

Le contexte institutionnel touristique a de nouveau subi des évolutions notables durant 2016 à savoir :

- ❖ La cessation d'activité de l'Agence de Développement Touristique au 30 juin et ses conséquences sur l'application du Schéma de Développement Touristique.
- ❖ Le projet de la mise en tourisme de l'île Vierge et de son phare en qualité de projet majeur pour le mandat 2014 – 2020 va devenir pleinement opérationnel après deux années de procédures administratives. D'un montant de 3 millions d'Euros il est composé des actions suivantes :
 - Rehaussement et renforcement de la cale en béton,
 - Rénovation du môle et de la cale historique pour un meilleur accès à l'île,
 - Rénovation de la longère dédiée à l'accueil,
 - Création d'un gîte patrimonial dans l'ancienne maison des gardiens de phare et rénovation de la tour et de la lanterne du petit phare.
- ❖ La montée en puissance de Brest Terres Océanes : en effet afin de permettre une montée en puissance progressive de la notoriété du territoire, il est nécessaire d'engager une stratégie marketing accompagnée d'une politique active de promotion et de communication. Il faut donc « produire » - grâce à un plan d'actions décliné annuellement - tous éléments utiles qui seront transmis à ce partenaire privilégié qu'est Brest Terres Océanes et d'être particulièrement actifs au sein de cette structure.

En ce qui concerne l'Office de Tourisme, la Communauté de Communes a demandé à l'Office de Tourisme communautaire de prendre en charge la visite au public du « grand phare » suite au retrait de l'Ecomusée de Plouguerneau. Cette activité est autorisée par la mission 5 sur l'exploitation d'installations touristiques et de loisirs

L'Office de Tourisme a aussi pour rôle de prendre en compte tous les autres équipements ou atouts touristiques reconnus - ou en devenir - du territoire et de fédérer les acteurs touristiques intéressés (filière patrimoine, professionnels de la restauration et du commerce, associations œuvrant pour l'animation du territoire) afin de créer « un écosystème touristique » cohérent qui permettra des retombées économiques sur tout le territoire.

Le plan d'actions et le plan de communication 2017 de l'Office de Tourisme ont été construits afin de répondre à ce nouveau contexte tout en restant vigilant aux possibilités de financement externe (Département, Région) et à l'évolution de la clientèle touristique.

Ces orientations sont synthétisées et budgétisées dans le document Plan d'actions 2017

1. L'accueil du public et l'information des touristes :

- **Réorganisation de l'amplitude d'ouverture** : afin d'optimiser le planning, le temps de travail des salariés d'accueil va être annualisé pour améliorer la gestion des plannings durant l'été. Du 1^{er} octobre au 31 mars, le bureau de Plouguerneau sera ouvert du lundi au samedi et le bureau de Lannilis du mardi au vendredi.

- **Pérennisation de l'accueil hors les murs et numérique** : l'embauche d'un salarié à mi-temps avec la Côte des Légendes est à discuter pour 2017. Le point d'accueil numérique de Saint Pabu sera maintenu à l'identique.

- **Site Internet local** : cet important outil de promotion opérationnel dès janvier 2017 sera perfectionné chaque année en fonction de l'évolution de la clientèle. Egalement dit « site de séjour » il vient compléter le « site de séduction » de Brest Terres Océanes dont les thématiques de promotion choisies à savoir la route des phares et les randonnées reprennent l'ADN du Pays des Abers. Le site sera donc pleinement coopérant dans le cadre des actions de la destination.

- **Marque Qualité Tourisme** : En 2017, l'Office de Tourisme doit reconduire cette labellisation en marquant sa démarche de progrès.

2. La promotion et la communication touristique du territoire :

La promotion « extérieure » du territoire est maintenant majoritairement relayée par nos partenaires : le GIP Brest Terres Océanes, le département et la région Bretagne. Nous participons cependant activement à sa mise en œuvre.

En termes de communication, l'Office de Tourisme a pour mission d'accentuer **la communication locale sur le phare et sur les filières locales** grâce à divers outils ou actions répertoriés dans le plan de communication (en Annexe 2). La Communauté de Communes accorde un financement spécifique sur ces deux axes (5 000 €/axe). L'objectif global de ce plan de communication tend vers l'amélioration de l'image de la destination et le développement de la notoriété pour générer un trafic commercial vers les sites de visite, la restauration et les hébergements.

Bien qu'ayant besoin de constance pour s'imprimer dans les esprits et être identifiée, la communication doit pouvoir rester adaptable afin de saisir les opportunités.

