

RAPPORT D'ACTIVITÉ

2019

SOMMAIRE

CAPACITÉ D'ACCUEIL

02

OFFICE DE TOURISME

02

Accueil Information.....	02
Commercialisation Recettes.....	04
Promotion.....	05
Réalisations.....	07
Réseaux Labels & partenariats.....	10

BILAN DE SAISON

12

Les hébergements.....	12
L'activité commerciale.....	13
Les sites & les curiosités.....	13
Les animations & les loisirs.....	14

PERSPECTIVES **2020**

15

PERROS-GUIREC CAPACITÉ D'ACCUEIL

HÉBERGEMENTS



29 644 LITS

Date de l'inventaire : 1^{er} janvier 2020



TYPES D'HÉBERGEMENTS

17 hôtels
4 campings
2 résidences de tourisme
2 ports de plaisance
1 centre de vacances
2185 résidences secondaires
1 000 meublés
7 chambres d'hôtes
+ accueil (en famille ou chez des amis)



CHAMBRES OU EMPLACEMENTS

397 chambres
754 emplacements
139 chambres
985 emplacements
-
-
-
16 chambres
-



LITS

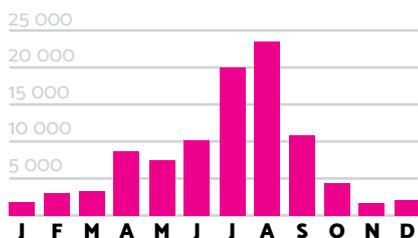
794 lits
2 262 lits
556 lits
3 940 lits
135 lits
10 925 lits
4 000 lits
32 lits
7 000 lits

OFFICE DE TOURISME ACCUEIL | INFORMATION

EN 2019

174 000
personnes accueillies

FRÉQUENTATION OFFICE DE TOURISME CENTRE-VILLE



L'Office de Tourisme a accueilli
98 048
personnes
(+ 1% par rapport à 2018)

FRÉQUENTATION POINTS INFORMATION TOURISME

La Capitainerie
5 400 personnes
(+ 35% par rapport à 2018)

Les Estivales | La Rotonde
9 200 personnes
(- 38% par rapport à 2018)

La Maison du Littoral
61 483 personnes
(pas de comparaison possible)

En partenariat avec la Maison du Littoral, le port de plaisance et les Estivales, l'Office de Tourisme a renforcé son dispositif d'accueil sur la station.



LA CLIENTÈLE



La clientèle française représente **85%**

de la fréquentation de l'Office de Tourisme



La clientèle étrangère représente **15%**

de la fréquentation de l'Office de Tourisme

Les principales régions	Les principaux départements
Bretagne..... 17%	22 - Côtes d'Armor
Ile-de-France 16%	35 - Ille-et-Vilaine
Pays de la Loire..... 11%	44 - Loire-Atlantique
Auvergne	75 - Paris
Rhône-Alpes 10%	76 - Seine-Maritime
Normandie 9%	59 - Nord
Hauts-de-France 7%	49 - Maine-et-Loire
Nouvelle-Aquitaine... 7%	78 - Yvelines
Centre 5%	92 - Hauts-de-Seine
	91 - Essonne

Les principaux pays

Allemagne (- 3%)
 Belgique (+ 20%)
 Royaume-Uni (+ 7%)
 Espagne (+ 0%)
 Pays-Bas (+ 43%)
 Italie (+ 19%)
 Suisse (- 5%)
 USA / Canada (+ 74%)
 Autres* (+ 150%)

* Pologne, Russie, République Tchèque...

SITE INTERNET



pour **3,3 millions** de pages vues

Le site enregistre une **fréquentation en hausse de 5%**. Le nombre de pages consultées est en légère baisse. **La partie tourisme représente 62%** du trafic et enregistre une hausse de 11%.

Les pages tourisme les plus consultées

Sentier des douaniers.....	102 210
Randonnées.....	60 495
Locations.....	43 820
Archipel des 7 îles.....	36 540
Hôtels.....	32 819
Animations.....	27 621
Office de Tourisme.....	19 673
Chambres d'hôtes.....	17 679
Campings.....	11 346

RÉSEAUX SOCIAUX



FACEBOOK

+ de **11 000** fans



TWITTER

3 500 abonnés



INSTAGRAM

1 700 abonnés



YOU TUBE

231 abonnés



CALAMÉO

10 000 documents lus

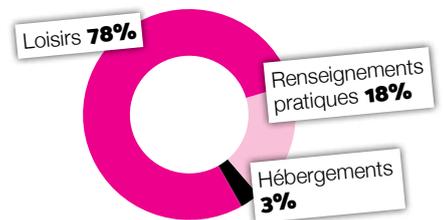
Perros-Guirec est dans le **top 5 des villes bretonnes** les plus actives sur Twitter et la première dans le 22 (régulièrement dans le top 30 national).

SITE MOBILE

Le site internet est en responsive design. **45% des consultations du site se font sur mobile** et 12% sur tablette.

TYPES DE DEMANDES ACCUEIL

(sont comptabilisées les demandes « guichet » françaises et étrangères)



Loisirs

Promenade rando.....42%
 Sites et curiosités28%
 Demande générale24%
 Croisières / Îles..... 16%
 Animations8%

Renseignements pratiques

Renseignements sur la commune....54%
 Transports21%
 Renseignement sur le 22.....8%
 Restaurants.....5%

Hébergements

Hôtels.....38%
 Campings.....21%
 Meublés9%
 Chambres d'hôtes.....5%

TOP 5 DES DEMANDES

1. Le sentier des douaniers et ses rochers roses
2. Les balades à pieds
3. Les Sept-Îles
4. La Patrouille de France
5. Le Village préféré des Français, Ploumanac'h



+ de **20 000** appels téléphoniques réceptionnés

E-MAILS



4 700 demandes d'information par mail (soit + 18%) reçues par le service accueil de l'Office de Tourisme

ENVOIS COURRIERS



2 313 courriers (soit - 3%) envoyés par l'Office de Tourisme

96% des envois en France

4% des envois à l'étranger

COMMERCIALISATION | RECETTES

CENTRALE DE RÉSERVATION | PLACE DE MARCHÉ

Afin de répondre à la demande croissante de services via internet et de répondre au critère qualité et de classement, l'Office de Tourisme de Perros-Guirec a maintenu cette prestation jusqu'en début d'année 2019. L'Office de Tourisme s'est engagé au côté de CAD 22 pour la mise en place d'une place de marché dans le cadre du projet régional eBreizh Connexion.

