

FOUESNANT-LES GLÉNAN



LA RIVIERA BRETONNE



Rapport d'activités 2024



Sommaire

Carte d'identité	P. 2
Édito - Gouvernance	P. 3
Temps forts	P. 4
Espace d'accueil	P. 5
Bilan de la saison	P. 6-8
Animations	P. 9
Communication numérique	P. 10-11
Communication print	P. 12-13
Promotion - Médias	P. 14-15
Commercialisation et Accompagnement	P. 16-17
Perspectives 2025	P. 18-19



Carte d'identité



3 300 Hectares
10 500 Habitants à l'année
60 000 Résidents en période estivale



17 km de côtes
14 km de plages
5 Espaces naturels
+ 100 km de sentiers de randonnée
70 km de pistes cyclables



Station Classée de Tourisme
Villes et Villages Fleuris
Site classé Natura 2000
Pavillon Bleu



14 Campings
5 Hôtels
2 Centres de Vacances
1 Résidence de vacances
+ 20 Chambres d'hôtes
+ 500 Locations saisonnières

Gouvernance



ÉDITO

Le secteur du tourisme est en constante évolution, avec l'apparition chaque année de nouveaux enjeux : économiques, environnementaux et sociétaux. Il est essentiel de nous adapter aux attentes des vacanciers et d'ajuster notre communication pour une plus grande pertinence. D'autant plus qu'il est de plus en plus difficile de se projeter d'une saison à l'autre, car depuis la pandémie de Covid-19, pas deux saisons ne se ressemblent. Même nos certitudes concernant le cœur de saison sont remises en question par des événements imprévus, tels que des élections législatives inattendues ou des Jeux Olympiques qui, loin de pousser les Parisiens à fuir la capitale pour rejoindre la mer et ses plages, ont eu des effets bien différents.

Face à ces défis, l'Office de tourisme a revisité son modèle d'actions tout en restant fidèle à ses missions. La rénovation de ses locaux accessibles à tous, alliant harmonie, convivialité et confort, répond aussi aux besoins d'espaces spécifiques, tels que des salons dédiés à l'immersion visuelle via un écran, ou un espace Wifi permettant de rester connecté, même pendant les vacances. La nouvelle stratégie de communication digitale via les réseaux sociaux offre de nouvelles perspectives de communication.

Par ailleurs, le schéma vélo intercommunal favorise la mobilité douce, en répondant aux attentes tant des vacanciers que des résidents, et s'adapte aussi bien aux déplacements itinérants qu'aux trajets quotidiens.

Je vous invite à découvrir plus amplement les temps forts de l'année 2024.

Roger Le Goff, Président.

Le comité de direction

L'Office Municipal de Tourisme de Fouesnant-les Glénan est statutairement un Etablissement Public à caractère Industriel et Commercial (EPIC). Il se trouve à l'intersection entre la commune, qui lui confie des missions selon une convention d'objectifs, les partenaires touristiques qui bénéficient des services offerts par la structure, et les visiteurs, qu'ils soient vacanciers ou habitants, qui reçoivent des conseils avisés.

Son Comité Directeur se compose de 13 membres et de 12 suppléants, répartis entre 2 collèges.

L'équipe

L'effectif du personnel permanent est de 6 personnes pour assurer les différentes missions de l'OMT. Un saisonnier renforce l'équipe sur les missions de conseiller en séjour en période touristique.



Véronique JEANNÈS
Directrice



Fabienne GENDROT
Assistante de direction
Référénte Qualité
Promotion - commercialisation



Delphine CHEVRIER
Gestion financière et sociale
Taxe de séjour



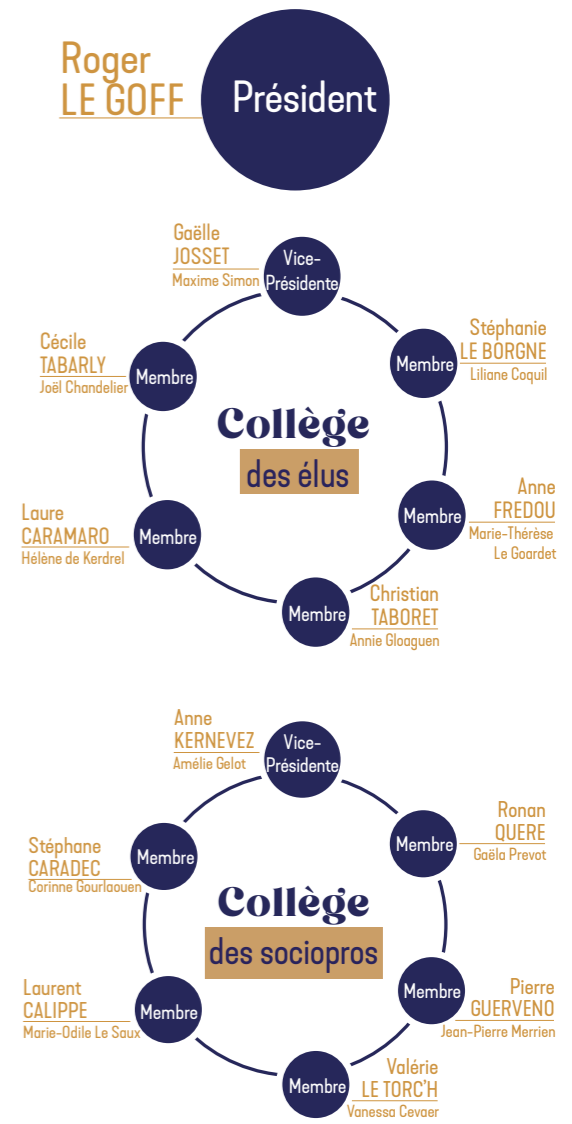
Christine BERTHOLOM
Responsable accueil
Référénte commerces et restaurants



Carine ROCUET
Communication-Éditions
Référénte Loisirs



Solena TANZI
Communication web et digitale



Temps forts

FÉVRIER

- ~ Salon International du Tourisme de Rennes.
- ~ Salon des Vakanz de Bruxelles.

