



RAPPORT D'ACTIVITÉ

2023



SOMMAIRE

CAPACITÉ D'ACCUEIL 02

OFFICE DE TOURISME 02

Accueil | Information 02
 Commercialisation | Recettes 04
 Promotion 05
 Budget | Actions | Réalisations 06
 Réseaux | Labels & partenariats 08

BILAN DE SAISON 2023 10

Les hébergements 11
 Les sites | Les loisirs | Les visites 12
 L'activité commerciale 12
 Nautisme 13

PERSPECTIVES 2024 14

1 CODE 2 MARQUES 15

**UNE ÉQUIPE
À VOTRE SERVICE 16**



www.perros-guirec.com

PERROS-GUIREC CAPACITÉ D'ACCUEIL

HÉBERGEMENTS



31 164 LITS

Date de l'inventaire : janvier 2024



TYPES D'HÉBERGEMENTS

19 hôtels
4 campings
2 résidences de tourisme
2 ports de plaisance
1 centre de vacances
2 815 résidences secondaires
500 locations meublées
5 chambres d'hôtes
+ accueil (en famille ou chez des amis)



CHAMBRES OU EMPLACEMENTS

550 chambres
777 emplacements
136 appartements
985 emplacements
-
-
-
15 chambres
-



LITS

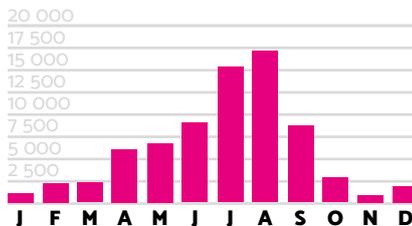
1 100 lits
2 331 lits
556 lits
3 940 lits
132 lits
14 075 lits
2 000 lits
30 lits
7 000 lits

OFFICE DE TOURISME ACCUEIL | INFORMATION

EN 2023

139 346
visiteurs

FRÉQUENTATION OFFICE DE TOURISME CENTRE-VILLE



L'Office de Tourisme a accueilli

86 300
personnes

Une fréquentation
identique à celle de 2022

FRÉQUENTATION POINTS INFORMATION TOURISME

Les Estivales | La Rotonde
8 705 personnes

La Capitainerie
3 162 personnes

La Maison du Littoral
36 564 personnes

Les marchés
4 563 personnes

L'Office de Tourisme est présent sur les sites de grande fréquentation répartis sur la station. Seul le point de la Maison du Littoral enregistre une baisse de la demande.



LA CLIENTÈLE



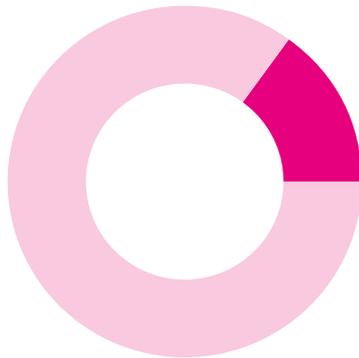
La clientèle française représente **88%**

de la fréquentation de l'Office de Tourisme



La clientèle étrangère représente **12%**

de la fréquentation de l'Office de Tourisme



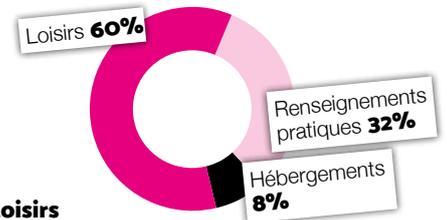
Les principales régions	Les principaux départements
Bretagne.....23%	22 - Côtes d'Armor..14%
Ile-de-France.....15%	44 - Loire-Atlantique...5%
Pays de la Loire.....12%	35 - Ille-et-Vilaine.....4%
Auvergne	75 - Paris3,5%
Rhône-Alpes9%	59 - Nord3,3%
Normandie7%	76 - Seine-Maritime....3%
Hauts-de-France8%	49 - Maine-et-Loire.....3%
Nouvelle-Aquitaine...6%	78 - Yvelines.....2,5%
Centre	92 - Hauts-de-Seine...2%
Val de Loire5%	56 - Morbihan2%
Grand Est.....5%	
Occitanie3%	

Les principaux pays
Allemagne28%
Belgique27%
Royaume-Uni9%
Suisse8%
Espagne.....7%
Italie.....7%
Pays-Bas.....6%
Canada2%
États-Unis.....2%

Progression de la fréquentation étrangère avec notamment le retour de la clientèle anglaise

TYPES DE DEMANDES ACCUEIL

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



Loisirs

- Randonnées pédestres
- Promenades
- Croisière en mer
- Animations, festivités
- Équipements de loisirs
- Patrimoine naturel culturel
- Vélo, VTT

Renseignements pratiques

- Plan de ville
- Transport, stationnement
- Restaurants/commerces
- Horaires de marées

Hébergements

- Campings
- Hôtels
- Locations
- Chambres d'hôtes

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,...)

SITE INTERNET



pour **2,8 millions** de pages vues

Un nouveau site internet depuis mars 2023, une **légère baisse de la fréquentation**, le travail sur les contenus et le référencement doivent booster la visibilité du site.

