

RAPPORT D'ACTIVITÉ

2020

SOMMAIRE

CAPACITÉ D'ACCUEIL	02
OFFICE DE TOURISME	02
Accueil Information.....	02
Commercialisation Recettes.....	04
Promotion.....	05
14.03.20.....	06
Réalisations.....	07
Réseaux Labels & partenariats.....	08

BILAN DE SAISON 2020	10
Les hébergements.....	10
L'activité commerciale.....	12
Les sites & les curiosités.....	12
Impact Covid-19.....	13

UN CODE MARQUE	14
-----------------------	-----------

PERSPECTIVES 2021	15
---------------------------------	-----------

UNE ÉQUIPE À VOTRE SERVICE	16
-----------------------------------	-----------

PERROS-GUIREC CAPACITÉ D'ACCUEIL

HÉBERGEMENTS



29 881 LITS

Date de l'inventaire : 1^{er} janvier 2021



TYPES D'HÉBERGEMENTS

17 hôtels
3 campings
2 résidences de tourisme
2 ports de plaisance
1 centre de vacances
2 642 résidences secondaires
500 locations meublées
4 chambres d'hôtes
+ accueil (en famille ou chez des amis)



CHAMBRES OU EMPLACEMENTS

378 chambres
754 emplacements
136 appartements
985 emplacements
-
-
-
11 chambres
-



LITS

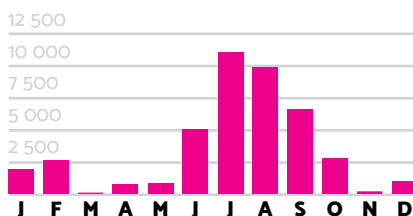
756 lits
2 262 lits
556 lits
3 940 lits
135 lits
13 210 lits
2 000 lits
22 lits
7 000 lits

OFFICE DE TOURISME ACCUEIL | INFORMATION

EN 2020

110 000
visiteurs

FRÉQUENTATION OFFICE DE TOURISME CENTRE-VILLE



L'Office de Tourisme a accueilli

42 000
personnes

Une fréquentation divisée par 2
par rapport à 2019
(confinement et protocole sanitaire)

FRÉQUENTATION POINTS INFORMATION TOURISME

La Capitainerie
5 000 personnes

La VigiRoz Team
8 000 personnes

La Maison du Littoral
47 000 personnes

Les Estivales | La Rotonde
8 000 personnes

En juillet et août, le 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 en étant présent sur les sites les plus fréquentés.



LA CLIENTÈLE



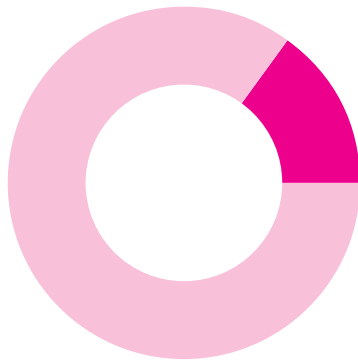
La clientèle française représente **94%**

de la fréquentation de l'Office de Tourisme



La clientèle étrangère représente **6%**

de la fréquentation de l'Office de Tourisme



Les principales régions

Bretagne.....	19%
Ile-de-France.....	18%
Pays de la Loire.....	13%
Auvergne	
Rhône-Alpes.....	9%
Nouvelle-Aquitaine...	6%
Grand Est.....	5%
Centre-Val de Loire..	5%
Occitanie.....	4%
Bourgogne	
Franche Comté.....	3%

Les principaux départements

22 - Côtes d'Armor....	9%
44 - Loire-Atlantique...	5%
35 - Ille-et-Vilaine.....	5%
75 - Paris.....	4%
59 - Nord.....	4%
76 - Seine-Maritime....	3%
49 - Maine-et-Loire....	3%
78 - Yvelines.....	3%
56 - Morbihan.....	3%

Les principaux pays

Belgique (42%)
Allemagne (23%)
Suisse (11%)
Pays-Bas (6%)
Italie (5%)
Espagne (5%)
Royaume-Uni (3%)

SITE INTERNET



pour **3,2 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 5%.

