



## A 14 - Politique Stratégique 2024 – 2026

Office de tourisme du Pays des Abers

---

### Introduction : Bilan de la politique 2021-2023

La période 2021–2023 s'est déroulée dans un contexte de sortie de crise sanitaire, avec ses incertitudes et ses opportunités. Les orientations fixées ont globalement été tenues, avec quelques ajustements liés aux réalités du terrain.

**Île Vierge :** La montée en puissance de l'île Vierge s'est confirmée sur la période. Le grand phare a accueilli 13 643 visiteurs payants en 2022, une très bonne année qui a démontré la solidité du modèle et des difficultés quant à la capacité d'absorption du site (contraintes liées aux marées et à l'acheminement nautique). En 2023, la fréquentation a reculé à 11 575 visiteurs, principalement en raison de conditions météorologiques défavorables et d'un nombre important d'annulations. Une révision tarifaire engagée en 2023 a permis de maintenir une bonne rentabilité malgré ce recul. L'objectif des 15 000 visiteurs, fixé comme horizon, reste un cap pour la période suivante. Concernant l'écogîte, déficitaire en 2022, la refonte du modèle d'exploitation — notamment des prix et l'intégration du jeudi dans la commercialisation — a permis d'atteindre l'équilibre dès 2023.

**Qualité :** Le renouvellement de la Marque Qualité Tourisme a été obtenu avec succès en 2022, avec la nomination de la référente Qualité. Le prochain renouvellement, désormais sous l'appellation Destination d'Excellence, est prévu en 2026. La mutation du bureau de Plouguerneau, envisagée dans la politique 2021, n'a pas été réalisée sur la période.

**Communication et identité :** Le nouveau site abers-tourisme.com a été lancé dans le cadre de la mutualisation portée par Brest Terres Océanes et a reçu le Trophée de la Communication du réseau en 2023. La charte graphique a été refondue en cohérence avec celle de la Communauté de Communes du Pays des Abers, renforçant la lisibilité et la crédibilité de l'office auprès des partenaires institutionnels.

**Schéma de Développement Touristique :** Le SDT 2021–2026 a été validé et mis en œuvre conjointement par la CCPA et l'office de tourisme. Le chargé de mission prévu a été recruté. Son évolution vers un poste de direction a donné lieu à un nouveau recrutement pour assurer la continuité des efforts engagés.

**Étude REFLET :** Reportée à 2022, l'étude de fréquentation touristique menée par le Comité Régional du Tourisme a bien été réalisée, permettant d'actualiser la connaissance des clientèles du territoire.

**Changement de direction :** Anticipé dans la politique 2021-2023, le départ en retraite de la directrice a conduit au recrutement d'un nouveau directeur, en poste depuis janvier 2023.

### 1. Contexte et enjeux 2023–2026

La définition de la politique stratégique pour la période 2023–2026 s'inscrit dans un contexte de transformation profonde des pratiques touristiques, et dans un moment charnière pour la structure et le territoire.

- **Un contexte touristique en mutation**

- La crise COVID-19 a durablement modifié les comportements de voyage : montée en puissance des courts séjours, recherche d'authenticité, de proximité et d'expériences singulières. Le retour à un tourisme de proximité, amorcé pendant la pandémie, semble s'inscrire dans la durée et constitue une opportunité réelle pour un territoire comme le Pays des Abers.
- La part des plateformes numériques dans la collecte de taxe de séjour ne cesse de croître, traduisant une évolution structurelle des modes de réservation et d'hébergement qu'il sera nécessaire de suivre et d'intégrer dans notre connaissance des clientèles.
- Les attentes des visiteurs évoluent vers plus d'immersion, de sens et de lien avec les acteurs locaux.
- **Les travaux de l'île Vierge : un tournant à anticiper**
  - Les travaux de restauration du grand phare, nécessaires à la pérennité du site, sont programmés sur la période. Leur impact sur l'exploitation — billetterie, fréquentation, recettes — devra être anticipé et géré avec méthode, en lien étroit avec la Communauté de Communes du Pays des Abers.
  - Cette contrainte est aussi une opportunité : préparer la réouverture, c'est repenser le parcours visiteur, diversifier les offres accessibles sans monter dans le phare, et renforcer la marque Île Vierge pour qu'elle rayonne au-delà du seul équipement.
  - La constitution de provisions et le développement des recettes propres de la structure seront des leviers essentiels pour traverser cette période sans fragiliser l'ensemble de l'organisation.
- **Un renouvellement de mandature en 2026**
  - La période 2023–2026 coïncide avec la fin de la mandature communautaire. Cette échéance doit être anticipée dès aujourd'hui : il s'agit non seulement de produire un bilan lisible et partageable à destination des élus, mais aussi d'alimenter la réflexion prospective qui nourrira le prochain Schéma de Développement Touristique.