Les pages tourisme les plus consultées

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

SITE MOBILE

En 2023, **70% des consultations se font sur tablette ou smartphone** et **30% sur PC ou Mac**.

<p>FACEBOOK 22 000 followers</p>	<p>TWITTER 4 000 abonnés</p>
<p>INSTAGRAM 6 500 abonnés</p>	<p>LINKEDIN 935 abonnés</p>
<p>YouTube 365 abonnés</p>	<p>CALAMÉO 18 000 documents lus</p>

8 vidéos pour 230 000 vues

TÉLÉPHONE



E-MAILS



ENVOIS COURRIERS



COMMERCIALISATION | RECETTES

UN CHIFFRE D'AFFAIRES EN FORTE HAUSSE
sur l'ensemble des recettes de l'Office de Tourisme

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 Côtes d'Armor Destination 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 2023, 3 campings, 7 hôtels et 1 agence de location sont présents sur cette place de marché.

27 000 € de CA généré pour 707 nuitées dont 50% en location.

CENTRALE DE RÉSERVATION

📅 séjours

6 000 € de CA
70% groupes
30% séjours individuels

La commercialisation de produits packagés reste un outil de promotion pour valoriser la diversité et la qualité de l'offre d'hébergements et de loisirs. **30 partenaires** participent à la mise en place de **10 séjours différents**.

Tourisme d'affaires

Une mission complémentaire a été confiée à l'Office de Tourisme : organisation de congrès, séminaires... prise en charge de la clientèle affaire (promotion et commercialisation). Une activité en devenir.

130 000 € de CA généré
7 entreprises, 440 personnes
+ de 500 nuitées

SERVICE HÉBERGEMENTS : DISPONIBILITÉS ET RÉSERVATIONS

47 000 €

L'Office de Tourisme a répondu à une trentaine de demandes de dernière minute pour un **CA de 7 000 € correspondant à une centaine de nuitées**.

La Coupe Internationale d'Été d'Optimist (CIE) et la Patrouille de France les deux événements de l'été 2023 ont généré **40 000 € de réservation directe en hébergement** (hors participants pour la CIE).

BILLETTERIE | BOUTIQUE

216 000 € (soit +1%)



Les 7 îles / Bréhat, excursions en mer
6 000 passagers pour un **CA de 128 000 €** (-12% par rapport à 2022). La météo défavorable de l'été explique la baisse. Cependant 2023 est la 2^e meilleure saison réalisée par l'Office de Tourisme).

Visites guidées

4 600 personnes pour **12 720 € de CA**.

- Balades contées dans la Vallée des Traouïéro
45 sorties | 1 782 personnes
- Visite de la cidrerie
70 visites | 996 personnes
- Visite de la Brasstillerie
20 visites | 405 personnes
- Visite de l'ARSSAT (patrimoine)
15 visites | 285 personnes
- PEP 22 (sorties estran, nature...)
50 visites | 650 personnes
- Perroz Running Tour
5 sorties | 25 personnes

Les cabines de bains

De juin à septembre, l'Office de Tourisme loue les cabines de bains. En 2023 : 170 contrats pour **29 000 €** (soit +10%).

La boutique

Affiches, guides, textiles, goodies, une trentaine d'articles marqués sont en vente en 2023.

Le CA est de 23 650 € (+ 75%).

Concerts

Trois concerts :
307 billets vendus pour **5 500 €**.

Pass Radôme

235 pass pour un **CA de 4 000 €** (x3).

Transport

Billetterie TILT dont le macareux :
930 ventes carnets ou cartes pour un **CA de 9 600 €** (x3).

RÉGIE PUBLICITAIRE

76 221 €

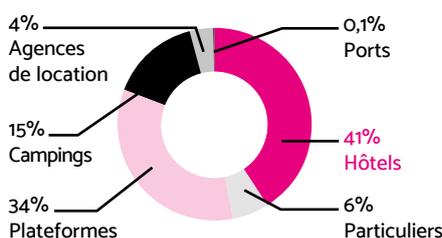
Un CA en hausse de 2%.

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

PARTENARIAT

31 160 €

-1% par rapport à 2022,
250 partenaires dont 30 nouveaux participent et contribuent aux actions de l'Office de Tourisme notamment dans la promotion de la station.



TAXE DE SÉJOUR EN 2023

Un montant de :

818 927 € (soit + 15%)

La taxe de séjour représente 60% des ressources de l'Office de Tourisme. L'Office de Tourisme est autonome financièrement depuis 2017.