AVRIL

- ~ Lancement de la saison touristique.
- ~ Inauguration de l'Office de Tourisme.
- ~ Portes ouvertes « À la découverte du nouvel espace d'accueil et d'information ».
- ~ Obtention de la Catégorie 1.

JUIN

- ~ Conception en interne du programme des animations de l'été.
- ~ Reflexion sur les partenariats 2025.

AOÛT

- ~ Reportage photo avec Jeremy Jehanin.
- ~ Participation à la mise en place du festival « Les Heures Exquises ».
- ~ Intervention sur les ondes de France Bleu Breizh Izel.

OCTOBRE

- ~ L'équipe marche pour Octobre Rose.
- ~ Organisation en partenariat avec Mark Gléonec de balades contées dans les vergers de Penfoulc dans le cadre de la Fête de la pomme.

DÉCEMBRE

- ~ Participation au marché de Noël.
- ~ location de la piste de Roller.

01

JANVIER

~ Réception des éditions 2024.

- ~ Suivi des travaux pour un retour à l'espace Kernévéleck fin mars.

02

MARS

~ Salon Lyon Mahana.

03

~ Salon Destination Nature – Paris.

- ~ Déménagement et retour à l'espace Kernévéleck.

04

MAI

- ~ Accueil d'un voyage de presse en partenariat avec Sensation Bretagne : Santé magazine, Marie-France, La voix du Nord, La Provence.

06

JUILLET

- ~ « Hey toi ! ambassadeur »
- ~ Accueil hors les murs : retour sur le marché de Beg-Meil.

08

SEPTEMBRE

- ~ Préparation de la saison 2025 et mise en place des nouveaux partenariats « Navy » et « Or ».
- ~ Journées Européennes du Patrimoine : inscription aux visites du sémaphore de Beg-Meil.

09

10

NOVEMBRE

- ~ Le temps des bilans et des perspectives 2025.

11

12

Espace d'accueil

2024 : DES ESPACES RÉNOVÉS

- ≡ Après une saison dans l'espace d'accueil et d'information rénové, toute l'équipe s'accorde à dire que l'aménagement intérieur correspond entièrement aux attentes des visiteurs. Les retours sont nombreux et toujours élogieux. Le lieu est, non seulement, accueillant et convivial mais également très harmonieux. Les visiteurs s'y sentent bien et le personnel aussi !

Le parcours des visiteurs permet une bonne gestion des flux. Les banques d'accueil dissociées ont facilité les échanges et les ont rendus plus fluides. Le son des conversations est moins présent, ce qui est plus confortable pour tous : visiteurs et conseillères en séjour. Les différents espaces « salon/wifi/vidéo », « enfants » permettent à chacun de passer un moment agréable. Les informations diffusées sur deux écrans tactiles, un à l'intérieur et le deuxième à l'extérieur consultable 24/24, ont beaucoup de succès.

Des couleurs à l'image de Fouesnant-Les Glénan !

Dès l'entrée, on plonge dans un camaïeu de bleu qui évoque l'archipel des Glénan et ses eaux transparentes. La fresque, œuvre originale, illustre les fonds marins. Le ton est donné, les visiteurs sont bien arrivés à Fouesnant et les vacances peuvent commencer !



L'inauguration s'est tenue le 3 avril 2024, en présence de Monsieur Le Goff, maire et président de l'OMT, le Comité Directeur, Madame Caramaro, conseillère départementale, Monsieur Puchois et Madame Lévy-Gérard, respectivement président et directrice de l'agence Tout commence en Finistère, Monsieur Gourvil, président d'OT29, Madame Le Du, architecte d'intérieur, et les partenaires touristiques de l'Office de tourisme.

Bilan de la saison

En début d'année, l'étude sur les intentions de départ en vacances des Français était plutôt encourageante. C'était sans compter les multiples aléas qui ont perturbé la saison 2024. On peut citer une météo capricieuse, le contexte inflationniste, les élections législatives ou encore l'engouement pour les Jeux Olympiques de Paris. Du point de vue des professionnels touristiques, les sentiments sont nombreux : déception, étonnement, parfois satisfaction...



CHIFFRES CLÉS*

40%

des professionnels satisfaits de la fréquentation d'avril 2024

70%

des professionnels satisfaits de la fréquentation d'avril 2023

* Source : Observatoire touristique de Tourisme Bretagne

2024, UNE SAISON CONTRASTÉE !

