

# RAPPORT D'ACTIVITÉ

2021

## SOMMAIRE

<b>CAPACITÉ D'ACCUEIL</b>	<b>02</b>	<b>BILAN DE SAISON</b> <b>2021</b>	<b>10</b>
<b>OFFICE DE TOURISME</b>	<b>02</b>	Les hébergements .....	10
Accueil   Information .....	02	L'activité commerciale .....	12
Commercialisation   Recettes .....	04	Les sites   Les loisirs   Les visites .....	12
Promotion .....	05	Nautisme .....	13
Actions   Réalisations .....	06	<b>PERSPECTIVES</b> <b>2022</b>	<b>14</b>
Réseaux   Labels & partenariats .....	08	<b>1 CODE 2 MARQUES</b>	<b>15</b>
		<b>UNE ÉQUIPE À VOTRE SERVICE</b>	<b>16</b>

# PERROS-GUIREC CAPACITÉ D'ACCUEIL

## HÉBERGEMENTS



**30 045 LITS**

Date de l'inventaire : 1<sup>er</sup> janvier 2022



### TYPES D'HÉBERGEMENTS

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



### CHAMBRES OU EMPLACEMENTS

454 chambres
754 emplacements
136 appartements
985 emplacements
-
-
-
17 chambres
-



### LITS

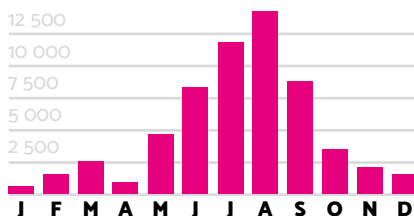
908 lits
2 262 lits
556 lits
3 940 lits
135 lits
13 210 lits
2 000 lits
34 lits
7 000 lits

## OFFICE DE TOURISME ACCUEIL | INFORMATION

**EN 2021**

**105 700**  
visiteurs

### FRÉQUENTATION OFFICE DE TOURISME CENTRE-VILLE



L'Office de Tourisme a accueilli

**60 000**  
personnes

Une fréquentation en hausse de 40%  
par rapport à 2020  
(-38% par rapport à 2019)

### FRÉQUENTATION POINTS INFORMATION TOURISME

Les Estivales | La Rotonde  
**7 100 personnes**

La Capitainerie  
**4 500 personnes**

La Maison du Littoral  
**30 000 personnes**

Les marchés  
**4 100 personnes**

L'Office de Tourisme est présent sur les sites fréquentés de la station : Maison du Littoral, Rotonde/Estivales et capitainerie.

**Nouveauté 2021** : présence de l'Office de Tourisme sur les marchés de la ville. Plus de 4 000 personnes renseignées.



## LA CLIENTÈLE



La clientèle française représente **95%**

de la fréquentation de l'Office de Tourisme



La clientèle étrangère représente **5%**

de la fréquentation de l'Office de Tourisme

Les principales régions	Les principaux départements
Bretagne..... 18%	22 - Côtes d'Armor ....8%
Ile-de-France ..... 15%	44 - Loire-Atlantique...5%
Pays de la Loire..... 13%	35 - Ille-et-Vilaine.....5%
Normandie ..... 9%	59 - Nord .....4%
Auvergne	76 - Seine-Maritime....4%
Rhône-Alpes ..... 9%	75 - Paris .....3%
Hauts-de-France ..... 8%	49 - Maine-et-Loire....3%
Nouvelle-Aquitaine... 7%	78 - Yvelines.....3%
Grand Est.....6%	56 - Morbihan .....3%
Centre-Val de Loire..6%	14 - Calvados.....2%
Occitanie ..... 4%	

Les principaux pays
Belgique (36%)
Allemagne (22%)
Suisse (10%)
Pays-Bas (8%)
Espagne (6%)
Royaume-Uni (3%)
Italie (3%)
USA (3%)

## SITE INTERNET



pour **3,4 millions** de pages vues

Le site enregistre une **fréquentation en hausse de 8%**. Le nombre de pages consultées est en hausse de 7% par rapport à 2020.

