

Comme évoqué lors du Débat d'Orientations Budgétaires 2015, le contexte touristique était en cours de mutation et a sensiblement évolué durant les 12 derniers mois.

- ❖ La Communauté de Communes du Pays des Abers a souhaité connaître ses forces et ses faiblesses. Pour ce faire un diagnostic et un bilan a été réalisé par l'ADEUPA de Brest. La Communauté de Communes a validé début 2015 le 2^{ème} axe de développement : « Construire la notoriété du Pays des Abers par la valorisation des atouts touristiques et culturels » au titre de projet majeur.
- ❖ Concrétisant cette volonté le Schéma de Développement Touristique 2015 - 2017 est maintenant finalisé et a été adopté au premier Conseil communautaire de 2015 par la Communauté de Communes du Pays. (voir Annexe 10 : SLDT CCPA 2015-2017)

Il comporte quatre axes principaux et est réparti entre les 2 opérateurs du territoire : l'Agence de Développement du Pays des Abers et l'Office de Tourisme.

- L'enjeu 1 « Aménager et préserver le territoire » et l'enjeu 3 « Accompagner et soutenir les acteurs du tourisme » comprend 15 actions qui sont du ressort direct de l'Agence de Développement du Pays des Abers compétent en termes d'ingénierie territoriale. Seule l'action 1 portant sur la valorisation du site de l'île Vierge fera l'objet d'une démarche et d'un budget directement piloté par la Communauté de Communes.

- Les enjeux 2 « Consolider les filières et les pratiques » et l'enjeu 4 « Renforcer l'attractivité » seront eux mis en œuvre par l'Office de Tourisme du Pays des Abers en association avec ses divers partenaires que sont les socio-professionnels, les communes, les associations et les services techniques et administratifs de la Communauté de Communes.

- ❖ La création de Brest Terres Océanes - Groupement d'Intérêt Public regroupant les pays touristiques du Pays de Brest - est maintenant actée pour le 1^{er} Juillet 2015. Chaque Communauté de Communes doit donc réorganiser sa gouvernance tourisme. La Communauté de Communes a donc décidé la répartition des missions comme l'indique le schéma en Annexe 1.

Il a donc convenu de concevoir la politique stratégique 2016 de l'Office de Tourisme en fonction de ces nouveaux éléments mais sans savoir précisément quelles orientations marketing seront prises par Brest Terres Océanes. La structuration du plan d'actions est cependant toujours organisée en fonction des missions confiées par la CCPA dans le cadre de la délégation de service public.

Plan d'actions 2016

Domaines	Objectifs/actions	Coût estimé
1. Accueil	-	
Améliorer l'accueil en général	Mise en place de l'accueil mobile - recrutement d'une conseillère à mi-temps (17h)	1 977 €
	Planning d'accueil modifié (Landéda)	Voir § 6.3 - page 5
	Coût Marque Qualité et Classement catégorie 1	2 860 €
2. Communication /promotion		
2.1 Communication	Plan de communication OTPA	Voir tableau page 3
2.2 Promotion/communication avec Brest terres océanes	Actions mutualisées	-
3. La coordination des partenaires du tourisme		
3.1 Institutionnels	BTO : La coordination et l'organisation de l'offre touristique	
	Finistère Tourisme : collaboration pour la photothèque, le site finistererando.com et l'accueil vélo	Temps de travail
	Offices de Tourisme 29 : participation à la commission Prospective	Temps de travail
3.2 Socio-professionnels	Offre partenariale renouvelée (Création de packs, vitrines)	Vu en 2015
	Mise en place d'un blog destiné aux pros	Temps de travail
	Ateliers thématiques/formations (en complément de BTO)	Temps de travail
4. Mise en œuvre de la politique touristique CCPA		
	Voir plan d'actions CCPA/SLDT	
5. Les études de fréquentation/développement	-	
	Suivi de l'observatoire touristique avec le CRT	Temps de travail
6. Fonctionnement interne		
6.1 Equipements Office	Evolution du poste de location de matériels Evolution du poste de maintenance	
6.2 Gestion de l'équipe	Formation	103 €/3j/salarié
6.3 Evolution des dépenses de personnel	GVT	-

1. Accueil : comme vu lors du séminaire, il est nécessaire d'adapter l'accueil de la clientèle aux flux touristiques. C'est pourquoi :

- ❖ L'accueil mobile sera renforcé dans le cadre d'un emploi partagé avec nos collègues de l'Office de Tourisme de la Côte des Légendes.