La fréquentation touristique des vacances de printemps a été plutôt mitigée au regard des chiffres de fréquentation enregistrés en avril 2023. Il va sans dire que la météo maussade du mois d'avril a joué particulièrement en la défaveur du tourisme. Le calendrier des vacances scolaires détermine l'ordre des zones. La zone C, qui inclut Paris et sa région, attire généralement de nombreux vacanciers, en particulier lors des semaines communes avec notre zone de vacances. Cette année, ce n'était pas le cas et la fréquentation en a souffert. Le calendrier est également pointé du doigt avec un week-end de Pâques fin mars : trop tôt pour organiser à l'avance une escapade de 3 jours. De plus, en raison des prévisions météorologiques, les destinations n'ont pas vraiment bénéficié des départs de dernière minute. Il a fallu attendre les deux dernières semaines d'avril pour percevoir un regain d'activité grâce au tourisme de proximité.

Un premier pic de fréquentation

Le pont des 8 et 9 mai, qui s'est étendu jusqu'au 12 mai inclus a offert une affluence et une météo dignes d'une semaine d'août. Le besoin de vacances est clairement présent et la présence de deux jours fériés dans la même semaine a favorisé le choix du pont de l'Ascension pour profiter du littoral.

Quant au mois de juin, le fait marquant a été le retour de la clientèle étrangère, notamment les Britanniques, qui tardaient à revenir depuis le Brexit. La clientèle allemande quant à elle, est bien représentée, les vacances d'été ayant débuté pour certains Länder.



Le mois de juillet a déçu de nombreux professionnels du tourisme en raison de plusieurs facteurs défavorables qui ont perturbé les habitudes des vacanciers. Tout d'abord, la première semaine de juillet a été impactée par les élections législatives et les vacances scolaires tardives, réduisant ainsi la fréquentation touristique estivale. De plus, l'absence de pont du 14 juillet, combinée à une météo pluvieuse et fraîche, a découragé les départs vers la Bretagne. Enfin, fait inattendu, les Franciliens n'ont pas quitté la capitale pendant les Jeux Olympiques ; au contraire, certains ont choisi de rester sur place pour assister aux compétitions, tandis que d'autres ont décalé leurs vacances pour suivre les événements sur leur petit écran.

Les vacanciers d'août sont arrivés en nombre dès le 3 et ont été présents tout au long du mois avec un pic de fréquentation lors du pont du 15 août. Selon certains professionnels, août 2024 est un bon cru. Du côté de l'Office de tourisme, le chiffre de fréquentation du mois est jugé comme similaire à celui de l'an dernier. Toutefois, tous les secteurs d'activité n'ont pas le même ressenti car il convient de tenir compte de l'impact de l'inflation sur les dépenses ainsi que de l'effet météo sur les choix de loisirs qui a favorisé les activités intérieures au détriment des loisirs de plein air. Les vacanciers sont restés bien présents jusqu'à la fin du mois, et contrairement à certaines années, la baisse de fréquentation souvent observée après le 20 août a été moins marquée cette fois-ci.



Un bel automne...

Une tendance intéressante se dessine dans le comportement des vacanciers marquée par une affluence accrue durant la première quinzaine de septembre. Cette observation pourrait être expliquée par plusieurs facteurs. Tout d'abord, le mois de septembre offre souvent de belles journées, mais avec une fréquentation plus faible qu'au mois d'août. De plus, beaucoup de vacanciers choisissent cette période pour profiter de tarifs plus attractifs. Cela explique pourquoi les couples sans enfants et les retraités sont plus nombreux : ils ont plus de souplesse en termes de disponibilités et peuvent ainsi profiter des ailes de saison. Les excursionnistes sont bien présents et n'hésitent pas à se déplacer lors d'événements locaux comme la visite du sémaphore lors des Journées Européennes du Patrimoine ou celles des vergers de Penfoulic dans le cadre de la Fête de la Pomme. L'affichage « complet » de ces activités témoigne de l'engouement pour des expériences authentiques et de proximité qui font partie des attraits de Fouesnant.

DEMANDES D'INFORMATION

58%

en vis-à-vis

21%

par téléphone

14%

par mail

7%

par livechat

En conclusion, les chiffres de fréquentation sont inférieurs aux deux années passées mais il faut toutefois tenir compte de l'effet « sortie de COVID » qui avait multiplié le nombre de séjours en France.

FRÉQUENTATION DE L'OFFICE DE TOURISME



PROVENANCE DES VACANCIERS

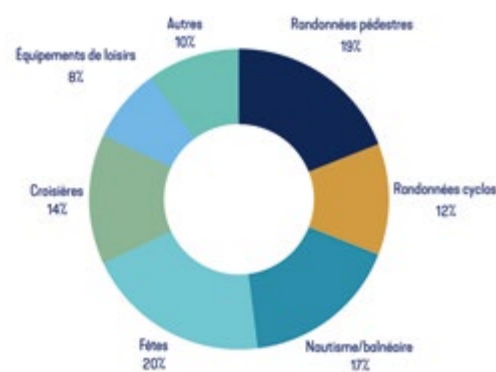


THÈMES DES DEMANDES

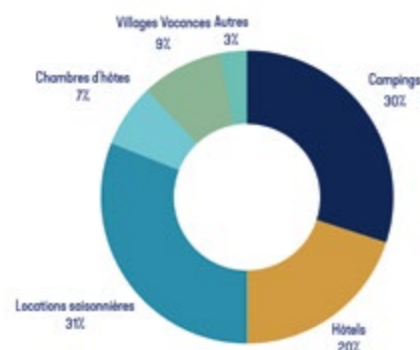
≡ L'OMT recense les thèmes des demandes des visiteurs, leur nationalité ou leur département d'origine via l'outil, Tourinsoft, afin d'obtenir des statistiques de fréquentation pour répondre aux besoins d'analyse des offices de tourisme mais également à ceux de Tourisme Bretagne.