La **partie tourisme représente 63%** du trafic et enregistre une hausse de 3%.

### Les pages tourisme les plus consultées (hors webcam)

Sentier des Douaniers .....	132 715
Randonnées .....	71 183
Horaires des marées .....	66 544
TILT .....	46 422
Office de tourisme .....	38 269
Locations .....	31 229
Archipel des 7 îles .....	27 098
Hôtels.....	25 104
Animations .....	24 247
Infos Covid (clique et collecte) ...	11 186

## RÉSEAUX SOCIAUX

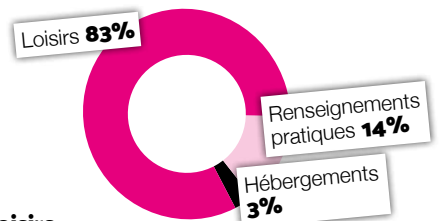
<p><b>FACEBOOK</b> + de <b>18 600</b> fans</p>	<p><b>TWITTER</b> <b>3 900</b> abonnés</p>
<p><b>INSTAGRAM</b> <b>3 600</b> abonnés</p>	<p>Les <b>vidéos</b> produites ou/et relayées par l'Office de Tourisme ont enregistré plus de <b>650 000</b> vues en 2021</p>
<p><b>YOU TUBE</b> <b>313</b> abonnés</p>	<p><b>CALAMÉO</b> <b>14 000</b> documents lus</p>

## SITE MOBILE

Le site internet est en responsive design. **54% des consultations du site se font sur mobile** et 7% sur tablette.

## TYPES DE DEMANDES ACCUEIL

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



### Loisirs

Promenades rando.....	70%
Croisières excursion aux îles.....	10%
Sites et curiosités .....	10%
Vélo VTT.....	6%
Animations .....	4%

### Renseignements pratiques

Plan de ville .....	40%
Infos pratiques.....	26%
Transports .....	24%
Restaurants.....	5%
Autres.....	5%

### Hébergements

Hôtels.....	27%
Campings.....	22%
Camping-cars.....	18%
Meublés .....	14%
Chambres d'hôtes.....	10%
Autres.....	9%

## 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,...)

## TÉLÉPHONE



+ de **23 000** appels

## E-MAILS



**4 000** demandes d'information par mail (soit + 6%) reçues par le service accueil de l'Office de Tourisme

## ENVOIS COURRIERS



**1 738** courriers (soit - 6%) envoyés par l'Office de Tourisme

**97%** des envois en France

**3%** des envois à l'étranger



# COMMERCIALISATION | RECETTES

Malgré les confinements successifs, le CA 2021 est en très forte hausse par rapport à 2020 et est légèrement inférieur à celui de 2019.

## 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](http://www.perros-guirec.com). En 2021, 3 campings, 7 hôtels et une agence de location sont présents sur cette place de marché.

**Le CA direct est de 22 000 €** pour 800 nuitées, en hausse de 40%.

L'activité de la plateforme de vente en ligne loisirs et hébergements devrait enregistrer une forte augmentation en 2022.

## ID SÉJOURS



**3 000 € de CA**  
une baisse conséquente (idem aux agences de voyages).  
Les ID séjours restent cependant un outil de promotion qui valorise 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

**42 000 €**

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 2021, soit 250 nuitées réservées pour un CA généré de 22 000 €.

Big Tour et Patrouille de France, deux événements qui génèrent 200 nuitées pour 20 000 € de CA.

## BILLETTERIE | BOUTIQUE 120 000 €

### Les 7 Îles / Bréhat, excursions en mer

Avec 3 000 passagers pour les Sept-Îles, l'Office de Tourisme a réalisé un **CA de 63 000 €**.

### Visites guidées

2 300 personnes pour **8 000 € de CA**.

