

# DESTINATION QUIMPER CORNOUAILLE PLAN D' ACTIONS 2018-2023



*Août 2018*

## FICHE ACTION n°1 : Mise en place d'un outil d'information numérique facilitant l'information concernant l'accès à la Destination

### AXE A - Optimiser l'accès et les déplacements pour fluidifier le parcours des clientèles en séjour ou en itinérance

**AXE OPERATIONNEL A1 : Valorisation des portes d'entrées du territoire : gares, aéroport, ports pour immerger le visiteur dès son arrivée dans le récit de territoire et le guider**

Niveau de priorité :

+

#### ENJEU(X)

Valoriser les accès et infrastructures d'entrée de la Destination

Type d'action :

Fermée

#### CONTEXTE

La Destination Quimper Cornouaille dispose de différentes portes d'entrée donnant accès aux territoires. Cependant, les clientèles touristiques n'ont pas pleinement conscience de pénétrer ou de quitter le périmètre de la Destination. Les conditions d'accueil au niveau de ses portes d'entrée ne permettent pas directement d'identifier l'offre touristique disponible. Celle-ci est à rendre plus accessible, visible, lisible.

Au regard des enjeux d'accueil, l'offre touristique des territoires composant la Destination Quimper Cornouaille doit être davantage incarnée aux portes d'entrées du territoire. Une mise à disposition de l'information touristique dans les principales gares, ports et aéroport doit permettre de mieux orienter les flux touristiques sur le territoire et améliorer l'expérience d'accueil vécue par le client au contact du territoire.

#### OBJECTIF(S)

- Mettre en évidence la situation de la Destination, son périmètre et les moyens d'y accéder.
- Favoriser l'utilisation des modes de transport alternatifs à la voiture individuelle par les clientèles touristiques.
- Améliorer l'accueil et la diffusion de l'information touristique aux portes d'entrée du territoire pour inciter la découverte en profondeur de la Destination.

#### CONTENU DE L'ACTION

L'élaboration d'une carte interactive de Destination « Transport et mobilités » aura pour objectif de faciliter l'accès à la Destination par les clientèles touristiques mais aussi d'améliorer la diffusion de l'information "mobilité" par les acteurs touristiques. Celle-ci devra être appropriable et utilisable par les acteurs professionnels et institutionnels, localisant et détaillant les infrastructures, liaisons, modes et lignes de transport principaux, ainsi que les horaires de desserte.

Il convient pour cela de procéder aux étapes suivantes :

- Identifier les portes d'entrées, dont Lorient, en concertation avec les acteurs touristiques, dans la continuité de l'état des lieux.
- Localiser les points majeurs d'attractivité touristique par EPCI.
- Détailler les modes de transport existants pour rejoindre ces points majeurs.
- Matérialiser la carte interactive en permettant son intégration dans les outils de communication (notamment web) existants sur le territoire.

Pour assurer sa réussite, cette action devra notamment intégrer les éléments suivants :

- Être en complémentarité avec l'outil Mobibreizh, outil régional de calcul d'itinéraire
- Capitaliser sur le diagnostic mobilité effectué par QCD.
- Réaliser un benchmark au niveau national sur les types de cartographies interactives développées
- Etudier l'option d'une carte très grand format avec écran télé information.
- Prendre en considération les aires de covoiturage, mode de déplacement touristique en développement.
- Sensibiliser les parties prenantes aux outils et dispositifs existants (tarification, service de billetterie en ligne, services de mobilité comme, à titre d'exemple, IDCab, les locations de vélo via SNCF...)

Le niveau d'appropriation de la carte interactive pour conduire à terme à matérialiser celle-ci sous forme d'outils de type "print" afin d'en favoriser la diffusion par les professionnels à destination des clientèles touristiques et ce tout au long du séjour.

A noter que les professionnels ont la possibilité de recourir à un autodiagnostic écomobilité disponible auprès de l'ADEME afin de favoriser leur prise en compte des questions de mobilité et de transport de leur clientèle.

## FICHE ACTION n°1 : Mise en place d'un outil d'information numérique facilitant l'information concernant l'accès à la Destination

### AXE A - Optimiser l'accès et les déplacements pour fluidifier le parcours des clientèles en séjour ou en itinérance

<p><b>Périmètre de la maîtrise d'œuvre :</b> Destination</p>	<p><b>Catégorie d'actions :</b> Animation Coordination Communication</p>
<p><b>Maîtrise d'ouvrage :</b> Structure facilitatrice QCD</p>	<p><b>Période de mise en œuvre :</b> Année 2</p>
<p><b>Partenariat(s) à mobiliser :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Offices de Tourisme</li> <li>- EPCI</li> <li>- SNCF / Gares</li> <li>- Aéroport de Quimper Cornouaille (ABO)</li> <li>- Syndicat mixte des ports de plaisance et de pêche de Cornouaille</li> <li>- AOT</li> <li>- Taxis</li> <li>- Autres prestataires de transport et mobilité privés</li> <li>- DITMO (Région Bretagne)</li> <li>- Département</li> </ul>	<p><b>Indicateurs de réussite :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Carte interactive opérationnelle et mise en ligne</li> <li>- Statistiques de fréquentation de la carte interactive</li> </ul>
<p><b>Critère d'éligibilité (fiches ouvertes) :</b> -</p>	<p><b>Indicateurs Développement Durable :</b> Env.</p>
<p><b>Correspondances stratégies EPCI :</b> -</p>	<p><b>Indicateurs Développement Durable :</b> Env.</p>

<p><b>Budget : 10 k€ HT</b></p>	<p><b>TEMPS INGENIERIE Destination / an (Coordination) : 15 jr</b></p>
<p><b>Modèle(s) économique(s) :</b></p> <p>Financement public : Structure(s) facilitatrice(s), EPCI, Département, Région Financement privé : Partenariats avec les opérateurs de transport (ex : encarts publicitaires / visibilité marketing)</p>	<p><b>TEMPS INGENIERIE OT ou EPCI / an (Intervention) : 2 jr</b></p>
<p><b>Source(s) de financement mobilisable(s) :</b></p> <p><i>Contrat de partenariat Cornouaille-Région</i></p> <p>Action n°3.2. Des outils de mobilité qui connectent et qui irriguent</p> <p>Enveloppe de l'action : 5 121 338 €</p> <p>Subvention :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 10 % et 5 000 € à la programmation</li> <li>- 20 % à 50% pour des projets de dimension cornouaillaise ou projets pilotes</li> </ul>	

## FICHE ACTION n°2 : Installation de points d'information numérique au service de l'accueil touristique

### AXE A - Optimiser l'accès et les déplacements pour fluidifier le parcours des clientèles en séjour ou en itinérance

**AXE OPERATIONNEL A1 : Valorisation des portes d'entrées du territoire : gares, aéroport, ports pour immerger le visiteur dès son arrivée dans le récit de territoire et le guider**

Niveau de priorité :

+++

#### ENJEU(X)

Multiplier les points de contact avec les visiteurs

Type d'action :

Ouverte

#### CONTEXTE

La Destination Quimper Cornouaille dispose de différentes portes d'entrée donnant accès aux territoires. Cependant, les clientèles touristiques n'ont pas pleinement conscience de pénétrer ou de quitter le périmètre de la Destination. Les conditions d'accueil au niveau de ses portes d'entrée ne permettent pas directement d'identifier l'offre touristique disponible. Celle-ci est à rendre plus accessible, visible, lisible.

Au regard des enjeux d'accueil, l'offre touristique des territoires composant la Destination Quimper Cornouaille doit être davantage incarnée aux portes d'entrées du territoire. Une mise à disposition de l'information touristique dans les principales gares, ports et aéroport doit permettre de mieux orienter les flux touristiques sur le territoire et améliorer l'expérience d'accueil vécue par le client au contact du territoire.