Les pages tourisme les plus consultées

Sentier des Douaniers.....	112 000
Randonnées.....	52 102
Locations.....	31 454
Office de tourisme.....	29 600
Hôtels.....	25 028
Archipel des 7 îles.....	19 284
Animations.....	15 000
Chambres d'hôtes.....	12 500
Campings.....	6 000

RÉSEAUX SOCIAUX



FACEBOOK

+ de **13 500** fans



TWITTER

3 700 abonnés



INSTAGRAM

2 000 abonnés



YOU TUBE

300 abonnés



CALAMÉO

12 000 documents lus

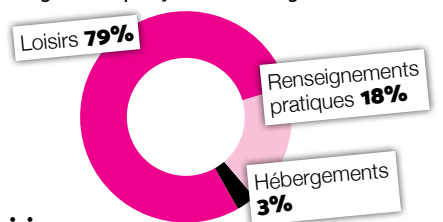
Les **vidéos** produites ou/et relayées par l'Office de Tourisme ont enregistré plus de **650 000 vues** en 2020

SITE MOBILE

Le site internet est en responsive design. **53% des consultations du site se font sur mobile** et 8% sur tablette.

TYPES DE DEMANDES ACCUEIL

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



Loisirs

Promenades rando.....	66%
Sites et curiosités.....	14%
Croisières / Îles.....	12%
Animations.....	8%

Renseignements pratiques

Renseignements sur la commune....	33%
Transports.....	28%
Commerces.....	16%
Restaurants.....	6%
Autres.....	17%

Hébergements

Hôtels.....	34%
Camping-cars.....	23%
Campings.....	20%
Meublés.....	9%
Chambres d'hôtes.....	8%
Autres.....	6%

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/balade en vélo
5. Les animations (visites guidées,...)



+ de **20 000** appels téléphoniques réceptionnés

E-MAILS



5 000 demandes d'information par mail (soit + 6%) reçues par le service accueil de l'Office de Tourisme

ENVOIS COURRIERS



1 846 courriers (soit - 20%) envoyés par l'Office de Tourisme

97% des envois en France

3% des envois à l'étranger

COMMERCIALISATION | RECETTES

Le confinement a directement affecté les recettes commerciales de l'Office de Tourisme. La baisse sur l'ensemble de l'année est de 50 %.

CENTRALE DE RÉSERVATION | PLACE DE MARCHÉ

Afin de répondre à la demande en forte augmentation de services numériques, l'Office de Tourisme de Perros-Guirec s'est engagé avec CAD 22 pour la création d'une place de marché dans le cadre du projet régional eBreizh Connexion.

Pour rappel l'Office de Tourisme finance l'outil et met en relation directe clients et fournisseurs (pas de commission) via le site internet www.perros-guirec.com. En 2020, 3 campings, 7 hôtels et une agence de location sont présents sur cette place de marché.

Le CA direct est de 15 000 €.

L'activité de la plateforme de vente en ligne loisirs et hébergements devrait enregistrer une forte augmentation en 2021.

IDÉES SÉJOURS



92 clients

pour 67 nuitées

Groupes 44%

Individuels 56%

Le chiffre d'affaires 2020 des Idées Séjours est de 6 255 €

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

25 500 €

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

200 demandes enregistrées à l'accueil en 2020, soit 250 nuitées réservées pour un CA généré de 22 000 €.

French Fab Tour :
35 nuitées pour 3 395 € de CA

BILLETTERIE | BOUTIQUE

77 831 €



Les 7 Îles / Bréhat, excursions en mer

Avec 2 116 passagers pour les Sept-Îles, l'Office de Tourisme a réalisé un **CA de 39 383 €**. Le début des croisières en juillet, les jauges sanitaires (OT et bateaux) ont engendré une perte de 40% du CA de l'Office de Tourisme.