PROMOTION

SALONS

L'Office de Tourisme était présent sur cinq salons :



Salons de proximité

Salon du tourisme | Rennes
Du 27 au 29 janvier
CAD/OTC | 36 000 visiteurs

Salons nationaux

Salon de la randonnée | Lyon
Du 24 au 26 mars
CAD/OTC | 15 000 visiteurs

Salon du tourisme | Toulouse
Du 31 mars au 2 avril
OTC | 18 000 visiteurs

Salon du trail | Millau
Du 19 au 22 octobre
20 000 visiteurs

Salons internationaux

Salon du tourisme | Bruxelles
Du 2 au 5 février
SB/OTC | 75 000 visiteurs

PRESSE | MAGAZINE | GUIDE

La mutualisation d'achat d'espace publicitaire, d'accueil de presse, d'organisation de voyage de presse, de présence sur les salons spécialisés avec l'Office de Tourisme Bretagne Côte de Granit Rose ont permis d'établir un plan média de 50 000 € consacré à la presse française et étrangère. Le budget consacré à la presse est en forte augmentation en 2023.

Les principaux supports : Figaro Magazine, Ar Magazine, P'tit Futé, Elle, Biba, Le Parisien, Aujourd'hui en France, Courant d'Air Magazine, Entreprendre, Femme Actuelle... Plus d'une centaine de pages dans différents journaux et magazines nationaux.



PROMOTION COMMUNICATION

En partenariat avec les institutionnels (CRT, CAD, OTB, SB...) l'Office de Tourisme a participé à de nombreuses actions de promotion en France et à l'étranger.

MÉDIAS

Les nombreux reportages tournés par TF1, France TV, Cnews, BFM... ont fait de 2023 une année médiatique bien remplie.

La coupe du monde de Rugby avec l'accueil de l'équipe Nationale du Chili « Los Condors » a fortement contribué à la mise en avant de Perros-Guirec dans différents supports média français et internationaux.

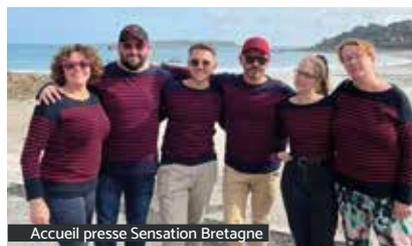


ACCUEIL DE PRESSE

Une trentaine d'accueil de presse réalisée en 2023.

L'ouverture de Roz Marine est l'un des événements 2023 le plus présent dans la presse, l'accueil de l'équipe de Rugby Chilienne a également attiré de nombreux journalistes.

Les accueils de presse organisés avec Sensation Bretagne, le Comité Régional du Tourisme et Côtes d'Armor Destination ont généré de très nombreux articles notamment sur les marchés allemand et belge.

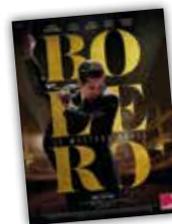


Accueil presse Sensation Bretagne

TOURNAGES

Perros-Guirec peut prétendre à recevoir différents types de tournages : cinéma, télévision, publicité... la beauté et la diversité des paysages, la capacité d'accueil et la mobilisation des services et des habitants sont les points mis en avant par les équipes de tournages accueillies dans la cité des Hortensias.

Ces accueils de tournages sont de belles opportunités de promotion de la station et de création d'activité supplémentaire pour les professionnels du tourisme en bord de saison.



Boléro

Le tournage de Boléro, le biopic qu'Anne Fontaine consacre à Maurice Ravel, a fait escale pendant deux jours à Perros-Guirec avec les

acteurs Raphaël Personnaz et Doria Tillier. Une villa de Trestraou a servi de décor pour le tournage de quelques scènes début avril 2023.

Capitaine Marleau



Le tournage d'un épisode s'est effectué dans le Trégor, David Hallyday, Romane Bohringer, Olivier de Benoist, Saïda Jawad, Nicolas Carpentier, Riwan Belkacemi... sont les stars de cet épisode de la série. Peu de scènes en extérieur mais la présence des nombreux techniciens et acteurs de la série pendant plus de quinze jours ont contribué au bon chiffre de fréquentation durant le mois de juin.

The Lace



La série raconte l'histoire d'une Maison de Haute Couture, elle sera diffusée sur Apple TV. Le tournage de quelques épisodes s'est déroulé à Ploumanac'h. Une cinquantaine de techniciens et d'acteurs étaient présents durant plusieurs semaines générant d'importantes retombées économiques directes.

BUDGET | ACTIONS | RÉALISATIONS

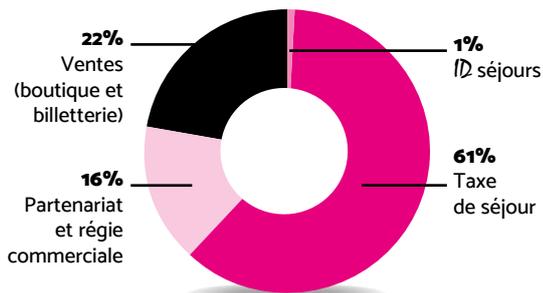
BUDGET 2023

1 036 578 € de budget réalisé en 2023

Le compte de gestion 2023 de l'Office de Tourisme fait ressortir un **excédent de 46 700 €**.

