **Vieux potager** : petite perte par rapport à l'année dernière.!
- **Bar tabac les mouettes** : Pas de commentaire particulier.
- **Ecomusée des algues** : augmentation de la fréquentation juillet par rapport aux autres années, stable au mois d'août, provenance surtout de Bretagne et de la région parisienne, moins d'étrangers que d'habitude, clientèle recherchant beaucoup des animations en extérieur
- **Légende de Trains** : Plutôt bien ! Très bonne fréquentation, en nette augmentation en juillet, pour l'instant en août comme l'année dernière. Les gens sont disciplinés. Très peu d'étrangers, pas d'anglais, peu d'allemands, beaucoup de locaux, de bretons.
- **Iliz Coz** : beaucoup de visites, les gens ont bien répondu présents, malgré les mesures et la hausse du tarif. La saison a été très limitée, les gens étaient sympas.
- **Viviers Bretons** : bonne saison, très content car a eu plus de monde.
- **Viviers de Bassinic** : très bonne saison, et la mise en place de la vente au détail pendant le confinement leur a permis d'augmenter leurs ventes. Grâce à ça, ils ont récupéré une clientèle locale qui était fidèle aussi dans les mois suivants, en plus des touristes. Petit bémol quand même sur les clients qui globalement sont plus exigeants que les autres années.
- **Breizhenson** : toujours de l'activité jusqu'en octobre pour les chambres d'hôtes ; les promenades en calèches ont bien marché également
- **Castel Ac'h** : Excellente saison. Complet de chez complet. Ça ralentit la dernière semaine d'août.
- **Camping de la Grève Blanche** : Le mois de juin a été catastrophique mais compensé par un mois de juillet excellent, avec un super week-end du 14 juillet. En termes de fréquentation, le mois d'août a

été bon aussi, plus mou la dernière semaine. Il ne porte pas les aoûtiers dans son cœur : plus exigeants, moins sympas...

- **Camping du Vougot** : Première saison pour lui, qui est plutôt positive pour même s'il lui est difficile de comparer. Mauvaise pub pour le Finistère (en rouge covid) qui a fait partir pas mal de monde, annulations. Dernière semaine d'août beaucoup plus calme. Il est un peu dépité de la météo
- **Camping de l'île Vierge** : Peu de monde début juillet, telle une voiture diesel, le démarrage a été lent mais ça a ensuite roulé à fond la caisse jusqu'à fin août où ça a commencé à ralentir un peu (belle comparaison). Les gens viennent à la nuitée, sans réserver.