Visites guidées

- Découverte de l'Estran
12 sorties | 111 personnes
- Balades contées dans la Vallée des Traouïéro
55 balades | 962 personnes
- Visite de la cidrerie
200 visites | 1 500 personnes
- Balade pédagogique
9 sorties | 88 personnes
- Perroz Running Tour
9 sorties | 60 personnes

Les cabines de bains

De juin à septembre 2020 : 143 contrats de réservation de cabines de bains pour un **CA de 24 337 €**.

La boutique

La vente des articles (affiches, guides, tee-shirts...) a généré un **CA de 6 651 €**, en baisse par rapport à 2019.

Pass Radôme

85 pass pour un **CA de 1 260 €**.

Transport

La billetterie transport TILT (dont le Macareux) pour un **CA de 6 200 €** (676 clients).



RÉGIE PUBLICITAIRE

72 000 €

Dans le cadre de l'aide aux acteurs économiques pour faire face à la crise, l'Office de Tourisme a pris à sa charge les espaces publicitaires du guide des saveurs, du guide pratique et du plan pour un montant de **60 000 €**.

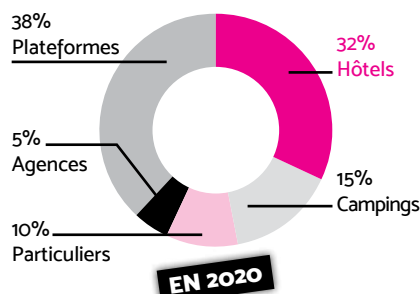
La régie est l'outil qui permet le financement des éditions, des campagnes de promotion et de communication.

PARTENARIAT

30 239 €

La mise en place des packs communication (premium et standard) a entraîné une belle évolution du nombre de partenaires. En 2020 : **260 partenaires pour 30 000 € de contribution** (+16%).

TAXE DE SÉJOUR



Un montant de :

402 000 €

(2^e montant le plus élevé depuis la création de l'Office de Tourisme. Baisse de 10 % par rapport à 2019)

La taxe de séjour reste la première source de financement de l'Office de Tourisme

PROMOTION

SALONS

Une année difficile pour l'organisation de la promotion...
Le confinement a entraîné l'annulation ou le report de nombreuses manifestations auxquelles l'Office de Tourisme devait participer.

4 salons en 2020

Salon Mondial du Tourisme | Stuttgart 11 au 19 janvier

300 000 visiteurs, un record de fréquentation, l'Allemagne est la première nationalité étrangère à Perros-Guirec. Une clientèle fidèle et engagée que la Bretagne continue de développer.

Stand Sensation Bretagne

Salon Vakanz | Luxembourg 17 au 19 janvier



30 000 visiteurs, une fréquentation record pour ce salon.

L'Office de Tourisme était présent sur le stand Sensation Bretagne. Une clientèle luxembourgeoise à fort pouvoir d'achat à la recherche de long séjour en famille. Un bassin à fort potentiel pour les années à venir.

Stand en partenariat avec Sensation Bretagne

Salon des Vacances | Bruxelles 6 au 9 février

93 000 visiteurs, une belle fréquentation du salon. Perros-Guirec était représenté par l'Office de Tourisme Bretagne Côte de Granit Rose sur le stand de Sensation Bretagne. La Belgique est l'une des principales clientèles étrangères pour la Bretagne. Incontournable opération de promotion pour rester en tête des destinations préférées des Belges.

Stand en partenariat avec Sensation Bretagne

Salon de l'agriculture | Paris 22 février au 1^{er} mars

482 000 visiteurs, un stand Bretagne sur lequel Perros-Guirec était présent avec Sensation Bretagne. Malgré la période pré-covid, une belle opération de promotion pour conquérir la clientèle de la région Ile-de-France.

Clientèle très familiale à la recherche de destination nature.

