



# RAPPORT D'ACTIVITÉ

**2024**



## SOMMAIRE

<b>OFFICE DE TOURISME</b> .....	<b>02</b>
Accueil   Information.....	02
Budget.....	04
Commercialisation   Recettes.....	04
Promotion   Actions   Réalisations .....	06
Réseaux   Labels   Partenaires .....	11
<b>BILAN DE SAISON 2024</b> .....	<b>12</b>
La capacité d'accueil .....	13
Les hébergements .....	14
Les sites   Les loisirs   Les visites .....	15
Le nautisme .....	16
Retombées économiques & emploi... ..	17
Analyse qualitative & perspectives.....	17
<b>PERSPECTIVES 2025</b> .....	<b>18</b>
<b>LA MAISON DU TOURISME ET DES LOISIRS</b> .....	<b>19</b>
<b>1 CODE 2 MARQUES</b> .....	<b>19</b>
<b>UNE ÉQUIPE À VOTRE SERVICE</b> .....	<b>20</b>

# OFFICE DE TOURISME ACCUEIL | INFORMATION

**174 878 VISITEURS**

**EN 2024**

## FRÉQUENTATION

### OFFICE DE TOURISME CENTRE-VILLE



L'Office de Tourisme a accueilli

**79 564 personnes**

Une fréquentation en légère baisse par rapport à 2023

## FRÉQUENTATION

### ACCUEIL HORS LES MURS

Les Estivales  
La Rotonde  
**7 429 personnes**

La Capitainerie  
**4 902 personnes**

La Maison du Littoral  
**78 669 personnes**

Les marchés  
**4 254 personnes**

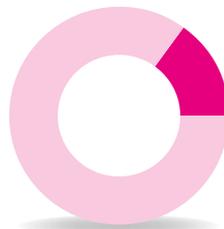


La Maison du Littoral est ouverte 7 jours sur 7 d'avril à septembre avec le financement de deux postes de saisonniers par l'Office de Tourisme.

## LA CLIENTÈLE

La clientèle française représente **87%**

de la fréquentation de l'Office de Tourisme



La clientèle étrangère représente **13%**

de la fréquentation de l'Office de Tourisme

### Les principales régions

Bretagne.....	25%
Ile-de-France.....	14%
Pays de la Loire.....	11%
Auvergne	
Rhône-Alpes.....	9%
Hauts-de-France.....	8%
Normandie.....	7%
Nouvelle-Aquitaine...6%	
Grand Est.....	5%
Centre-Val de Loire..5%	
Occitanie.....	4%

### Les principaux départements

22 - Côtes d'Armor..16%	
35 - Ille-et-Vilaine.....4%	
44 - Loire-Atlantique...4%	
56 - Morbihan.....3%	
59 - Nord.....3%	
75 - Paris.....3%	
29 - Finistère.....2%	
92 - Hauts-de-Seine...2%	
62 - Pas-de-Calais.....2%	
69 - Rhône.....2%	
49 - Maine-et-Loire.....2%	

### Les principaux pays

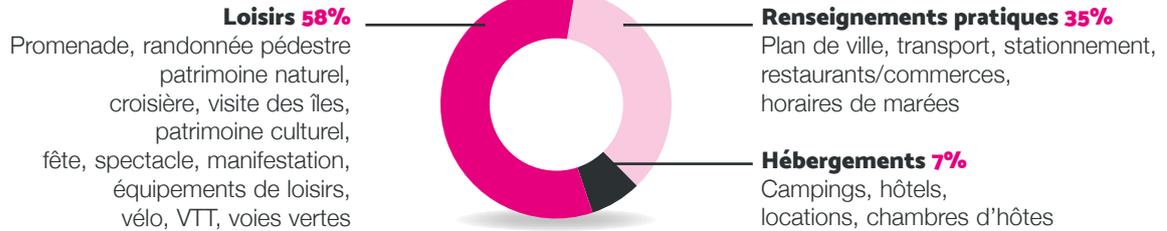
Allemagne.....	34%
Belgique.....	21%
Royaume-Uni.....	9%
Suisse.....	8%
Italie.....	8%
Espagne.....	6%
Pays-Bas.....	5%
États-Unis.....	2%
Canada.....	2%
Autriche.....	1%
Luxembourg.....	1%

Légère baisse de la fréquentation étrangère par rapport à 2023



## TYPES DE DEMANDES ACCUEIL

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



### TOP 5 DES DEMANDES

1. Le sentier des Douaniers et les rochers de granit rose
2. Les randonnées pédestres
3. Les excursions aux Sept-Îles
4. La Vélomaritime/balades en vélo
5. Les animations (visites guidées,...)

#### TÉLÉPHONE



**21 334**  
appels  
(en baisse)

#### E-MAILS



**3 592**  
demandes d'information  
par mail (stable)  
reçues par le service accueil  
de l'Office de Tourisme

#### ENVOIS COURRIERS



**1 212**  
courriers (en baisse)  
envoyés par  
l'Office de Tourisme  
**98%** des envois en France  
**2%** des envois à l'étranger

### SITE INTERNET



pour **1,1 million** de pages vues

Les visiteurs étrangers  
représentent 10% de la fréquentation du site  
(allemands, belges et suisses sont les principales nationalités).

**La fréquentation du site internet est en hausse.**

#### Les pages tourisme les plus consultées

1. Webcam
2. Animations agenda
3. Randonnées
4. Marchés
5. Archipel des Sept-Îles
6. Office de tourisme
7. Commerces
8. Brochures et cartes
9. Hébergements
10. Patrouille de France

#### SITE MOBILE

En 2024, **70%** des consultations  
se font sur tablette ou smartphone  
et **30%** sur PC ou Mac.

### RÉSEAUX SOCIAUX



**FACEBOOK**  
**23 000** followers  
175 publications pour 540 000 vues



**INSTAGRAM**  
**8 800** abonnés  
146 publications pour 546 000 vues



**LINKEDIN**  
**1 500** abonnés  
83 publications pour 120 000 vues



**YOUTUBE**  
**400** abonnés  
pour 17 500 vues



**CALAMÉO**  
**18 000** documents lus  
10 publications pour 16 000 vues

## BUDGET

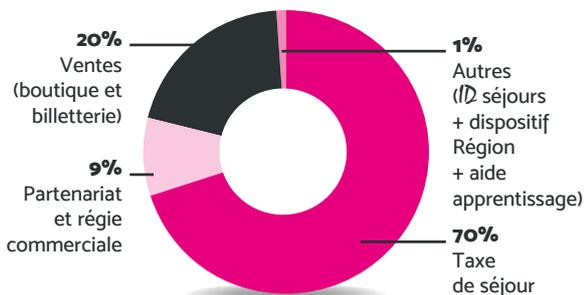
**1 154 977 € DE BUDGET RÉALISÉ**

**EN 2024**

Le compte financier unique 2024 de l'Office de Tourisme fait ressortir un excédent de 1 183 €. L'excédent de clôture est 168 052 €.