En ce qui concerne les loisirs, l'analyse repose sur le comptage des demandes enregistrées au guichet. L'Office de tourisme offre un service de réservation pour les prestataires touristiques car l'acte d'achat est souvent effectué suite aux conseils délivrés par les conseillères en séjour. Les demandes varient suivant les conditions météorologiques, les activités intérieures sont privilégiées lors des journées pluvieuses, tandis que les activités extérieures, comme les sports nautiques et les balades, sont favorisées lorsque le temps s'améliore. On note une belle augmentation des demandes sur les voies cyclables et les promenades à vélo. Les fêtes et festivités ont également enregistré une progression.

Pour les hébergements, le calcul se base sur les pages consultées du site internet, étant donné que les réservations sont majoritairement effectuées en amont du séjour. Les locations de vacances arrivent en tête des consultations suivies de près par les campings, puis par les hôtels. Les chambres d'hôtes et les villages vacances enregistrent un nombre de pages vues presque équivalent.



LOISIRS



HÉBERGEMENTS

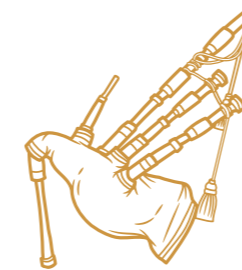
Animations

FÊTES ET FESTIVALS

≡ Les fêtes et spectacles sont en tête des demandes d'information des visiteurs qu'ils soient vacanciers ou Fouesnantais. C'est, incontestablement, un critère de choix de lieu de séjour pour grand nombre de visiteurs.

Cette année, l'Office de tourisme a, non seulement, poursuivi le financement de la programmation estivale : Les Lundis des Pintiged, Place aux Mômes, Chambre avec Vue, Les Pierres Parlent, mais a également aidé au financement du festival « Les Heures Exquises ». Du lundi au jeudi, la programmation estivale se veut variée et s'adresse à tout public, des plus petits avec Place aux Mômes, aux amateurs de danses bretonnes aux Lundis des Pintiged. Le week-end, les associations prennent le relais en organisant de nombreuses fêtes.

Les grands rendez-vous de l'été !



Début juillet, le Festidreuz enflamme le terrain de Kerchann qui résonne des chants des milliers de festivaliers. Puis, la Fête des Pommiers fait résonner binious et cornemuses pendant le traditionnel défilé de costumes.



Les Heures Exquises



Le festival se veut un voyage musical autour de l'univers de Marcel Proust et de Reynaldo Hahn et de la foisonnante vie artistique de cette époque. Du 20 au 23 août, des artistes se sont produits dans différents lieux de la commune. Ce festival est une initiative récente, et ses représentations, qui ont eu lieu après la semaine du 15 août, ont offert une programmation destinée à un public passionné par les œuvres classiques, prêt à parcourir une certaine distance pour venir les écouter.

Les Journées Européennes du Patrimoine
Dans le cadre des Journées Européennes du Patrimoine, le sémaphore a ouvert ses portes tout le week-end. L'Office de tourisme a noté les inscriptions pour ces visites guidées qui ont affiché complet pendant tout le week-end.

La Fête de la Pomme

La Fête de la Pomme s'est déroulée sous un beau soleil. Le public était au rendez-vous ! Les deux visites contées organisées, en partenariat avec Mark Gléonec, ont affiché complet. Les familles étaient nombreuses. Les enfants, particulièrement intéressés par la visite, ont posé d'innombrables questions pour le plus grand plaisir du guide. Les participants étaient ravis !



Communication numérique



SOLENA

Soléna TANZI a rejoint l'équipe fin mars 2024.

Experte en digital, elle est chargée de la communication numérique au sein de l'Office de tourisme. Elle a en charge la gestion du site internet et des réseaux sociaux ainsi que l'accueil touristique et le conseil aux vacanciers.

BIENVENUE

LE SITE INTERNET

Le site internet de Fouesnant-les Glénan offre aux internautes inspiration et informations pratiques sur l'offre du territoire en matière d'incontournables, d'hébergements, de loisirs, de restauration, d'animations. Il est adapté à tous les écrans.



CHIFFRES CLÉS

270k
Visiteurs

883k
Pages vues

80 %
Français



TOP PAGES

1 **Webcams**

2 **Marées**

3 **Agenda**

4 **Glénan**

5 **Locations**

Technologies



72,3 %



24,4 %



3,3 %

Perspectives 2025

Le site internet actuel date de 2018, les technologies évoluent très vite mais également la conception, les critères de recherche, l'attractivité, c'est pourquoi la Riviera Bretonne travaille en partenariat avec les 3 offices de tourisme à la création d'un nouveau site internet. La consultation a été lancée et l'étude des offres est en cours. L'objectif est de mettre en ligne, en septembre 2025, un site «amiral» Riviera Bretonne et 3 sites «satellites» répondant aux besoins des Offices de tourisme. Les agences ont répondu aux critères liés à la méthodologie, la créativité et aux exigences techniques. L'enjeu est d'obtenir un site plus ergonomique et facile de navigation pour l'utilisateur tout en étant « Mobile First et Responsive Design », c'est-à-dire adapté à tous les appareils et éco-conçu. C'est un critère indispensable quand on sait que les connexions se font à plus de 70 % sur mobile.