Stand en partenariat avec Sensation Bretagne

ACTIONS

« PROMOTION COMMUNICATION »

3 campagnes de promotion

réalisées en partenariat avec le CRT
et Bretagne Côte de Granit Rose



Campagne d'affichage métro Ile-de-France

Du 3 au 16 mars

Audience : 4 millions de personnes
Thématique : slow tourisme

Campagne d'affichage urbain | Lille Du 2 au 14 septembre

Audience : 700 000 personnes
Thématique : slow tourisme et
vacances hors saison

Campagne tram + métro | Lyon Du 2 au 8 septembre

Audience : 743 306 personnes
Thématique : slow tourisme et
vacances hors saison



Maisons Côté Ouest :

« **Un paysage à couper le souffle** »

Le Monde :

« **La Grandiose Côte de Granit Rose** »

Figaro Voyage :

« **La Côte de Granit Rose (Côtes d'Armor), nos Seychelles à nous** »

ACCUEILS DE PRESSE ET RETOMBÉES MÉDIATIQUES

Chaque année l'Office de Tourisme accueille à Perros-Guirec plus d'une cinquantaine de journalistes, médias, tournages, bloggeurs influenceurs... français et étrangers. Malgré le contexte sanitaire durant l'année 2020, les mises en valeur des atouts de Perros-Guirec furent nombreuses.

TF1, France Télévision, ARTE, C8, Cnews... sont venues à plusieurs reprises pour les journaux de 13h et 20h. Les émissions Thalassa, Littoral, Partir en France, Sur le Front, Des Racines et des Ailes, Invitation aux voyages... plus d'une dizaine de reportages consacrés à différents sujets (Les Sept-Îles, Loto du Patrimoine, la cité des Hortensias, les vacances à Perros-Guirec, le GR34...).

La presse écrite et la radio ont également fortement contribué à la promotion de Perros-Guirec : Le Figaro, Figaro Mag, Grazzia, Maisons Côté Ouest, Le Routard, Le Monde, Tour Mag, 20 Minutes, Rando Balade, Bretagne Magazine, Europe 1, France Bleu, RTL,...



Avis de tempête Succès pour ce téléfilm tourné en 2019

Un record d'audience avec plus de 5.3 millions de téléspectateurs le 27 septembre 2020.



Enfin, une nouveauté, les marques qui avaient l'habitude de tourner à l'étranger, ont découvert de nouveaux terrains de jeu. Hermès, Yves Rocher sont venues en tournage en août et septembre sur la Côte de Granit Rose pour les films de promotion de leur produits. D'autres marques/tournages devraient suivre en 2021...

14.03.20

L'OFFICE DE TOURISME A FERMÉ SES PORTES LE 14 MARS 2020, MAIS EST RESTÉ ACTIF PENDANT LE CONFINEMENT

Le soutien technique de la ville de Perros-Guirec a permis la mise en place du télétravail pour l'ensemble du personnel. Durant cette période, l'Office de Tourisme a continué à assurer ses missions et préparer la saison : gestion du courrier, gestion des emails, gestion des interrogations pros et visiteurs, webinaires et formations via les visios, bouclage guide pratique, plan et guide des saveurs, gestion de la base de données tourisme repris par le département 22 et la région, maintien des services administratifs (compta et RH), travail avec les réseaux SB, OTB, CAD, ADN et CRT, gestion des réseaux sociaux et site internet, mise à jour permanente des ouvertures des services et commerces pendant le confinement, relais d'informations sur les dispositions Covid (État et Ville).

OFFICE DE TOURISME... ET DU COMMERCE

Durant cette année bien compliquée... l'Office de Tourisme et la ville de Perros-Guirec ont réalisé de nombreuses actions pour accompagner et soutenir les acteurs économiques.