- Balades contées dans la Vallée des Traouïéro 51 balades | 1 220 personnes
- Visite de la cidrerie 80 visites | 710 personnes
- Visite de l'ARSAT (St-Jacques, Notre-Dame-de-la-Clarté,...) 42 visites | 370 personnes

### Les cabines de bains

De juin à septembre 2021 : 170 contrats de réservation de cabines de bains pour un **CA de 27 000 €**.

### La boutique

La vente des articles (affiches, guides, tee-shirts...) a généré un **CA de 8 500 €**, en légère augmentation par rapport à 2020.

### Concerts

L'Office de Tourisme a réalisé la billetterie de deux concerts Chœur de St Petersburg et L'harmonie. **3 500 € de CA**.

### Pass Radôme

135 pass pour un **CA de 2 315 €**.

### Transport

La billetterie transport TILT (dont le Macareux) pour un **CA de 7 000 €** (760 clients).

## RÉGIE PUBLICITAIRE 70 000 €

Un CA en légère baisse, 150 annonceurs pour le guide pratique, le plan, le guide hébergements et le guide des saveurs.

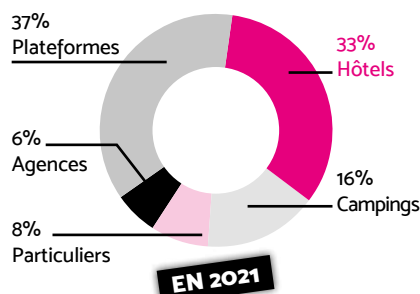
La régie finance l'intégralité des éditions et les opérations de communication de l'Office de Tourisme.

## PARTENARIAT 30 500 €

En 2021, 250 partenaires participent à la promotion de la station en adhérant aux services de l'Office de Tourisme (+1%).



## TAXE DE SÉJOUR



Un montant de :

**547 000 €**

Augmentation de 36%, un chiffre record malgré les mois d'inactivité en avril et mai.

Une taxe de séjour qui devrait augmenter ces prochaines années avec les ouvertures de nouveaux hébergements.

La taxe de séjour est la recette principale de l'Office de Tourisme.

# PROMOTION

## SALONS

Face aux contraintes dues à l'épidémie Covid-19, la quasi-totalité des salons grand public auxquels participe l'Office de Tourisme ont été annulés en 2021. Seul le salon des Templiers s'est déroulé en octobre.



**Salon des Templiers | Millau**  
21 au 23 octobre

10 000 coureurs | 120 exposants | 20 000 visiteurs sur le salon  
95% Français, 5% étrangers (cause Covid), le ratio est plus prêt de 80/20 les années antérieures.  
Belge, Suisse et Hollandais sont les nationalités les plus présentes.  
Perros-Guirec représentait la destination Côte de Granit Rose, une occasion de faire la promotion de l'espace Trail et de Trail en Guirec.



## PROMOTION COMMUNICATION

L'Office de Tourisme de Perros-Guirec a participé aux actions de promotion du Comité Régional du Tourisme et de Côtes D'Armor Destination notamment sur l'accompagnement médiatique généré par l'accueil du Tour de France.

## CAMPAGNE CRT

Le CRT a mis en place un vaste plan de communication en France et à l'étranger, l'un des visuels utilisés pour la promotion de la Bretagne est le phare de Ploumanac'h.



## Campagnes d'affichage

**Suisse (Genève) | 3 au 23 mai**  
900 000 personnes touchées



**Allemagne**  
12 au 17 juillet  
1 million de personnes touchées

Autres campagnes numériques, d'affichage et de presse en Grande Bretagne, Belgique, Pays Bas.

## ACCUEILS DE PRESSE ET RETOMBÉES MÉDIATIQUES

Contexte sanitaire oblige les accueils de presse furent moins nombreux en 2021.