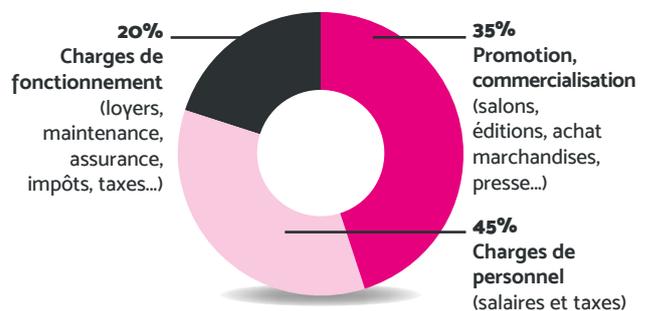
### RECETTES 2024

Prévisions : 1 290 500 €  
Réalisées : 1 154 160 €



### DÉPENSES 2024

Prévisions : 1 290 500 €  
Réalisées : 1 152 976 €



## COMMERCIALISATION | RECETTES

**UN CHIFFRE D'AFFAIRES STABLE PAR RAPPORT À 2023**

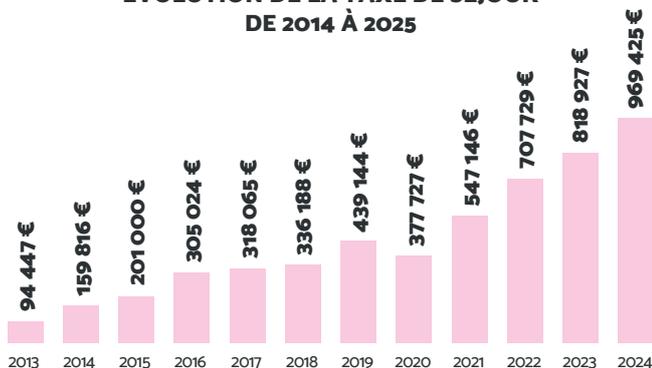
sur l'ensemble des recettes de l'Office de Tourisme

**TAXE DE SÉJOUR**

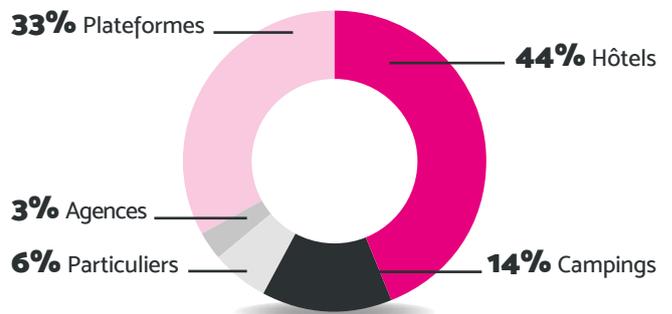
**969 425 €**

**EN 2024**

### ÉVOLUTION DE LA TAXE DE SÉJOUR DE 2014 À 2025



### RÉPARTITION PAR TYPE D'HÉBERGEMENTS



Depuis 2014 le montant de la taxe de séjour versé à l'Office de Tourisme a été multiplié par 10.

Cette évolution permet à l'Office de Tourisme d'être autonome financièrement depuis 2020, de prendre en charge sept emplois saisonniers et d'ouvrir la Maison du littoral 7j/7 d'avril à septembre.

En 2024, création de deux emplois supplémentaires : un poste sur le tourisme d'affaire et la presse, et un poste sur ingénierie et patrimoine naturel.


**BILLETTERIE | BOUTIQUE**
**216 400 €**
**LES VISITES GUIDÉES**

 4 852 personnes pour **9 000 € de CA**.

La simple inscription sans paiement pour les balades contées explique la baisse du chiffre d'affaires en 2024.

Les plus fréquentées :

- Balades contées dans la Vallée des Traouiéro : 43 sorties | 1 261 personnes
- Visite de la cidrerie : 58 visites | 1 050 personnes
- Visite de la Brassillerie : 25 visites | 346 personnes
  - Visite de l'ARSSAT (patrimoine) : 21 visites | 425 personnes
  - PEP 22 (sorties estran, nature...) : 38 visites | 246 personnes
- Escapade Glaz : 10 sorties | 206 personnes
- Atelier crêpes : 40 ateliers | 178 personnes
- Le Petit Train de la Côte : 801 personnes

**LES SEPT-ÎLES**

 6 200 passagers pour un **CA de 131 500 €** soit une légère hausse de 2% et ce malgré une météo défavorable.

**LES CABINES DE BAINS**

 De juin à septembre, l'Office de Tourisme loue les cabines de bains. En 2024 : 164 contrats pour **29 000 €**.

**LA BOUTIQUE**

 Affiches, guides, textiles, goodies, une trentaine d'articles marqués sont en vente en 2024. **Le CA est de 26 102 € (+10%)**.

**LES CONCERTS**

 Sept concerts : 463 billets vendus pour **7 990 €**.

**LE TRANSPORT**

 Billetterie TILT dont le macareux : 920 ventes carnets ou cartes pour un **CA de 9 180 €**.

**RÉGIE PUBLICITAIRE**
**82 025 €**

soit +6%

32 annonceurs sur le guide hébergements.  
87 annonceurs sur le guide pratique.  
15 annonceurs sur les plans.  
25 annonceurs sur le guide des saveurs.  
7 annonceurs sur le P'tit Perrosien.

**PLACE DE MARCHÉ**
**41 000 €**

Trois campings, sept hôtels et une agence de location sont présents sur la place de marché en ligne. Un service gratuit pour les pros de l'hébergement prit en charge par l'Office de Tourisme. En 2024, 64 contrats de réservation pour un CA de 41 000 €.

**SERVICE HÉBERGEMENTS :  
DISPONIBILITÉS  
& RÉSERVATIONS**
**35 500 €**

L'Office de Tourisme gère les recherches d'hébergements de dernière minute, notamment en été. En 2024, 60 personnes ont fait appel à ce service et générées 250 nuitées pour 15 500 € de CA.