LES RÉSEAUX SOCIAUX

Les réseaux sociaux sont essentiels, car ils servent de vecteurs de recommandation, d'inspiration et de fidélisation pour les visiteurs. Leur rôle consiste à mettre en avant la destination, tout en inspirant, informant, convertissant et fidélisant les communautés grâce à des contenus créatifs qui encouragent la découverte tout au long de l'année, avec un accent particulier sur les ailes de saison.

La communication se fait principalement via Facebook et Instagram à raison de 2 publications par semaine. Souhaitant positionner Fouesnant-les Glénan comme une destination responsable, l'OMT poursuit la promotion de l'écotourisme, d'inclusivité et de diversité. Les randonnées et les mobilités douces sont des thèmes privilégiés.



CHIFFRES CLÉS

17k Followers
957k Couverture
38k Interactions



7.8k Followers
65k Couverture
14.5k Interactions

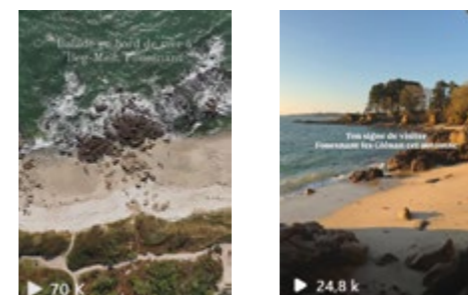


500 € Budget sponsorship

f Réels Facebook

Facebook tout comme Tik Tok et Instagram met en avant les nouveaux formats de vidéos courtes en mode portrait.

Les résultats sont probants et tout particulièrement en ce qui concerne les deux réels suivants (sponsorisés).

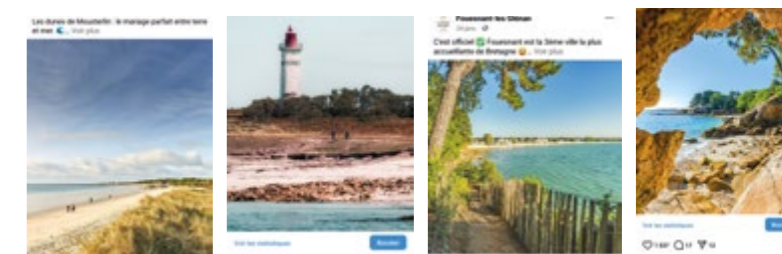


in Lancement d'une page LinkedIn

LinkedIn est aujourd'hui le « leader » des réseaux sociaux professionnels avec plus de 18 millions de visiteurs mensuels en France. C'est un excellent canal de communication BtoB pour les marques et entreprises mais aussi pour les offices de tourisme. Créée en mai 2024, la page de Fouesnant-les Glénan permet aujourd'hui de mettre en avant nos actions auprès de partenaires et professionnels du tourisme.



TOP PUBLICATIONS



MY DESTINATION

Cette année, la Riviera Bretonne et les trois offices de tourisme ont poursuivi l'accompagnement opérationnel commencé en 2023 avec l'agence My Destination, spécialisée dans les réseaux sociaux touristiques.



Communication Print

LES ÉDITIONS

≡ Pour la deuxième année consécutive, l'Office de tourisme a publié des brochures arborant les couleurs de sa charte graphique si inspirante.

Le Magazine, le carnet des Bonnes Adresses, le guide des Hébergements, ou encore, le plan de la commune séduisent par la qualité des photos et des illustrations. Le portfolio du magazine offre une immersion immédiate dans les paysages paradisiaques de la commune. Les contenus sont informatifs tout en étant attractifs. Les thèmes abordés répondent aux tendances actuelles : espaces naturels, grand air, produits locaux... tout en encourageant nos clientèles aux pratiques durables.

<p>LE MAGAZINE</p> <ul style="list-style-type: none"> - Présentation par thématique. - Des idées de séjour en toute saison et pour tous les profils. - Harmonie de couleurs, des visuels et des illustrations. <p>20 000 exemplaires</p>	<p>LE PLAN</p> <ul style="list-style-type: none"> - Recto épuré avec polaroids illustrant le territoire, tableau des distances. - Verso dédié aux adresses utiles et aux incontournables. <p>40 000 exemplaires</p>	<p>LES BONNES ADRESSES</p> <ul style="list-style-type: none"> - Visibilité accentuée pour nos partenaires. - Format carré innovant, nouvelle palette graphique. - Boitage sur la commune. <p>20 000 exemplaires</p>	<p>LES HÉBERGEMENTS</p> <ul style="list-style-type: none"> - Mise en avant de l'ensemble de nos hébergeurs. - Des pages astuces et infos pratiques. - Une édition qui fait du lien avec le site internet. <p>2 000 exemplaires</p>

Tourisme accessible



≡ Création d'un document Facile à Lire et à Comprendre « FALC ».

Dans le cadre du renouvellement du label Tourisme & Handicap de l'Office de tourisme, outre les documents d'usage existants, un document FALC de présentation du territoire a vu le jour grâce à une collaboration entre l'Office de tourisme et l'esatCo de Concarneau, spécialisé dans la qualification et la lecture.