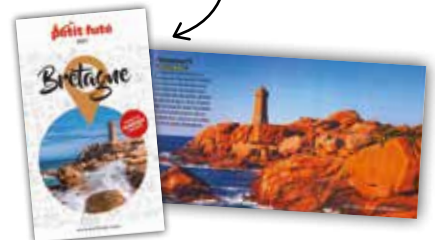
L'Office de Tourisme a accueilli une dizaine de journalistes et a participé au **Work Shop ADN** «Partir en France» qui s'est déroulé en version numérique. Les deux Offices de Tourisme - Perros-Guirec et Bretagne Côte de Granit Rose - ont réalisé un dossier de presse commun pour cette opération.

15 rencontres avec des blogueurs, influenceurs et journalistes.

TF1, FranceTV, BFM, Cnews... Les reportages TV ont été nombreux en 2021.



La presse écrite, magazine, guide tourisme, furent nombreux à mettre en avant Perros-Guirec et la Côte de Granit Rose.

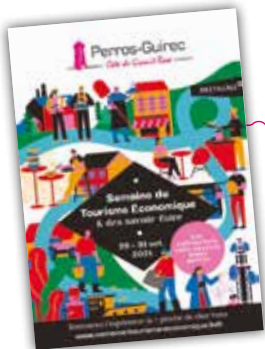


Sur le net Perros-Guirec est également bien présente.

**Le magazine Forbes** classe La Côte de Granit Rose dans le top 20 des incontournables dans le monde !



**Cosmopolitan** : les plus beaux sites de Bretagne... la Côte de Granit Rose.



## SEMAINE DU TOURISME ÉCONOMIQUE ET DU SAVOIR-FAIRE

La première édition régionale de la semaine du tourisme économique & des savoir-faire en Bretagne s'est déroulée du 25 au 31 octobre 2021. Cet événement avait pour objectif de faire (re) découvrir au grand public des entreprises locales, de toutes tailles et tous secteurs confondus, afin de mettre en valeur leur savoir-faire, produits et innovations.

L'Office de Tourisme a participé à l'opération régionale et sept entreprises ont ouvert leur porte, pour 150 participants.



# ACTIONS | RÉALISATIONS

**14.04.21**

**POUR FAIRE FACE À L'ÉPIDÉMIE DE LA COVID-19, UN 3<sup>E</sup> CONFINEMENT EST MIS EN PLACE EN AVRIL ET MAI 2021.**

**Limitation des déplacements, fermeture des commerces, restaurants, hébergements, télétravail,... un coup d'arrêt pour le tourisme.** Afin de soutenir les professionnels de la station, l'Office de Tourisme est resté ouvert et à la disposition des partenaires pour répondre à leurs interrogations, diffuser les offres de clique et collecte... Durant cette année 2021 et ce malgré le contexte sanitaire, l'Office de Tourisme est resté actif et a réalisé plus d'une cinquantaine d'actions.



## #J'ACHÈTE À PERROS

La ville de Perros-Guirec et l'Office de Tourisme ont réactivé le dispositif pour favoriser le consommateur local et promouvoir l'offre commerciale de la commune... Mise à jour permanente des heures de clique et collecte avec affichage et diffusion sur internet (site et réseaux sociaux).



## TYCOMMERCES.COM

Participation active à la création de **tycommerces.com**, lancé en mai 2021. Le site de référence de vente en ligne pour les commerçants de détail exerçant sur l'ensemble du territoire de Lannion-Trégor Communauté. Cette plateforme de clique et collecte, est dédiée aux commerçants et artisans (hors secteur bâtiment) ayant une boutique de moins de 300 m<sup>2</sup> ou un commerce alimentaire de plus de 300 m<sup>2</sup> situés en centre-ville ou centre-bourg. Deux salariés de l'Office de Tourisme ont suivi une formation pour accompagner les partenaires qui souhaitent adhérer au dispositif - 30 commerces adhérents en 2021.

## JOB DATING | 10 au 14 mars 2021

La situation sanitaire a imposé une 2<sup>e</sup> édition du «Job dating des métiers du tourisme» en 100% virtuel ! Au programme : offres d'emploi, rencontres employeurs, candidatures... Une plateforme spécialement dédiée à cet événement a été réalisée et a permis aux entreprises de déposer leurs offres et aux candidats de postuler.