La réservation d'hébergement pour des événements a produit une centaine de nuitées pour un CA supérieur à 20 000 € (Patrouille de France, Routard, journalistes,...)

**PARTENARIAT**
**35 808 €**

soit +13%

**264 partenaires**

Une belle progression avec 37 nouveaux partenaires qui participent activement aux actions de l'Office de Tourisme.

**CENTRALE DE RÉSERVATION**
**ID SÉJOURS GROUPE,  
INDIVIDUEL ET AFFAIRE**
**130 704 €**

Le service commercialisation se structure en 2024, les ventes de séjours se font directement avec les partenaires de la centrale.

En 2024, le CA généré pour la partie affaire est de 130 704 € pour 440 personnes et 30 dossiers clients.

# PROMOTION | ACTIONS | RÉALISATIONS

ÉDITIONS 2024

L'Office de Tourisme édite plus de 100 000 documents par an et travaille exclusivement avec des imprimeurs locaux et une agence locale.

L'Office de Tourisme diffuse près de 200 000 documents par an, les siens et ceux de ses partenaires privés et institutionnels. Le numérique est un outil de communication indispensable pour répondre au questionnement des visiteurs notamment en préparation de leur séjour, cependant le print reste le moyen de communication incontournable pour les visiteurs à l'Office de Tourisme en salons ou lors de manifestations (séminaires, spectacles...).



**Guide hébergements et découvertes**  
10 000 exemplaires



**Guide pratique**  
25 000 exemplaires



**Plan**  
60 000 exemplaires



**Guide des saveurs**  
40 000 exemplaires



**Carte randonnées**  
12 000 exemplaires



**Le P'tit Perrosien**  
1 000 exemplaires



**Guide visites guidées trimestriel**  
2 000 exemplaires

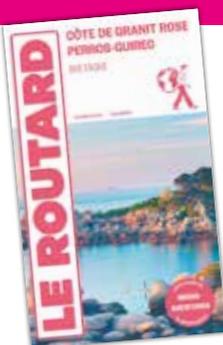


**Document tourisme d'affaire**  
500 exemplaires



**Calendrier des marées**  
8 000 exemplaires

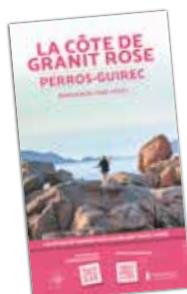
## PROMOTION



### GUIDE DU ROUTARD

**Le Routard** et les **Offices de Tourisme de Perros-Guirec** et de **Bretagne Côte de Granit Rose** développent depuis 2016, une collaboration fructueuse. En 2024 ils s'associent - à nouveau - pour publier une version enrichie de Côte de Granit Rose Perros-Guirec axée sur **des idées de micro-aventures**. Un concept du Guide du Routard qui propose une nouvelle façon de voyager.

Le Guide du Routard **Côte de Granit Rose Perros-Guirec** revient pour une deuxième édition avec un tirage de 10 000 exemplaires.



### CAMPAGNE GARES BREST ET RENNES

Pour la cible clientèle de proximité les deux Offices de Tourisme de Perros-Guirec et Bretagne Côte de Granit Rose ont lancé deux campagnes d'affichage numérique et dynamique sur les gares SNCF de Rennes et de Brest.

### SALONS GRAND PUBLIC

L'Office de Tourisme conserve une part importante d'opération grand public pour conquérir et fidéliser la clientèle des bassins prioritaires que sont : Bretagne, Pays de Loire, Paris, Île-de-France, Auvergne-Rhône-Alpes, Bénélux et les marchés en devenir Occitanie.

#### Salon du tourisme | Bruxelles

**Du 1<sup>er</sup> au 4 février** | SB/OTC | 70 000 visiteurs

#### Salon du tourisme | Rennes

**Du 9 au 11 février** | CAD/OTC | 30 000 visiteurs

#### Salon de la randonnée | Lyon

**Du 22 au 24 mars** | CAD/OTC | 13 000 visiteurs

#### Salon du tourisme | Toulouse

**Du 1<sup>er</sup> au 3 mars** | OTC | 14 000 visiteurs

#### Salon du trail | Millau

**Du 19 au 22 octobre** | 25 000 visiteurs

### SALONS PROS

#### WorkShop Presse ADN tourisme

**22 et 23 janvier** | 250 journalistes et influenceurs

#### Rencontres ANCV

(Agence Nationale pour les Chèques-Vacances)

**17 septembre** | 80 CSE et entreprises



### PRESSE | MAGAZINE | GUIDE | MÉDIAS

La mutualisation avec Bretagne Côte de Granit Rose, le CRT, CAD22 et Sensation Bretagne pour les accueils et les achats d'espaces presses permettent d'augmenter la présence de Perros-Guirec dans les médias (presse, TV, internet, radio).

Un budget est en augmentation pour la promotion dans les différents médias.

Plus de cinquante parutions dans les quotidiens ou hebdomadaires nationaux : Guide Le Petit Futé, Petit Futé Mag, Le Figaro, Figaro.fr, Figaro Magazine, Treck, Rando Balades, Elle,...

Accueil d'une vingtaine de journalistes notamment étrangers avec le CRT.

Presse allemande et suisse.

De nombreux tournages ont été réalisés durant l'année autour de différentes thématiques : tourisme, patrimoine naturel, thalassothérapie, M6, 8, TF1, France TV, Cnews, BFM, Sud Radio,...



### SPONSORING

#### Un bateau aux couleurs de Perros-Guirec Black-Cap devient le trimaran Perros-Guirec

Perros-Guirec embarque dans une grande aventure maritime en soutenant Thierry Roger, skipper du trimaran Perros-Guirec dont l'objectif est de se qualifier pour la prochaine édition de la célèbre Route du Rhum.

Pour y arriver, le trimaran Perros-Guirec participe à de nombreuses régates et compétitions nautiques internationales en portant les couleurs de Perros-Guirec La vie en Roz.



# PROMOTION | ACTIONS | RÉALISATIONS

## ACTIONS PROS

L'une des missions principales de l'Office de Tourisme est d'**animer, valoriser et fédérer** le réseau des partenaires pros de son territoire de compétence : la commune de Perros-Guirec. Dans ce cadre l'Office de Tourisme met en place les actions autour de quatre axes : les événements, les services, les rendez-vous, informations & communication

## LES ÉVÉNEMENTS

### FORUM DES EMPLOIS SAISONNIERS



Le forum est organisé en partenariat avec Avenir Jeune (Mission Locale), l'Office de Tourisme Communautaire, France Travail et le Crédit Agricole.