Objectif : offrir un service de vente en ligne loisirs et hébergements. L'Office de Tourisme finance l'outil pour apporter ce service client, l'expérimentation a débuté fin 2019.

IDÉES SÉJOURS



418 clients
pour 100 nuitées

Groupes **85%**
Individuels **15%**

Le chiffre d'affaires 2019 des Idées Séjours est de 16 550 €
(soit une baisse de 13%)

Les Idées Séjours contribuent à la promotion de la station par la mise en avant de la diversité et la qualité des hébergements et des loisirs.

10 séjours différents sont proposés et **30 partenaires** (hébergeurs, restaurateurs et prestataires de loisirs) sont présents sur le catalogue.

L'Office de Tourisme ne souhaite pas se substituer aux nombreux partenaires qui travaillent déjà le marché groupe, il apporte son soutien dans l'organisation des séjours.

SERVICE HÉBERGEMENTS : DISPONIBILITÉS ET RÉSERVATIONS

32 000 €

L'Office de Tourisme gère les disponibilités des hébergements, à la demande des clients groupes, individuels et organisateurs de manifestations toute l'année.

320 demandes enregistrées à l'accueil en 2019, soit 510 nuitées réservées pour un CA généré de 16 000 €.

Patrouille de France :
83 nuitées pour 12 919 € de CA
French Fab Tour :
35 nuitées pour 3 395 € de CA

BILLETTERIE | BOUTIQUE **130 000 €**



Les 7 Îles / Bréhat, excursions en mer
Avec 3 386 passagers pour les 7 Îles et 153 passagers pour Bréhat, l'Office de Tourisme a réalisé un **CA de 67 544 €** en 2019 soit une baisse de 11%. La météo, l'impossibilité de faire escale sur l'Île aux Moines sont les raisons principales de la baisse du CA.

Visites guidées

- La découverte de l'Estran, 12 sorties | 270 personnes
- Les balades contées dans la Vallée des Traouiéro, 30 balades | 1 700 personnes
- La visite de la cidrerie, 43 visites | 1 163 personnes
- Perroz Running Tour : 13 sorties | 103 personnes

Les cabines de bains

De juin à septembre 2019 : 150 contrats de réservation de cabines de bains pour un **CA de 26 775 €**, soit 13% d'augmentation par rapport à 2018.

La boutique

La vente des articles (affiches, guides, tee-shirts...) a généré un **CA de 11 515 €**, en baisse par rapport à 2018.

Spectacles

8 spectacles/concerts pour un **CA de 8 302 €**.

Transport

La billetterie transport TILT (dont le Macareux) pour un **CA de 10 848 €**.



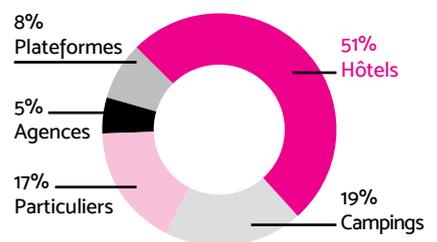
RÉGIE PUBLICITAIRE **74 000 €**

La régie publicitaire a réalisé en 2019 un **chiffre d'affaires de 73 598 €**. Gérer en interne, la régie est l'outil qui assure le financement des éditions et d'une partie des campagnes de promotion de l'Office de Tourisme. Il est également l'outil de communication des partenaires.

PARTENARIAT COTISATION VOLONTAIRE **26 000 €**

La mise en place des packs communication (premium et standard) en 2016 a entraîné une belle évolution du nombre de partenaires. **La contribution des professionnels est de 26 000 € en 2019 et est stable.**

TAXE DE SÉJOUR



EN 2019

Un montant record :

439 144 €
de taxe de séjour

(+ 30% par rapport à 2018)

La taxe de séjour devient la principale ressource de l'Office de Tourisme

PROMOTION

SALONS



Dans le cadre des partenariats (Sensation Bretagne et EPIC Communautaire), l'Office de Tourisme a été présent sur

8 salons
en France et à l'étranger
(Luxembourg, Bruxelles,
Rennes, Brest, Toulouse, Lille, Lyon)

Ces partenariats permettent de mutualiser les coûts et de multiplier les actions grand public importantes pour la promotion de la région.

Dans l'ensemble, ces opérations contribuent à renforcer la notoriété de la station auprès de la clientèle et également auprès des professionnels.

La bonne fréquentation de ces salons et l'intérêt porté à la destination par les visiteurs justifient la présence de Perros-Guirec.

Vakanz | Luxembourg 18 au 20 janvier

29 000 visiteurs. Salon très qualitatif, clientèle familiale à la recherche d'hébergement plutôt haut de gamme. Très bon salon pour les stations ayant une offre hôtelière adaptée.

Salon Tourissima | Lille 25 au 27 janvier

18 300 visiteurs. Une clientèle qu'il faut continuer de fidéliser, les Hauts-de-France est une région importante pour la Bretagne.

Salon du Tourisme | Rennes 1^{er} au 3 février

37 000 visiteurs. Le tourisme de proximité est une des priorités de l'Office de Tourisme. La clientèle est intéressée et intéressante pour les courts séjours notamment hors saison.

Salon des Vacances | Bruxelles 1^{er} au 4 février

100 000 visiteurs. Les belges sont la deuxième clientèle étrangère à Perros-Guirec. Salon grand public avec une très bonne fréquentation, la Bretagne bénéficie d'une forte notoriété. La Belgique est un bassin prioritaire dans les actions de promotion de la station.



Salon du Tourisme | Brest 2 et 3 mars

7 000 visiteurs. Rennes et Brest sont les deux bassins que l'Office de Tourisme travaille pour accentuer le développement de la fréquentation en hors saison. Les efforts sont portés sur une communication dite de «proximité», en particulier sur le Finistère nord et l'Ille-et-Vilaine.

Salon Mondial du Tourisme | Paris 14 au 17 mars

114 000 visiteurs (en hausse par rapport à 2018). Très bon salon, il se déroule en même temps que le salon destination nature (randonnée). La clientèle d'Île-de-France est la première clientèle française de Perros-Guirec. Un marché à fort potentiel qu'il faut continuer à développer.