#### OBJECTIF(S)

- Mettre en évidence la situation de la Destination, son périmètre et les moyens d'y accéder.
- Favoriser l'utilisation des modes de transport alternatifs à la voiture individuelle par les clientèles touristiques.
- Améliorer l'accueil et la diffusion de l'information touristique aux portes d'entrée du territoire pour inciter la découverte en profondeur de la Destination.

#### CONTENU DE L'ACTION

Afin de compléter la mise à disposition d'une carte interactive, l'installation de bornes d'information touristique numériques connectées devra être envisagée aux portes d'entrées. A l'image de la Destination, ces bornes devront être libres d'accès, ergonomiques et simples d'utilisation. A noter que la gare de Quimper, actuellement en cours de rénovation devrait disposer à terme d'un point d'information touristique.

A titre d'exemple, ces bornes pourront intégrer les éléments / services suivants :

- Un service de chat en ligne en lien avec un conseiller de séjour de l'office de tourisme.
- Des informations pratiques sur les hotspots touristiques et les filières clés
- Un moteur de recherche relatif aux services touristiques essentiels (ex : hébergement, restauration, autres services pratiques)
- Des informations "chaudes" sous forme de fil d'actualité (ex : manifestations événementielles)
- Une traduction multilingue à l'attention des clientèles étrangères les plus représentées
- L'intégration d'un annuaire des acteurs de la mobilité (ex : services de taxi et opérateurs de mobilité, location de voitures, vélos).
- les informations transport - mobilité permettant notamment la circulation sur le territoire

Le traitement de ces informations devra s'effectuer sous l'angle du positionnement de la Destination.

Il convient pour cela de procéder aux étapes suivantes :

- Identifier les informations / services à rendre disponibles via les bornes d'information.
- Vérifier la disponibilité des informations recherchées.
- Prendre en considération le retour d'expérience des offices de tourisme ayant procédé à l'achat mutualisé de bornes d'information.
- Identifier les lieux d'implantation tests et prospectifs.
- Etudier les différentes solutions de bornes d'information existantes.
- Déployer les bornes sur les lieux tests.
- Au bout d'un an de fonctionnement, réaliser une analyse de l'usage des bornes et apporter les éventuelles corrections.
- Déployer les bornes supplémentaires sur la totalité des lieux d'implantation.

L'ensemble des contenus de toutes les bornes est piloté par l'Office de tourisme grâce à un logiciel dédié. Il est possible d'adapter le contenu diffusé sur chaque relais d'information touristique en fonction du lieu de son implantation.

## FICHE ACTION n°2 : Installation de points d'information numérique au service de l'accueil touristique

### AXE A - Optimiser l'accès et les déplacements pour fluidifier le parcours des clientèles en séjour ou en itinérance

**Périmètre de la maîtrise d'œuvre :**

EPCI

**Catégorie d'actions :**

Ingénierie

**Maîtrise d'ouvrage :**

Office de tourisme

**Période de mise en œuvre :**

Année 2

**Partenariat(s) à mobiliser :**

- Offices de Tourisme
- EPCI
- SNCF / Gares
- Aéroport de Quimper Cornouaille (ABO)
- Syndicat mixte des ports de plaisance et de pêche de Cornouaille
- AOT
- Taxis
- Autres prestataires de transport et mobilité privés
- DITMO (Région Bretagne)
- Département

**Indicateurs de réussite :**

- Nombre de bornes installées
- Nombre de passages comptabilisés au niveau des bornes (1000 connexions minimum par borne par an)

**Critère d'éligibilité (fiches ouvertes) :**

- Complémentarité des bornes additionnelles à installer par rapport à l'existant
- Cohérence de l'information pratique et touristique délivrée dans un intérêt "destination"

**Correspondances stratégies EPCI :**

-

**Indicateurs Développement Durable :**

Eco.  
Soc.

**Budget : 200 k€ HT**

**TEMPS INGÉNIERIE Destination / an (Coordination) : 10 jr**

**Modèle(s) économique(s) :**

Financement public : Structure(s) facilitatrice(s), EPCI, Département, Région  
Financement privé : Sponsoring de la part de professionnels, AOT et autres acteurs territoriaux en l'échange de visibilité marketing.

**TEMPS INGÉNIERIE OT ou EPCI / an (Intervention) : 10 jr**

**Source(s) de financement mobilisable(s) :**

*Contrat de partenariat Cornouaille-Région*

Action n°2.4. La construction d'une destination touristique

Enveloppe de l'action : 213 475 €

Subvention :

- 10 % et 5 000 € à la programmation
- 20 % à 50% pour des projets de dimension cornouaillaise ou projets pilotes

## FICHE ACTION n°3 : Amélioration de l'accueil au niveau des portes d'entrée maritimes à destination des plaisanciers et des croisiéristes

### AXE A - Optimiser l'accès et les déplacements pour fluidifier le parcours des clientèles en séjour ou en itinérance

**AXE OPERATIONNEL A1 : Valorisation des portes d'entrées du territoire : gares, aéroport, ports pour immerger le visiteur dès son arrivée dans le récit de territoire et le guider**

Niveau de priorité :

+++

#### ENJEU(X)

Valoriser les accès et infrastructures d'entrée de la Destination

Type d'action :

Ouverte

#### CONTEXTE

La Destination Quimper Cornouaille dispose de différentes portes d'entrée donnant accès aux territoires. Cependant, les clientèles touristiques n'ont pas pleinement conscience de pénétrer ou de quitter le périmètre de la Destination. Les conditions d'accueil au niveau de ses portes d'entrée ne permettent pas directement d'identifier l'offre touristique disponible. Celle-ci est à rendre plus accessible, visible, lisible.

Au regard des enjeux d'accueil, l'offre touristique des territoires composant la Destination Quimper Cornouaille doit être davantage incarnée aux portes d'entrées du territoire. Une mise à disposition de l'information touristique dans les principales gares, ports et aéroport doit permettre de mieux orienter les flux touristiques sur le territoire et améliorer l'expérience d'accueil vécue par le client au contact du territoire.

#### OBJECTIF(S)

- Mettre en évidence la situation de la Destination, son périmètre et les moyens d'y accéder.
- Favoriser l'utilisation des modes de transport alternatifs à la voiture individuelle par les clientèles touristiques.
- Améliorer l'accueil et la diffusion de l'information touristique aux portes d'entrée du territoire pour inciter la découverte en profondeur de la Destination.

#### CONTENU DE L'ACTION

Les ports de plaisance représentent des portes d'entrées maritimes non négligeables pour la Destination Quimper Cornouaille.

La Fédération Française des Ports de Plaisance travaille actuellement à l'élaboration d'une démarche Qualité et d'un référentiel de labellisation des ports de plaisance. Ce dernier est co-construit avec le Ministère délégué au Tourisme et la Direction Générale des Entreprises pour, à terme, une reconnaissance officielle via la démarche Qualité Tourisme.

La démarche Qualité des ports permettra à chaque port répondant aux critères définis d'être labellisé. Pour cela, il devra répondre à un taux minimum issu des grands items tels que :

- Les engagements internes au port (processus qualité, ressources humaines, manuel qualité, etc.)
- Les engagements en matière de promotion et de communication de la structure
- Les engagements envers les socio-professionnels
- Les engagements en termes d'aménagements urbains et portuaires
- Les engagements en termes de services portuaires
- Les engagements en matière d'accueil et de services nautiques ou de plaisance.

La qualité de l'accueil des plaisanciers doit s'inscrire dans une processus d'amélioration continue afin de répondre à la demande croissante en services et en aménagements par les plaisanciers afin d'assurer l'après-accostage. Cette qualité d'accueil doit également favoriser la consommation du territoire (visites touristiques, accessibilité, restauration...). Enfin, cette démarche doit s'attacher à traduire le positionnement de développement touristique retenu par la Destination.

L'action consiste en l'engagement des ports de pêche-plaisance de Cornouaille dans un processus de labellisation lorsque celui-ci sera opérationnel. Elle pourra s'appuyer sur la démarche « passeport escale » des ports de plaisance.