3. La coordination des différents partenaires du développement touristique :

- L'Office de Tourisme entretient une relation client suivie et cordiale avec ses partenaires professionnels. En 2017, un nouveau **panneau « billetterie »** (format 150 x 100) sera installé dans chaque point d'accueil pour une meilleure visibilité et valorisation de celles-ci.

- **La collaboration institutionnelle** : l'équipe de l'Office de Tourisme participera activement aux actions de Brest Terres Océanes sur la route des phares, les éditions (carte, catalogue hébergement) et la randonnée ainsi qu'au comité des techniciens et au Conseil d'Administration. La coopération avec l'Agence Départementale Touristique consistera en une mutualisation des frais pour les salons de la randonnée de Rennes et de Lyon (non réalisés par BTO).

4. La mise en œuvre de la politique touristique définie par la Communauté de Communes du Pays des Abers :

Le Schéma de Développement Touristique est l'outil principal de la politique touristique de la Communauté de Communes. Certaines actions ont été fléchées dans le budget Investissement de la CCPA pour 2017 et attendent la validation de leur financement.

5. L'exploitation d'installations touristiques et de loisirs :

La Communauté de Communes a sollicité l'Office de Tourisme afin de mettre en œuvre **la visite du grand phare de l'île Vierge**. Une convention et un budget global sont en cours d'élaboration. Plusieurs réunions de concertation ont déjà eu lieu avec la Vedette des Abers, principal partenaire. De nouvelles propositions de guidage vont être proposées à la clientèle des hébergeurs. Par exemple proposer une visite du phare exclusivement en allemand.

6. Les études de fréquentation et de développement touristiques

Comme en 2016, l'Office de Tourisme participe à la collecte des données au niveau régional.

7. L'animation :

De nombreuses visites d'entreprises locales figurent dans le programme estival et seront reconduites en 2017.

Dans le cadre de la valorisation de la filière « Produits et savoir-faire locaux » du Schéma de Développement, l'Office de Tourisme organisera **des marchés de producteurs locaux**.

8. Le montage et la commercialisation de produits touristiques :

Pour l'année 2017, l'Office de Tourisme va venir compléter l'offre déjà existante commercialisée par l'agence de voyages « L'été évasion » à destination des groupes à savoir :

Formule journée découverte : (pour les autocaristes et les associations)

1. Croisière bateau + visite du phare de l'île Vierge + restauration
2. Croisière bateau + visite du phare de l'île Vierge + restauration + visite Ménéham

L'Office de Tourisme complètera l'offre en un premier temps en proposant une rencontre thématique (ex : patrimoine religieux, visite de jardin, conférence patrimoine maritime ...) avec l'intervention d'un témoin ou d'un expert local.

Il sera aussi possible de commercialiser le guidage en car lors du passage sur notre territoire.

Pour le produit Ménéham nous travaillerons en coordination avec nos collègues de la Côte des Légendes.

Fonctionnement interne :

- Suite au redressement URSSAF portant sur 7 000 € dû à un dysfonctionnement du logiciel, l'établissement des salaires et charges sera désormais délégué au CDG 29

- En conséquence, le temps de travail de la comptable sera réorienté vers une optimisation de la taxe de séjour. Suite à un appel d'offre départemental, la CCPA a pris en charge l'achat d'un nouveau logiciel négocié à un prix plus avantageux. L'Office de Tourisme règlera la maintenance annuelle.

- L'effectif global de l'Office de Tourisme devrait être modifié en raison des évolutions décrites plus haut.

Grades	Effectif 2016	Effectif 2017	Durée
Contrat de droit public	1 agent catégorie A	1 agent catégorie A	Temps complet
Contrat de droit privé			
- Agent de maîtrise	1	1	Temps partiel 32/35
- Employé (technicienne/accueil)	1	1	Temps partiel 28/35
- Employé (technicienne/accueil)	1	1	Temps complet
- Employé (technicienne/accueil)	1	1	Temps complet
- Employé (comptabilité)	1	0	Temps partiel 7/35
- Employé (accueil saisonniers)	2,5	2	Temps complet (10/7 au 20/8)
- Employé (guide)	-	1	Temps complet (avril à sept)
- Employé (guide)	-	1	Temps complet (juillet/août)
- Employé (guide)	-	1	Temps partiel 28/35 (juillet/août)

En outre la masse salariale devra prendre en compte le GVT (glissement vieillesse technicité)