- Groupement d'achat d'EPI (Équipement de Protection Individuelle personnel) dès le mois d'avril et vente à prix coûtant aux acteurs économiques.
- Non-facturation des espaces publicitaires dans les éditions 2020 (60 000 € de recettes en moins).
- Création de la Vigiroz Team.
- Mise à jour permanente des informations sur l'ouverture des commerces, restaurants, hébergements et services sur le site internet et les réseaux sociaux.
- Affichage informations sur les panneaux lumineux de la commune.
- Gratuité des terrasses et droits de place sur les marchés.
- Plan de circulation douce renforcé.
- Flyer #j'achèteàPerros distribué dans les boîtes aux lettres de la commune.
- Affiches « J'achète à Perros-Guirec » distribuées aux commerçants proposant le Clique & Collecte et affichage dans les lieux publics.
- Plan de communication dans la presse avec achat de pages pour la promotion des commerces de la commune.
- Mise en ligne de vidéos de Noël sur les réseaux sociaux...
- Activation du Pass Commerce avec LTC



LE DÉCONFINEMENT



Après avoir établi un protocole respectueux des consignes sanitaires pour l'accueil des visiteurs et pour la vie en entreprise, l'Office de Tourisme a ré-ouvert ses portes le 11 mai (premier Office de Tourisme en Bretagne à ré-ouvrir). **Sa première préoccupation : les acteurs économiques.**

LA DIFFUSION DES ÉQUIPEMENTS DE PROTECTION INDIVIDUELLE



L'Office de Tourisme a acheté, pour faciliter la réouverture des commerces, les équipements de protection individuelle soit : 160 000 masques, 60 000 gants, 400 litres de gel hydroalcoolique.

Plus de 200 commerçants, artisans, entreprises, associations ont fait appel à ce service.

LA VIGIROZ TEAM



La ville de Perros-Guirec a recruté douze jeunes saisonniers dès le 17 juin. Répartis en six binômes, ils ont été investis d'une double mission : délivrer de l'information touristique, prévenir et sensibiliser sur les mesures sanitaires liées à l'épidémie de Covid-19. C'est la première organisation de ce type en Bretagne. Ce dispositif expérimental a permis d'enrichir les dispositifs d'accueil mis en place sur la station.

12 salariés, 77 jours d'activité (du 15/06 au 30/08), 3 000 documents diffusés, 8 000 personnes renseignées (tourisme), 2 000 masques distribués, 5 000 km parcourus (à vélo et à pied), intégralement financé par la ville de Perros-Guirec, le coût de l'opération : 70 000 €.

RÉALISATIONS

ÉDITIONS



Guide hébergements et découvertes
10 000 exemplaires



Guide pratique
20 000 exemplaires



Plan
60 000 exemplaires



Guide des saveurs
40 000 exemplaires



Carte randonnées
12 000 exemplaires

LES JOURNÉES EN ROZ

Pour la quatrième année consécutive, et ce malgré le contexte sanitaire, les Journées en Roz ont été reconduites et se sont déroulées les mardis et samedis durant juillet et août.

Permanents, saisonniers, élus, commerçants, restaurateurs, hébergeurs, artisans... ont répondu présents et ont été très nombreux à porter les couleurs de Perros-Guirec et ainsi contribuer au succès de ces journées auprès de nos visiteurs.



PARCOURS RANDO/BALADE

L'Office de Tourisme avec le concours de la Maison du Littoral a créé quatre parcours pédestres de 3,5 km à 10 km. Quatre balades pour découvrir la richesse du petit patrimoine de la commune. Ces parcours complètent l'offre rando de Perros-Guirec, ils ont été balisés et sont téléchargeables sur le site internet.

JOB DATING | 20 février 2020

Le travail effectué sur l'emploi saisonnier avec les acteurs locaux, la Mission Locale et Pôle Emploi a permis de mettre en avant les actions prioritaires à développer : hébergements, mobilité, attractivité.

La première action a été la création du Job Dating Tourisme le 20 février à Perros-Guirec.

Un succès : 50 entreprises, plus de 300 offres d'emplois, 500 visiteurs.



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
- De développement et d'observation
- D'événementiel

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

Réalisations 2020

- Accueil presse et blogueurs.
- Édition du magazine.
- Maintien des spectacles enfants dans certaines stations.
- Reportage photo et vidéo.
- Stratégie numérique déployée sur les réseaux sociaux.