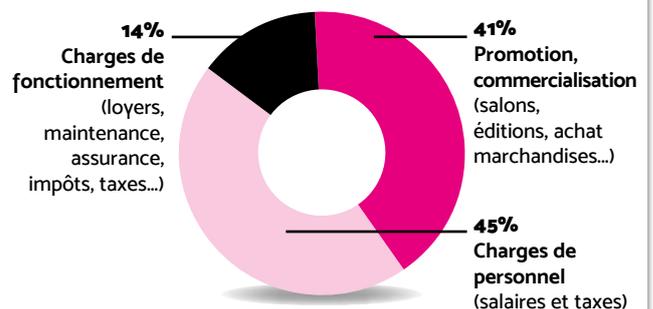
RECETTES 2023

Prévisions : 1 066 259 €
Réalisées : 1 036 578 €



DÉPENSES 2023

Prévisions : 1 066 259 €
Réalisées : 989 888 €



ACTIONS & RÉALISATIONS 2023

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



Le P'tit Perrosien
1 000 exemplaires



QUALITÉ TOURISME

L'Office de Tourisme a obtenu le label Qualité Tourisme le 17/01/2023 pour la quatrième fois.

Les actions pour le label :

- Un accueil chaleureux, un personnel attentif, la maîtrise des langues étrangères, des prestations personnalisées, des informations claires et précises, une propreté et un confort assurés, la découverte d'une destination, la prise en compte des avis clients.
- Être classé si le classement réglementaire existe sur l'activité (hôtels, résidences de tourisme, Offices de Tourisme...).
- Mettre en place une écoute client (traitement des réclamations, questionnaire de satisfaction, analyse de l'e-reputation...).
- Être audité sur la base de référentiels nationaux (entre 250 et 600 critères d'évaluation) par un cabinet externe et indépendant à une fréquence régulière (3 ou 5 ans).
- Atteindre un niveau de performance élevé lors de cet audit réalisé en client mystère (score minimal de 85%).

L'Office de Tourisme a obtenu la note de 95,37%.

Restitution de l'audit

Les points forts

- Un emplacement dans le centre-ville qualifié de stratégique.
- Une équipe polyvalente et efficace.
- Une bonne connaissance du territoire.
- Une relation privilégiée avec ses socio-professionnels.
- Un territoire riche avec diverses possibilités : patrimoine, nature.
- Une relation privilégiée avec la commune et son écosystème.

Les points d'amélioration

- Accentuer la sensibilisation envers les socio-professionnels pour la marque Qualité Tourisme et pour le développement durable.
- Travailler sur le référencement naturel du nouveau site.
- Améliorer les locaux : accès, confort, normes,...
- Repenser l'espace boutique dans les nouveaux bureaux pour avoir un espace dédié.

JOURNÉE DES SAISONNIERS



La journée des saisonniers est consacrée à la formation sur l'accueil et la connaissance du territoire.

Accueil, service techniques, service fêtes, service enfance jeunesse et sport, service culturel, centre nautique, ports de plaisance... une diversité d'emplois et de fonctions qui représentent plus de cent saisonniers en juillet et août. Ce sont les premiers ambassadeurs de la destination auprès des nombreux visiteurs de Perros-Guirec.

C'est également un temps d'échange et de rencontre avec les élus et les chefs de service qui permet de valoriser les missions de chaque saisonnier.



AVENIR JEUNES OUEST CÔTES D'ARMOR

L'Office de Tourisme a conventionné avec Avenir Jeunes Ouest Côtes d'Armor afin de formaliser et mettre en avant les questions liées à l'emploi saisonnier.

- Affirmer l'emploi saisonnier comme partie intégrante du dynamisme économique du territoire.
- Promouvoir les métiers du tourisme dans leur diversité.
- Valoriser le travailleur saisonnier comme acteur à part entière de la qualité de service et de l'accueil en favorisant son intégration, sa formation et sa fidélisation.
- Fédérer tous les acteurs concernés (employeurs, OT, AJOCA, collectivités...) autour des problématiques liées à l'emploi saisonnier (recrutement, logement, mobilité...) et proposer des solutions concrètes.
- Encourager les employeurs à agir de façon concertée et collective.

Job Dating et **1 toit pour 1 emploi** sont les deux actions émanant de cette collaboration.

FORUM DE L'EMPLOI SAISONNIER 2023



52 entreprises ont participé à cette 3^e édition et proposé plus de 500 offres d'emplois.

500 candidats ont répondu à l'invitation et se sont déplacés au gymnase de Kerabram à Perros-Guirec.

Un rendez-vous pérenne organisé par Avenir Jeunes Ouest Côtes d'Armor en partenariat avec les deux Offices de Tourisme, France Travail et le Crédit Agricole. Une belle opération qui met en avant le dynamisme économique de la Côte de Granit Rose.



1 TOIT POUR 1 EMPLOI

Le logement pour les saisonniers est une préoccupation majeure pour les employeurs de la région (tourisme et agriculture), Avenir Jeunes Ouest Côtes d'Armor et les Offices de Tourisme développent depuis 3 ans le dispositif 1 toit pour 1 emploi, une réponse pratique et souple à l'attente des entreprises.

En 2023, 20 hébergements

Pour renforcer l'offre en hébergement Lannion-Trégor Communauté a mis en place une incitation financière en 2022, cette aide a été prolongée en 2023.