Le bilan de cette édition inédite est malgré tout satisfaisant avec 37 entreprises pour 112 offres d'emploi et 187 candidatures durant ces quatre jours.



## EXPOSITIONS

Régulièrement l'Office de Tourisme expose des artistes ou artisans locaux.

Coup double en 2021 avec l'exposition Roz'naissance, l'histoire d'acteurs économiques de Perros-Guirec revue et habillée par IO Studio et Atelier C.



## LABEL ACCUEIL VÉLO

Les enquêtes menées par l'Observatoire Régional du Tourisme de Bretagne montrent que la randonnée et la balade à vélo font partie des activités les plus plébiscitées par les visiteurs de la région. L'Office de Tourisme partage ce constat depuis de nombreuses années et enregistre une forte hausse de la fréquentation de la Vélomaritime en 2020. La forte augmentation de l'activité cyclotourisme, le départ de la deuxième étape du Tour de France 2021, la qualification de la ville au label Ville Active et Sportive conforte l'Office de Tourisme dans son choix d'être labellisé «accueil vélo». L'obtention de la marque nationale «Accueil Vélo» permet à l'Office de Tourisme de promouvoir l'accueil des randonneurs vélo auprès de ses partenaires en devenant évaluateur référent de la marque.



## TRACE DE TRAIL

Trail, course nature, course d'orientation avec ses 40 kilomètres de chemins balisés, Perros-Guirec est une véritable destination pour les amateurs de course à pied. La destination Côte de Granit Rose Baie de Morlaix dans le cadre de sa stratégie sur les activités outdoor a fait appel à la société Trace de Trail pour la mise en place de parcours sur l'ensemble du territoire. En 2021, 35 circuits pour 630 kilomètres ont été cartographiés, balisés et mis à disposition sur un site internet et une application dédiée. L'Office de Tourisme, Granit Running 22 et le service des sports ont créé et balisé quatre circuits de 8 à 25 kilomètres au départ du complexe sportif de Kerabram.



## WATCH MY CARD

Mise en place d'une application permettant aux visiteurs d'adresser des cartes postales vidéos géolocalisées gratuitement - une première en Bretagne.

## EDUCTOUR PRO



Les premiers ambassadeurs de Perros-Guirec sont les partenaires pros de l'Office de Tourisme. Hébergeurs, restaurateurs, commerçants... sont en contact permanent avec nos visiteurs et sont très souvent interrogés, sollicités sur les visites, loisirs... de la station. Aussi, depuis 2016 l'Office de Tourisme propose à ses partenaires un Eductour dans le but de parfaire leurs connaissances du territoire. Plus 30 personnes ont participé à ces Eductours hebdomadaires en juin 2021.

## ÉDITIONS



**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



### 1 TOIT POUR 1 EMPLOI

La Mairie de Perros-Guirec, par délégation à l'Office de Tourisme, et la Mission Locale Ouest Côtes d'Armor, via sa mission saisonnalité, s'associent pour lancer l'opération « 1 Toit pour 1 Emploi ». L'objectif : apporter une réponse complémentaire à la problématique en matière de logement des personnes en mobilité professionnelle (travail saisonnier, stage, apprentissage...). L'hébergement « saisonnier » est un enjeu majeur pour les entreprises à la recherche de salariés en CDD et parfois en CDI. En s'appuyant sur l'expérience concluante d'autres stations balnéaires (Pornic-sur-Mer, Pays de Retz...), développer une offre d'hébergement chez l'habitant est une des solutions. Ce type d'hébergement est une réponse alternative et complémentaire. L'intérêt est double : générer des revenus aux propriétaires d'hébergements sous occupés et répondre à une forte demande des employeurs de la commune. L'Office de Tourisme est l'interlocuteur pour les hébergeurs et la mission locale fait le lien entre l'entreprise le salarié et l'hébergement.