Annexe 1 : Plan d'actions 2017

Domaines	Objectifs/actions	Responsable	Coût estimé
① Accueil	-	-	
Améliorer l'accueil en général	Réorganisation de l'amplitude d'ouverture	V.Le Gall	En cours
	Pérennisation de l'accueil mobile à mi-temps (?)	V.Le Gall	2 000 €
	Lancement du site internet de séjour + adaptation	A.Louboutin /Cathy Le Roux	Temps de travail + 2 000 €
	Renouvellement de la Marque Qualité	V.Réthoré	750 €
② Promotion /communication		-	
Promotion	Déléguée partiellement à Brest terres océanes		
Communication	Voir plan de communication en annexe 2		5 000 €/OTPA 5 000 €/CCPA
③ La coordination des partenaires			
Partenaires	Panneau de valorisation des partenaires	A.Louboutin /V.Réthoré	1 200€
Institutionnels	Suivi de l'accompagnement BTO	Toute l'équipe	Temps de travail
④ Mise en œuvre de la politique touristique CCPA			
	Schéma de développement touristique Demande de signalisation départementale	A.Louboutin/VLG	En cours d'arbitrage
⑤ Gestion d'un équipement de loisirs			
	Guidage visite du phare de l'île Vierge	A.Louboutin : organisation G. Leneil : guidage	En cours
⑥ Les études de fréquentation			
	Observatoire touristique régional	A. Louboutin	Temps de travail
⑦ L'animation			
	Visites d'entreprises Marchés de producteurs locaux	C. Le Roux V. Réthoré	Temps de travail
⑧ Montage/commercialisation de produits touristiques			
	Proposer des circuits guidés à la journée Cible : les groupes	Collaboration OT Abers/Côte des légendes	Temps de travail
Fonctionnement interne			
Externalisation de la mission paie	Sécurisation et gain de temps	C. Le Goff	1 000 €
Réorganisation du service Taxe de séjour	Changement de logiciel pour optimisation	C. Le Goff	3 000 € - maintenance

Annexe 2 : Propositions plan de communication

Enjeux		Responsables	Budget
Communication public touristique			
COMMUNICATION D'ACCUEIL	<ul style="list-style-type: none"> - Pérennisation de l'accueil mobile - Nouveau site internet de séjour 	VLG / AL AL/CLR	Masse salariale : 2 000 € Temps de travail
COMMUNICATION ILE VIERGE <i>(Budget CCPA A confirmer)</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Infos locales Ouest France - Télégramme - Opération Présentoir Finistère Tourisme /Site internet /Résa en ligne - Flyer phare - 10 000 ex - Site internet « Ile Vierge » (achat nom + hébergement) - Accueil de journalistes - Événementiel « Les phares complètement à l'Ouest - 4^{ème} édition » - Page FB 	GLN VLG/AL GLN	Gratuit 1 390 € 1 500 € 643 € 1 000 € Gratuit TOTAL : 4 533 €
COMMUNICATION FILIERES Axe 2 du SLDT	<ul style="list-style-type: none"> - Actions de communication régulières à partir des événements nationaux - Filière Randonnée : Inscription de 4 sentiers PDIPR sur les sites internet rando de la région et du département. Salons de la randonnée (Rennes, Lyon et Brest) - Filière Produits/savoir-faire locaux : impressions supplémentaires du Guide du terroir et reportage/éditoriaux sur des sujets/projets du territoire - Marchés du terroir : 2 marchés pressentis Loc Brévalaire – Plouguin 	VLG/GLN VLG/AL CLR/GLN VR/CLR	Elaboration : temps de travail Impression : 1 000 € Gratuit 1 500 € 1 500 €
COMMUNICATION GLOBALE « Construire la notoriété du Pays des Abers »	<ul style="list-style-type: none"> - Encart « Détours en France » (100 000 ex soit 758 000 lecteurs) - Réseaux sociaux (FB, Instagram) - Diffusion du film (hélico) - you tube - Installation d'un écran dans le bateau (vidéo + promotion) - Accueil de journalistes (hébergement, restauration) - Photothèque CRT 	VLG/AL GLN VLG/AL	2 300 € (½ page) Temps de travail 500 € 1 500 € 1 500 € (50 % CRT)
Communication institutionnelle			
COMMUNICATION VERS BTO	<ul style="list-style-type: none"> Mutualisation des salons Rédaction des articles/news/éditoriaux pour site Internet BTO Travail animation réseaux sociaux (photos, films, webreporting) 	VR/CLR	Temps de travail
SOCIO-PROFESSIONNELS	<ul style="list-style-type: none"> Calendrier annuel communication à destination des socio-pros à l'année 1 visite mensuelle de l'équipe chez les socios-pros 	AL	Temps de travail (conception)