Guingamp Paimpol communauté et Leff Armor ont également adopté ce dispositif d'aide aux propriétaires.



ANTO INFO

L'Office de Tourisme de Perros-Guirec s'équipe d'un agenda audio en ligne conçu pour enrichir l'expérience des visiteurs et des résidents. [Anto.info](https://anto.info) est une plateforme participative, permettant aux organisateurs d'enregistrer eux-mêmes leurs événements grâce à des notes vocales de 20 secondes. La plateforme offre une réponse instantanée aux utilisateurs qui sont à la recherche d'informations précises sur leurs activités. Ce nouveau service est proposé gratuitement via un numéro de téléphone sur le site internet de l'Office de Tourisme en format chatbot et sur l'application anto.info.

EDUCTEURS PROS



Un service mis en place par l'Office de Tourisme dans le cadre de la démarche qualité. L'objectif est de proposer aux professionnels de la station une formation sur la connaissance du territoire pour mieux répondre au questionnement des visiteurs de Perros-Guirec.

Six dates proposées en juin pour 54 participants.

SIGNALÉTIQUE GRAND SITE DE PLOUMANAC'H



L'Office de Tourisme, après les plans de ville en 2022, a remplacé les six panneaux d'entrées du grand site.

Cette mise à jour apporte une meilleure lisibilité pour les visiteurs et est conforme avec la charte graphique de Perros-Guirec.

ROZ PARTY



Le 1^{er} juillet, pour le lancement officiel de la saison d'été, l'Office de Tourisme a organisé la Roz Party une soirée conviviale et festive qui a rassemblé plus de 150 personnes.



RÉSEAUX | LABELS & PARTENARIATS



SENSATION BRETAGNE

Sensation Bretagne est un réseau de **30 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, Bénodet, Binic-Étables sur Mer, Camaret-sur-Mer, Cancale, Carantec, Carnac, Clohars-Carnoët, Crozon-Morgat, Damgan, Dinard, Erquy, Fréhel, Fouesnant-Les-Glénan, Landéda-L'Aber Wrac'h, Le Guilvinec, Locquirec, Moëlan-sur-Mer, Nevez-Port Manec'h, Pénestin, Perros-Guirec, Pléneuf-Val-André, Plouescat, Plougasnou, Plouguerneau, Roscoff, Saint-Cast-Le-Guildo, Saint-Quay-Portrieux, Trébeurden. Audierne a rejoint le réseau en 2023.



Les missions principales de Sensation Bretagne concernent la promotion et la communication, c'est l'ADN du réseau.

Salons, éditions, reportages photos et vidéos, site internet, réseaux socio, campagne et accueil de presse... plus d'une vingtaine d'actions ont été réalisées en 2023.

L'observation et le développement en partenariat avec la Région et le CRT sont également au cœur des actions du réseau pour renforcer l'attractivité des stations.

Journées thématiques, Reflets 2022... de nombreux temps forts ont été organisés en 2023.



Place aux Mômes

26^e édition. Avec ce festival Sensation Bretagne est le premier diffuseur de spectacles vivants en Bretagne.



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 s'est engagé en 2023 sur le manifeste pour un tourisme responsable. Erven Léon est entré au conseil d'administration en 2022 et est élu membre du bureau.



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.
- Développer l'offre touristique.
- Promouvoir les atouts de notre destination Bretagne en France et à l'étranger auprès des visiteurs cibles.

En 2023 l'observatoire a présenté la restitution de l'enquête Reflet pour Perros-Guirec.

MARQUE BRETAGNE



L'Office de Tourisme de Perros-Guirec fait partie des **1 000 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.

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



CLASSEMENT CATÉGORIE 1 DE L'OFFICE DE TOURISME



L'Office de Tourisme a renouvelé son classement en catégorie 1 pour la 3^e fois en 2022

Le classement est valable 5 ans et est le prérequis obligatoire pour la dénomination de la commune en « Station classée de Tourisme ».

L'Office Municipal de Tourisme de Perros-Guirec est régi sous le statut d'EPIC (Établissement Public à caractère Industriel et Commercial) depuis 1972 une première en France. Son territoire de compétence est la commune.



OFFICE DE TOURISME BRETAGNE CÔTE DE GRANIT ROSE

Depuis 2015 les deux Offices de Tourisme, du territoire de Lannion-Trégor Communauté, 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 ».

Un plan d'action commun est mis en place chaque année : mutualisation sur des achats d'espaces presse, accueil de presse en commun, opération grand public type salons, éditions de guides et de cartes...



SEMAINE DU TOURISME ÉCONOMIQUE & DES SAVOIR-FAIRE

L'Office de Tourisme participe depuis 2021 à cet évènement régional mené par OTB. L'objectif durant ces deux semaines d'octobre est de mettre en avant les entreprises de nos territoires à travers leur savoir-faire et leur talent. En 2023, 13 entreprises ont ouvert leurs portes au public. Une fréquentation en hausse avec 412 participants (vacanciers et habitants).