A titre d'exemple, l'engagement de cette démarche nécessitera de :

- Identifier les points d'amélioration dans les principaux ports de la Cornouaille
- Mettre en place des aménagements / services manquants ou à renforcer.
- Proposer des niveaux de services harmonisés directement accessibles.
- Accompagner la création de circuits touristiques à partir des portes d'entrées maritime à destination des plaisanciers. (cf démarche « passeport escale »)

## FICHE ACTION n°3 : Amélioration de l'accueil au niveau des portes d'entrée maritimes à destination des plaisanciers

### AXE A - Optimiser l'accès et les déplacements pour fluidifier le parcours des clientèles en séjour ou en itinérance

#### Périmètre de la maîtrise d'œuvre :

EPCI

#### Maîtrise d'ouvrage :

Gestionnaires des ports de plaisance

#### Partenariat(s) à mobiliser :

- Finistère 360
- Offices de Tourisme
- EPCI
- Département
- Région
- Fédération Française des Ports de Plaisance
- Syndicat Mixte des Ports de pêche-plaisance de Cornouaille
- Fédération de la Baie de Douarnenez qui regroupe les activités nautiques, les institutionnels nautiques, le patrimoine, les gestionnaires de ports de plaisance

#### Critère d'éligibilité (fiches ouvertes) :

- Respect des engagements de la stratégie d'avenir pour les ports du Finistère

#### Correspondances stratégies EPCI :

CCPBS : faire des ports des portes d'entrée du territoire : valoriser les ports de plaisance

Douarnenez Communauté : Communiquer au T.O et aux compagnies de croisières : valoriser l'accueil proposé et les prestations (ex : visite guidée)

#### Catégorie d'actions :

Ingénierie

#### Période de mise en œuvre :

Année 3

#### Indicateurs de réussite :

- Nombre de ports de Cornouaille labellisés
- Niveau de satisfaction des services et aménagements développés au niveau des ports de Cornouaille

#### Indicateurs Développement Durable :

Eco.  
Env.  
Soc.

### Budget : 500 k€ HT

#### Modèle(s) économique(s) :

Financement public : Structure(s) facilitatrice(s), EPCI, Département, Région

Financement européen : Leader

#### Source(s) de financement mobilisable(s) :

*Contrat de partenariat Cornouaille-Région*

Action n°2.2. Un développement maîtrisé du nautisme

Enveloppe de l'action : 1 163 840 €

Subvention :

- 20 % et 5 000 € à la programmation
- 20 % à 50% pour des projets de dimension cornouaillaise ou projets pilotes
- 250 000 € max. pour l'aménagement des ports de plaisance

*Programme LEADER*

Fiche-action n°3 : Structurer les activités de pleine nature.

**TEMPS INGÉNIERIE Destination / an (Coordination) : 10 jr**

**TEMPS INGÉNIERIE OT ou EPCI / an (Intervention) : 5 jr**

## FICHE ACTION n°4 : Expérimentation de solutions innovantes de mobilités touristiques intercommunales et intercommunautaires

### AXE A - Optimiser l'accès et les déplacements pour fluidifier le parcours des clientèles en séjour ou en itinérance

**AXE OPERATIONNEL A2 : Amélioration de la chaîne de mobilité à l'échelle de la Destination**

**Niveau de priorité :**

+++

**ENJEU(X)**

Proposer des alternatives à la voiture pour accéder / rayonner sur le territoire

**Type d'action :**

Ouverte

**CONTEXTE**

La mobilité touristique représente un enjeu majeur en Cornouaille. Les acteurs du territoire témoignent de fortes aspirations sur ce sujet notamment concernant la prise en compte de l'écomobilité touristique ; ceci afin de :

- Favoriser le rayonnement des clientèles touristiques à l'échelle du territoire,
- Diminuer la circulation des véhicules motorisés
- Faciliter le déplacement des clientèles sans voiture.

Il s'agit d'offrir un accès à la nature préservé et de qualité en se déconnectant d'un mode de vie citadin, d'un rythme urbain en cohérence avec le positionnement de la Destination : "Environnement remarquable naturel et sauvage", "des paysages à couper le souffle", "Des plages d'exception pour déconnecter du rythme urbain".

L'écomobilité touristique désigne l'ensemble des modes de déplacements ayant uniquement recours à l'énergie humaine comme la marche, le vélo, la trottinette, le roller... (mobilité douce) ainsi que les modes de transport motorisés plus respectueux de l'environnement auxquels peuvent être ajoutés les modes de transport qui constituent des alternatives à l'utilisation d'un véhicule motorisé à titre individuel (transports collectifs, ferroviaires voire maritime, l'auto-partage...).

**OBJECTIF(S)**

- Structurer la réflexion en matière de transport et mobilités touristiques sur le territoire.
- Faciliter la circulation et le rayonnement des clientèles touristiques à l'échelle du territoire.
- Diminuer la circulation des véhicules motorisés et favoriser le déplacement des clientèles "sans voiture".

**CONTENU DE L'ACTION**

Au préalable, il est primordial de **réunir un groupe d'acteurs volontaires** pour initier une réflexion concrète sur le transport et la mobilité à l'échelle de la Cornouaille.

Pour assurer sa réussite, cette action devra notamment intégrer les éléments suivants :

- Une bonne représentativité des secteurs touristiques, sphères économiques (hébergeurs, transporteurs, activités, OT) et territoires qui composent la Destination.
- Une animation forte de la Destination et / ou de l'EPCI pour décroiser et créer du lien entre les différents profils d'acteurs et territoires.
- Une mobilisation de la ressource selon des besoins définis précisément en amont.
- Intégrer l'action de l'axe A.1 dans la réflexion.
- Capitaliser sur le diagnostic mobilité réalisé à l'échelle de la Cornouaille.
- Impliquer la personne ressource de la structure facilitatrice (AOCD), impliquée sur le Schéma Directeur vélo.

Il convient pour cela de procéder aux étapes suivantes :

- Identifier les besoins en termes de transport et mobilité touristique à l'échelle de la Cornouaille.
- Réunir les acteurs volontaires pour une première phase d'expérimentation, à l'échelle test d'un EPCI.
- Favoriser l'émergence de projet(s) commun(s).
- Mettre en place un projet d'expérimentation en matière de mobilité touristiques

A titre d'exemple, ce groupe de travail pourra explorer les pistes de projets suivantes dans le cadre d'expérimentation :

- Mise en place d'une navette mutualisée inter-hébergements
- Mise en place d'un service de transport à la demande
- Mise en place de voitures en libre-service en autopartage (mises à dispositions / louées par des fournisseurs)
- Mise en place de système vélo (à assistance électrique ou non) en libre-service

La/les expérimentation(s) en matière de mobilité a/ont vocation à être développée(s) sur les territoires de manière concomitante avec la conduite de l'étude transport / mobilité préconisée, ceci afin de répondre à court terme et concrètement aux attentes des acteurs sur ce sujet. Les résultats de l'étude pourront ainsi alimenter les scénarios de mise en œuvre qui seront à élaborer.



## FICHE ACTION n°4 : Expérimentation de solutions innovantes de mobilités touristiques intercommunales et intercommunautaires

### AXE A - Optimiser l'accès et les déplacements pour fluidifier le parcours des clientèles en séjour ou en itinérance

#### Périmètre de la maîtrise d'œuvre :

Destination  
(EPCI pour test/expérimentation)

#### Maîtrise d'ouvrage :

Structure facilitatrice QCD  
EPCI

#### Partenariat(s) à mobiliser :

- Offices de Tourisme
- Professionnels du tourisme
- EPCI (Service Transport)
- Département
- Région (DITMO)
- SNCF
- AOT
- Autres prestataires de transport et mobilité privés

#### Critère d'éligibilité (fiches ouvertes) :

- Complémentarité avec les systèmes et solutions de transport déjà présentes, existantes sur le territoire

#### Correspondances stratégies EPCI :

Cap-Sizun (enjeux du territoire) : faire des mobilités un axe essentiel de la politique touristique du Cap, raisonner en terme de parcours de visite en fonction du type de mobilités

Cap-Sizun (enjeux du territoire) : instituer un système de navettes

#### Catégorie d'actions :

Animation  
Coordination

#### Période de mise en œuvre :

Année 1

#### Indicateurs de réussite :

- Nombre de réunions du groupe de travail
- nombre de participants réguliers
- Aboutissement d'une expérimentation de transport / écomobilité touristique innovante
- Niveaux de satisfaction des usagers du service proposés ou bilan de l'opération

#### Indicateurs Développement Durable :

Eco.  
Env.