Le volume horaire sera de 17 heures par semaine

Marchés Landéda et Lannilis	6 h
Saint Pabu (Théven ar Reut, Camping)	4 h
Lieux touristiques : Castel Ac'h (Plouguerneau) Beg an Truc (Tréglonou) Beg an Toul (Route touristique)	6 h
Déplacements	1 h

- ❖ Le planning d'accueil est modifié :
Le CDD de 12 mois signé en 2015 va être réaffecté à l'accueil en 2016 en raison du futur classement en station classée de Landéda qui requiert dès cette année une amélioration des horaires d'ouverture d'avril à septembre (respect des critères de classement)

Bureaux	Avril – juin / septembre	Juillet Août
Lannilis	9 h 30/ 12 h – 14 h /17 h 30 Fermé le lundi matin	10h/12 h30 – 14 h/18 h 30 Ouvert le dimanche matin
Landéda	14 h 30 /17 h 30 Ouvert le vendredi, samedi et lundi	10h/12h30 – 14 h/18 h 30 Ouvert le dimanche après-midi
Plouguerneau	9 h 30/ 12 h – 14 h /17 h 30 Fermé le dimanche	10h/12 h30 – 14 h/18 h 30 Ouvert le dimanche après-midi

- ❖ Le coût de la Marque Qualité Tourisme et Classement catégorie 1 est de 2 860 €.

{	Offices de Tourisme de France : 820 €
{	Offices de Tourisme de Bretagne : 350 €
{	OT 29 : 940 €
{	Marque Qualité : 750 €

2. Communication/promotion

2.1 Communication de l'Office de Tourisme

Enjeux	Actions	Budget OTPA/ CCPA	Responsable
Communication public touristique			
COMMUNICATION D'ACCUEIL	Mise en place de l'accueil mobile	§ masse salariale	Directrice
	Mise en place du nouveau site internet de séjour à partir du printemps (date de livraison BTO : 31/3/2016) + les incontournables (option) Contrat d'accompagnement à la refonte Options : - Redirection de www.abers-tourisme.com - Référencement naturel - Audit et paramétrage Google Analytics	7 284 € (financement CCPA) 630 € 1 500 € (financement BTO) 350 € Mutualisé Côte des Légendes 300 €	Adjointe chargée du numérique
	Editions 2016 : - Guide hébergement (3 000 ex) - Guide d'accueil (20 000 ex) - Guide terroir (12 000 ex) - Guide GB/D (5 000 ex) - Sortir au Pays des Abers (hors saison) - Sortir au Pays des Abers (Juillet/Août) - Carte touristique	1 962 € 11 968 € 3 439 € 2 952 € 0 € 1 584 € 3 487 €	Techniciennes
COMMUNICATION FILIERES	Axe 2 du Schéma de Développement Touristique : - Action 11 : Installation des 3 RIS sur les Rand'Abers - Actions 16/17 : promotion du nautisme – Création de totems sur les ports - Actions 18/19 : Organisation de marchés du terroir associés aux artisans d'art	Budget commun CCPA	Directrice
	Patrimoine culturel et naturel : offre au public d'outils de communication - culturel : création de géocaching sur les communes de l'intérieur - naturel : valorisation du sac à dos (maison des Abers) et des animations	Collaboration	Technicienne
COMMUNICATION GLOBALE	Actions de communication régulières (6 par an) à partir des : - Evénements nationaux (JEP, Fêtes du nautisme, Journées du petit patrimoine et des moulins, RV au jardin ...) ou autres événements (grandes marées ...)	Elaboration : temps de travail Edition : en interne	Directrice Agent CDD
	Reporter de territoire sur des sujets/projets communautaires (+ communication réseaux sociaux)	En interne	Technicienne
Communication Socio-professionnels	Calendrier annuel communication à destination des socio-pros à l'année	Temps de travail (conception)	Adjointe chargée du numérique
Communication locale métropolitaine	Voir § orientations touristiques BTO		

2.2 Promotion/communication de l'Office de Tourisme avec Brest terres océanes :
 Cette coopération fait désormais partie de la politique de promotion de l'Office de Tourisme.
 Une participation active favorisera la promotion « extérieure » du Pays des Abers.