**Objectif** : problématique emplois saisonniers, trouver une réponse afin de favoriser la rencontre entre l'offre et la demande.

**4<sup>e</sup> édition en 2024** : 55 entreprises, 500 offres d'emplois et plus de 450 visiteurs.

### LA JOURNÉE DES SAISONNIERS



Plus de 600 saisonniers travaillent durant l'été à Perros-Guirec et depuis 2017, l'Office de Tourisme avec le soutien de la ville organise une formation pour les saisonniers de la station.

Une présentation des services, des animations, des loisirs,... est faite par les différents acteurs de la saison estivale pour que les saisonniers deviennent les ambassadeurs de Perros-Guirec.

### TOURISME ET NUMÉRIQUE



L'événement est coorganisé par Anticipa et les deux Offices de Tourisme de Lannion-Trégor Communauté avec l'aide du Lycée Bossuet. Il s'agit du lancement officiel de la saison pour les professionnels du tourisme.

Sous forme de salon et de bourse d'échanges de documentations, les partenaires peuvent accéder à l'offre de loisirs du territoire et assister à de nombreuses conférences durant cette journée dédiée au numérique et au tourisme.

**En 2024** : 80 exposants pour 500 visiteurs.

### ROZ PARTY



Pour la deuxième année en 2024, l'Office de Tourisme organise pour ses partenaires pros et institutionnels une soirée festive pour marquer le lancement de la saison estivale.

Un événement convivial qui rassemble plus de 300 personnes durant cette soirée.

Une belle occasion pour Erven Léon, maire et président de l'Office de Tourisme de rappeler que l'été est une période primordiale de la saison touristique.



**LES SERVICES**

**VISITES D'ENTREPRISES**



Une fois par mois l'Office de Tourisme propose à ses partenaires de visiter une entreprise de la station. Cidrerie, carrière...

50 personnes ont participé à cette mise en avant du savoir-faire local en 2024.

**LES RENDEZ VOUS**

L'Office de Tourisme organise deux grands rendez-vous pros et sociaux pros avec les services de la ville.

**LES VŒUX DU MAIRE**

En début d'année, les vœux du maire rassemblent chaque année plus de 400 personnes.



**LE BILAN DE SAISON**

En octobre, le bilan de saison réunit une centaine d'acteurs économiques durant ce temps fort de la saison touristique.



**EDUCTOUR PROS**



De mars à septembre, l'Office de Tourisme propose chaque semaine plusieurs Eductour aux professionnels de Perros-Guirec.

Une découverte de l'histoire, de la culture, du patrimoine... de la station permet de parfaire la connaissance du territoire et de mieux répondre aux nombreuses sollicitations des visiteurs.

**INFORMATIONS & COMMUNICATION**

**PACK PARTENAIRES**

Les partenaires de l'Office de Tourisme bénéficient d'une présence sur les éditions et sur le site internet. Ils ont accès à la photothèque et vidéothèque, reçoivent par mail les infos hebdomadaires sur les animations, sont abonnés à Actus Pros la newsletter pros. Les hébergeurs peuvent figurer dans la place de marché en ligne et participer à l'observatoire du tourisme de Perros-Guirec.

**260 partenaires en 2024** dont 100% des hébergeurs pros.

**PACK ACCUEIL ET LIVRAISON DOCUMENTATION**



L'Office de Tourisme livre la documentation aux hébergeurs à chaque vacances scolaires et fournit un pack accueil aux organisateurs de manifestation/événement qui le souhaitent.

En 2024, 1000 pack accueil ont été distribués et 30 000 documents distribués directement aux partenaires.

## PROMOTION | ACTIONS | RÉALISATIONS

### DISPOSITIF SITE D'EXCEPTION

Le site naturel de Ploumanac'h a été retenu pour un accompagnement de la Région Bretagne au titre du dispositif d'aide «Sites d'exception naturels et culturels touristiques». Cette aide régionale d'une durée de 3 ans se caractérise par un **accompagnement en ingénierie** (co-construction d'un projet de site) et d'une aide financière en investissement et en fonctionnement destinée à un ou plusieurs maîtres d'ouvrages.

Ce dispositif régional s'adresse aux sites à forte notoriété et à fort potentiel de notoriété et ayant des **problématiques de fréquentation**. Il s'inscrit dans une démarche de développement touristique et d'amélioration des infrastructures et des services dédiés à l'accueil des vacanciers.

L'Office de Tourisme signataire de la charte du voyageur est investi dans le tourisme responsable et mène en partenariat avec la ville et le conservatoire du littoral ce dispositif sur le site de Ploumanac'h. Les objectifs sont de mieux concilier préservation des patrimoines naturels, paysagers, historiques et l'accueil des visiteurs.

L'Office de Tourisme a recruté une chargée de mission afin de réaliser un diagnostic complet sur le site de Ploumanac'h et mettre en œuvre un plan d'action en continuité avec les réflexions déjà menées sur la commune.

L'Office de Tourisme est porteur de ce poste depuis mars 2024.

Après avoir identifié les grands enjeux du site, le plan d'actions propose des solutions innovantes pour gérer cette affluence sans compromettre l'intégrité du site (800 000 visiteurs/an + pics de fréquentation l'été). Grâce au soutien financier et technique de la région Bretagne, ces aménagements permettront non seulement d'améliorer l'expérience des visiteurs mais aussi d'assurer une protection durable du patrimoine naturel et culturel unique de Ploumanac'h. Le dispositif est subventionné par la Région sur 3 ans (jusqu'à 40 000 € d'aide en fonctionnement et 200 000 € en investissement).



# RÉSEAUX | LABELS | PARTENAIRES



## SENSATION BRETAGNE

- Sensation Bretagne regroupe 30 stations balnéaires du littoral breton, du nord au sud, unies par une charte commune garantissant un accueil de qualité et des offres originales.
- Les stations membres incluent notamment Arzon-Port du Crouesty, Bénodet, Carnac, Perros-Guirec, Saint-Cast-Le-Guildo, etc. Audierne a rejoint le réseau en 2023.
- Les missions principales sont la promotion et la communication (salons, reportages, site web, réseaux sociaux, campagnes de presse), avec plus de 20 actions réalisées en 2023.
- Le réseau travaille aussi en partenariat avec la Région et le Comité Régional du Tourisme (CRT) pour renforcer l'attractivité des stations, via des journées et des études thématiques.
- Festival phare du réseau, Place aux Mômes est le premier diffuseur de spectacles vivants en Bretagne, avec une 26<sup>e</sup> édition en 2024.