### LANCEMENT DE SAISON ET JOURNÉES EN ROZ

Pour la cinquième année, les Journées en Roz ont été reconduites lors du lancement de saison effectué à bord de la nouvelle vedette d'Armor Navigation. 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.



### JOURNÉE DE FORMATION DES SAISONNIERS

En été, près de 100 saisonniers travaillent pour la ville de Perros-Guirec. L'Office de Tourisme met en place depuis plusieurs années une journée de formation pour les saisonniers qui accueillent du public à Perros-Guirec. La rencontre avec les différents services de la ville et les élus permet aux saisonniers de mieux comprendre l'importance de leur mission et de rappeler les consignes de sécurité. Un temps fort qui valorise le travail et l'implication de chacun durant l'été.



# RÉSEAUX | LABELS & PARTENARIATS



## SENSATION BRETAGNE

Sensation Bretagne est un réseau de **28 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 Crouesty-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. Bénodet, Moëlan-sur-Mer et Clohars-Carnoët ont rejoint le réseau en 2021

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 2021

- 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 le vice-président, Didier Alno est secrétaire.



## 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. L'Office de Tourisme doit s'engager en 2022 sur le manifeste pour un tourisme responsable. Erven Léon est entré au conseil d'administration en 2022 et est élu membre du bureau.



## CLASSEMENT STATION TOURISME

L'Office de Tourisme et les services de la commune ont présenté le dossier de classement en station de tourisme pour la deuxième fois et 100 ans après, Perros-Guirec obtient le renouvellement de son classement pour douze ans. Un classement qui répond à des critères sur l'environnement, l'urbanisme, les hébergements touristiques, les animations proposées tout au long de l'année et également l'accueil, l'information, la promotion, les équipements sanitaires et les déplacements.

**100 ans après son premier classement en station climatique, Perros-Guirec est l'une des premières communes touristiques en France à obtenir le renouvellement de son classement Station de Tourisme par arrêté préfectoral le 19 novembre 2021.**

Le classement est l'acte par lequel, les pouvoirs publics reconnaissent les efforts accomplis par une collectivité pour structurer une offre touristique adaptée et un accueil d'excellence.



## 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.

En 2021, la Direction Générale des Entreprises vous informe de l'obtention de la marque Qualité Tourisme™, pour la filière Office de Tourisme, pour l'Office de Tourisme de Perros-Guirec.



## 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. Le dossier de renouvellement sera déposé en juin 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 ».





Bilan de saison



### 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, eBreiz Connexion, plan de formation...). Erven Léon en est le vice-président.



### 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 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

2021

## UNE SAISON SAUVÉE PAR UN ÉTÉ RECORD

Malgré un coup d'arrêt de l'activité en avril et mai, la fréquentation de l'année est jugée par 90% des partenaires de satisfaisante à très satisfaisante. La forte mobilisation des acteurs du tourisme pour promouvoir la Bretagne, les efforts réalisés par les professionnels pour l'amélioration de l'accueil, la grande attractivité des sites naturels d'exception sont les éléments-clés du bon déroulement de la saison.

**1 million de visiteurs**  
**1,5 million de nuitées\***

une hausse de **4,4%**  
par rapport à 2019

84% de Français (+13%)  
16% d'étrangers (-23%)

\* Chiffres 2021 hébergements marchands et non marchands



## LES HÉBERGEMENTS

### HÔTELS

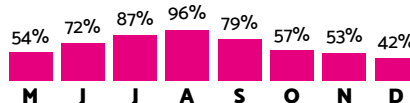
Perros-Guirec est partenaire de l'INSEE et de l'Observatoire Régional du Tourisme de Bretagne pour le réseau MORGOAT hôtel depuis 1992. MORGOAT (Mise en Œuvre Régionale et Globale de l'Observation de l'Activité Touristique) permet à la station d'obtenir des résultats sur la fréquentation et de se situer par rapport au département et la région. En 2021 l'INSEE n'est pas en mesure de fournir l'intégralité des données.