**Budget : 200 k€ HT**

#### Modèle(s) économique(s) :

Financement public : Structure(s) facilitatrice(s), EPCI, Département, Région  
Financement privé : Professionnels du tourisme (autofinancement dans le cadre d'une expérimentation)

#### Source(s) de financement mobilisable(s) :

Appel à projet de type "Transport et Mobilité durable" (ex : ADEME)

**TEMPS INGÉNIERIE Destination / an (Coordination) : 25 jr**

**TEMPS INGÉNIERIE OT ou EPCI / an (Intervention) : 5 jr**

## FICHE ACTION n°5 : Réalisation d'une étude de faisabilité "Transport et mobilité" et mise en œuvre de ses résultats

### AXE A - Optimiser l'accès et les déplacements pour fluidifier le parcours des clientèles en séjour ou en itinérance

**AXE OPERATIONNEL A2 : Amélioration de la chaîne de mobilité à l'échelle de la Destination**

**Niveau de priorité :**

+++

**ENJEU(X)**

(Ré)inventer des services de transport davantage synchronisés avec des besoins touristiques

**Type d'action :**

Fermée

**CONTEXTE**

La mobilité touristique représente un enjeu majeur en Cornouaille. Les acteurs du territoire témoignent de fortes aspirations sur ce sujet notamment concernant la prise en compte de l'écomobilité touristique ; ceci afin de :

- faciliter le rayonnement des clientèles touristiques à l'échelle du territoire,
- diminuer la circulation des véhicules motorisés
- favoriser le déplacement des clientèles sans voiture.

Il s'agit d'offrir un accès à la nature préservé et de qualité en se déconnectant d'un mode de vie citadin, d'un rythme urbain en cohérence avec le positionnement de la Destination : "Environnement remarquable naturel et sauvage", "des paysages à couper le souffle", "Des plages d'exception pour déconnecter du rythme urbain".

L'écomobilité touristique désigne l'ensemble des modes de déplacements ayant uniquement recours à l'énergie humaine comme la marche, le vélo, la trottinette, le roller... (mobilité douce) ainsi que les modes de transport motorisés plus respectueux de l'environnement auxquels peuvent être ajoutés les modes de transport qui constituent des alternatives à l'utilisation d'un véhicule motorisé à titre individuel (transports collectifs, ferroviaires voire maritime, l'auto-partage...).

**OBJECTIF(S)**

- Structurer la réflexion en matière de transport et mobilités touristiques sur le territoire.
- Faciliter la circulation et le rayonnement des clientèles touristiques à l'échelle du territoire.
- Diminuer la circulation des véhicules motorisés et favoriser le déplacement des clientèles "sans voiture".

**CONTENU DE L'ACTION**

Afin de poursuivre le diagnostic mobilité réalisé par la Destination, une étude de faisabilité doit être menée pour approfondir des solutions de transport touristique alternatives à la voiture et satisfaire les conditions idéales d'accès aux principaux hotspots touristiques du territoire.

Pour assurer sa réussite, cette action devra intégrer les éléments suivants :

- Prendre en compte le Schéma Régional de Transport du Finistère.
- S'appuyer sur et intégrer les usages locaux.
- S'appuyer sur le Cerema, établissement public tourné vers l'appui aux politiques publiques en matière, entre autres, de transport et mobilité et les enquêtes qu'il produit.
- Impliquer le groupe de travail "Transport / Mobilités".
- Prendre en considération des solutions opérationnelles d'intermodalité telles que le système d'autopartage, le système de vélo en libre-service, la navette à la demande, le taxi collectif/mutualisé, le covoiturage...

Il convient pour cela d'envisager le contenu de l'étude à travers les items / sujets suivants :

- Réaliser un diagnostic des flux touristiques et besoins en mobilité depuis les points stratégiques du territoire (ex : principales communes / villes, hotspots touristiques, principaux pôles d'hébergement).
- Analyser les conditions d'accès aux hotspots.
- Analyser les incidences de la saisonnalité sur l'accessibilité du territoire.
- Analyser les pistes d'optimisation des horaires et correspondances (train / car notamment).
- Analyser le niveau de desserte le week-end.
- Elaborer des scénarios à privilégier pour mieux répondre aux attentes et besoins des clientèles touristiques en matière de mobilité.
- Élaborer les modèles économiques.
- Définir des modalités d'expérimentation parmi les scénarios retenus.

## FICHE ACTION n°5 : Réalisation d'une étude de faisabilité "Transport et mobilité" et mise en œuvre de ses résultats

### AXE A - Optimiser l'accès et les déplacements pour fluidifier le parcours des clientèles en séjour ou en itinérance

#### Périmètre de la maîtrise d'œuvre :

Destination

#### Catégorie d'actions :

Ingénierie

#### Maîtrise d'ouvrage :

Structure facilitatrice QCD

#### Période de mise en œuvre :

Année 1

#### Partenariat(s) à mobiliser :

- Offices de Tourisme
- Professionnels du tourisme
- EPCI (Service Transport)
- Département
- Région (DITMO)
- SNCF
- AOT
- Autres prestataires de transport et mobilité privés

#### Indicateurs de réussite :

- Étude produite
- Nombre de scénarios à mettre en œuvre
- Nombre de scénarios mis en œuvre

#### Critère d'éligibilité (fiches ouvertes) :

-

#### Indicateurs Développement

##### Durable :

Eco.

Env.

Soc.

#### Correspondances stratégies EPCI :

-

### Budget : 40 k€ HT

**TEMPS INGÉNIERIE Destination / an (Coordination) : 25 jr**

#### Modèle(s) économique(s) :

Financement public : Région, Département, EPCI

Financement privé : AOT, SNCF, Autres partenaires mobilités

**TEMPS INGÉNIERIE OT ou EPCI / an (Intervention) : 2 jr**

#### Source(s) de financement mobilisable(s) :

Contrat de partenariat Cornouaille-Région

Action n°3.2. Des outils de mobilité qui connectent et qui irriguent

Enveloppe de l'action : 5 121 338 €

Subvention :

- 10 % et 5 000 € à la programmation
- 20 % à 50% pour des projets de dimension cornouaillaise ou projets pilotes

## FICHE ACTION n°6 : Prise en compte des besoins touristiques du territoire concernant le transport et la mobilité dans les réflexions régionales

### AXE A - Optimiser l'accès et les déplacements pour fluidifier le parcours des clientèles en séjour ou en itinérance

#### AXE OPERATIONNEL A3 : Amélioration de l'accès à la Destination

Niveau de priorité :

++

#### ENJEU(X)

Valoriser l'accès à la Destination

Réduire le temps de trajet en train depuis Paris à moins de 3h

Type d'action :

Ouvert

#### CONTEXTE

L'arrivée de la LGV a conduit à une communication active des instances régionales sur la proximité des territoires bretons avec la région parisienne. La proximité est largement mise en valeur dans les campagnes de promotion, communication, marketing. Pour autant, la situation de la Cornouaille et plus globalement du Finistère ne bénéficient pas d'une telle proximité en raison de l'éloignement géographique de la capitale. Les acteurs appellent à une réduction du temps de trajet à moins de 3h de train afin que le territoire puisse également tirer parti de cet atout breton et ne soit pas délaissé par les clientèles touristiques pour cause d'éloignement.