Erven Léon est devenu vice-président de l'association.



ADN TOURISME

ADN Tourisme est née le 11 mars 2020 du regroupement des trois fédérations historiques des acteurs institutionnels du tourisme, Offices de Tourisme de France, Tourisme & Territoires et Destination Régions.



OFFICE DE TOURISME DE BRETAGNE (OTB)



L'Office de Tourisme fait partie du Conseil d'Administration d'OTB 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...). Erven Léon en est le vice-président.



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.

La marque a été renouvelée le 8 mars 2018 jusqu'en 2023.



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 jusqu'en 2022.



OFFICE DE TOURISME BRETAGNE CÔTE DE GRANIT ROSE



Depuis 2015 les deux Offices de Tourisme sont partenaires et s'engagent à concevoir des actions communes pour accroître leurs moyens de promotion, de commercialisation et d'accueil touristique sous toutes leurs formes. Les deux acteurs collaborent dans une logique de promotion d'une destination touristique bénéficiant d'une notoriété spontanée exceptionnelle « Perros-Guirec Côte de Granit Rose ».



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. Erven Léon est membre du bureau du CRT.

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. Erven Léon en est le président

Promotion

Présence de Perros-Guirec sur les salons auxquels participe CAD.

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, nautisme,...)
- Valoriser les actions de la ville et des partenaires privés
- Renforcer la notoriété de la station



Ville de Surf



Terre de Jeux 2024



Ville Fleurie



Ville active et sportive

PERROS-GUIREC BILAN DE SAISON 2020

UN ÉTÉ TRÈS SATISFAISANT ET RASSURANT

Après l'arrêt de l'activité de mars à mai et une timide reprise en juin, les perspectives pour l'été n'étaient pas très optimistes.

Une campagne de promotion de grande ampleur, une forte médiatisation, un travail de longue haleine des acteurs du tourisme pour la mise en place des protocoles sanitaires et le besoin de vacances des français ont fortement contribué à la réussite de la saison d'été.

1,2 millions de nuitées*

une baisse estimée de 15%
par rapport à 2019

83% de Français (-9%)
17% d'étrangers (-35%)

* Chiffres 2020 hébergements marchands et non marchands
Sources : flux vision CAD22



LES HÉBERGEMENTS

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 2020 l'INSEE n'est pas en mesure de fournir l'intégralité des données.



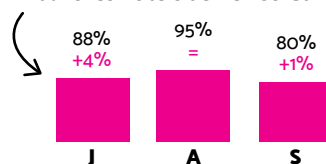
**67 339
nuitées**

de juin à septembre
soit 15% des nuitées
enregistrées
en Côtes d'Armor

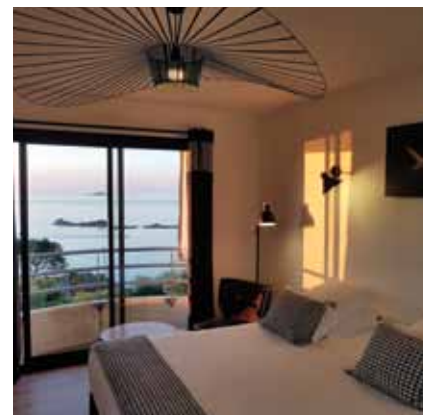
(le nombre d'hôtels participants
varie de 9 à 14 selon la période)



Taux d'occupation
dans les hôtels de Perros-Guirec



**Très bonne fréquentation
des hôtels durant l'été**
supérieure de 22 % à celle du département



Les nationalités

La clientèle étrangère représente
8% des nuitées totales
et est en baisse de 55%
par rapport à 2019.

Les 5 premiers pays :

Allemagne, Belgique, Suisse,
Royaume-Uni, Italie



CAMPING LE RANOLIEN



135 443
nuitées

de juin à septembre
pour 23 054 personnes accueillies

La fréquentation étrangère du camping est de 31 508 nuitées soit 23% des nuitées totales. Les principales nationalités sont : hollandaise, allemande, belge et suisse et représentent 95 % des nuitées étrangères.