**122 000**  
**nuitées**  
de mai à décembre  
**+1% par rapport à 2019**



### Taux d'occupation dans les hôtels de Perros-Guirec



**Un taux d'occupation de 70,5%**  
**sur la période en hausse de 2%**  
**par rapport à 2019**

Un taux supérieur de plus de 15%  
à celui de la région et du département

### Les nationalités

La clientèle étrangère représente  
**8% des nuitées totales**  
et est en baisse de 47%  
par rapport à 2019.

Pas de données  
pour les nationalités.  
Allemagne, Suisse et  
Belgique sont cependant  
les pays les plus cités  
à Perros-Guirec.





### CAMPING LE RANOLIEN



**178 000**  
**nuitées**

de mai à septembre  
pour 33 000 personnes accueillies



La location  
de mobilhomes

**83%**



La location  
d'emplacements

**17%**

La durée d'occupation par emplacement est de 5,39 jours sur la période d'ouverture.



La clientèle française  
représente

**82%**

des nuitées  
(de mai à septembre)



La Bretagne  
représente plus de

**18%**

des nuitées  
françaises

La fréquentation étrangère du camping est de 21 000 nuitées soit 12% des nuitées totales (en baisse). Les principales nationalités sont : allemande, hollandaise, belge, suisse et représentent 96% des nuitées étrangères.

Les taux d'occupation mensuels pour le Camping Le Ranolien varient de 51% à 98% et 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

Mai	😊
Juin	😞
Juillet	😊
Août	😊
Septembre	😊

#### RÉSIDENCES DE TOURISME

Mai	😞
Juin	😞
Juillet	😊
Août	😊
Septembre	😊

#### LOCATIONS (AGENCES)

Mai	😊
Juin	😊
Juillet	😊
Août	😊
Septembre	😊





## L'ACTIVITÉ COMMERCIALE

12 restaurants et 14 commerces ont répondu au questionnaire bilan de saison

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



## LES SITES | LES LOISIRS | LES VISITES

### MAISON DU LITTORAL

**38 000 visiteurs**

de mai à septembre

**100 animations pour 1500 participants.** Les visites guidées de la maison du littoral enregistrent un grand succès de par la qualité et la diversité des thématiques proposées.

### SENTIER DES DOUANIERS



**815 000 personnes**

soit + 33% par rapport à 2020 mais - 3% par rapport à 2019

### LES 7 ÎLES ARMOR NAVIGATION



De mai à septembre :

**105 000 passagers**

Fréquentation record en août

### KASINO



De juin à septembre :

**40 000 personnes**

Forte baisse sur la saison

### SPA « LE JARDIN DU BIEN-ÊTRE »



De juin à septembre :

**6 000 personnes**

### LES ESTIVALES

**6 882 participations**

Une offre de loisirs complémentaire

Les Estivales regroupent une offre de loisirs destinée à la famille et présentent plusieurs formats d'animation : CAP, Estivales, temps forts/événements, séjours, ludothèque...

Une saison compliquée dans l'organisation : jauge, non mixité des participants (adultes/enfants)...

Malgré le contexte, la fréquentation des Estivales est très satisfaisante : multipliée par deux par rapport à 2020.

La diversité des activités sportives et culturelles proposées fait le succès des Estivales qui malgré une météo mitigée enregistre un taux de participation de 69%.

### LES TRANSPORTS

#### Vélek'tro

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



**152 contrats pour 423 journées de location**

Hausse de l'activité d'avril à septembre de 35%

#### La navette « Le Macareux »

Du 7 juillet au 15 septembre :



**26 112 passagers**



# NAUTISME

## LES PORTS DE PLAISANCE

### Port de plaisance | Bassin à flot

Bateaux de passage + escales



De juin à septembre :

**505 bateaux**  
pour 1 035 nuitées

Les nuitées sont en hausse de 13%  
par rapport à 2020

### Port de Ploumanac'h

Bateaux de passage + escales



D'avril à septembre :

**244 bateaux**  
pour 415 nuitées

(baisse de 2%)

Les nuitées étrangères représentent  
moins de 5% des nuitées totales et sont en forte baisse.  
Allemagne et Belgique sont les seules nationalités à fréquenter les ports.