## COMITÉ RÉGIONAL DU TOURISME (CRT)

- Le CRT Bretagne développe et promeut le tourisme régional, en fournissant outils et accompagnement pour renforcer l'attractivité de la Bretagne.
- L'Office de Perros-Guirec participe à l'observation, au développement de l'offre et à la promotion de la destination, notamment via les enquêtes mises en place par Tourisme Bretagne (Reflet, conjoncture, notoriété...).



## OFFICE DE TOURISME BRETAGNE CÔTE DE GRANIT ROSE

- Depuis 2015, les Offices de Tourisme de Lannion-Trégor Communauté collaborent pour mutualiser leurs actions de promotion et d'accueil, sous la bannière « Perros-Guirec Côte de Granit Rose ».
- Actions communes : achats d'espaces presse, accueils de presse, salons, éditions de guides et cartes.



## FÉDÉRATION DES OFFICES DE TOURISME DE BRETAGNE (OTB)

- L'OTB regroupe 60 Offices de Tourisme et plus de 700 emplois, coordonne le réseau, gère la qualité, la formation, les semaines du tourisme économique, la Charte du voyageur, etc.
- L'Office de Perros-Guirec est très actif, avec Erven Léon président et Didier Alno administrateur.



## SEMAINE DU TOURISME ÉCONOMIQUE & DES SAVOIR-FAIRE

- Depuis 2021, l'Office de Tourisme participe à cet événement régional pour valoriser les entreprises locales et leur savoir-faire.
- En 2024, 16 entreprises ont accueilli 526 participants.



## ADN TOURISME

- Créée en 2020, ADN Tourisme regroupe les principales fédérations institutionnelles du tourisme.
- L'Office de Tourisme de Perros-Guirec s'est engagé en 2023 pour un tourisme responsable. Erven Léon siège au conseil d'administration.



## MARQUE BRETAGNE

- L'Office de Tourisme de Perros-Guirec est partenaire de la Marque Bretagne, qui vise à promouvoir l'image innovante et créative de la région au niveau national et international.
- Tous les supports de communication de l'Office portent la marque « Bretagne ».



## CÔTES D'ARMOR DESTINATION

- L'Office siège au Conseil d'Administration et participe à la promotion, l'observation (Flux Vision Tourisme), l'ingénierie (Tourinsoft, GRC), la commercialisation (tourisme d'affaires, expériences automne-hiver).



## AJOCA

L'Office de Tourisme a signé une

convention avec Avenir Jeunes Ouest Côtes d'Armor (Ajoca) pour structurer et valoriser les enjeux de l'emploi saisonnier sur le territoire.

Cette collaboration vise plusieurs objectifs principaux :

- Reconnaître l'emploi saisonnier comme moteur du dynamisme économique local.
- Promouvoir la diversité des métiers du tourisme.
- Valoriser les saisonniers comme acteurs essentiels de la qualité de service, en favorisant leur intégration, leur formation et leur fidélisation.
- Rassembler tous les acteurs concernés (employeurs, Office de Tourisme, Ajoca, collectivités...) autour des problématiques du secteur : recrutement, logement, mobilité, etc., et proposer des solutions concrètes.
- Encourager une action concertée et collective des employeurs.

### Deux actions majeures

#### issues de cette collaboration :

- Job Dating : Forum Emploi saisonnier.
- 1 toit pour 1 emploi : initiative pour faciliter l'accès au logement des saisonniers, souvent un frein à l'emploi dans le secteur. En 2024, 25 hébergements. Pour renforcer l'offre en hébergement Lannion-Trégor Communauté a maintenu l'aide financière en 2024 pour les propriétaires souhaitant aménager un hébergement pour les saisonniers.



## VILLE DE PERROS-GUIREC

- L'Office de Tourisme par convention avec la commune, gère l'accueil, la promotion, la commercialisation et l'observation touristique.
- La ville développe une stratégie de labellisation (sports, santé, environnement, nautisme) pour valoriser ses actions et renforcer sa notoriété.
- La ville et l'Office de Tourisme s'engagent pour un tourisme responsable (Qualité Tourisme, Label accueil vélo, qualité des eaux, plages sans tabac/plastique).

# BILAN DE SAISON 2024

**1 571 800 NUITÉES**  
**3,5 millions DE PRÉSENCES JOURNÉES**  
**150 millions DE RETOMBÉES ÉCONOMIQUES**

Sources : Flux Vision, CAD22, G2A, OTPG

En 2024, Perros-Guirec a confirmé son statut de destination phare de la Côte de Granit Rose, avec une fréquentation touristique globalement stable, marquée par quelques évolutions notables selon les segments et les périodes de l'année.



## NUITÉES TOTALES



**1,6 million de nuitées**

enregistrées sur l'année, soit une légère hausse de 1,1 % par rapport à 2023.

Cette stabilité masque toutefois des variations saisonnières et une baisse de la clientèle étrangère (-7,8 %) compensée par une progression de la clientèle française (+4,8 %).

## RÉPARTITION CLIENTÈLE

**73%**  
des nuitées  
sont le fait  
de visiteurs français

**27 %**  
d'étrangers

Les principales régions émettrices en France sont l'Île-de-France (35,5 %), les Hauts-de-France, la Bretagne, les Pays de la Loire et la Normandie.

Côté international, l'Allemagne domine (37 % des nuitées étrangères), suivie des Pays-Bas, de la Belgique, du Royaume-Uni et de la Suisse.

## SAISONNALITÉ

**Les pics de fréquentation restent concentrés sur juillet (214 052 nuitées) et août (234 718 nuitées)**

qui représentent à eux seuls 42 % des nuitées marchandes.

Les ailes de saison (mai, juin, septembre) affichent des progressions notables, notamment en mai (+12,7 %) et septembre (+9,2 %).

## LA CAPACITÉ D'ACCUEIL



### PERROS-GUIREC COMPTE 31 168 lits touristiques

dont 55 % en hébergements marchands (hôtels, campings, résidences, meublés, etc.)