#### ❖ Landéda - L'Aber Wrac'h :

- **Aber Wrac'h Plongée** : Tendance plutôt positive. Mieux que ce à quoi il s'attendait mais peu satisfait de son chiffre d'affaires. 50% de moins de chiffre d'affaires en juillet. Il avait l'air plutôt content, il s'était attendu à pire.
- **Comptoir de la mer** : Beaucoup de monde. C'était bien mais il me commente que les gens ont un très mauvais état d'esprit, très désagréables cette année. Les gens viennent en vacances pour « se prendre la tête ».
- **Du haut de ma Dune** : La saison s'est très bien passée. Très contente. Moins de monde après le 15/08 mais c'est normal ... Les Français étaient au rendez-vous. C'est la première année que ça marche aussi bien que quand elle était à Meneham. Ceux qui achètent le plus viennent du Grand Est. Elle trouve son emplacement super car ça fait une déambulation des métiers d'art.
- **Effet Mer** : Avant juillet c'était très calme. En juillet l'impression qu'il y a eu moins de monde que l'année dernière, même si le chiffre est sensiblement le même. Quand le Finistère est passé en rouge pour le virus il y a eu une vraie baisse de la fréquentation. Les gens étaient lassés de devoir se désinfecter les mains, mettre le masque et préféraient aller à la plage plutôt. En août le 15 étant un samedi, les gens étaient sur la route.
- **CVL** : la saison s'est bien passée, beaucoup de monde, plus que les autres années, surtout début août et fin juillet aussi.
- **Utile** : Moins de monde que l'année dernière, des gens sympas (moins au mois d'août)
- **Cézon** : coup dur pour Cézon, l'asso n'est pas satisfaite de la saison car elle est en difficulté après cet été particulier. ça a été difficile avant la saison, pendant et après : avant car il a fallu annuler/ reprogrammer les animations. Puis il a fallu baisser les jauges et annuler 2 animations avec une grosse perte financière. Avec tout ceci, ce n'est pas sûr qu'ils arrivent à continuer sans aide financière extérieure bien qu'il y ait du monde. Ils sont contents des JEP et ont eu de bons retours (particulièrement sur les chantiers). Plutôt pessimiste sur la suite.
- **Abbaye N.D. des Anges** : Content de la saison, beaucoup de monde aux escape game, quasiment toutes les séances faites pendant l'été. Point négatif : contrairement aux autres années, il y a eu des réservations non honorées. Dommage quand on voit le nombre de personnes qui étaient déçus de ne pas avoir de place. Mais ça reste anecdotique !
- **Méli-mélo** : Très content. Beaucoup de locations, bon emplacement mais sans comparaison possible.
- **Viviers des créateurs** : Bonne saison. Très contente, ça tournait bien. Ils resteront ouverts tous les jours.
- **Savonnerie Secret d'écume** : les visites étaient toujours complètes, même jusqu'à fin août.
- **UCPA** : Année différente car présence de colo uniquement. Quelques randonneurs seulement en septembre. Ils rapportent qu'ils trouvent génial l'emplacement de l'office au port.
- **Coopérative maritime** : beaucoup de monde, les gens sont désagréables, dans un mauvais état d'esprit, ils viennent en vacances pour se prendre la tête.
- **Brodan Bay** : bonne saison, beaucoup de monde, plus que qu'habitude début juillet notamment
- **La Lanterne d'Argent** : ressenti positif, il y a eu du monde, très bonne saison
- **Ecailler des Abers** : Très satisfaite de la saison, bonne saison grâce à la mise en place des terrasses.
- **Captain Restaurant** : Avis mitigé, 30 couverts en moins par jour en raison des conditions sanitaires et +

de clientèle.

- **L'Odysée** : Saison parfaite.
- **L'Entre Mer** : Très belle saison, plein de monde, il trouve que le tourisme est en pleine poussée, perte d'environ 400 couverts (environ 10 par jour) dû aux mesures du COVID19, manque de personnel également.
- **La Palue** : Tout s'est bien passé.
- **Les Dunes** : Baisse de la fréquentation en général, bon mois de juillet moins bon en août, septembre mitigé pour le moment. Les 3 gîtes se sont vendus comme des petits pains.
- **Vioben** : Bonne saison, beaucoup de monde.
- **Hôtel le Libenter** : au niveau de la fréquentation, un peu plus que l'année dernière, plus de longs séjours cet été, les gens plutôt sympas, bilan positif.
- **Camping des Abers** : Fréquentation globale de -25% de fréquentation en moyenne. Mai n'a pas eu lieu et juin était catastrophique : les frontières n'étaient pas ouvertes et pour ce camping qui accueille beaucoup d'étrangers, la clientèle n'était pas au rendez-vous. Le mois de juillet a été excellent mais le mois d'août est plus mitigé car la météo mauvaise à partir du 10 août a vidé le camping rapidement. Septembre a été un bon mois, avec un regain de visiteurs qui ne s'est calmé que sur la fin.

La clientèle, pour la première fois, était constituée de bien plus de français que d'étrangers. Cette année, beaucoup plus de réservations de dernière minute (ils avaient parfois 30 arrivées et 30 départs dans la même journée) et de la part de gens qui restaient pour une seule nuit. Les réservations étaient parfois faites la veille très tardivement, il fallait donc être très réactif. Les emplacements nus tout comme les mobil homes ont bien marché. La clientèle était plus exigeante, moins sympa.