Missions	Thématiques	Actions	Agent délégué
La promotion de la destination BTO	Site amiral : brest-terres-océanes.fr	- Refonte du site - Stratégie de référencement naturel	Adjointe chargée du numérique
	Site local : abers-tourisme.com	- Définir le cadre commun et la spécificité du nouveau site local - Gestion des redirections - Audit et paramétrage Google Analytics	
La communication de la destination BTO	Catalogue hébergement 2016	- Amélioration de l'extraction - Catalogue commun pour les hôtels, campings et hébergements collectifs - Mutualisation des coûts d'impression - Sortie le 27 janvier 2016	Technicienne
	Salon du tourisme de Brest	- Espace commun BTO/OT/professionnels - Mutualisation des coûts	Technicienne
	Carte touristique BTO	- Refonte de la carte 2015 avec réactualisation du verso	Technicienne
	Communication numérique	- Ecriture des éditoriaux - Création de vidéos et animation des réseaux sociaux	Techniciennes

3. Coordination des différents partenaires du tourisme

3.1 Institutionnels

Missions	Thématiques	Actions	Agent délégué
La coordination et l'organisation de l'offre touristique	Les ports escale fêtes Brest 2016	- Coopération accueil des bateaux - Promotion des ports escales - Formalisation du partenariat	Directrice
	La route des phares	- Définir le projet de communication autour de la thématique - Réflexion et proposition sur la valorisation de l'offre : ouverture des sites, animations... - 1 ^{ère} réunion le 18 janvier 2016	Directrice
	La filière randonnée pédestre	- Valoriser une offre rando ou promenade sous forme print ou numérique	Directrice
	La filière vélo	- Recensement de l'offre existante et des projets - Sensibilisation et accompagnement des acteurs du tourisme au label	Directrice

3.2 Professionnels

4. Mise en œuvre de la politique touristique CCPA

Mise en œuvre des axes 2 et 4 du schéma de Développement Touristique

5. Les études de fréquentation/développement touristique

6. Fonctionnement interne :

6.1 Equipement Office : (en investissements)

- Achat d'un écran avec clé USB et remplacement d'une photocopieuse et du matériel volé (vidéo projecteur et tablette)

6.2 Gestion de l'équipe :

- Plan de formation 2016 Offices de Tourisme de Bretagne/CCI (pour apprentissage de l'allemand)

6.3 Evolution 2016 de l'effectif et des dépenses de personnel :

Suite aux constats faits en 2015 :

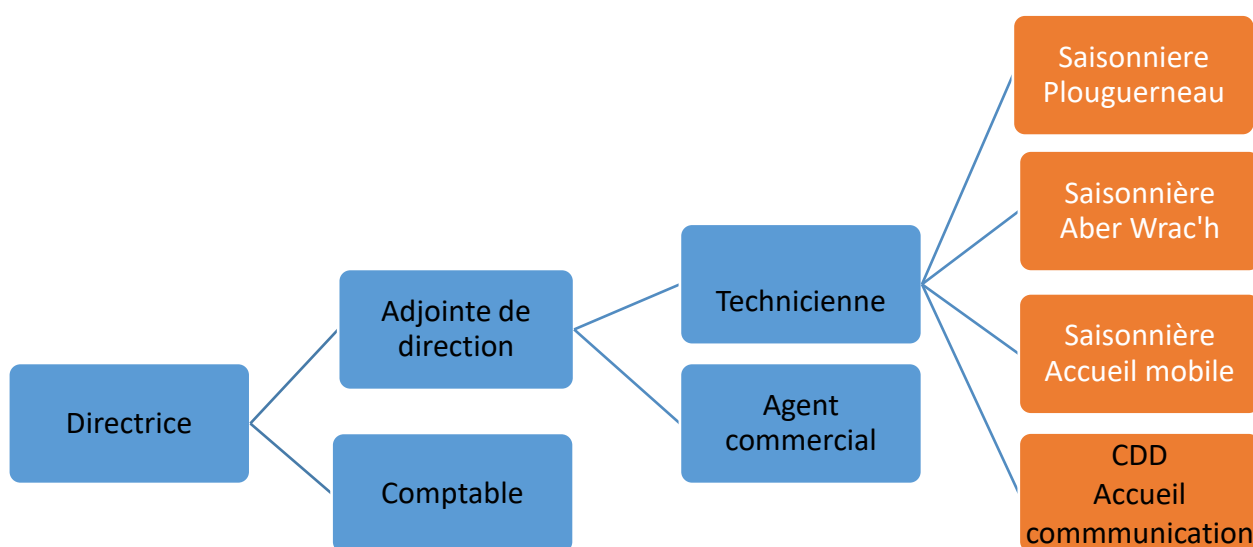
- sur la difficulté immédiate de mener une politique active de valorisation du patrimoine
- compte tenu du classement prochain de Landéda en station classée de tourisme,