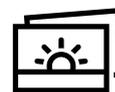
Salon de la Randonnée | Lyon 22 au 24 mars

14 000 visiteurs (en légère baisse par rapport à 2018). La randonnée est la première activité pratiquée sur la Côte de Granit Rose, Lyon et le bassin Rhône-Alpes est l'un des principaux bassins émetteurs de visiteurs. Une opération grand public à maintenir.

Salon du Tourisme | Foire de Toulouse 19 au 21 avril

100 000 visiteurs durant la foire, le salon du tourisme dure 3 jours. Perros-Guirec et la Côte de Granit Rose bénéficient d'une forte notoriété. L'Occitanie est un bassin à fort potentiel, la Bretagne est une destination pour de longs séjours. Une offre doit être travaillée avec les aéroports Bretons.

ACTIONS « PROMOTION COMMUNICATION »



Renouvellement de

6 campagnes
grand public
sur les marchés
français et étrangers

(en partenariat avec le CRT,
OTC et le camping Le Ranolien)

France

- Île-de-France : affichage gares (gares SNCF et transiliens) | Du 6 au 12 février.
- Paris - Île-de-France : mailing sur 100 000 adresses e-mail ciblé jeunes urbains actifs.
- Un emplacement dédié sur la newsletter | Période : mars / juin.
- Lyon : affichage flancs de bus | Du 21 au 27 mars.

Espagne



- Campagne d'affichage en juin dans le métro de Madrid avec spot radio.

Pays-Bas

- Opération « Perros-Guirec » dans les bars et restaurants à Amsterdam + campagne radio et Facebook.
- Cobranding pass culturel - partenariat gratuit. Le partenaire offre un séjour dans sa destination | Mars et avril.

Allemagne

- Commissaire Dupin : 4.5 millions de téléspectateurs + avant-première à l'Institut Français de Berlin.

ACCUEILS ET RETOMBÉES MÉDIATIQUES

L'Office de Tourisme a accueilli environ une cinquantaine de journalistes de la presse écrite, TV et web media (Français et étrangers). De nombreux reportages ont été effectués et diffusés sur les chaînes nationales, dans la presse française et étrangère (TF1, France TV,...).



Accueil de presse avec l'agence de presse de Sensation Bretagne : Télé 7 jours, Côté Santé, Notre Temps, Rustica, La Voix du Nord, Les dernières nouvelles d'Alsace et l'Alsace
Dix articles parus sur les différents supports durant l'année 2019



TV Basque Chiloe
Reportage sur Perros-Guirec, 7 Îles, running, Sentier des douaniers, cidrerie...
1 heure de reportage diffusion en septembre 2019



Accueil de blogueurs canadiens
Reportage 7 Îles sur le Sant C'hireg et Paddle avec PSS



Accueil France 5
Emission reportage - 7 Îles et Sentier des douaniers
Diffusion en juillet et septembre 2019



La carte aux trésors France 3

L'émission a été tournée en avril et diffusée en octobre.

Avec plus de 2 millions de spectateurs, il s'agit d'une belle opération de promotion pour la région financée par le département des Côtes d'Armor.

Cyril Féraud : «...J'adore les Bretons. Dès le début, ils m'ont accueilli à bras ouverts. La Côte de Granit Rose, sans doute l'un des plus beaux littoraux français. Le rendu est étonnant. Les eaux sont turquoise, on se croirait en Polynésie...».

Tournage du Téléfilm «Avis de Tempête» pour France 3

Le tournage du téléfilm «Avis de Tempête», avec Antoine Duléry, réalisé par Bruno Garcia et produit par la société de production Ryoan pour France 3, s'est déroulé à Perros-Guirec et sur la Côte de Granit Rose durant le mois de décembre 2019. La diffusion est programmée en septembre 2020.

Les retombées économiques pour les professionnels de la station ont été importantes avec plus de 80 personnes accueillies durant un mois.

Plusieurs millions de spectateurs suivent régulièrement les téléfilms de France Télévision, l'occasion pour Perros-Guirec de profiter d'une mise en avant nationale.



RÉALISATIONS

ÉDITIONS



Guide accueil et découverte
15 000 exemplaires



Guide pratique
25 000 exemplaires



Plan
60 000 exemplaires



P'tit Perrosien
2 000 exemplaires



Guide saveurs
40 000 exemplaires



Carte randonnées
12 000 exemplaires

EDUCTOURS PRO



L'Office de Tourisme a mis en place six éductours pro à destination des hébergeurs et restaurateurs (30 participants).

ACCUEIL SAISONNIERS



La commune de Perros-Guirec emploie **plus de cent saisonniers** durant la saison.

Pour la troisième année, une journée d'accueil a été organisée pour l'ensemble des services.

Le 30 juin, une présentation de la station, des élus et des services a été faite au Palais des Congrès au personnel saisonnier. L'occasion pour le Maire de Perros-Guirec de valoriser l'importance du travail en été : « *Vous êtes les ambassadeurs bienveillants de Perros-Guirec auprès des usagers, visiteurs, vacanciers, clients... Une chance, une opportunité, une fierté mais c'est aussi une responsabilité de représenter la ville.* »

LES MARDIS ET SAMEDIS EN ROZ

Après les belles réussites des années précédentes, et ce par la mobilisation de nombreux commerces et des services de la ville, pour la troisième année, les journées en Roz ont été reconduites et se sont déroulées les mardis et les samedis durant juillet et août.

Une belle opération portée et partagée par tous, permanents, élus et saisonniers sont invités à mettre la tenue « Roz » spécialement réservée pour ces journées.

Plus d'une centaine de partenaires, commerçants, restaurateurs, hébergeurs, artisans... participent également à ces journées.

Une opportunité pour montrer la capacité de Perros-Guirec à se mobiliser et à mobiliser autour de ce concept de « La Vie en Roz » et créer également un attrait/atout médiatique supplémentaire.



ÉTUDE DE NOTORIÉTÉ



74% des personnes interrogées connaissent Perros-Guirec

30% des sondés sont déjà venus
44% connaissent la station au moins de nom

Ce qui situe la station au **9^{ème} rang** des stations du littoral de la Manche (sur 30) et **66^{ème}** sur les 100 stations françaises les plus citées et **6^{ème}** station bretonne.

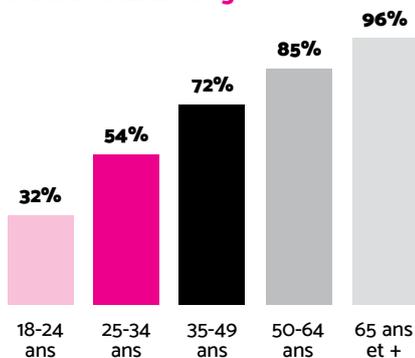
Enquête en ligne réalisée auprès de **5 270** internautes français.