CHARTE DU VOYAGEUR

Engagé dans une démarche « Tourisme responsable », l'Office de Tourisme développe plusieurs actions autour de cette thématique. Qualité Tourisme, Label accueil vélo, soutien actif aux actions de la ville (qualité eaux de baignade, plage et sentier sans tabac, plage sans plastique...).

La Charte du Voyageur a été signée en 2022, l'Office de Tourisme la présente dans ses éditions et lance une campagne de diffusion auprès des professionnels en 2023-2024.

La charte portée par OTB a reçu de nombreuses récompenses, une belle reconnaissance de l'engagement partagée par les Offices de Tourisme de Bretagne.



FÉDÉRATION DES OFFICES DE TOURISME DE BRETAGNE (OTB)

La fédération des Offices de Tourisme de Bretagne est l'association qui regroupe les Offices de Tourisme de la région. Elle représente 60 Offices de Tourisme et plus de 700 emplois. Ses missions : animation et coordination du réseau, Tourisme et handicap, Qualité tourisme, Institut de formation, Semaine du tourisme économique, Charte du voyageur... L'Office de Tourisme de Perros-Guirec est très actif au sein du réseau et participe aux actions mises en place par OTB. Erven Léon est président de l'association et Didier Alno administrateur.



CÔTES D'ARMOR DESTINATION



L'Office de Tourisme siège au Conseil d'Administration et participe activement aux différentes actions proposées par Cotes 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. Newsletter commune, document départemental sur le tourisme responsable.

Commercialisation

Démarche pro-active pour le tourisme d'affaires. Développement des actions en faveur du tourisme hors saison - mise en place d'expériences automne-hiver. Création de l'évènement : Les Minutes Bleues.



VILLE DE PERROS-GUIREC

L'Office de Tourisme a en charge par délégation avec la commune de Perros-Guirec, l'accueil et l'information du public, la promotion de la station, la commercialisation et l'observation.

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 2023

Une **bonne saison 2023** avec un printemps et un mois de septembre dynamiques qui ont compensé un cœur de saison décevant pour les professionnels dû en grande partie à une météo défavorable. Les points positifs : retour des clientèles étrangères, groupes et affaires.



REFLET 2022

(Région Enquête Fréquentation Loisirs Et Tourisme)

L'Observatoire Régional du Tourisme Breton a présenté les résultats de l'étude Reflet 2022 lors du bilan de saison d'octobre 2023.

709 questionnaires à Perros-Guirec pour analyser la fréquentation touristique, l'étude régionale a permis de dégager quelques données spécifiques pour Perros-Guirec :

Les visiteurs de Perros-Guirec sont majoritairement **des familles et des couples**, avec un âge moyen de **45,5 ans**

41% des nuitées sont réalisées **en été**

88% des nuitées sont **françaises**
12% étrangères

45% des nuitées françaises proviennent du **Nord Ouest**
25% de la **région Parisienne**

86% des nuitées en **hébergements marchands**
Les modes d'hébergement privilégiés sont les locations (29%), campings (21%) et hôtels (18%)

Les activités les plus pratiquées sont la **promenade à pied**, les **restaurants** et la **plage**

La **satisfaction globale des visiteurs** est évaluée à **8,8/10**
Reflétant une expérience touristique positive à Perros-Guirec (accueil, patrimoine naturel)

Perros-Guirec pèse **1%** des nuitées régionales

Les touristes dépensent en moyenne **793 €** par séjour

La **dépense individuelle journalière** est de **53,5 €**
Principalement en hébergement et restauration

Ces informations offrent un aperçu de l'impact et des caractéristiques du tourisme.

Étude complète sur www.perros-guirec.com

LES HÉBERGEMENTS

HÔTELS

Pas de résultats spécifiques de l'INSEE pour Perros-Guirec, cependant pour les hôtels **la saison est jugée de satisfaisante à très satisfaisante pour 72% d'entre eux**, un taux de satisfaction en baisse par rapport à l'an dernier dû à un été plutôt mitigé par rapport à 2022.

EN 2023



190 000
nuitées
(en hausse)

Clientèle étrangère : 16%
Durée de séjour : 1,8 jour



EN 2023

Taux d'occupation dans les hôtels des Côtes d'Armor



Les taux d'occupation pour les hôtels de Perros-Guirec sont supérieurs de 5 à 10% à ceux du département.

CAMPING LE RANOLIEN



235 448
nuitées

(d'avril à septembre)

pour 42 000 personnes accueillies

La fréquentation étrangère avec 65 000 nuitées représente 27% des nuitées totales.

Les taux d'occupation varient de 65% à 98% et sont très supérieurs à ceux enregistrés en Bretagne.



La location de mobilhomes

83%



La location d'emplacements

17%

La durée moyenne de séjour est de 5,63 jours.



La clientèle française représente

73%
des nuitées

(d'avril à septembre)



La Bretagne représente plus de

20%
des nuitées françaises

Une saison record malgré une baisse de la consommation moyenne.