La location
de mobilhomes
80%



La location
d'emplacements
20%

La durée d'occupation par emplacement est de 5,88 jours sur la période d'ouverture.



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



La Bretagne
représente plus de
16%
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 en Bretagne. La consommation moyenne par client sur le camping est plutôt stable.

AUTRES HÉBERGEMENTS

2 campings, 2 résidences de tourisme et 2 agences de locations ont répondu au questionnaire bilan de saison.



CAMPINGS

Juin	☹️
Juillet	😊
Août	😊
Septembre	😊

RÉSIDENCES DE TOURISME

Juin	☹️
Juillet	😊
Août	😊
Septembre	😊

LOCATIONS (AGENCES)

Juin	😊
Juillet	😊
Août	😊
Septembre	😊



L'ACTIVITÉ COMMERCIALE

11 restaurants et 13 commerces ont répondu au questionnaire bilan de saison

RESTAURANTS	COMMERCES
Juin 😊	Juin 😊
Juillet 😊	Juillet 😊
Août 😊	Août 😊
Septembre 😊	Septembre 😊



LES SITES & LES CURIOSITÉS

MAISON DU LITTORAL

52 000 visiteurs

111 animations pour plus de 2000 participants. Les balades nature, la découverte des chauve-souris et l'animation nocturne dans le grand Traouïéro ont enregistré une très belle fréquentation. Autre succès, la découverte d'une carrière de granit rose, la sortie algues avec atelier cuisine.

Les nouveautés : les balades dessinées sur le sentier des Douaniers et la tro vale natur, une randonnée en breton un grand succès également.

SENTIER DES DOUANIERS



612 000 personnes

LES 7 ÎLES ARMOR NAVIGATION



De juillet à septembre :

70 000 passagers

KASINO



De juin à septembre :

47 000 personnes

SPA «LE JARDIN DU BIEN-ÊTRE»



De juin à septembre :

3 000 personnes

LES ESTIVALES

4 631 participations

Une offre de loisirs complémentaire

Les Estivales regroupent une offre de loisirs destinée à la famille et présentent six 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...).

Pour faire face au protocole Covid les jauges de participation ont été diminuées (maximum neuf personnes par animation), les grand jeux, la partie séjours, événementiel ont du être supprimés.

LES TRANSPORTS

Vélek'tro

Location de vélos à assistance électrique à la capitainerie. De juin à septembre :



152 contrats pour 212 journées de location

Succès confirmé du transport vélo

La navette « Le Macareux »

Du 4 juillet au 12 septembre :



18 000 passagers



NAUTISME

LES PORTS DE PLAISANCE

Port de plaisance I Bassin à flot

Bateaux de passage + escales



De juin à septembre :

503 bateaux
pour 2 206 nuitées

Forte baisse de la fréquentation étrangère
qui représente moins de 10%
de la fréquentation.

Port de Ploumanac'h

Bateaux de passage + escales



De juin à septembre :

291 bateaux
pour 2 085 nuitées

Au total et malgré la période d'inactivité
le nombre de nuitées
sur les deux ports est en progression.



LE CENTRE NAUTIQUE

Malgré les contraintes sanitaires et une ouverture en juin, le centre nautique s'est adapté et a enregistré une fréquentation record.

Stage de voile

1 316 stagiaires accueillis
pour un **CA de 207 000 €**.
Succès des stages catamaran.

Point locations

CA réalisé 62 500 €
un chiffre en forte hausse.
Le prêt à naviguer proposé
par le centre nautique enregistre
un succès croissant

Balades nautiques

50 000 € de CA pour 1 160 personnes.
Très forte activité notamment
sur les sorties Fillao.