80 stations du littoral français ont participé à l'étude.

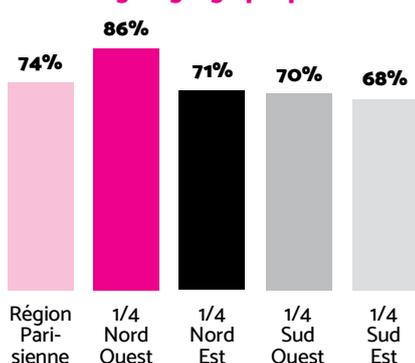
Sur l'attractivité, Perros-Guirec se classe **35^{ème}** au niveau national et **7^{ème}** sur la Bretagne avec un **taux d'attractivité de 51%**.

Les résultats sont consultables sur le site du Comité Régional du Tourisme.

Notoriété selon la tranche d'âge



Notoriété selon l'origine géographique



En 2019 l'Office de Tourisme a participé ou/et réalisé un ensemble d'actions et d'études avec **Sensation Bretagne** et le **Comité Régional du Tourisme**.



ÉTUDE RÉSIDENCES SECONDAIRES

11 350 € annuel par résidence secondaire

chaque année soit près de **30 millions d'euros** de retombées directes à Perros-Guirec

Objectifs et cibles

Mieux connaître les résidents secondaires, leurs attentes et besoins afin de renforcer les liens unissant les résidents secondaires à leurs territoires dans le but d'en faire des ambassadeurs de la Bretagne et de mieux les impliquer au niveau local.

Dix communes participantes dont Perros-Guirec soit 19 300 propriétaires de résidence secondaire enquêtés par le CRT en partenariat avec Sensation Bretagne.

Un taux de réponse de 28%, 5 400 questionnaires exploités.

Les résultats par commune sont en cours d'analyse et seront diffusés en juin 2020.

L'étude générale est consultable sur le site « acteurs du tourisme » du CRT.

Les chiffres importants à retenir sont :

Les résidents secondaires en Bretagne

- 235 137 c'est le nombre de résidences secondaires en Bretagne.
- 75% c'est le poids des résidences secondaires dans l'offre d'hébergement régionale totale.
- 75% c'est la part des nuitées régionales réalisées en résidences secondaires.

Le profil des résidences secondaires

- 75% ont 60 ans ou plus et 65 ans en moyenne (66 ans à Perros-Guirec)
- 61% sont des retraités et 26% des cadres, professions libérales, professeurs...
- 74% habitent dans le nord-ouest de la France (28% en Bretagne) et en région parisienne
- 52% possèdent leur logement depuis plus de 20 ans, voire depuis toujours (45% à Perros-Guirec)
- 63% des logements sont des maisons individuelles
- 13% s'impliquent dans la vie locale (9% à Perros-Guirec)
- 82% ont effectué des travaux au cours des cinq dernières années
- 94% accueillent de la famille, des amis dans leur résidence
- 14% louent leur résidence

La satisfaction en matière d'offres commerciales et de loisirs et perception du tourisme

- 98% se sentent bien voire très bien dans la commune
- 82% utilisent les services de l'Office de Tourisme
- 92% des résidents secondaires s'informent sur les actualités de la commune (bulletins municipaux, journaux, sites internet)
- 86% jugent que la population bénéficie du tourisme et des touristes
- 58% considèrent que le tourisme a un impact positif voire très positif sur l'économie locale et sur l'offre de loisirs
- 56% estiment que le stationnement est la principale nuisance liée au tourisme, suivie de la circulation
- 8% pensent que les nuisances liées au tourisme sont importantes
- 16% considèrent que le tourisme a un impact très négatif sur la propreté des villes
- 6% estiment que le tourisme génère de l'insécurité

Le résident secondaire utilise son logement pour le repos et la détente (83%) et considère qu'il s'agit d'un lieu de retrouvaille pour la famille et les amis (63%) seuls 9% le considèrent comme un placement financier.

En moyenne les résidences secondaires sont occupées 140 jours par an dont 100% en été. Les résidents secondaires consomment pour leur grande majorité dans la commune où ils sont ou à proximité pour les travaux (80%), pour les services entretien jardin... (61%). Au cours de son séjour, le résident secondaire consomme sur le territoire, que ce soit pour l'alimentation, la restauration ou les loisirs.

La dépense moyenne journalière est de 26,30 € par jour et par personne.



DESTINATION CÔTE DE GRANIT ROSE - BAIE DE MORLAIX

Le cabinet Protourisme a présenté les conclusions de l'étude, construites sur la base de trois ateliers, impliquant élus et professionnels, au printemps dernier. Sont présentés les quatre marqueurs identitaires et les cinq objectifs stratégiques de la destination.

Trois univers touristiques seront développés

- Le tourisme « doux » (vivre des vacances qui ont du sens, proche de la nature...)
- Le tourisme de sensations (adrénaline, sports, fun...)
- Le tourisme de sens et de contenu (la culture, le patrimoine, les terroirs...)

Le positionnement se décline en trois niveaux

- Notoriété image : « Vivez l'exception », « Si loin, si proche, si différente »
- Intérêt à susciter : « un tourisme qui régénère dans un environnement unique »
- Proposer des produits qu'on ne peut acheter en ligne et des actions de fidélisation

Les cibles de clientèle

- Les marchés de proximité
- Les grandes agglomérations de plus de 100 000 habitants (en coordination avec les plans d'action CRT, CAD et SB)
- Les locaux
- Les groupes autocaristes
- Les agences spécialisées
- Deux cibles affinitaires : les riders et outdoor addicts - les amoureux de la nature et du slow tourisme
- Deux cibles structurelles : les familles, les quinquas et les seniors actifs

Les axes stratégiques et les actions

Axe 1 : une organisation au service des projets de la destination + gouvernance de la destination

- Action 1 : coordination de la destination
- Action 2 : formation des acteurs du tourisme

Axe 2 : enjeux de la filière nautisme - glisse

- Action 3 : schéma directeur du nautisme
- Action 4 : événementiel autour de la glisse et du nautisme
- Action 5 : communication de l'offre nautisme

Axe 3 : filière outdoor

- Action 6 : itinérance
- Action 7 : station verte de glisse

L'étude complète est disponible sur www.perros-guirec.com



eBREIZH CONNEXION

En 2015, l'Office de Tourisme de Perros-Guirec était la seule station en Bretagne à mettre à disposition de ses partenaires hébergeurs et de ses clients un outil de réservation en ligne gratuit.