#### ❖ Lannilis :

- **Coiff' Nature** : Pas d'influence de la fréquentation touristique sur son commerce. Bonne saison.
- **Caves Adam** : Très bonne saison avec clients sympas. Baisse notable par rapport aux événements.
- **Chèvrerie Aber Benoit** : Monsieur Abarnou pas très bavard répond de manière laconique et sans entrain : « J'ai fait une très bonne saison ».
- **Vinidom** : hausse de fréquentation par rapport aux autres années, et donc plus de vente aussi
- **Le Jardin de la Terre** : nombreux touristes, plus de randonneurs et cyclistes que d'habitude.
- **Harpe Noire** : Bonne saison. Beaucoup de monde et gens sympas.
- **Auberge du Pont** : Moins de touristes (carence de clientèles anglais et allemand notamment) mais très bonne saison.
- **Crêperie du pont** : Très bonne saison. Depuis la fin du confinement, la fréquentation était très bonne et supérieure à l'année dernière.
- **Hôtel An Aber** : moins bonne saison, moins de retombées par l'office de tourisme. Beaucoup de réservations avant le confinement et annulées. Réservations essentiellement de dernière minute et démarrage surtout à partir du 10 juillet. Pas mal de réservations de groupes notamment de randonneur. L'emplacement d'un laboratoire en face de l'hôtel a pénalisé l'occupation de quelques chambres à cause d'un « drive covid » devant. La clientèle aoûtienne était plus « pénible » que les autres années.

#### ❖ Plabennec

- **Hôtel Les Voyageurs** : plus calme par rapport à l'année dernière, arrière-saison s'annonce bien cependant avec la clientèle habituelle
- **Au P'tit Creux** : Saison très très calme, le nombre de couverts a été divisé par deux sans les restrictions, ils ont fait peu de services complets, ils sont restés ouverts tout l'été et ont constatés une augmentation de la fréquentation dernière semaine d'août.

#### ❖ Plouvien

- **Bergerie des Abers** : annulation des portes ouvertes cette année mais cependant bonne fréquentation sur les marchés, meilleure saison jamais faite à ce niveau-là grâce à davantage d'actes d'achats surtout



- **Ferme de Kergrac'h** : beaucoup de monde, clientèle locale surtout, été assez compliqué vu les circonstances particulières
- **Ti Chope** : pas de changement particulier par rapport à d'habitude
- **Moulin de Garéna** : pour l'échappée game, 3 familles sont venues à deux reprises pour faire les deux, et en général, ceux qui sont venus ont apprécié ; clientèle assez locale, et recherche d'attirer davantage cette clientèle-ci
- **Bistro des Moulins** : Même fréquentation que d'habitude (fermé 2 semaines en août).
  - ❖ **Saint Pabu**
- **Camping de l'Aber Benoît** : Même fréquentation avec quelques emplacements en plus. Quelques personnes réfractaires au port du masque mais c'est anecdotique.
- **Koréjou Plongée** : saison correcte, reste stable par rapport aux autres années
- **Maison des Abers** : meilleure saison que l'an dernier, animations régulièrement complètes, animations supplémentaires réalisées avec la demande
  - ❖ **Tréglonou**
- **Manoir de Trouzilit** : Plus de fréquentation. Plein de randonneurs du GR34. Elle a installé une nouvelle aire de camping-cars qui peut en accueillir 8 (avec accès à la piscine). Crêperie complète tous les jours. Beaucoup de gens côté centre équestre aussi. Content de l'avoir pu faire ses animations. Malgré tout, saison épuisant au niveau des consignes sanitaires et un peu d'agressivité de la part des touristes parfois.