#### OBJECTIF(S)

- Encourager les clientèles touristiques à recourir à la LGV pour rejoindre la Destination.
- Valoriser l'accessibilité de la Destination.
- Favoriser les clientèles se rendant en Bretagne sans leur voiture.
- Diminuer l'effet « lointain » de la Destination

#### CONTENU DE L'ACTION

Cette action consiste à :

- Interpeller le Conseil régional et les instances en charge de la politique transport afin que soit pris en compte les intérêts de la Destination en réduisant le temps de trajet permettant de rejoindre Quimper-Cornouaille en train, à une durée de moins de 3h et en garantissant des prix accessibles
- Développer le concept de billet de transport combinés à des tickets de visite (ex : Paris-Pointe du Raz) en intégrant la logistique d'une chaîne de mobilité intégrée. Celle-ci devra se baser sur les solutions qui seront développées sur le territoire en la matière.

## FICHE ACTION n°6 : Prise en compte des besoins touristiques du territoire concernant le transport et la mobilité dans les réflexions régionales

### AXE A - Optimiser l'accès et les déplacements pour fluidifier le parcours des clientèles en séjour ou en itinérance

<b>Périmètre de la maîtrise d'œuvre :</b> Région	<b>Catégorie d'actions :</b> Ingénierie Animation Coordination
<b>Maîtrise d'ouvrage :</b> Conseil régional	<b>Période de mise en œuvre :</b> Année 2
<b>Partenariat(s) à mobiliser :</b> - SNCF - AOT - DITMO (Région) - Structure(s) facilitatrice(s)	<b>Indicateurs de réussite :</b> - Réduction du temps de transport en train entre les principales gares SNCF entre Paris et Quimper. - Réduction ou rééquilibrage des tarifs TER - affichage des sites majeurs de Cornouaille dans les gares de départ à Paris
<b>Critère d'éligibilité (fiches ouvertes) :</b> Non applicable	<b>Indicateurs Développement Durable :</b> Eco. Env.
<b>Correspondances stratégies EPCI :</b> -	

**Budget : - k€ HT**

**Modèle(s) économique(s) :**

Non applicable

**Source(s) de financement mobilisable(s) :**

Non applicable

**TEMPS INGÉNIERIE Destination / an (Coordination) : 5 jr**

**TEMPS INGÉNIERIE OT ou EPCI / an (Intervention) : 1 jr**

## FICHE ACTION n°7 : Développement de la connaissance touristique cornouaillaise intra Destination des acteurs

### AXE B - Singulariser la destination à travers son lien terre/mer, sa culture, sa créativité et savoir-faire associés

#### AXE OPERATIONNEL B4 : Mise en réseau des sites et équipements de la Destination pour appuyer le récit de territoire

Niveau de priorité :

+++

#### ENJEU(X)

Mettre en réseau les sites pour une promotion de Destination plus efficace  
Créer un esprit de Destination

Type d'action :

Ouverte

#### CONTEXTE

Parfaitement intégrés dans leur contexte touristique local et intercommunal, les sites et équipements ne sont que partiellement mise en réseau à l'échelle de la Cornouaille. Les clientèles touristiques en séjour ne suivent pas une logique de déplacement classique et transcendent les limites administratives existantes. La mise en réseau des sites et équipements d'intérêt "Destination", d'un même bassin de consommation touristique, représente donc un enjeu majeur pour optimiser les retombées économiques touristiques sur le territoire voire la durée de séjour.

Dans le secteur touristique, la mise en réseau des acteurs favorise le développement de projets touristiques de plus grande portée et d'envergure géographique plus importante notamment grâce à la mutualisation de moyens et la prescription réciproque.

#### OBJECTIF(S)

- Favoriser l'appropriation des sites et équipements et d'une offre plus secrète par les acteurs touristiques pour assurer une promotion de qualité du territoire.
- Assurer une qualité d'accueil touristique optimale et harmonisée au sein des sites et équipements du territoire.

#### CONTENU DE L'ACTION

Recommander ses potentiels partenaires nécessite, bien évidemment, une fine connaissance de l'offre touristique de proximité, à l'échelle de la Destination. En Cornouaille, un enjeu particulier est identifié dans le développement des connaissances touristiques des différents acteurs et potentiels prescripteurs de la Destination. Il est donc nécessaire que des éléments de connaissances soient disponibles pour appropriation par l'ensemble des parties prenantes.

Pour assurer le succès de cette action, il sera nécessaire de renforcer l'appropriation des sites par le personnel des offices de tourisme du territoire. Les éléments suivants sont à considérer pour développer leurs connaissances touristiques de la Destination :

- La création d'éductours (et notamment concernant la formation des saisonniers)
- La création d'un pass touristique dédié aux équipes des Offices de tourisme permettant de leur offrir des entrées à prix réduits ou gratuité.
- La création ou mutualisation de mini-salons interprofessionnels (échange entre professionnels)
- La création d'un kit d'accueil pour les saisonniers.

En parallèle, il est nécessaire de valoriser les identités du territoire à travers notamment, à titre d'exemple :

- La création de guide identitaire, répertoriant les faits marquants, les anecdotes, les personnes emblématiques, les grandes périodes de l'histoire cornouaillaise, les évolutions socio-économiques, les connaissances sur les savoir-faire industriels et artisanaux.

Afin de constituer ce type de guide, des spécialistes fin connaisseurs du territoire et ou des associations mériteront d'être mobilisés (ex : historiens, grands témoins, figures locales).

Il convient pour cela de procéder aux étapes suivantes :

- Sonder les structures concernées sur leurs besoins en termes de connaissance touristique du territoire "Destination" et les formules de découverte et d'apprentissage à privilégier.
- Identifier un interlocuteur de type "Réfèrent Destination" dans chaque Office de tourisme.
- Animer un groupe de travail dédié pour faire émerger des projets communs et/ou événements dédiés au partage de connaissances.
- Mettre en place un projet commun (Ex : la mise en lumière de ces sites pourra être étudiée).

## FICHE ACTION n°7 : Développement de la connaissance touristique cornouaillaise intra Destination des acteurs

### AXE B - Singulariser la destination à travers son lien terre/mer, sa culture, sa créativité et savoir-faire associés

#### Périmètre de la maîtrise d'œuvre :

Destination

#### Catégorie d'actions :

Animation

Coordination

#### Maîtrise d'ouvrage :

Structure facilitatrice QCD

#### Période de mise en œuvre :

Année 1, 2 et 3

#### Partenariat(s) à mobiliser :

- Offices de tourisme
- EPCI

#### Indicateurs de réussite :

- '- Nombre actions organisées
- Nombre d'outils développés
- Nombre de participants à ces actions/outils
- Satisfaction du personnel des offices de tourisme

#### Critère d'éligibilité (fiches ouvertes) :

- Traduction du positionnement de la Destination
- Valorisation des filières clés prioritaires
- Incarnation des marqueurs de la Destination

#### Correspondances stratégies EPCI :

CCPBS : mettre en réseau et valoriser les sites touristiques et patrimoniaux  
Cap-Sizun : créer des liens physiques et monétaires (pass) entre sites de visites

#### Indicateurs Développement Durable :

Eco.

Env.