Axe prioritaire de la stratégie de l'agence d'attractivité Tout commence en Finistère, l'Office de tourisme a rejoint un groupe de travail autour de l'accessibilité de l'offre touristique en Finistère. L'objectif étant de créer un diagnostic partagé qui servira de base de travail à la construction d'un plan d'actions.



Le carnet du promeneur



≡ Le guide des randonnées a été remplacé par un nouveau support décliné en format « papier », et numérique sous la forme d'une application « Balades en Pays Fouesnantais ».

Les 25 circuits pensés, créés, balisés par les équipes de la Riviera Bretonne s'articulent autour de quatre thématiques : Patrimoine, Campagne, Bord de mer et Espaces naturels. C'est un outil indispensable à l'Office de tourisme tant les demandes sont nombreuses autour de la découverte à pied du Pays Fouesnantais. L'application mobile est gratuite et propose une expérience interactive comprenant les tracés détaillés des circuits, un guide pas à pas pour chaque itinéraire et ses points d'intérêt à proximité ou le long des parcours.



≡ Top 5 des balades

	CONSULTATIONS	TÉLÉCHARGEMENTS	IMPRESSIONS
Les criques de Beg-Meil	1 326	23	15
Autour de l'anse du Petit Moulin	800	5	9
Autour de la pointe du Cap-Coz	650	5	7
Le bocage de Beg-Meil	645	8	7
La boucle des corniches	517	6	6

Les balades numériques



Les trois balades disponibles sur l'application CityGem : « Balade dans les pas de Proust », « De Pen An Cap au bois de Penfoulic », toutes deux à effectuer à pied, et « Foën à bicyclette » participent à l'offre touristique de la commune tout comme les circuits à vélo proposés via l'application Cirkwi. L'offre est riche et diversifiée. Elle répond aux attentes des vacanciers et des habitants.

SALONS

Les salons du tourisme font partie des actions de communication destinées à promouvoir la station de Fouesnant-les Glénan.

Chaque année, l'Office Municipal de Tourisme s'associe à d'autres réseaux ou d'autres offices de tourisme pour une visibilité optimale sur les salons nationaux ou internationaux.



Salon des Vakanz de Bruxelles Du 1^{er} au 4 février 2024

~ Unique salon à l'étranger, le Vakanz est aussi un incontournable quand on sait que les Belges font partie des nationalités les plus présentes en Bretagne.

70 000 visiteurs

Salon du Tourisme Lyon Mahana Du 8 au 10 mars 2024

~ Retour sur un salon grand public que nous avons délaissé depuis plusieurs années. La clientèle du bassin lyonnais est très présente en Bretagne.

19 000 visiteurs

Salon International du Tourisme de Rennes Du 9 au 11 février 2024

~ Salon de proximité dont l'objectif est de renforcer la fréquentation sur les ailes de saison et de promouvoir les courts séjours.

20 000 visiteurs

Salon Destination Nature Paris Du 13 au 17 mars 2024

~ Salon thématique, le rendez-vous des adeptes des activités de pleine nature à la recherche de nouveaux espaces naturels.

44 000 visiteurs

MARKETING D'INFLUENCE



L'accueil de prescripteurs booste l'image de la destination et diversifie les clientèles ciblées, notamment étrangères.

Dans le cadre du partenariat de la Riviera Bretonne avec Tourisme Bretagne, le service tourisme de la communauté de communes a accueilli une influenceuse néerlandaise, Mechteld VAN WEZEL, créatrice de contenu pour des magazines en ligne : The Outdoors, The Hike et The Bike. L'Office de tourisme lui a fait découvrir en « Fat bike » les sites de Cap-Coz, Bot-Conan, la Roche Percée, la cale de Beg-Meil et les plages, le marais de Moustierlin, le site de Kerbader et la Pointe de Moustierlin.

RELATIONS PRESSE

Les relations avec les médias sont un élément clé de la stratégie de communication. L'Office de tourisme les développe à travers des partenariats institutionnels et professionnels. Chaque année, des actions sont mises en place dans ce cadre.

Partenariat Riviera Bretonne

ELLE

En avril, la Riviera Bretonne a publié une pleine page de publi-rédactionnel dans le magazine Elle. Les thématiques abordées reflètent les activités et les visites adaptées aux ailes de saison : les promenades à pied et le GR34, les espaces naturels, les activités nautiques et le bien-être.

ELLE à table

La Riviera Bretonne, en partenariat avec Tourisme Bretagne, a reçu Clothilde VAN BRUSSEL, journaliste belge pour le magazine Elle à Table. Elle a réalisé un reportage sur la gastronomie bretonne en dehors de la saison estivale. Lors de son séjour, la journaliste a été accueillie par la chambre d'hôte Au 46, la cidrerie de Perquet, L'atelier n°5 et les viviers de Penfoullic, qui lui ont fait découvrir les coulisses de leur activité.

Inauguration de Fort Cigogne



Le 12 septembre, l'archipel des Glénan était sous les projecteurs des médias nationaux lors de l'inauguration de Fort Cigogne, en présence de Stéphane Bern, président de la Mission Patrimoine. Le Fort Cigogne a accueilli, à l'abri de ses remparts, de nombreuses personnalités. Les articles de journaux ainsi que les reportages télévisés, sous un soleil radieux, ont offert une belle visibilité à Fouesnant.