## 4 . Bilan financier 2020 :

### 4.1 Budget Primitif (voir en Annexe 1)

Le budget primitif 2020 est établi en fonction de 2 éléments à savoir :

❖ Les reports 2019 à savoir :

- un déficit de fonctionnement de 3 089,69 €
- un déficit d'investissement de 4 901,85 €

❖ Le Rapport d'orientations Budgétaires qui a été validé le 5 février 2020 (voir annexe 3)

### 4.2 Compte Administratif (en Annexe 3)

#### 4.2.1 Recettes de fonctionnement

##### 4.2.1.1 Tarifs (voir Annexe 2) :

En raison de l'exploitation du gîte patrimonial de l'île Vierge en 2020, l'Office de Tourisme doit s'assujettir à la TVA. Concernant les tarifs des prestataires professionnels, les tarifs doivent désormais être votés en Hors Taxe sans pour autant les modifier pour 2020.

Plusieurs tarifs ont été rajoutés afin de proposer des prestations supplémentaires aux visiteurs tels que l'impression (pour les billets etc ...) à titre occasionnel. En outre, un nouveau point d'accueil et d'information va être ouvert sur l'île Vierge et diverses prestations et produits seront proposés aux visiteurs encore non connus à ce jour.

Afin de faciliter la gestion de cette future boutique, il est proposé de donner délégation à la directrice pour fixer le prix de vente le plus adapté au marché des prestations et produits dans la limite de 45 € HT l'unité avec un coefficient multiplicateur du prix d'achat entre 1 et 3,5.

##### 4.2.1.2 Ventes :

Produits	2020	évolution	
<b>BILLETTERIE</b>			
ANIMATIONS LEADER	5 365,00 €	10,48	Uniquement escape game ABA et sac à dos
ARMORICA	1 729,00 €	-86,37	
ANIMATIONS ILE VIERGE	- €	-100,00	pas d'animations cette année
AR VRO BAGAN	- €	-100,00	pas d'animations cette année
BALADES EN MER	6 535,00 €	37,87	le public a répondu présent
BALADES PATRIMOINE	40,00 €	-50,00	
CARS DES ABERS	1 090,50 €	-16,72	
EUSA DECOUVERTE	285,00 €	-68,82	
GARENA ESCAPE GAME	950,00 €		Nouveauté
LA BICYCLETTE	763,00 €	-69,71	
LA RECRE DES 3 CURES	448,50 €	-51,70	Billetterie en ligne arrivée courant juillet
LE BRESTOA	116,00 €	-63,29	
OCEANOPOLIS	2 569,20 €	-57,69	
OUESSANT EVASION	186,00 €	-75,07	
<b>BOUTIQUE</b>			
BIERE CEZON	70,60 €	276,53	
CARTES POSTALES LANVAON	33,00 €	-94,77	
CD	32,00 €	-40,74	
DU HAUT DE MA DUNE	28,00 €		Nouveauté
LIVRES	128,00 €	-63,11	
AUTOCOLLANT DU PAYS PAGAN	9,00 €	-70,00	
AUTOCOLLANT PATRIMOINE DES ABERS	1,00 €	-88,89	
ESSUIS MAINS	15,00 €	-50,00	
PAREO	10,00 €	0,00	
POSTERS KERREG	10,00 €	-92,31	
GOBELET PAYS DES ABERS	30,00 €	15,38	
PHARE MINIATURE	220,00 €	12,24	

<b>AUTRES</b>			
IMPRESSION NB	24,40 €		
IMPRESSION COULEUR	6,80 €		
<b>GAMME PAYS DES ABERS</b>			
MARQUE PAGE PAYS DES ABERS	162,00 €	35,00	
MUG PAYS DES ABERS	8,00 €	-85,71	
CARTE POSTALE PAYS DES ABERS	238,80 €		
STYLO PAYS DES ABERS	4,00 €	-83,33	
TOTE BAG NOIR	40,00 €	14,29	
POSTERS PAYS DES ABERS	45,00 €	-43,04	
<b>RANDO</b>	- €	- €	
28 BALADES FINISTERE NORD	62,50 €	-44,44	
CARTE DE RANDO PLOUGUERNEAU	152,00 €	-68,85	
CARTE IGN 0416ET	947,20 €	-18,88	
RAND'ABERS	737,40 €	8,25	
FICHE RANDO LANDEDA	233,00 €	-7,61	
FICHE RANDO PLOUGUERNEAU	864,60 €	-8,87	
TOPOGUIDE LES ABERS	318,00 €	-42,86	
SOFI COUTURE	48,00 €	-74,47	
FINIST'MER	4 627,00 €	-60,97	
GISSEROT	227,50 €	-70,88	
PENN AR BED	6 629,25 €	-11,19	
MELI MELO	6 179,00 €	-8,93	
VAE E BIKE	4 130,50 €	26,35	
Total	46 348,75 €	-46,24	