#### Budget : 60 k€ HT

**TEMPS INGÉNIERIE Destination / an (Coordination) : 10 jr**

#### Modèle(s) économique(s) :

Financements publics : Région, Département, EPCI  
Financement privé : sites

**TEMPS INGÉNIERIE OT ou EPCI / an (Intervention) : 5 jr**

#### Source(s) de financement mobilisable(s) :

Contrat de partenariat Cornouaille-Région  
2.3 : Une Cornouaille inspiratrice et de caractère  
Enveloppe de l'action : 780 935 €  
Subvention :  
- 20 % et 5 000 € à la programmation  
- 20 % à 50% pour des projets de dimension cornouaillaise ou projets pilotes

## FICHE ACTION n°8 : Renforcement des liens, de la coopération entre acteurs de la culture bretonne et acteurs touristiques cornouaillais

### AXE B - Singulariser la destination à travers son lien terre/mer, sa culture, sa créativité et savoir-faire associés

**AXE OPERATIONNEL B5 : Identification et valorisation des éléments de l'identité culturelle bretonne en Cornouaille**

**Niveau de priorité :**

+

**ENJEU(X)**

Mieux valoriser l'identité bretonne et la culture vivante par les acteurs du tourisme

**Type d'action :**

Fermée

**CONTEXTE**

La richesse du patrimoine breton en Cornouaille s'exprime à travers de multiples composantes : patrimoine naturel, historique, culturel et vivant, maritime, gastronomique mais aussi économique. Ce patrimoine confère au territoire une identité bretonne forte et une véritable authenticité qui sont largement mises en valeur par les acteurs culturels. En effet, le dynamisme culturel témoigne du foisonnement d'initiatives, de projets, de ressources dont recèle le territoire.

Ce dynamisme culturel catalyse et bénéficie de la fréquentation touristique. Les acteurs de la culture bretonne et acteurs touristiques ne sont toutefois pas toujours suffisamment en lien pour unir leurs forces et tirer parti de leurs complémentarités.

**OBJECTIF(S)**

- Véhiculer et incarner l'identité du territoire, la fierté de sa culture et d'un patrimoine breton vivant - Proposer des expériences authentiques et de qualité aux clientèles touristiques à la recherche d'émotions.

**CONTENU DE L'ACTION**

Mettre en réseau la sphère culturelle bretonne et la sphère touristique a pour objectif de développer les connaissances réciproques des différents acteurs afin de favoriser l'émergence de projets communs et d'améliorer le niveau d'information touristique délivrée par les acteurs.

Il convient pour cela de procéder aux étapes suivantes :

- Organiser une rencontre "Tourisme, Culture et Patrimoine breton" réunissant élus au Tourisme et à la Culture, responsables d'OT, ententes culturelles et divers socio-professionnels du tourisme afin de faire émerger des idées d'actions concrètes et créer des passerelles entre les acteurs.
- Faire émerger un ou des projets majeurs en termes de mise en tourisme du patrimoine vivant cornouaillais, co-défini par l'ensemble des acteurs culturels et touristiques.
- Evaluer les retombées économiques induites par les manifestations.

Les acteurs majeurs de la culture bretonne (partenaires potentiels) :

- Les ententes culturelles (animation des associations culturelles bretonnes : atelier, rencontre, événements - danse, chant, langue, sports et jeux, patrimoine) : Ti ar Vro Bro Kemperle, Ti ar Vro Kemper, Emglev Bro Douarnenez, Tud Bro Konk (Concarneau), Startijenn Ar Vro vigoudenn (Pays Bigouden)
- Aux Goûts du Jour : organisme indépendant de formation, d'accompagnement et de sensibilisation sur les différentes thématiques liées à l'alimentation : consommation, métiers, goût, gaspillage alimentaire, santé...
- Bretagne Culture Diversité : association de promotion et de diffusion de la matière culturelle de Bretagne -> Lieu de mise en réseau, lieu d'échange et de réflexion, lieu d'initiative et d'action : un outil pour faciliter ou co-concevoir tout projet répondant à ces objectifs.

Cette action s'intègre plus largement dans :

- la fiche action n°4 du Programme Leader : Valoriser les richesses patrimoniales de l'identité cornouaillaise.
- Le projet LEADER en cours de réalisation par Aux Goûts du Jour.



## FICHE ACTION n°8 : Renforcement des liens, de la coopération entre acteurs de la culture bretonne et acteurs touristiques cornouaillais

### AXE B - Singulariser la destination à travers son lien terre/mer, sa culture, sa créativité et savoir-faire associés

#### Périmètre de la maîtrise d'œuvre :

EPCI ou Destination

#### Catégorie d'actions :

Animation

Coordination

Accompagnement

#### Maîtrise d'ouvrage :

Structure facilitatrice QCD

#### Période de mise en œuvre :

Année 1 et 2

#### Partenariat(s) à mobiliser :

- Les ententes culturelles (ar Vro Bro Kemperle, Ti ar Vro Kemper, Emglev Bro Douarnenez, Tud Bro Konk (Concarneau), Startijenn Ar Vro vigoudenn (Pays Bigouden)
- les réseaux culturels bretons (War'leur, Kendalc'h, Gouelioù Breizh, etc...)
- Aux Goûts du Jour
- Bretagne Culture Diversité
- Les offices de tourisme

#### Indicateurs de réussite :

- Nombre de rencontres entre acteurs culturels et touristiques
- Nombre de projets mise en œuvre
- Montant global investi dans les projets
- Bilan des projets ou opérations menés

#### Critère d'éligibilité (fiches ouvertes) :

- Traduction du positionnement de la Destination
- Valorisation des filières clés prioritaires
- Incarnation des marqueurs de la Destination

#### Correspondances stratégies EPCI :

-

#### Indicateurs Développement

Durable : Soc. / Eco.

#### Budget : 80 k€ HT

**TEMPS INGÉNIERIE Destination / an (Coordination) : 10 jr**

#### Modèle(s) économique(s) :

Financements publics : Région, Département, EPCI

Financements européens : LEADER, INTERREG, ACFACE

Financement privé : temps valorisé des acteurs associatifs ressources

**TEMPS INGÉNIERIE OT ou EPCI / an (Intervention) : 5 jr**

#### Source(s) de financement mobilisable(s) :

*Contrat de partenariat Cornouaille-Région*

Action n°2.3 : Une Cornouaille inspiratrice et de caractère

Enveloppe de l'action : 780 935 €

Subvention :

- 20 % et 5 000 € à la programmation
- 20 % à 50% pour des projets de dimension cornouaillaise ou projets pilotes

*Programme Opérationnel INTERREG : Projet européen ACFACE*

Objectif n°4.2 : Enhancing Natural and Cultural Assets to Stimulate Economic Growth

Enveloppe : 150 k€ sur 3 ans

Subvention à 75%

*Programme Leader*

Fiche action n°4 du Programme Leader : Valoriser les richesses patrimoniales de l'identité cornouaillaise.

- Le projet LEADER est en cours de réalisation par Aux Goûts du Jour.

## FICHE ACTION n°9 : Elaboration d'un récit de territoire (storytelling) au service de la valorisation de la culture bretonne en Cornouaille

### AXE B - Singulariser la destination à travers son lien terre/mer, sa culture, sa créativité et savoir-faire associés

**AXE OPERATIONNEL B5 : Identification et valorisation des éléments de la culture bretonne en Cornouaille**

**Niveau de priorité :**

**++**

**ENJEU(X)**

Consolider la notoriété des territoires composant la Destination en annonçant une promesse forte et audible

**Type d'action :**

Fermée

**CONTEXTE**

La richesse du patrimoine breton en Cornouaille s'exprime à travers de multiples composantes : patrimoine naturel, historique, culturel et vivant, maritime, gastronomique mais aussi économique. Ce patrimoine confère au territoire une identité bretonne forte et une véritable authenticité. Il en ressort également l'expression touristique d'un "concentré de Bretagne". La puissance de ce patrimoine invite à renforcer l'invitation faite aux clientèles pour mieux le découvrir, le comprendre et l'interpréter. Le récit de territoire (storytelling) consiste à utiliser une histoire plutôt qu'à mettre en avant les arguments touristiques "classiques" d'un territoire pour le faire valoir. Cette technique permet de capter l'attention et de susciter l'émotion auprès des visiteurs, d'ancrer les clientèles dans les expériences touristiques proposées par le territoire, de valoriser les éléments identitaires du territoire, témoignant de son authenticité.