En 2018, il a été décidé d'arrêter la centrale de réservation et d'étudier la mise en place d'un nouveau service plus performant et de participer à l'expérimentation régionale sur la digitalisation des outils numériques eBreizh Connexion.

L'Office de Tourisme s'est engagé au côté de CAD 22 pour la mise en ligne d'une place de marché dans le cadre du projet régional « eBreizh Connexion ».

Objectif : offrir un service de vente en ligne « Loisirs et Hébergements »

Début de l'expérimentation : septembre/octobre 2019

PERFORMANCE RH TOURISME

Emplois | Compétences | Saisonniers | Attractivité

Les professionnels du tourisme expriment régulièrement des difficultés à pourvoir certains emplois touristiques. Cette situation impacte la qualité de l'accueil et des services proposés aux visiteurs de la Bretagne.

Les conséquences sur l'économie locale et l'attractivité des territoires sont importantes.

Par ailleurs, il y a un besoin exprimé par les professionnels pour que les emplois saisonniers soient plus séduisants et que les conditions d'accueil de ces salariés soient améliorées.

Dans ce contexte, le réseau Sensation Bretagne, les OPCO et la Région Bretagne ont décidé de développer une démarche nouvelle avec des territoires pilotes. Perros-Guirec est le premier territoire à se lancer dans la démarche.

Un groupe de travail a été constitué pour la mise en place d'actions.

Un pré-diagnostic réalisé par les professionnels du tourisme de la station fait ressortir les axes de travail suivants :

- L'attractivité métier et territoriale
- La mobilité
- Le logement
- La gestion des ressources humaines (recrutement, management, formation)

Plus de dix réunions ont été organisées et ont permis d'établir une feuille de route opérationnelle et la réalisation de :

- Plans de formation
- Offre pro pour la mobilité des salariés avec parc Vélek'tro et scooters électriques
- Recensement hébergements disponibles
- Job dating
- Guide du saisonnier
- 1 toit 2 générations



L'engagement des acteurs s'inscrit dans la durée et a été l'occasion de constituer un groupe de travail motivé pour travailler et échanger sur différentes thématiques métier.

RÉSEAUX | LABELS & PARTENARIATS

SENSATION BRETAGNE

Sensation Bretagne est un réseau de **25 stations** déployées sur le littoral breton, du nord au sud. Unies par une identité et des valeurs communes, elles s'associent autour d'une charte qui garantit à tous un accueil de qualité et des propositions hors des sentiers battus.

- Arzon-Port du Croesty-Port Navalo, Binic-Etables sur Mer, Camaret sur Mer, Cancale, Carantec, Carnac, Crozon-Morgat, Damgan, Dinard, Erquy, Fouesnant-Les-Glénan, Landéda-L'Aber Wrac'h, Le Guilvinec, Locquirec, Nevez-Port Manec'h, Pénestin, Perros-Guirec, Pléneuf-Val-André, Plouescat, Plougasnou, Plouguerneau, Roscoff, Saint-Cast Le Guildo, Saint-Quay-Portrieux, Trébeurden



Sensation Bretagne mutualise les moyens pour la mise en place d'actions :

- De promotion et de communication : le magazine Sensation Bretagne à 40 000 ex., les salons en France et en Europe, la production de photos et de vidéos...
- De développement et d'observation : un travail sur l'emploi saisonnier notamment
- D'événementiel : le Festival Place aux Mômes (tous les jeudis de l'été à Perros-Guirec)

En travaillant sur la complémentarité des destinations, leurs atouts... pour développer leur notoriété, la fréquentation et l'économie touristique.

Réalisations 2019

- Renforcement de la stratégie numérique (Facebook, Twitter et Instagram)
- Festival Place aux Mômes (Sensation Bretagne est le premier producteur de spectacles vivants en Bretagne)

- Accueil de blogueurs et accueil de presse
- Réalisation de dix dossiers de presse thématiques
- Reportages photos partagés
- Réalisation d'une vingtaine de films vidéo
- Mise en place de l'expérimentation RH performance
- Étude de notoriété
- Étude sur les résidences secondaires



OFFICES DE TOURISME DE FRANCE ET OFFICE DE TOURISME DE BRETAGNE

L'Office de Tourisme de Perros-Guirec adhère aux fédérations nationale et régionale.



L'Office de Tourisme fait partie du Conseil d'Administration d'Office de Tourisme de Bretagne qui regroupe les 60 Offices de Tourisme de la région.

L'OTB a pour principales missions : mise en place d'un réseau au service des adhérents (marque qualité, tourisme et handicap, Ebreizconnexion, plan de formation...).



LA DÉMARCHÉ QUALITÉ

L'Office de Tourisme est engagé depuis 2006 dans la Démarche Qualité du Plan National Qualité Tourisme. À travers cette démarche, l'objectif de l'Office de Tourisme est d'améliorer en continu la qualité de ses prestations au service de l'accueil de sa clientèle.

Depuis 2015, date du premier renouvellement de la marque qualité, l'équipe de l'Office de Tourisme est engagée dans une démarche de progrès.

15 points forts mis en avant par l'audit qui s'est déroulé les 23 et 24 janvier 2018.

La marque a été renouvelée le 8 mars 2018.