## ÉCOLE DE SURF

De juin à août :

**Activité en hausse de 5 à 15%**

Saison jugée satisfaisante



## 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

1 337 stagiaires accueillis pour un **CA de 211 466 €** (hausse de 5% par rapport à 2020). Les stages «Jardin des Mers» ont fonctionné avec un taux de fréquentation proche des 100% du 12 juillet au 20 août.

### Point locations

**CA de 56 798 €** (-12%, par rapport à 2020), la baisse est essentiellement due à une météo défavorable.

### Balades nautiques

Avec un **CA de 52 000 €** (+15%), la tendance, enregistrée depuis l'été dernier, se confirme : le professionnalisme et la

sécurité sont les points forts de l'offre balade nautique et correspondent à une demande croissante de la clientèle quelque soit la météo.

Le Fillao continue de progresser (+15%) pour un CA de 34 011 €.

Le centre nautique de Perros-Guirec se classe deuxième du département (derrière le centre nautique de Lancieux) en terme de chiffre d'affaire cumulé (stages + locations + balades nautiques). À noter que pour la première fois, les Côtes d'Armor deviennent le premier département de France sur les ventes de «licences passeports».

## ANIMATIONS MANIFESTATIONS ÉVÉNEMENTS TOUR DE FRANCE

Malgré le contexte sanitaire, la ville a souhaité maintenir un grand nombre d'animations.

**Plus de 500 animations** (visites, expo...) de mai à octobre ont été organisées.

Une programmation qui a fortement contribué à la bonne fréquentation estivale de la station.

### Tour de France |

40 000 personnes

**Big Tour |** 5 000 personnes

**Escales Musicales |**

1 500 personnes

**Patrouille de France |**

80 000 à 100 000 personnes

**Festival Place aux Mômes |**

2 000 spectateurs

**Expositions Velosophie,**

**photos, BD... Rotonde |**

plusieurs dizaines de milliers

de personnes ont apprécié

les différentes expos réparties

dans les quartiers de la ville



Près de

**40 000 personnes**

étaient présentes pour cet événement international.

Seule Station Littorale à accueillir le Tour de France, Perros-Guirec a bénéficié d'une mise en lumière exceptionnelle.



# PERROS-GUIREC PERSPECTIVES



## 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.

## 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.
- Campagnes presses quotidiennes régionales.

## 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.

## 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.

## SENSATION BRETAGNE

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

## PLAN D'ACTION 2022

- 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 éducteurs 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 » avec 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.
- Renouvellement du classement de l'Office de Tourisme.
- Stratégie numérique renforcée.
- Édition d'un guide rando balade.
- Points information itinérants.
- Accueil presse.
- Semaine du tourisme économique et du savoir-faire.
- Nouveau site internet.
- Nouveau panneau plan de ville.
- Déploiement Charte du Voyageur.
- Newsletter pros.



## PERROS-GUIREC | LA VIE EN ROZ !

# 1 CODE 2 MARQUES



#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 vie 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  
Conseiller départemental canton de Perros-Guirec



### Didier ALNO

Directeur



### Gaëlle LE GUILLOUZER

Responsable accueil  
Référente qualité



### Muriel LE GOFF-DAUVERGNE

Assistante de direction  
Commercialisation



### Hélène LE FLANCHEC

Éditions Web  
Responsable communication



### Gaëlle LE QUENVEN

Assistante gestion financière



### Guénohé HANDSCHIN

Assistante communication  
Conseillère en séjour



### Maxime GOUÉDARD

Conseiller en séjour  
Assistant commercialisation



### Émilie CARBON

Conseillère en séjour



### Paul THIERRY

Apprenti numérique et événements

## 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

## 3 POINTS INFORMATIONS TOURISME L'ÉTÉ

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