**OBJECTIF(S)**

- Produire une base de connaissances faisant référence sur les principaux sites et lieux d'intérêts du territoire.
- Homogénéiser le discours, les connaissances et les éléments de langage employés par les acteurs touristiques concernant l'identité de la Destination. Cf fiche 8
- Repositionner le blog sur des récits de territoires.
- Augmenter la fréquentation du blog.

**CONTENU DE L'ACTION**

Il est préconisé qu'un storytelling soit réalisé et co-construit à l'échelle de la Destination en s'attachant à ce que chaque territoire y soit représenté et valorisé. Les marqueurs identitaires définis pour la Destination doivent être réintégrés et traduits dans la production de ce storytelling pour faire écho avec les expériences qui seront suggérées aux clientèles. Le storytelling devra en outre prendre soin de s'adresser aux clientèles cibles définies dans le cadre de la stratégie, en privilégiant la cible "familles".

Il convient pour cela de procéder par les étapes suivantes :

- Produire / structurer une base de connaissances sur le territoire
- Analyser les projets de storytelling touristique réussis en France pour inspirer le projet.
- Animer un atelier créatif afin de définir la forme et le contenu du storytelling.
- Classifier, hiérarchiser, synthétiser ces éléments de connaissance
- Partager un discours commun
- (Faire) Elaborer le storytelling selon le format choisi.
- Définir un plan de diffusion du storytelling.

La rédaction d'un storytelling devra intégrer les principaux éléments de l'histoire du territoire parmi les suivants :

- Lieux et sites majeurs
- Faits historiques marquants
- Personnages clés, figures emblématiques
- Légendes populaires
- Traditions, mœurs, éléments de fierté identitaire
- Traits de caractère caractéristiques du territoire
- Identité culturelle
- Paroles des habitants
- Langue bretonne
- Récits vivants...

Le storytelling peut prendre les formes suivantes :

- Un court métrage à destination du grand public en diffusion sur internet
- Guide pratique à destination des acteurs touristiques pour leur appropriation
- Carnet du territoire pour les résidents secondaires et autres potentiels ambassadeurs du territoire
- Support ludiques d'interprétation à destination des jeunes publics
- Rubrique web dédiée sur le site internet des OTI
- Module de formation à destination des saisonniers...

Dans le cas d'un court métrage, cette action pourrait s'intégrer plus largement dans : Action n°10 de la stratégie numérique de la Destination : Vidéo 360.

## FICHE ACTION n°9 : Elaboration d'un récit de territoire (storytelling) au service de la valorisation de la culture bretonne en Cornouaille

### AXE B - Singulariser la destination à travers son lien terre/mer, sa culture, sa créativité et savoir-faire associés

#### Périmètre de la maîtrise d'œuvre :

Destination

#### Catégorie d'actions :

Ingénierie

Communication

#### Maîtrise d'ouvrage :

Structure facilitatrice QCD

#### Période de mise en œuvre :

Année 1, 2, 3

#### Partenariat(s) à mobiliser :

- Ententes culturelles
- DRAC
- EPCI
- Communes
- Associations culturelles
- Associations patrimoniales
- Bretagne Culture et diversité

#### Indicateurs de réussite :

- Nombre d'outils de storytelling développés
- Taux de diffusion des outils

#### Critère d'éligibilité (fiches ouvertes) :

-

#### Correspondances stratégies EPCI :

-

#### Indicateurs Développement

Durable :

Soc.

**Budget : 100 k€ HT**

**TEMPS INGÉNIERIE Destination / an (Coordination) : 40 jr**

#### Modèle(s) économique(s) :

Financements publics : Région, Département, EPCI

Financement privé : sites

Financements européens : LEADER

Bénévolat : acteurs associatifs ressources

**TEMPS INGÉNIERIE OT ou EPCI / an (Intervention) : 10 jr**

#### Source(s) de financement mobilisable(s) :

*Aides du Conseil Régional de Bretagne*

Patrimoine - soutenir les actions de valorisation des données de l'inventaire

Subvention :

- 20% maximum du montant H.T de la dépense engagée, plafonnée à 7 000 €.

*Programme Leader*

Fiche n°4 : outil de médiation, meilleure visibilité du patrimoine

## FICHE ACTION n°10 : Structuration d'une offre autour des éléments emblématiques du dynamisme culturel et artistique breton en Cornouaille : peinture, musique, danse, langue bretonne

**AXE B - Singulariser la destination à travers son lien terre/mer, sa culture, sa créativité et savoir-faire associés**

**AXE OPERATIONNEL B5 : Identification et valorisation des éléments de la culture bretonne en Cornouaille**

**Niveau de priorité :**

**++**

**ENJEU(X)**

Combiner les intérêts touristiques et culturels au service des clientèles

**Type d'action :**

Ouverte

### CONTEXTE

La richesse du patrimoine breton en Cornouaille s'exprime notamment à travers sa dimension culturelle qui emprunte de multiples formes de créativité à travers la peinture, la musique, la danse ou encore l'oralité via la langue bretonne.

Le patrimoine culturel est un facteur d'attractivité fort pour les clientèles touristiques mais également un moyen de rayonner pour les territoires qui le dévoile. Une offre touristique dédiée mérite d'être davantage structurée pour mettre en perspectives la créativité cornouaillaise.

### OBJECTIF(S)

- Valoriser l'identité culturelle bretonne en Cornouaille auprès des clientèles touristiques.
- Valoriser l'offre touristique qui participe à son rayonnement.

### CONTENU DE L'ACTION

Cette action consiste à soutenir les initiatives et projets à la croisée des dimensions touristique, culturelle et artistique. Afin de faciliter la découverte touristique des éléments de la créativité culturelle et artistique cornouaillaises par la clientèle touristique en toute autonomie, des offres / univers thématiques seraient à créer sur le territoire de la Cornouaille.

A titre d'exemple, la Destination pourrait orienter ses projets d'offres / d'univers autour des thématiques suivantes :

- Offre / univers sur la dimension artistique (peinture avec Pont-Aven notamment)
- Offre / univers sur la dimension musicale (danse, musique)
- Offre / univers sur l'oralité (langue bretonne).

Le format de l'offre / univers devra comprendre a minima :

- Des animations, évènements, représentations en lien avec les dimensions évoquées
- Une visite guidée d'un lieu ouvert au public (médiation humaine)
- Des initiatives s'appuyant sur les ressources et la créativité des acteurs culturels et artistiques

Il convient pour cela de procéder aux étapes suivantes :

- Engager une réflexion sur la création ou la redynamisation des offres / univers / circuits existants.
- Mettre en place un Groupe de travail sur le développement d'une ou plusieurs projets matériels et ou immatériels / virtuels.
- Envisager un co-investissement avec les acteurs concernés et volontaires.

A noter que cette action consiste à mutualiser les efforts consentis dans le cadre des politiques à la fois touristiques et culturelles afin de faire rayonner le territoire.