## 2. Orientations stratégiques 2023–2026

Pour la période 2023–2026, la stratégie d'Abers Tourisme s'articule autour de trois axes et cinq priorités opérationnelles :

### 2.1 Renforcer l'autonomie financière de la structure

Le ratio de dépendance à la subvention de la collectivité est un indicateur de santé de la structure. L'objectif est de diversifier les recettes (Subvention de la collectivité, taxe de séjour, activités commerciales, subventions de projet) pour moins (ou mieux) solliciter la collectivité :

- Maintenir la dynamique de la taxe de séjour
- Développer les recettes propres issues de la gestion d'équipements, de la commercialisation, de la boutique et du partenariat
- Constituer et gérer les provisions pour risques et charges afin d'absorber les aléas sans sur-solliciter la CCPA
- Préparer une proposition budgétaire cohérente pour la nouvelle mandature 2026

### 2.2 Développer la commercialisation de l'offre

Soutenir la commercialisation des expériences pour les tiers pour en faire un pilier du modèle fonctionnel d'Abers Tourisme. L'objectif est de consolider cette activité en la structurant comme une véritable agence réceptive de territoire :

- Développer la gamme d'offres commercialisées avec les acteurs locaux
- Cibler les clientèles de proximité (moins de 2h) pour soutenir une offre et un accueil aux 4 saisons
- Soutenir les acteurs locaux et faciliter leur quotidien en leur offrant une visibilité accrue

## 2.3 Mieux connaître les clientèles pour accroître l'efficacité de notre action

- Développer la donnée. S'engager dans la démarche SADI (Schéma d'Accueil et de Diffusion de l'Information) pour mieux comprendre les parcours clients et optimiser l'efficacité de l'accueil aux 4 saisons
- Mettre en place des outils d'observation de la clientèle à travers nos outils de commercialisation que ce soit pour Abers tourisme ou ses partenaires

## 2.4 Consolider et renouveler le modèle de l'île Vierge

L'île Vierge est le premier actif touristique du territoire. Les travaux prévus dans la chambre de veille sont une contrainte à gérer mais aussi une opportunité de repositionner le site :

- Soutenir le développement qualitatif et quantitatif de la fréquentation
- Mieux maîtriser la fréquentation et le parcours de visite sur l'île
- Atteindre l'équilibre financier dans l'exploitation de l'écogite patrimonial
- Gérer la transition des travaux en limitant l'impact sur l'expérience visiteur et les recettes
- Préparer une réouverture ambitieuse du grand phare en 2026 avec un parcours visiteur repensé
- Développer des visites opérées directement par les professionnels nautiques.
- Consolider la marque Île Vierge comme vecteur d'image pour l'ensemble du territoire
- S'appuyer sur les réseaux (Phares de France...) pour des projets à plus longue portée et diversifier les partenariats

## 2.5 Image et communication

La stratégie de communication d'Abers Tourisme repose sur une architecture à deux marques complémentaires : Abers Tourisme, qui promeut un territoire de séjour à l'identité forte portée par ses abers, son art de vivre et son patrimoine maritime ; et Île Vierge, positionnée comme site de visite d'envergure nationale, porte d'entrée sur le territoire et haut lieu du sport et de la culture. Cette double identité s'articule délibérément avec les réseaux partenaires — Brest Terres Océanes, Sensation Bretagne, Tout Commence en Finistère, Tourisme Bretagne

- Sur l'île Vierge : consolider le positionnement du phare comme grand équipement culturel et sportif, en s'appuyant sur le développement de l'offre et sur l'engagement des acteurs — transporteurs maritimes, hébergeurs, restaurateurs — qui font de la marque Île Vierge un relais spontané.
- Sur le territoire des Abers : assumer le positionnement d'une destination dépaysante et proche — accessible à moins de 2h pour près de 800 000 habitants — en valorisant l'offre expérientielle. Les thématiques structurantes sont le nautisme, le terroir et les savoir-faire, les patrimoines, la pleine nature et l'événementiel.