Date de l'inventaire : janvier 2025



#### TYPES D'HÉBERGEMENTS

19 hôtels
4 campings
2 résidences de tourisme
2 ports de plaisance
1 centre de vacances
2 790 résidences secondaires
500 locations meublées
5 chambres d'hôtes
+ accueil (en famille ou chez des amis)



#### CHAMBRES OU EMPLACEMENTS

577 chambres
815 emplacements
126 appartements
985 emplacements
-
-
-
15 chambres
-



#### LITS

1 154 lits
2 445 lits
517 lits
3 940 lits
132 lits
13 950 lits
2 000 lits
30 lits
7 000 lits

## LES HÉBERGEMENTS

### LOCATIONS EN PLATEFORMES

(Airbnb, Aritel, Booking, etc.)

**342 055** nuitées

+ de **640** annonces actives  
**692** locations réservées  
 sur l'année (+12,4%)

### HÔTELLERIE

**207 928**  
nuitées

**19%**  
de fréquentation  
étrangère

### CAMPINGS

**277 451**  
nuitées

**28%**  
de fréquentation étrangère

### LOCATION & RÉSIDENCES DE TOURISME

**159 651**  
nuitées

**7,2%**  
de fréquentation étrangère



### CAMPING LE RANOLIEN



**224 000**  
nuitées

**pour 40 000 personnes accueillies**  
d'avril à septembre

**(fréquentation en baisse de 4%)**

La fréquentation étrangère représente 28% de la fréquentation totale avec 62 000 nuitées.

Les taux d'occupation varient de 58% à 98% selon la période et sont supérieurs à ceux enregistrés en Bretagne.



La location de mobilhomes  
**82%**



La location d'emplacements  
**18%**

La durée moyenne de séjour est de 5,58 jours.



La clientèle française représente  
**77%**  
des nuitées  
(d'avril à septembre)



La Bretagne représente plus de  
**17%**  
des nuitées françaises

**Une saison en légère baisse**  
due en grande partie à la diminution de la fréquentation étrangère.

## LES SITES | LES LOISIRS | LES VISITES



### LES ESTIVALES

**17 400**  
participations

Légère baisse de 7%

57 jours d'ouverture  
sur juillet/août

Contrairement à 2023  
pas de participation  
en septembre (Chili en 2023).

397 animations

11 événements

(biathlon des sables, transplage...)

La nouveauté en 2024

L'accueil de délégations sportives  
professionnelles hébergées  
sur Perros : Rugbygirls  
Académie, Club foot Laval,  
Club rugby Vannes

### LA MAISON DU LITTORAL



**73 855**  
visiteurs

d'avril à octobre

En hausse  
dû à l'ouverture  
7 jours sur 7  
d'avril à septembre

32 animations  
organisées  
pour 440 participants

### LES TRANSPORTS



Stationnements payants

**321 000 €**  
de recettes (CA x 2)



La navette « Le Macareux »

**30 715 passagers**  
En hausse de 4%

La navette de Trestraou

**67 103 passagers**  
En hausse de 28%

La navette de Ploumanac'h

**13 500 passagers**

### LE SENTIER DES DOUANIERS



**890 000**  
personnes

Hausse de 15%

### LES SEPT-ÎLES ARMOR NAVIGATION



**129 475**  
passagers

d'avril à septembre

En hausse de 3%  
malgré une météo mitigée.

### LE KASINO



**150 306**  
personnes

## ANIMATIONS | MANIFESTATIONS | ÉVÉNEMENTS

**Festival BD** 4 500 personnes  
**Ultra Trail 22 | Trail en Guirec**  
**20km de la Côte | Corrida**

+ de 6 000 coureurs

**Expo d'été** 7 926 entrées

**Festival de musique de Chambre**

2 004 spectateurs

**Escales Musicales** 1 650 personnes

**Festival Place aux Mômes**

2 600 spectateurs

**Patrouille de France**

Perturbé par la météo

Augmentation de la fréquentation  
et des recettes des animations,  
événement organisés par la ville.

L'expo d'été et le festival  
de musique de chambre ont enregistré  
une fréquentation record.

Expositions, photos, BD... Rotonde  
Plusieurs dizaines de milliers  
de personnes également  
ont apprécié les expos réparties  
dans les quartiers de la ville.

**Plus de 600 animations**  
**durant l'année**

La diversité et la qualité  
de la programmation contribuent  
à la fréquentation et à la notoriété  
de Perros-Guirec.

**À noter :** Grand Succès pour la fête  
véniétienne, Perros Jump, Fête  
du Bien-être, Perros en Scène,  
le festival Place aux Mômes  
et Semaines du Tourisme  
économique et des savoir-faire.

## LE NAUTISME

### LES PORTS DE PLAISANCE

#### PORT DE PLAISANCE | BASSIN À FLOT

Bateaux de passage + escales longues



D'avril à septembre :

**564 bateaux**  
pour **1 516 nuitées**

Le nombre de bateaux accueillis est en hausse de 22% par rapport à 2023

#### PORT DE PLOUMANAC'H

Bateaux de passage + escales longues



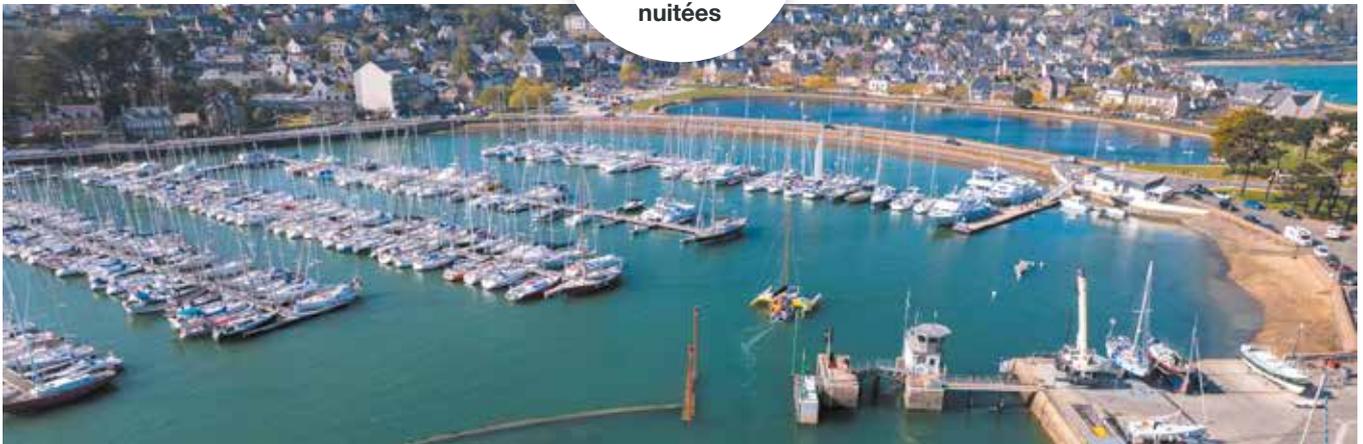
D'avril à septembre :

**169 bateaux**  
pour **1 478 nuitées**

Le nombre de bateaux accueillis est en baisse de 25% par rapport à 2023



**MOUILLAGES**  
**51 bateaux**  
pour **1 478**  
**nuitées**



En 2024, les ports ont accueilli  
**784 bateaux pour 5 564 nuitées**

(mouillages extérieurs compris).