AUTRES HÉBERGEMENTS

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

CAMPINGS

Avril	😊
Mai	😊
Juin	😊
Juillet	😊
Août	😊
Septembre	😊

RÉSIDENCES DE TOURISME

Avril	😞
Mai	😞
Juin	😊
Juillet	😊
Août	😊
Septembre	😊

LOCATIONS (AGENCES)

Avril	😊
Mai	😊
Juin	😊
Juillet	😊
Août	😊
Septembre	😊

LES SITES | LES LOISIRS | LES VISITES



LA MAISON DU LITTORAL



53 565
visiteurs
d'avril à octobre

Légère baisse de 2%
de la fréquentation.

Hausse de la participation
aux animations proposées
avec + de 60 animations
et 500 participants.

LES ESTIVALES

24 190
participations

+ 29% par rapport à 2022

84 jours d'ouverture,
une équipe de 20 personnes
pour 374 animations
et 13 événements.

Les Estivales sont une des offres majeures
en matière d'animation et de loisirs
à Perros-Guirec.

La diversité et la qualité des prestations
sportives et culturelles proposées sont
les raisons de ce succès.

LE SENTIER DES DOUANIERS



770 000
personnes
Hausse de 10%

LES SEPT-ÎLES ARMOR NAVIGATION



125 000
passagers
d'avril à septembre

En légère baisse
(météo plutôt
défavorable en été)



LES TRANSPORTS

Vélek'tro

Location de vélos à
assistance électrique à la capitainerie.



100
contrats
pour 238 journées
de location

Une activité en baisse
due à la forte concurrence

La navette « Le Macareux »



26 000
passagers

Du 6 juillet au 30 août

La navette de Trestraou



55 000
passagers
Juillet et août

LE KASINO



88 000
personnes
d'avril à septembre

En baisse de 7%

L'ACTIVITÉ COMMERCIALE

15 restaurants et 15 commerces
ont répondu au questionnaire bilan de saison

RESTAURANTS

Avril	😊
Mai	😊
Juin	😊
Juillet	😊
Août	😊
Septembre	😊

COMMERCES

Avril	😊
Mai	😊
Juin	😊
Juillet	😊
Août	😊
Septembre	😊



NAUTISME

LES PORTS DE PLAISANCE

Port de plaisance | Bassin à flot

Bateaux de passage + escales longues



D'avril à septembre :

698 bateaux
pour 2 830 nuitées

Le nombre de bateaux accueillis est en hausse de 22% par rapport à 2022

Port de Ploumanac'h

Bateaux de passage + escales longues



D'avril à septembre :

243 bateaux
pour 2 313 nuitées

Le nombre de bateaux accueillis est en baisse de 25% par rapport à 2022

Le nombre de bateaux étrangers représente près de 14% des bateaux accueillis.

La fréquentation étrangère est en hausse au Linkin, la clientèle anglaise est la première clientèle étrangère en 2023 pour les ports de Perros-Guirec et représente plus de 50% des bateaux étrangers accueillis.



LE CENTRE NAUTIQUE

Les stages de voile

1 167 stagiaires accueillis pour un chiffre d'affaires de 211 149 € (+1,5%). Les stages en catamaran NC12 (10-12 ans) sont les meilleures ventes cet été. L'école a enregistré une augmentation de la pratique adulte sur les stages Dériveurs et Cata RS16.

Le Jardin des Mers connaît toujours autant de succès pour les 4-8 ans.

Le point locations

Le point locations et les balades nautiques baissent d'environ 30% sur juillet/août.

La météo n'a pas favorisé le prêt à naviguer mis en place cet été !

Les cours particuliers prennent une part importante dans le point locations, et constituent, malgré la météo, un axe de progression qu'il faut développer.

Les balades nautiques

Succès mitigé dû à la météo capricieuse.

Les randonnées kayak de mer encadrées et les croisières en Goëlette Fillao restent cependant les valeurs sûres de ces balades en mer.

Groupes

Les activités pour les prestations d'entreprises sont en hausse notamment septembre et octobre.

ANIMATIONS MANIFESTATIONS ÉVÉNEMENTS

600 animations

durant l'année.
Une programmation qui contribue à la bonne fréquentation et l'attractivité de la station.

La CIE

Coupe International d'Été

L'association des sports nautiques de Perros-Guirec a organisé la Coupe Internationale d'Été qui a rassemblé 430 optimists venus du monde entier (11 nationalités : Chine, Australie, Brésil...). Un bel événement nautique qui a marqué l'été 2023.

La Patrouille de France

L'Office de Tourisme a financé une étude d'impact sur la venue de la Patrouille de France afin d'en mesurer les retombées économiques et sociales.



L'étude Flux Vision sur l'événement a mis en avant :

Fréquentation exceptionnelle

L'événement a attiré 148 000 visites sur deux après-midis

Impact significatif

Comparé à un week-end estival habituel, l'événement a généré 29 000 visites supplémentaires, soit une augmentation de 1,3 fois la fréquentation normale.

Provenance des visiteurs

Les visiteurs étaient principalement des résidents locaux (40%), des excursionnistes (26%) et des touristes (33%), avec une forte présence de Français hors Côtes d'Armor (51%).

L'étude a mis en évidence l'attrait significatif de la Patrouille de France et son impact positif sur la fréquentation touristique de Perros-Guirec.