## 2.6 – Qualité et inclusion

Engagée dans la démarche Qualité Tourisme depuis 2009, elle constitue un fil conducteur de l'action d'Abers Tourisme. Le renouvellement de la Marque Qualité Tourisme en 2022 a posé un cadre exigeant que la période 2023–2026 doit non seulement maintenir mais approfondir, en l'élargissant à une ambition plus large d'accessibilité et d'inclusion.

### Qualité de l'accueil et de l'information

- Soutenir les démarches de labélisation en faveur de l'accueil des clientèles cibles (démarche qualités, accueil vélo, tourisme et handicap...)
- Former régulièrement l'équipe permanente et les saisonniers à la qualité de service, à la connaissance du territoire et à la relation avec des publics variés

### Inclusion et accessibilité

- Se former pour mieux accompagner les partenaires dans l'accueil des personnes en situation de handicap

- Développer des outils de médiation adaptés aux publics en situation de handicap
- Créer des supports pédagogiques à destination des scolaires pour ancrer l'île Vierge dans les pratiques éducatives locales
- Renforcer le lien entre tourisme et population locale, en faisant des habitants des ambassadeurs du territoire à part entière

#### **Tourisme durable**

- Suivre nos impacts et inscrire les actions de l'office dans une logique de réduction de l'empreinte environnementale : optimisation des volumes d'impression, mise en place de présentoirs de réemploi de la documentation (boîtAdocs), choix de partenaires engagés
- Favoriser les mobilités douces sur le territoire, notamment via les services de mobilité en commun (navette, bac) et la valorisation des itinéraires vélo et pédestres
- Accompagner les acteurs locaux qui souhaitent s'engager dans des démarches de classement ou de labellisation responsable

### **Zoom – Les engagements qualité de l'Office de tourisme**

Abers Tourisme porte la conviction que la qualité de service n'est pas une fin en soi mais un levier au service du territoire, de ses visiteurs et de ses partenaires. Pour la période 2023–2026, cette ambition se traduit par l'engagement vers le label Destination d'Excellence, qui se substitue à la Marque Qualité Tourisme depuis 2024, avec une évaluation prévue à l'automne 2026.

Ces engagements s'organisent autour de quatre cercles de responsabilité :

#### **Envers les visiteurs**

- Offrir un accueil personnalisé, sensible et adapté, fondé sur des conseils éclairés et une connaissance fine du territoire
- Diffuser une information pertinente, fiable et actualisée en permanence
- Garantir une ouverture à l'année avec une amplitude horaire large, dans des espaces accueillants et chaleureux
- Veiller au développement d'un tourisme responsable sur l'ensemble du territoire

#### **Envers l'équipe**

- Respecter les qualités et compétences de chaque membre du personnel dans la répartition et la conduite des missions
- Mettre en place une communication interne efficace et des conditions de travail favorables à l'engagement
- Former et accompagner les salariés selon les besoins et les aspirations de chacun

#### **Envers les partenaires socioprofessionnels**

- Fédérer les acteurs du tourisme autour d'une dynamique collégiale et partagée
- Multiplier les échanges pour proposer un service toujours plus adapté aux réalités du terrain
- Élargir la collaboration à de nouveaux acteurs économiques du territoire
- Accroître la visibilité et les retombées commerciales de nos partenaires

#### **Envers les élus et les institutionnels**

- Mettre en œuvre une politique touristique de qualité, cohérente avec les orientations de la collectivité
- Valoriser l'image touristique du Pays des Abers à toutes les échelles
- Alerter sur les attentes des clientèles et proposer des pistes d'amélioration concrètes pour le territoire
- Entretenir une collaboration étroite et régulière avec l'ensemble des partenaires institutionnels

Le suivi de ces engagements est assuré par la référente Qualité de l'office, qui pilote les indicateurs de satisfaction (questionnaires visiteurs, fiches de suggestions, suivi des réclamations et des remarques) et produit un bilan annuel permettant d'identifier les forces, les faiblesses et les axes de progrès.

L'équipe d'Abers Tourisme s'engage collectivement dans cette dynamique, avec la conviction que le territoire des Abers mérite une ambition touristique à la hauteur de ses richesses.

Le directeur

L'équipe permanente