Augmentation des contrats à l'année.

Les bateaux étrangers représentent 13% des bateaux accueillis.

La clientèle anglaise est la première clientèle étrangère en 2024 pour les ports de Perros-Guirec et représente plus de 58% des bateaux étrangers accueillis.

### LE CENTRE NAUTIQUE

#### LES STAGES DE VOILE

Les stages de voile constituent le noyau fort des activités d'été,

**1 100 stagiaires** contre 1 170 en 2023, pour un chiffre d'affaire de **205 830 €** (-3% par rapport à 2023).



#### LE POINT LOCATION

Malgré une météo défavorable à la navigation

**le point location** progresse de **20%** avec un **CA de 44 435 €**.

#### LES BALADES NAUTIQUES

Les balades nautiques à bord du Fillao et les randonnées en kayak progressent également (49 300 € contre 36 700 en 2023).

Le recrutement d'une monitrice voile/kayak a permis de proposer plus de sorties en kayak de mer chaque semaine.

#### GROUPES

Avec trois séances par semaine, le longe-côte continue de progresser. Les groupes sont constitués de 20 personnes avec souvent des clients sur liste d'attente.

**+45% de CA en 2024** avec **4 365 €** contre **3 005 €** en 2023.

## RETOMBÉES ÉCONOMIQUES & EMPLOIS

**566 EMPLOIS SALARIÉS LIÉS AU TOURISME SUR LA COMMUNE (+16,5 %),  
soit 40,3 % de l'emploi salarié local.**

La majorité des emplois se concentre dans l'hébergement (313 emplois, +51,9%),  
suivi de la restauration (160 emplois, -15,8%), des loisirs (82 emplois, +1,2%)  
et de l'organisation d'activités (11 emplois, +22,2%).



## ANALYSE QUALITATIVE & PERSPECTIVES

### TENDANCES

- La progression de la fréquentation hors saison (mai, septembre) et la diversification des clientèles sont des points forts.
- La baisse du taux d'occupation des locations s'explique par une offre en forte croissance, nécessitant une adaptation de la stratégie de promotion et de fidélisation.
- La clientèle étrangère, en léger recul, reste un enjeu de reconquête, notamment sur les marchés historiques (Allemagne, Royaume-Uni, Belgique).

### POINTS DE VIGILANCE

- La baisse de fréquentation sur certains segments (hôtellerie traditionnelle, restauration) invite à renforcer l'attractivité et l'innovation dans l'offre.
- L'évolution des modes de consommation (plateformes, courts séjours, réservations de dernière minute) impose une veille constante et une adaptation des outils de commercialisation.

### PERSPECTIVES 2025

- Poursuivre la montée en gamme de l'offre, la valorisation des ailes de saison et la conquête de nouvelles clientèles.
- Renforcer la collecte et l'analyse des données pour mieux piloter l'activité et anticiper les évolutions du marché.
- Développer les actions en faveur du tourisme durable et responsable, en cohérence avec les attentes des clientèles et les engagements de la destination.

La saison 2024 à Perros-Guirec s'inscrit dans la continuité d'une dynamique positive, avec une fréquentation soutenue, une offre en expansion et des retombées économiques significatives. Les défis à venir porteront sur la gestion de la croissance de l'offre, la fidélisation des clientèles et l'adaptation aux nouvelles tendances du tourisme, dans un contexte de concurrence accrue et d'exigence croissante en matière de qualité et de durabilité.

# PERSPECTIVES 2025

## STRATÉGIE 2022-2027

Les objectifs stratégiques de l'Office de Tourisme de Perros-Guirec sont précisés par mission et sont orientés sur :

- Le renforcement de la notoriété et de l'attractivité de Perros-Guirec.
- La promotion de la qualité de l'accueil.
- Le développement des actions afin de générer des retombées économiques.
- L'engagement pour un tourisme responsable.

Un plan d'action annuel soumis à l'approbation du Comité de Direction précise la mise en œuvre de cette stratégie en conformité avec la convention établie en janvier 2020 avec la ville de Perros-Guirec.

## PLAN D'ACTION 2025

### SALONS



- Salon Tourisima Lille  
Du 24 au 26 janvier | SB / OTC / OTPG
- Salon Mahana Lyon  
Du 14 au 16 février | SB / OTC / OTPG
- Salon Occ'ygene Toulouse  
Du 7 au 9 mars | OTPG / OTC
- Salon Destination Nature Paris,  
Du 13 au 16 mars | SB / OTC / OTPG
- Salon de la Randonnée Lyon,  
Du 22 au 24 mars | CAD / OTC / OTPG
- Salon du Trail Millau, Festival des Templiers,  
Du 17 au 20 octobre
- Salon Vacances Colmar | Du 7 au 9 novembre | OTPG

#### Salons spécifiques

- Work Shop Presse ADN Paris  
13 et 14 janvier | OTC
- Forum emploi saisonnier Job dating  
8 février | OTC
- Salon du Tourisme et Numérique Bourse d'échange  
4 avril | OTC
- Rendez-Vous en France Lyon  
1<sup>er</sup> et 2 avril

#### Éditions

- Guide hébergements & découvertes, guide pratique, plan et plan sous-mains, guides pratiques hollandais, le P'tit Perrosien, guide rando, plan sous-main (version allemande et anglaise), guide randonnées.
- Avec OTC : guide des saveurs, carte du territoire, programme STESF.

#### Campagnes d'affichage

- Campagne sur Rennes, Nantes, Brest  
affichage numérique en gare ou affichage bus OTC.