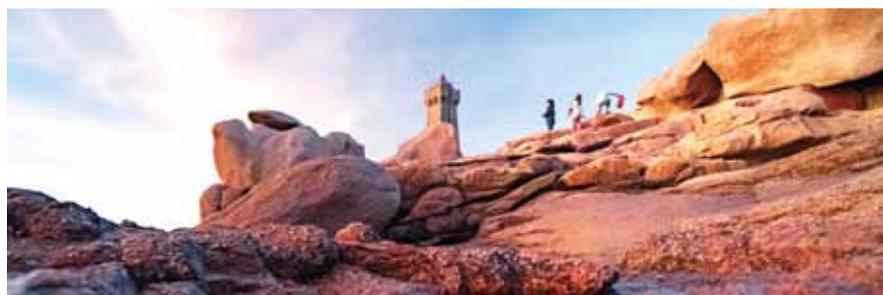
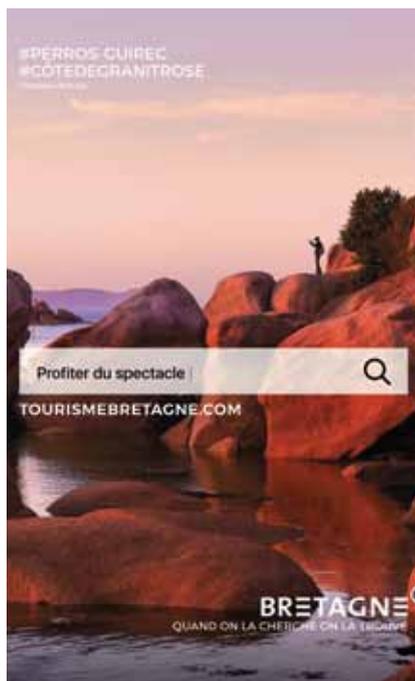


CLASSEMENT CATÉGORIE 1 DE L'OFFICE DE TOURISME

L'Office de Tourisme est classé en **catégorie 1**.

Un classement délivré par la Préfecture après étude de dossier et visite de la Direccte. Le classement a été renouvelé en septembre 2017.





COMITÉ RÉGIONAL DU TOURISME

Le Comité Régional du Tourisme de Bretagne a pour objet principal le développement et la promotion des activités touristiques de la région Bretagne.

Il met en place les ressources, les outils, l'accompagnement et le réseau permettant de renforcer l'attractivité de la Bretagne, en tant que destination touristique durable et d'exception.

L'Office de Tourisme de Perros-Guirec en tant que partenaire participe activement à :

- Observer et analyser le tourisme en Bretagne (MORGOAT, étude et enquête...)
- Développer l'offre touristique (partenariat pro, marque Bretagne, labels...)
- Promouvoir les atouts de notre destination Bretagne en France et à l'étranger auprès des visiteurs cibles (accueil presse, campagne affichage, salons...)

MARQUE BRETAGNE



L'Office de Tourisme de Perros-Guirec fait partie des **800 partenaires** de la Marque Bretagne.

La Marque Bretagne est une marque de territoire mise à la disposition de tous ceux qui souhaitent se référer à la région pour promouvoir leurs activités au niveau national et/ou international. Elle porte l'image de la Bretagne innovante et créative. Elle vise à accroître la puissance d'attractivité de la région et à valoriser l'image de la Bretagne en Europe et dans le monde.

Pour l'Office de Tourisme de Perros-Guirec, afficher cette marque de territoire permet de :

- Bénéficier de la forte notoriété de la Bretagne notamment à l'international
- Profiter d'une image reconnue de qualité, de fiabilité...
- S'approprier ce qui fait la force de la Bretagne par l'adhésion aux valeurs de la marque
- Contribuer, de manière collective, à construire une image enrichie et plus actuelle du territoire
- Intégrer un réseau professionnel dynamique composé d'une grande diversité de secteurs

Les supports de communication et de promotion de l'Office de Tourisme sont marqués « Bretagne ».



CÔTES D'ARMOR DESTINATION



L'Office de Tourisme siège au Conseil d'Administration et participe activement aux différentes actions proposées par Côtes d'Armor Destination.

Promotion

Présence de Perros-Guirec sur les salons auxquels participent CAD (Rennes, Brest, Lille, Lyon et Paris).

Observation

L'Office de Tourisme s'est engagé dans la démarche Flux Vision Tourisme avec CAD.

Ingénierie

Tourinsoft, gestion de base de données, GRC et place de marché dans le cadre d'eBreizh Connexion.

Commercialisation

Démarche pro-active pour le tourisme d'affaires.



VILLE DE PERROS-GUIREC

La ville de Perros-Guirec, en association avec les acteurs locaux, a développé une stratégie de labellisation pour :

- Créer une dynamique autour de thématiques fortes (sports, santé, environnement...)
- Valoriser les actions de la ville et des partenaires privés
- Renforcer la notoriété de la station



Ville de Surf



Ville Fleurie



Terre de Jeux 2024

PERROS-GUIREC BILAN DE SAISON LES HÉBERGEMENTS

2019

HÔTELS

Perros-Guirec est partenaire de l'INSEE et de l'Observatoire Régional du Tourisme de Bretagne pour le réseau MORGOAT hôtel depuis 1992.

MORGOAT (Mise en Œuvre Régionale et Globale de l'Observation de l'Activité Touristique) permet à la station d'obtenir des résultats sur la fréquentation et de se situer par rapport au département et la région.

En 2019, l'INSEE maintient le nombre d'hôtels interrogés sur la Bretagne par rapport à 2018.



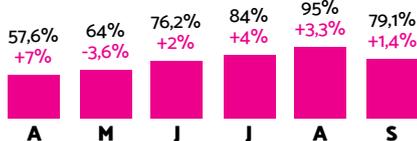
157 000
nuitées

soit 13,5% des nuitées enregistrées en Côtes d'Armor

(le nombre d'hôtels participant varie de 9 à 14 selon la période)



Taux d'occupation
dans les hôtels de Perros-Guirec



+ 5 à 15%

dans les hôtels de Perros-Guirec par rapport à ceux enregistrés en Côtes d'Armor et en Bretagne

Les nationalités
Les nuitées étrangères représentent 13% des nuitées totales et sont en baisse de 17% par rapport à 2018.

Les 5 premières nationalités :

Allemagne, Belgique, Suisse, Royaume-Uni, Italie



CAMPING LE RANOLIEN



196 706 nuitées

pour 36 243 personnes accueillies

Le camping enregistre une hausse de 4% de sa fréquentation par rapport à 2018 (meilleure saison depuis 10 ans)

La fréquentation étrangère du camping est de 60 119 nuitées soit 31% des nuitées totales (-10%). Les principales nationalités sont : anglaise, hollandaise, allemande et belge. Elles représentent 92 % des nuitées étrangères. À noter : hausse de 17 % de la fréquentation hollandaise et belge.



La location de mobilhomes
81%



La location d'emplacements
19%

La durée d'occupation par emplacement est de 5,43 jours sur la période d'ouverture et varie de 4,27 jours en avril à 7,78 jours en août.



La clientèle française représente
69%
des nuitées (d'avril à septembre)



La Bretagne représente plus de
25%
des nuitées françaises

Les taux d'occupation mensuels pour le Camping Le Ranolien sont très supérieurs à ceux enregistrés dans les Côtes d'Armor et la Bretagne.