Partenariat Sensation Bretagne

Fouesnant-les Glénan a accueilli un voyage de presse organisé par l'agence AiRPur. Les journalistes de Santé Magazine, Marie-France, La Voix du Nord et La Provence ont été conviés à découvrir les atouts touristiques de Fouesnant. Le programme s'est voulu riche et diversifié. Quelques articles sont déjà parus !



SANTÉ MAGAZINE

~ Se ressourcer : vélo, vive les petites boucles !
Mai 2024



GÉO

~ Chanson francophone. Festidreuz à Fouesnant
Juin 2024



LA PROVENCE

~ S'évader : Bon vent iodé de Cornouaille !
Juin 2024



MAGAZINE KNACK

~ Idées week-end en Bretagne
Juillet 2024



LE FIGARO

~ La Bretagne à vélo, le long de la Riviera Bretonne.
Août 2024



LA VOIX DU NORD

~ Une virée iodée
Septembre 2024



MARIE-FRANCE

~ Pour faire ses premiers pas en sophrologie... Vitamines Sea.
Septembre 2024

Commercialisation

Les Vitamines Sea sont un ensemble d'activités ludiques et de bien-être créées en collaboration avec les « zen'imateurs ». Ces activités proposées et commercialisées par l'Office de tourisme constituent nos produits internes. En parallèle, l'Office propose également à la vente de la billetterie de prestations touristiques liée à ses partenariats : transports, excursions maritimes, musées, etc. Cette activité commerciale répond à la fois à la notion de services envers les visiteurs et envers les partenaires touristiques.

Vitamines Sea

Pour la seconde année consécutive, les animations ont débuté dès les vacances de printemps, offrant une programmation adaptée aux vacanciers des ailes de saison. Les dernières animations se déroulent jusqu'à la fin des vacances d'automne. Quelques ajustements ont été apportés pour optimiser les séances, notamment avec la réorganisation des animations du vendredi, trop peu fréquentées. Leur report au mardi a permis de maintenir l'activité avec une belle fréquentation.

5 ACTIVITÉS

- ~ Balade sensorielle et gourmande
- ~ Pêche à pied
- ~ Sophro-balade
- ~ Zumba
- ~ Instant méditation

5 activités

66 séances

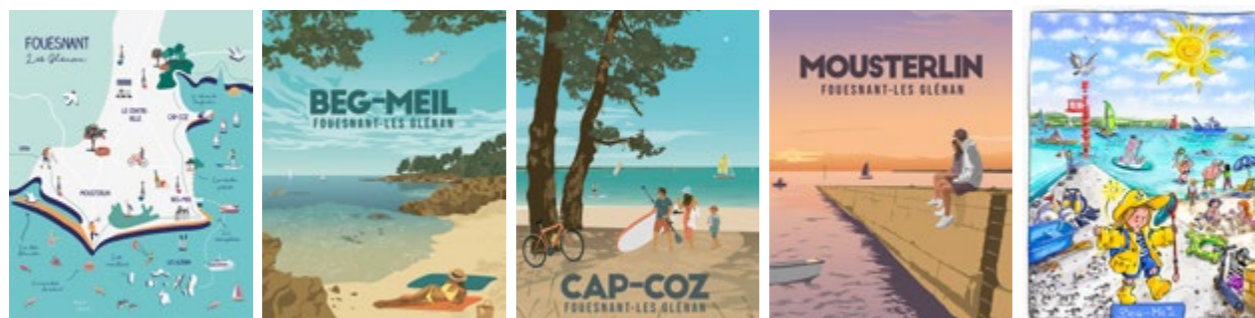
557 participants

LE +

Les réservations pour les Vitamines Sea ainsi que les visites guidées telles que les visites du sémaphore ou celles des vergers conservatoires peuvent se faire grâce au logiciel de caisse. Cela permet de fournir une liste fiable des participants aux différents intervenants.

Affiches et cartes postales

Les quatre affiches néo-vintage illustrant les trois pointes et une carte de Fouesnant sont désormais disponibles au format carte postale. Une carte postale, créée par Emanuele Scanzani et mettant en scène Papouille à Beg-Meil, a enrichi l'offre. Les affiches et cartes postales sont principalement destinées à des fins de communication et de promotion.



Accompagnement

Hey toi ! ambassadeur



Cette année, la journée « Hey toi ! ambassadeur » s'est tenue le 4 juillet au Centre Nautique Fouesnant Cornouaille. L'objectif de cette rencontre était de fournir aux saisonniers les informations essentielles aux demandes des vacanciers.

L'enjeu était de présenter, en quelques heures, les principales caractéristiques de la station ainsi que les visites et activités incontournables. Cela permet aux saisonniers d'approfondir leurs connaissances de Fouesnant et, par la suite, d'offrir aux vacanciers les clés d'un séjour inoubliable ! La matinée a été consacrée à la présentation de la commune et de ses multiples attraits. Puis Ronan Quéré, le directeur du CNFC, est intervenu sur les différentes activités proposées : locations, cours ou stages. Enfin, Loïc Menand, technicien en charge des espaces naturels à la CCPF, a présenté les nombreux espaces naturels de Fouesnant et les gestes écologiques à adopter pour leur préservation. La journée s'est terminée par un moment de convivialité sur l'eau.