#### Agenda des animations commun OTC

- Agenda hebdomadaire en ligne.

### COMMUNICATION | PROMOTION COMMERCIALISATION



- Consolidation de la communication à travers les marques de destination : Perros-Guirec Côte de Granit Rose et La Vie En Roz, print, web, presse.
- Mise en place d'un calendrier d'expositions à l'accueil.
- Développement démarche pro active sur tourisme d'affaires - MICE.
- Maintien de la place de marché hébergements.
- Renforcement des actions presse avec édition dossier de presse et communiqués de presse thématiques.
- Code de marque, produit boutique, partenariat privé.
- Reconduction de l'opération la Vie en Roz et Roz Party plan média.

#### Destination régionale

- Suivi et mise en place du plan d'actions sur les activités outdoor et le nautisme.

#### Sensation Bretagne

- Étude sur la mobilité.
- Étude de notoriété et benchmark.
- Prix éditions.
- Salons.
- Création de contenus numériques.
- Accueil de presse.

#### Tourisme responsable

- Gestion du dispositif régional « Site d'exception sur Ploumanac'h ».
- Participation active à l'élaboration stratégie tourisme LTC
- Valorisation des actions mises en place par la ville en matière de protection et gestion de l'environnement.
- Sensibilisation et accompagnement des socio-pros.
- Mise en route démarche RSE pour obtention marque.
- Destination d'excellence en 2026.
- Déploiement de la Charte du Voyageur.

## LA MAISON DU TOURISME ET DES LOISIRS



La ville de Perros-Guirec s'engage dans un projet novateur visant à revitaliser le centre-ville tout en améliorant ses services aux citoyens et aux visiteurs. Ce projet, né d'une réflexion approfondie sur les besoins de la commune, prévoit la construction d'un bâtiment multifonctionnel au cœur de la ville.

Le nouveau bâtiment, stratégiquement situé sur l'emplacement du square Maréchal de Lattre de Tassigny, regroupera :

- Une salle du Conseil Municipal moderne et équipée.
- Un nouvel Office de Tourisme plus visible et fonctionnel.
- Des espaces de réunion polyvalents.
- Des bureaux adaptés pour le service informatique de la ville.

### Espace de vie chaleureux moderne et convivial

Le nouvel Office de Tourisme sera bien plus qu'un simple point d'information :

- Création d'un espace pro/conciergerie pour les professionnels du tourisme et les entrepreneurs locaux.
- Aménagement d'un espace polyvalent pour accueillir des expositions, des ateliers et des événements, mise en avant du savoir-faire local.
- Utilisation des nouvelles technologies (carte interactive, chabot, IA).
- Point de départ de rendez-vous pour les visites guidées.

### Engagement environnemental et social

Le projet démontre l'engagement de la ville en matière de développement durable :

- Utilisation de matériaux locaux et durables pour la construction.
- Intégration de technologies d'économie d'énergie et de gestion de l'eau.

### Amélioration de l'attractivité touristique

Le nouvel Office de Tourisme renforcera le positionnement de Perros-Guirec comme destination d'excellence :

- Mise en place d'outils numériques innovants pour la découverte du territoire.
- Création d'un espace d'exposition sur le patrimoine naturel et culturel de la Côte de Granit Rose.
- Amélioration de l'accueil des visiteurs, notamment pour les personnes à mobilité réduite.

En conclusion, ce projet transforme un espace sous-utilisé en un lieu de vie dynamique, respectueux de l'environnement et bénéfique pour tous. Il s'agit d'un investissement dans l'avenir de Perros-Guirec, renforçant son attractivité touristique tout en améliorant la qualité de vie des résidents. Ce projet est une opportunité de créer un centre-ville plus vivant, plus vert et plus adapté aux besoins actuels et futurs de la communauté.

Un bâtiment auto-énergisant ou à énergie positive d'une capacité d'accueil 200 000 personnes/an.

## PERROS-GUIREC | LA VIE EN ROZ !

# 1 CODE 2 MARQUES

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 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 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.



# UNE ÉQUIPE À VOTRE SERVICE



L'Office de Tourisme de Perros-Guirec est un Office de Tourisme communal dont le statut juridique est l'EPIC (Établissement Public à caractère Industriel et Commercial). Son territoire de compétence est la commune de Perros-Guirec. Présidé par le Maire Erven Léon, le comité directeur est composé d'élus et de représentants des acteurs économiques de la station. Une équipe de dix permanents (renforcée par sept saisonniers) met en œuvre les actions définies par le comité de direction.

6 jours sur 7 toute l'année, 7 jours sur 7 en juillet et août, l'Office de Tourisme est ouvert au public 330 jours par an.



**Didier ALNO**  
Directeur



**Erven LÉON**  
Maire de Perros-Guirec  
Président de l'Office de Tourisme de Perros-Guirec  
Président des Offices de Tourisme de Bretagne  
Vice-Président de Lannion-Trégor Communauté  
Conseiller départemental canton de Perros-Guirec



**Héléne LE FLANCHEC**  
Directrice adjointe  
Responsable communication



**Gaëlle LE GUILLOUZER**  
Responsable accueil  
Référente qualité



**Maxime GOUÉDARD**  
Conseiller en séjour  
Référent boutique



**Guénoé RAPITEAU**  
Assistante communication  
Conseillère en séjour



**Gaëlle LE QUENVEN**  
Assistante gestion financière



**Laury BONNET**  
Chargée du tourisme d'affaire et de la presse



**Emma MINISINI**  
Chargée de mission Site d'exception



**Émilie CARBON**  
Conseillère en séjour



**Gabin OLLIVIER**  
Apprenti Conciergerie pros Réseaux sociaux



**Raphaël METZ**  
Conseiller en séjour



**Lukian BLANCOU**  
Conseiller en séjour Maison du Littoral



**Yohan HONG VAN SANG**  
Conseiller en séjour Maison du Littoral

## 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.

## OFFICE DE TOURISME

21, place de l'Hôtel de Ville | 22700 Perros-Guirec  
+33(0)2 96 23 21 15 | [infos@perros-guirec.com](mailto:infos@perros-guirec.com)  
[www.perros-guirec.com](http://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 13h et de 16h à 18h30

## 4 POINTS INFORMATIONS TOURISME L'ÉTÉ

- La Rotonde (Plage de Trestraou)
- La Maison du Littoral (Sentier des Douaniers)
- La Capitainerie (Port de Plaisance)
- Les quatre marchés de Perros-Guirec