La consommation moyenne par client sur le camping est plutôt stable.

AUTRES HÉBERGEMENTS

La saison est jugée de satisfaisante à très satisfaisante

CAMPINGS		RÉSIDENCES DE TOURISME		LOCATIONS (AGENCES)	
Avril	😊	Avril	😊	Avril	😞
Mai	😞	Mai	😞	Mai	😞
Juin	😊	Juin	😊	Juin	😞
Juillet	😊	Juillet	😊	Juillet	😊
Août	😊	Août	😊	Août	😊
Septembre	😊	Septembre	😊	Septembre	😊

2 campings, 2 résidences de tourisme et 2 agences de locations ont été interrogés.

L'ACTIVITÉ COMMERCIALE

10 restaurants et 12 commerces ont été interrogés



RESTAURANTS	COMMERCES
Avril ☹️	Avril ☹️
Mai 😞	Mai 😞
Juin ☹️	Juin ☹️
Juillet 😊	Juillet 😊
Août 😊	Août 😊
Septembre 😊	Septembre 😊

LES SITES & LES CURIOSITÉS

MAISON DU LITTORAL



92 000
visiteurs
soit une hausse de 23%

Animations «public individuel» :
106 animations pour 2 060 participants

Succès des expositions temporaires :

- Avril : BD maritime, le Signal de l'Océan
- Mai | Juin : Patagonie le grand Sud, Cécile Domens,
- Juillet | Août : Ploumanac'h de fil à fil, Anne Guibert Lasalle
- Sept. | Déc. : Aod ar Vein Ruz, Ralf Sängner, plusieurs milliers de visiteurs

Animations sur des thèmes forts :
Site Nature, Coquillages et Crustacés, Algues, Carrières de Granit...

Nouveautés :

- Chantier nature (succès rencontré avec 179 participants)
- Animations nocturnes dans le Grand Traouiéro autour des chauves souris
- Fête de la Science

Best of :

- Carrières de granit
- Un éclat dans la nuit
- Sur la plage abandonnée...
- Algues et randonnée contée nocturne

SENTIER DES DOUANIERS



842 000
visiteurs
soit une hausse de 8%

LES 7 ÎLES ARMOR NAVIGATION



D'avril à septembre :
111 000
passagers
soit une hausse de 1%

KASINO



D'avril à septembre :
75 500
personnes
soit une baisse de 2,5%

SPA «LE JARDIN DU BIEN-ÊTRE»



D'avril à septembre :
10 000
personnes
soit une hausse de 4%

LES ESTIVALES

14 000 participations

Une offre de loisirs complémentaire

Les Estivales regroupent une offre de loisirs destinée à la famille et présentent 6 formats d'animation : le CAP pour les 3/10 ans, le PACAP pour les 10/17 ans, les tournois et soirées, les animations en milieu ouvert (ludothèque au centre-ville le dimanche matin, parvis de l'église, Trestrignel...), les temps forts (la Transplage, P-Roz avec Perros Rescue, Biathlon...).

Nouveautés : développement de stages sportifs co-construits avec les professionnels de la discipline (skate : 196 participations, football : 110 participations).

Taux de réalisation de la programmation :
98% grâce à une météo favorable.

LE CENTRE NAUTIQUE

Le centre nautique réalise sa meilleure saison depuis 10 ans. Le chiffre d'affaire a augmenté de 13% par rapport à l'été 2018.

Stage de voile

1 050 stagiaires accueillis pour un **CA de 176 03 €** (6% de plus par rapport à 2018). Succès des stages «Jardin des Mers» pour les 4 à 8 ans et du catamaran «enfant».

Point locations

CA réalisé 44 483 € (en hausse de 15% par rapport à 2018). Le centre nautique est sorti du réseau spot nautique cette année, malgré ce changement, le point locations réalise une excellente saison.

Balades nautiques

32 963 € de CA réalisé sur l'ensemble des balades (le Fillao, l'Ar Jentilez, le SUP et le kayak de mer).

Le Fillao

23 407€ de CA (+ 36% par rapport à 2018).

Ce support devient le bateau «phare» du centre nautique avec une fréquentation très importante dès que les conditions météo sont présentes.



LES PORTS DE PLAISANCE | PORTS EN VILLE

Port de plaisance | Bassin à flot

Bateaux de passage + escales



D'avril à septembre :

834 bateaux
pour 2 083 nuitées

(+ 10% par rapport à 2018)

Les nuitées étrangères représentent
40% des nuitées totales
et sont stables
(anglais : 24% des nuitées).

Port de Ploumanac'h

Bateaux de passage + escales



D'avril à septembre :

277 bateaux
pour 1 868 nuitées

(- 2% par rapport à 2018)

Les nuitées étrangères représentent
16% des nuitées totales
et sont en légère baisse
(anglais : 11% des nuitées).

LES TRANSPORTS

Vélek'tro

Location de vélos à
assistance électrique à la capitainerie.
D'avril à septembre :



111 contrats
de location
pour près de
312 journées (+ 18%)

Le CA est
en hausse de 5%

La navette « Le Macareux »

Du 22 juin au 1^{er} septembre :



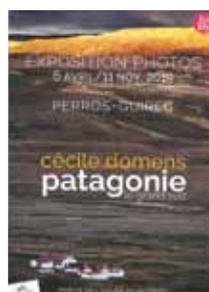
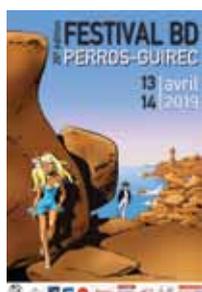
22 000
passagers
soit une hausse de 20%

L'extension de la ligne à Trégastel,
Louannec et Saint-Quay-Perros
a été fortement appréciée
par les vacanciers et les habitants.

LES ANIMATIONS & LES LOISIRS



Plus de 600 animations
durant la saison une programmation
qui contribue fortement à la fréquentation
et à la notoriété de la station.



Patrouille de France

80 000 à 100 000
personnes

French Fab

25 000 personnes

Salon des Vins

et de la Gastronomie

10 000 personnes

Expo d'été « Étonnants métiers
du Littoral Breton »

7 859 visiteurs

Festival de la BD

5 000 personnes

Festival Place aux Mômes

3 000 spectateurs

Festival de Musique de Chambre

1 765 personnes

Croquez la Vie en Famille

1 500 personnes

À noter : succès pour La French Fab,
Épreuve Nationale de Pétanque,
Festival des Peintres, Trégor Wake Party...