Les partenariats

L'Office de tourisme joue un rôle clé au sein de la station en tant que vitrine auprès des vacanciers et des habitants. Son équipe prodigue des conseils personnalisés aux visiteurs grâce à une connaissance approfondie des offres du territoire et ne manque jamais d'être à l'écoute des partenaires touristiques. C'est dans cette optique qu'une réflexion a été menée pour simplifier les partenariats existants et préciser les avantages à rejoindre l'Office de tourisme.

5

BONNES RAISONS

de nous rejoindre !

1 AUGMENTER Votre visibilité

- ≡ Mise en valeur de vos offres dans notre tout nouvel espace d'accueil et d'information.
- ≡ Diffusion de vos informations sur nos 2 écrans dynamiques dont 1 extérieur consultable 24/24 et 7/7.
- ≡ Distribution de supports de communication «hors les murs» en libre-service dans certains commerces et sur le marché de Beg-Meil.

PROMOUVOIR 2 Vos offres

- ≡ Sur nos outils de communication :
 - ~ Éditions : Magazine, guide des Hébergements, carnet des Bonnes Adresses, Plan de la commune...
 - ~ Site internet,
 - ~ Réseaux sociaux,
 - ~ Écrans de diffusion de spots publicitaires.
- ≡ Sur les salons du tourisme nationaux et internationaux en partenariat avec Sensation Bretagne.

3 COMMERCIALISER Vos produits

- ≡ Espace de vente de billetteries d'excursions maritimes, d'activités ludiques ou de bien-être, de certaines fêtes et manifestations.

ANNONCER 4 Vos événements

- ≡ Diffusion d'affiches visant à la promotion des manifestations et fêtes sur un écran dédié.
- ≡ Communication de vos fêtes, festivals... via le site www.tourisme-fouesnant.fr, les écrans dynamiques et l'édition des agendas.

5 ACCROÎTRE la satisfaction de Votre clientèle

- ≡ Mise à disposition de vos clients de supports de qualité (brochures, plans touristiques, agendas...) pour répondre à leurs besoins d'information et les fidéliser.

Perspectives 2025

☰ L'Office de tourisme tient à rester dans « l'esprit Qualité » et devra, en 2025, tendre vers le label Destination d'excellence. De nouveaux critères « Responsabilité Sociétale des Entreprises », viennent compléter les items actuels. Certains projets comme la participation aux Semaines du Tourisme Economique et des Savoir-Faire ou encore le travail sur le futur site Internet répondent à ces nouveaux enjeux.

ACCUEIL ET INFORMATION DES VISITEURS

- Installation de deux écrans diffusant des vidéos de prestations touristiques.
- Développement des documents adaptés aux personnes en situation de handicap (traduction en Braille, carte des balades accessibles).
- Poursuite de la formation de l'équipe pour parfaire le conseil éclairé.

RELATIONS AVEC LES ACTEURS TOURISTIQUES

- Maintenir la dynamique des échanges et des réunions.
- Poursuivre la diffusion des newsletters thématiques.
- Accompagnement des acteurs touristiques en reconduisant la journée de formation dédiée aux saisonniers.

COMMERCIALISATION

- Accentuer les échanges avec les professionnels pour développer les partenariats.
- Adapter la programmation des Vitamines Sea à la demande des visiteurs.

DÉVELOPPEMENT ET POLITIQUE TOURISTIQUES

- Suppression de la marque Qualité Tourisme™ remplacée par Destination d'excellence.
- Prise en charge financière des animations de l'été et de l'animation phare du marché de Noël.
- Travail sur une programmation de visites guidées pour les Journées Européennes du Patrimoine 2025.
- Participation aux Semaines du Tourisme Économique et des Savoir-Faire (STESF) de Bretagne.

PROMOTION - COMMUNICATION

- Éditions des supports de communication 2025.
- Accentuer les posts sponsorisés destinés à un public ciblé et les formats vidéo.
- Continuité du programme des Vitamines Sea : ajustement du calendrier, reconduction des partenariats avec les Zen'animateurs, développement des replis en cas de pluie.
- Développer le marketing d'influence.

~ OUTILS NUMÉRIQUES ET WEB MARKETING

- Site Internet : travail en cours avec la Riviera Bretonne pour un nouveau site en septembre 2025.
- Réseaux sociaux : poursuite souhaitée de l'accompagnement My Destination en partenariat avec la Riviera Bretonne pour accroître les compétences numériques.
- Newsletters : poursuite de la diffusion d'information sur des thèmes d'actualité touristique.
- Production de contenu : réalisation de reportages photos et/ou d'images vidéos pour renouveler régulièrement la photothèque et la vidéothèque.

~ SALONS

- Avec Sensation Bretagne : Lyon Mahana pour capter la clientèle Auvergne-Rhône-Alpes, du 14 au 16 février ; Destination Nature Paris, du 13 au 16 mars.

~ MÉDIAS

- Poursuite de la collaboration avec le réseau Sensation Bretagne et l'agence de presse AiRPur.
- Partenariat avec la chaîne TF1 Replay pour la diffusion d'une vidéo promotionnelle filmée par leur équipe technique.
- Répondre aux sollicitations de nos différents partenaires : la Riviera Bretonne, Tourisme Bretagne, Tout commence en Finistère et Sensation Bretagne.
- Renouveler le partenariat avec France Bleu Breizh Izel.