- ▶ Le montant des ventes est en baisse de 46 % par rapport à 2019.
- ▶ Outre la fermeture des bureaux durant les mois d'avril et de mai, les directives imposaient un nombre réduit de documentation à mettre à disposition du public.
- ▶ D'autres facteurs de baisse :
  - Quasi-suppression des spectacles de l'Armorica à Plouguerneau
  - Arrêt de certains prestataires vieillissants

#### 4.2.1.3 Evolution 2019 – 2020

***En raison de la pandémie de COVID-19, les bureaux de l'Office de Tourisme ont été fermés au public 13 semaines et les salariés mis au chômage partiel durant 9 semaines. Cet événement sans précédent a fortement impacté le fonctionnement de l'EPIC tant au niveau des recettes que des dépenses.***

- Le changement de prise en charge des ventes/achats pour tiers sur les comptes 607/707 qui sont désormais en comptes d'attente à la Trésorerie. Seule la commission entre en compte 7082.
- Le report de l'action LEADER à 2021

#### 4.2.2. Dépenses de fonctionnement :

- ❖ Pour le chapitre 011 - baisse de 42 % par rapport à 2019 sur les postes suivants :
  - Eau/fournitures administratives/éditions /affranchissement
  - Formation avec pour corollaire frais d'hébergement et de déplacement
  - Frais de réception et achat d'actions touristiques LEADER
  - Baisse de la commission Vedettes des Abers (inactivité durant l'avant-saison)
  - Remboursement de la cotisation OT29

Pour le chapitre 012 : Baisse de 12% de la masse salariale

- Pas d'embauche de saisonniers en avant-saison et en septembre
- Pas de rémunération de l'agent LEADER depuis le 1<sup>er</sup> mai
- Embauche du chargé de mission de développement touristique à compter d'octobre compensé par la CCPA.

Pour le chapitre 65 : Hausse de 4 000 € (transfert de comptes du 11 vers le 65)

❖ En recettes :

- Remboursement partiel des salaires avril/mai/juin/novembre/décembre et exonérations des charges avril/mai/juin.
- Il n'y a pas eu de recettes encaissées durant la période avril/mai/juin.
- Subvention de la CCPA (212 000 €) + travaux d'aménagement Lannilis (23 750 €) + salaire du chargé de développement touristique (7 850 €)
- Versement de la subvention LEADER : 42 499,98 €
- Taxe de séjour : 86 114,17 € au 31/12/2020

4.2.3 Le bilan financier de l'équipement du phare de l'île Vierge :

La fréquentation s'est élevée à 9 028 personnes dont 21 journalistes.

Recettes	2019/2020	Dépenses	2019	2020
Visites phare	38 202,50 €/28 117,50 €	Charges (petit équipement, promotion...)	749,84 €	1 671,67 €
Animations	1 764 €/0 €	Prestations animations	1 582 €	0
		Charges de personnel	28 132,96 €	16 730,88 €
		Commission transport	3 144,40 €	2 469,49 €
TOTAL	39 966,50 €/28 117,50 €		33 609,20 €	20 872,04 €
SOLDE			6 357,30 €	7 245,46 €

4.2.4 Section d'investissement :

En dépenses :

- Création du site internet patrimoine : 12 713 €
- Travaux d'aménagement Lannilis et enseigne Aber Wrac'h et achats mobilier de bureau

En recettes : L'amortissement des immobilisations constitue les recettes d'investissement

# ANNEXES