PERROS-GUIREC PERSPECTIVES

2020



CRÉATION D'UN CODE MARQUE

→ *La vie en Roz!*™

Renforcement de la communication à travers les marques de destination «Perros-Guirec Côte de Granit Rose» et création d'un code de marque «La Vie en Roz».

L'Office de Tourisme crée en 2016, pour la promotion de la station, la marque de destination «La Vie en Roz». À travers cette marque et ses déclinaisons l'Office de Tourisme et la ville de Perros-Guirec souhaitent :

- Afficher l'identité de Perros-Guirec et augmenter sa notoriété au niveau national dans un premier temps et international dans un second temps
- Promouvoir la station et ses acteurs
- Fédérer les acteurs autour de valeurs communes
- Créer un sentiment d'appartenance et de fierté
- Mettre en place une dynamique qui valorise les réussites

La marque de territoire est également le reflet des orientations en termes d'ambiance, de promotion touristique de la station.

Mais plus qu'une marque de territoire, plus qu'un concept, «La Vie en Roz» symbolise l'identité bretonne de la ville avec Roz pour Pen Roz, le nom Breton de Perros-Guirec, et Roz pour la couleur des chaos de granit qui font la spécificité géologique et la beauté de notre région.

«La Vie en Roz», c'est aussi l'expression d'un art de vivre, d'une qualité de vie à la Perrosienne que les habitants et les visiteurs apprécient.

Les nombreux supports de communication de l'Office de Tourisme et de la ville de Perros-Guirec chartés «La Vie en Roz», sont très largement diffusés et contribuent à renforcer la renommée de Perros-Guirec à travers la marque.

AUTRES ACTIONS

- Reconstitution des partenariats avec la ville de Perros-Guirec pour l'accueil du public à la Maison du Littoral, au Port de plaisance et à la Rotonde avec les Estivales
- Partenariat avec OTC : salons communs, plan de communication, éditions, numérique...
- Reconstitution des éducateurs pro et mise en place d'un salon du tourisme en début de saison avec OTC
- Reconstitution du dispositif «Vélek'tro» et de la navette «Le Macareux»
- Plan «emplois saisonniers» avec Sensation Bretagne et les acteurs de l'emploi
- Réactivation du partenariat avec la station de Montagne La Rosière
- eBreizh Connexion
- Reconstitution des éditions
- Planning expositions et utilisation de la vitrine de l'Office de Tourisme

SENSATION BRETAGNE

- Réédition du magazine qui sera diffusé lors des opérations de promotion grand public ainsi que chez les hébergeurs
- Blog + réseaux sociaux
- Reportage photos et vidéos
- Accueil de presse
- Stratégie numérique
- Participation au MORGOAT et à l'observatoire du tourisme

BRETAGNE CÔTE DE GRANIT ROSE

Dans le cadre de la convention entre l'EPIC Communautaire et l'Office de Tourisme de Perros-Guirec des actions communes seront mises en place :

- Carte du territoire et des randonnées
- Guide des saveurs
- Agenda des animations
- Salons de proximité, en France et en Europe
- Campagne affichage Espagne
- Forum/salon du Tourisme de la Destination
- Affichage bus Lyon et Lille
- Campagne d'affichage SNCF et RER Paris

DESTINATION RÉGIONALE «CÔTE DE GRANIT ROSE / BAIE DE MORLAIX»

- Mise en œuvre de la stratégie pour le développement de la destination
- Mise en place de Perros-Guirec Trace de Trail

CÔTES D'ARMOR DESTINATION

- Salon grand public et pro
- Campagne promotion et attractivité
- Place de marché - eBreizh connexion
- Observatoire du Tourisme



UNE ÉQUIPE À VOTRE SERVICE



Présidée par le maire, une équipe de huit permanents (renforcée par six saisonniers), est à votre écoute tout au long de l'année et met en oeuvre les actions définies par le Comité Directeur composé d'élus et de représentants professionnels du tourisme.



Erven LÉON

Maire de Perros-Guirec
Président de l'Office de Tourisme de Perros-Guirec,
Vice-Président de Lannion-Trégor Communauté,
Vice-Président du Conseil Départemental des Côtes d'Armor



Didier ALNO

Directeur



Maryse LE TACON

Comptabilité
Ressources Humaines



Muriel LE GOFF-DAUVERGNE

Assistante de direction



Gaëlle LE QUENVEN

Assistante gestion financière
Conseillère en séjour



Gaëlle LE GUILLOUZER

Responsable accueil
Référente qualité



Héléne LE FLANCHEC

Éditions Web



Laëtitia LE ROUX

Conseillère en séjour



Guénohé HANDSCHIN

Assistante communication
Conseillère en séjour

OFFICE DE TOURISME

21, place de l'Hôtel de Ville
22700 Perros-Guirec
+33(0)2 96 23 21 15
infos@perros-guirec.com
www.perros-guirec.com

De septembre à juin

Du lundi au samedi de 9h à 12h30
et de 14h à 18h30

À partir de 10h le mardi,
hors vacances scolaires et
jusqu'à 18h de novembre à mars

Juillet | Août

Du lundi au samedi de 9h à 19h
Les dimanches et jours fériés
de 10h à 12h30 et de 16h à 19h

3 POINTS INFORMATIONS TOURISME L'ÉTÉ

- La Rotonde (Plage de Trestraou)
- La Maison du Littoral
(Sentier des Douaniers)
- La Capitainerie (Port de Plaisance)

LES MISSIONS DE L'OFFICE DE TOURISME

Accueillir, informer, conseiller

Assurer l'accueil des visiteurs en plusieurs langues et leur offrir une information complète sur les activités, les hébergements, les commerces, les loisirs de la station...

Promouvoir la destination

Participation à des salons en France et à l'étranger en partenariat avec le réseau Sensation Bretagne, l'EPIC communautaire et Côtes d'Armor Destination.

Réalisation et mise à disposition d'outils de communication : brochures touristiques, site internet...

Animer, valoriser, fédérer

Mise en place d'un programme de visites guidées. Coordination et développement des relations avec les partenaires touristiques du territoire.

Développer la fréquentation

Élaboration des produits touristiques et commercialisation de séjours de groupes et d'individuels.