➡ *Affectation du poste CDD 2015 à l'accueil et la communication*

Missions de ce poste :

- Conseillère en séjour : accueil, information et promotion locale
- Communication : mise en œuvre des 6 actions de communications prévues, collaboration accrue avec la Maison des Abers (en binôme avec la permanente) sur la politique d'animations nature.

Organigramme : réactualisé au vu des orientations proposées pour 2016



D'autres facteurs contribuent à l'évolution de la masse salariale à savoir :

- l'application de la loi sur la couverture santé collective (13 €/mois pour 3 salariés)
- le rattachement de la directrice à la Convention collective tourisme (formation, couverture santé et prévoyance) avec en contrepartie l'arrêt des cotisations CNFPT et CDG 29.

	2015	2016
Salaires permanents	168 736 €	172 181 €
Salaires saisonniers	11 431 €	8 306 €
Accueil mobile	0	1 977 €
Total	180 167 €	182 465 €

Annexe 1 : Réorganisation de la gouvernance locale

Pays des Abers

MISSIONS OTPA

- 1. Accueil et information**
 - accueil physique, information
- 2. Promotion touristique**
 - Site internet/webmarketing
 - Editions CCPA
 - Opérations de communication (salons, aéroport)
 - Communication/promotion CCPA
- 3. Coordination des partenaires touristiques**
- 4. Politique CCPA**
- 5. Exploitation d'installations touristiques de loisirs**
- 6. Etudes de fréquentation et développement**
- 7. Animation/événementiel CCPA**
- 8. Commercialisation**

MISSIONS BTO

- 1. La promotion de la destination Brest terres océanes**
 - Site Internet et webmarketing
 - Editions de la destination BTO (thématiques, magazine, carte touristique...) **Nouveau**
 - Relations presse
 - Opérations de communication (salons, aéroport, grands événements et équipements)
- 2. L'accompagnement des professionnels du tourisme**
 - Conseil et assistance aux porteurs de projets hors RCS (essentiellement meublés et gîtes)
 - Développer les labels de territoire (restaurants du terroir, crêperies gourmandes, cafés de pays...)
 - Développer le label tourisme et handicap
- 3. La coordination et l'organisation de l'offre touristique**
 - Coordonner la mise en place d'itinéraires de randonnée pour proposer des produits touristiques
 - Création de produits touristiques thématiques, routes touristiques...
 - Améliorer les déplacements des touristes pour proposer des produits touristiques

MISSIONS PAYS TOURISTIQUE

- 1. Assistance à l'élaboration du projet global de développement touristique**
 - **Accompagnement** des porteurs de projets,
 - à la qualification de l'offre d'hébergements
 - à la labellisation des sites et équipements (TH, Marques de Pays...),
 - aux manifestations d'audience nationale et régionale
- 2. Valorisation des patrimoines : mise en réseau des espaces muséographiques (édition, diffusion de documents)**
- 3. Aménagement et accessibilité des espaces naturels**
- 4. Participation aux réseaux (Pays de Brest, Finistère, Bretagne)**
- 5. Evaluation de l'évolution économique**
- 6. Formation et information des acteurs du tourisme**