ÉCOLE DE SURF

De juin à septembre :



Activité
en hausse de
10 à 30%
selon la période

Forte baisse de la clientèle étrangère
Saison jugée très satisfaisante



IMPACT COVID-19
92%

des prestataires indiquent
un recul de leur chiffre
d'affaires sur l'ensemble
de l'année

Évolution globale du CA annuel par rapport à 2019*

Le repli est de l'ordre de -25 à -35%
par rapport à l'année dernière.

* Enquête réalisée du 30 octobre au 5 novembre
par le CRT Bretagne en partenariat avec Côtes d'Armor Destination
(2 553 répondants en Bretagne dont 712 en Côtes d'Armor)

MALGRÉ LES BONS RÉSULTATS DE L'ÉTÉ,
LE RETARD ACCUMULÉ AU PREMIER SEMESTRE N'EST PAS RATRAPÉ

La Bretagne reste une région relativement épargnée par la Covid-19,
cependant les interrogations sur l'avenir sont nombreuses :
pérennité de certaines entreprises (traiteurs, organisateurs de spectacles, cinémas...),
l'emploi des jeunes, retours des clientèles groupes, affaires et étrangères...

**Un patrimoine naturel d'exception, une qualité de vie reconnue, une dynamique économique en pleine expansion
sont les atouts pour que la région envisage positivement l'avenir.**

PERROS-GUIREC PERSPECTIVES

2021

AUTRES ACTIONS

- Reconduction 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...
- Reconduction des éducateurs pro et mise en place d'un salon du tourisme en début de saison avec OTC
- Reconduction du dispositif « Vélek'tro » et de la navette « Le Macareux »
- Plan « emplois saisonniers » et les acteurs de l'emploi
- Reconduction des éditions
- Planning expositions et utilisation de la vitrine de l'Office de Tourisme
- Mise en place d'un pack communication pour les partenaires
- Formation apprenti tourisme et numérique
- Classement station de tourisme
- Stratégie numérique renforcée
- Édition d'un guide rando balade
- Points information itinérants
- Accueil presse
- Organisation de la semaine du « Tourisme économique et du savoir-faire »

LE TOUR DE FRANCE

Un lancement de saison grandiose avec le départ de la deuxième étape du Tour de France Perros-Guirec / Mûr-de-Bretagne, le 27 juin 2021. Une belle mise en avant des Côtes d'Armor avec cette étape qui relie l'Armor et l'Argoat. Un impact médiatique de grande ampleur pour l'événement annuel le plus suivi au monde.

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

Activation de la stratégie :

- Outdoor : réalisation d'un espace trail à l'échelle de la destination avec la mise en place de 35 circuits de 8,8 km à 25 km
- Nautisme : élaboration du schéma directeur du nautisme

SENSATION BRETAGNE

- Réédition du magazine 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 MORGOT et à l'observatoire du tourisme
- Écriture d'une charte commune sur le tourisme responsable

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
- Forum/salon du Tourisme de la Destination
- Affichage bus Lyon et Lille
- Campagne d'affichage SNCF et RER Paris
- Campagnes presses quotidiennes régionales

CÔTES D'ARMOR DESTINATION

- Salon grand public et pro
- Campagne promotion et attractivité
- Place de marché - eBreizh connexion
- Observatoire du Tourisme
- Stratégie commune sur la GRC
- Programme de coopération territoriale européenne Interreg
- Valorisation de la randonnée (pédestre, cyclo...)
- Campagne de promotion automne hiver

PERROS-GUIREC UN CODE DE MARQUE



#LAVIEENROZ

→ *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 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.

La
ville
en
Roz!

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 huit permanents (renforcée par six 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.



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



Gaëlle LE GUILLOUZER

Responsable accueil
Référente qualité



Muriel LE GOFF-DAUVERGNE

Assistante de direction



Héléne LE FLANCHEC

Éditions Web



Gaëlle LE QUENVEN

Assistante gestion financière



Laëticia LE ROUX

Conseillère en séjour



Erwann GÉRARD

Apprenti Tourisme et numérique



Guénolé 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 13h et de 14h à 19h
Les dimanches et jours fériés
de 10h à 13h et de 16h à 18h30

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.