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

PERROS-GUIREC PERSPECTIVES 2024

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' ACTIONS 2024

Salons

Avec les partenaires Sensation Bretagne, Côtes d'Armor Destination et Bretagne Côte de Granit Rose.

- **Salon de proximité** : salon du tourisme de Rennes.
- **Salons nationaux** : salon de la randonnée Lyon, salon du tourisme de Toulouse, salon du trail Millau, salon Destination Nature Paris.
- **Salon européen** : salon du tourisme de Bruxelles.
- **Salons spécifiques** : forum emploi saisonnier job dating, bourse d'échange, salon du tourisme et numérique.

Éditions

- Guide hébergements & découvertes, guide pratique, plan et plan sous-mains, guides pratiques étrangers, le P'tit Perrosien, guide rando, plan sous-main (version allemande et anglaise).
- À l'étude document spécifique, guide shopping, guide artistes ateliers, dossiers de presse numérique (événements, bien-être, sport,...).
- **Avec OTC** : guide des saveurs, carte du territoire et des randonnées, nouveau magazine.
- Guide du Routard.

Campagnes d'affichage

- Campagnes d'affichage en partenariat avec 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).
- Agenda animations en podcast.
- Calendrier d'expositions à l'accueil.
- Démarche pro active sur le tourisme d'affaires - MICE.
- Place de marché hébergements et loisirs.
- Mise en place de produits spécifiques sur le bien-être, sports loisirs, outdoor.
- Renforcement des actions presse notamment avec OTC.
- Code de marque, produit boutique, partenariat privé.
- Reconstitution de l'opération La Vie en Roz.
- Travail sur la saisonnalité, emplois, hébergement, mobilité.
- Éditions, salons, création de contenus numériques.
- Accueil de presse.

Tourisme responsable

- L'objectif n'est pas de faire plus mais mieux !
- Désignation d'un(e) référent(e) éco-responsabilité.
- Déploiement de la Charte du Voyageur.



PERROS-GUIREC | LA VIE EN ROZ !

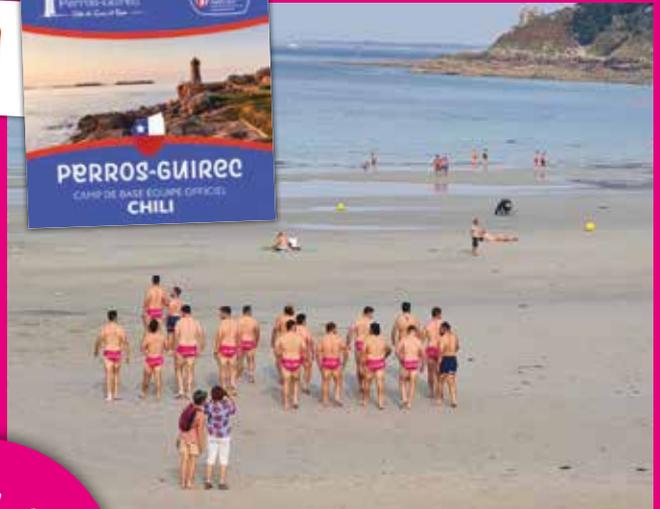
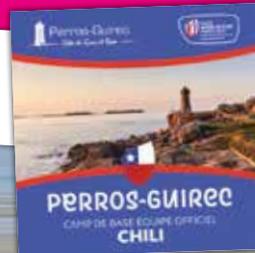
1 CODE 2 MARQUES

La vida en Rosa!

L'équipe nationale du Chili a choisi Perros-Guirec pour installer son camp de base lors de la Coupe du Monde de Rugby. Une reconnaissance du travail et des investissements réalisés par la ville de Perros-Guirec pour être au rendez vous de cet évènement international de l'année 2023. Perros-Guirec a été le seul camp de base en Bretagne.

Pendant quatre semaines et demie, le temps de la phase de poule, « Los Condores » ont séjourné à Perros-Guirec. Hébergé à l'hôtel Agapa les joueurs du Chili se sont entraînés dans les infrastructures de la ville au Stade Yves Le Jannou.

Ils ont également découvert et apprécié la douceur de vivre « à la Perrosienne ». La Vida en Rosa !



La Vie en Roz!

#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 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



**Hélène
LE FLANCHEC**
Directrice
adjointe
Responsable
communication



**Gaëlle
LE GUILLOUZER**
Responsable
accueil
Référente
qualité



**Muriel
LE GOFF-
DAUVERGNE**
Assistante
de direction
Commercialisation



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



**Guénoélé
RAPITEAU**
Assistante
communication
Conseillère
en séjour



**Maxime
GOUÉDARD**
Conseiller
en séjour
Référent
boutique



**Gaëlle
LE QUENVEN**
Assistante
gestion
financière



**Raphaël
METZ**
Conseiller
en séjour
Maison
du Littoral



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



**Émilie
CARBON**
Conseillère
en séjour



**Gabin
OLLIVIER**
Apprenti
tourisme et
e-commerce



**Jules
THIVEND**
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
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