**FICHE ACTION n°10 : Structuration d'une offre autour des éléments emblématiques du dynamisme culturel et artistique breton en Cornouaille : peinture, musique, danse, langue bretonne**

**AXE B - Singulariser la destination à travers son lien terre/mer, sa culture, sa créativité et savoir-faire associés**

<p><b>Périmètre de la maîtrise d'œuvre :</b> Destination</p>	<p><b>Catégorie d'actions :</b> Animation Coordination</p>
<p><b>Maîtrise d'ouvrage :</b> EPCI / Structures facilitatrices</p>	<p><b>Période de mise en œuvre :</b> Année 3</p>
<p><b>Partenariat(s) à mobiliser :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Ententes culturelles</li> <li>- DRAC</li> <li>- EPCI</li> <li>- Communes</li> <li>- Associations culturelles</li> <li>- Associations patrimoniales</li> <li>- Bretagne Culture et diversité</li> </ul>	<p><b>Indicateurs de réussite :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Nombre d'actions mises en œuvre</li> <li>- Rayonnement des actions</li> </ul>
<p><b>Critère d'éligibilité (fiches ouvertes) :</b> -</p>	
<p><b>Correspondances stratégies EPCI :</b> -</p>	<p><b>Indicateurs Développement Durable :</b> Soc.</p>

<p><b>Budget : 100 k€ HT</b></p>	<p><b>TEMPS INGÉNIERIE Destination / an (Coordination) : 20 jr</b></p>
<p><b>Modèle(s) économique(s) :</b></p> <p>Financements publics : Région, Département, EPCI          Financement privé : sites          Financements européens : LEADER          Bénévolat : acteurs associatifs ressources</p>	<p><b>TEMPS INGÉNIERIE OT ou EPCI / an (Intervention) : 10 jr</b></p>
<p><b>Source(s) de financement mobilisable(s) :</b></p> <p><i>Aides du Conseil Régional de Bretagne</i></p> <p>Patrimoine - soutenir les actions de valorisation des données de l'inventaire</p> <p>Subvention :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 20% maximum du montant H.T de la dépense engagée, plafonnée à 7 000 €.</li> </ul> <p><i>Programme Leader</i></p> <p>Fiche n°4 (outil de médiation, meilleure visibilité du patrimoine)</p>	

## FICHE ACTION n°11 : Mise en réseau des organisateurs d'événement et des acteurs du tourisme

### AXE B - Singulariser la destination à travers son lien terre/mer, sa culture, sa créativité et savoir-faire associés

#### AXE OPERATIONNEL B6 : Identification et valorisation des événements structurants de la Destination

Niveau de priorité :

++

#### ENJEU(X)

Mettre en réseau les sites/événements pour une identification de la Destination plus efficace et un impact économique plus important

Type d'action :

Fermée

#### CONTEXTE

Quimper Cornouaille Développement édite annuellement un agenda des manifestations recensant les manifestations à l'échelle de la Cornouaille ([www.cornouaille-animations.fr](http://www.cornouaille-animations.fr)). Cet agenda démontre la vitalité événementielle qui anime le territoire à travers des centaines d'événements dont certains d'ampleur majeur. Si certains événements sont de portée locale, d'autres présentent une notoriété régionale, nationale voire internationale et suscitent une fréquentation qui interagit avec l'économie touristique.

Réciproquement, les acteurs touristiques privés et institutionnels se saisissent avec intérêt des informations événementielles qui concourent à l'animation des territoires. Leur niveau de connaissance de ces événements ainsi que leur capacité à apporter des réponses aux attentes des publics / clientèles est un atout précieux pour les organisateurs, sur lequel il s'avère nécessaire de capitaliser.

#### OBJECTIF(S)

- Favoriser le dialogue et les échanges entre acteurs touristiques et événementiels.
- Favoriser une promotion/prescription réciproque des prestations / événements à travers des partenariats.

#### CONTENU DE L'ACTION

Fort de ce constat, cette action consiste à identifier les événements d'ampleur sur le territoire en adéquation avec le positionnement de la Destination et d'intérêt intercommunautaire et touristique. Les acteurs événementiels ont en effet tout intérêt à relayer l'information touristique auprès des publics des manifestations. Ceux-ci sont en effet assimilables à des clientèles touristiques (ou excursionnistes) car évoluant dans le cadre d'un (court)-séjour et susceptibles à ce titre de fréquenter des prestations touristiques tels que hébergements, restaurants, sites de loisirs.

Une sensibilisation des organisateurs d'événements à la question touristique et des acteurs du tourisme aux projets événementiels est à réaliser au préalable.

Une cellule d'information (annuelle a minima) "Tourisme / Événements" regroupant acteurs organisateurs et acteurs touristiques doit permettre d'assurer leur mise en réseau.

Ce groupe peut rassembler de manière prioritaire les événements de + de 5000 visiteurs, ceci afin de :

- Favoriser la diffusion de l'information (ex : création d'une newsletter)
- Permettre une promotion réciproque des prestations respectives
- Favoriser la diffusion de l'information culturelle / événementielle auprès des acteurs touristiques afin d'inciter les clientèles touristiques à "consommer" les équipements et leur programmation culturelle.
- Proposer lors des événements en proposant des parcours découverte à partir de l'événement.
- Favoriser la diffusion/prescription de l'information événementielle par les acteurs touristiques, à destination des clientèles pour accroître la fréquentation des événements.
- Impulser la création d'idées-séjour autour des événements d'ampleur
- Favoriser la diffusion/prescription de l'information touristique (services, prestations) par les acteurs événementiels, à destination des publics pour mieux répondre à leurs besoins.

A noter que cette action est en lien avec le programme Leader fiche n°4.

## FICHE ACTION n°11 : Mise en réseau des organisateurs d'événement et des acteurs du tourisme

### AXE B - Singulariser la destination à travers son lien terre/mer, sa culture, sa créativité et savoir-faire associés

#### Périmètre de la maîtrise d'œuvre :

Destination

#### Catégorie d'actions :

Animation

Coordination

#### Maîtrise d'ouvrage :

Structure facilitatrice QCD

#### Période de mise en œuvre :

Année 2 et 3

#### Partenariat(s) à mobiliser :

- Organismes d'événements
  - Hébergeurs et prestataires touristiques
  - Gestionnaire d'équipements culturels
  - F360 + club musées et sites de visite
  - Commerçants
  - Fédérations de fêtes
  - Collectif des festivals
- Goulioù Breizh

#### Indicateurs de réussite :

- Nombre d'acteurs culturels et touristiques sollicités
- Nombre d'événements sollicités
- Nombre de participants aux réunions annuelles préconisées

#### Critère d'éligibilité (fiches ouvertes) :

-

#### Correspondances stratégies EPCI :

CCPBS : renforcer les événements fédérateurs du territoire

#### Indicateurs Développement Durable :

Soc.

#### Budget : 15 k€ HT

**TEMPS INGÉNIERIE Destination / an (Coordination) : 15 jr**

#### Modèle(s) économique(s) :

Financements publics : Structure(s) facilitatrice(s), EPCI

**TEMPS INGÉNIERIE OT ou EPCI / an (Intervention) : 2 jr**

#### Source(s) de financement mobilisable(s) :

*Contrat de partenariat Cornouaille-Région*

2.3 : Une Cornouaille inspiratrice et de caractère

Enveloppe de l'action : 780 935 €

*Subvention :*

- 20 % et 5 000 € à la programmation
- 20 % à 50% pour des projets de dimension cornouaillaise ou projets pilotes

## FICHE ACTION n°12 : Mise à disposition d'un agenda des manifestations et lieux de grands rassemblements

### AXE B - Singulariser la destination à travers son lien terre/mer, sa culture, sa créativité et savoir-faire associés

#### AXE OPERATIONNEL B6 : Identification et valorisation des évènements structurants de la Destination

Niveau de priorité :

+++

#### ENJEU(X)

Mettre en réseau les sites/événements pour une identification de la Destination plus efficace

Type d'action :

Fermée

#### CONTEXTE

Quimper Cornouaille Développement édite annuellement un agenda des manifestations recensant les manifestations à l'échelle de la Cornouaille ([www.cornouaille-animations.fr](http://www.cornouaille-animations.fr)). Cet agenda démontre la vitalité événementielle qui anime le territoire à travers des centaines d'évènements dont certains d'ampleur majeur. Si certains évènements sont de portée locale, d'autres présentent une notoriété régionale, nationale voire internationale et suscitent une fréquentation qui interagit avec l'économie touristique.

Fort de ce constat, cette action consiste à identifier les évènements d'ampleur sur le territoire en adéquation avec le positionnement de la Destination et d'intérêt intercommunautaire et touristique. Les acteurs événementiels ont en effet tout intérêt à relayer l'information touristique auprès des publics des manifestations. Ceux-ci sont en effet assimilables à des clientèles touristiques (ou excursionnistes) car évoluant dans le cadre d'un (court)-séjour et susceptibles à ce titre de fréquenter des prestations touristiques tels que hébergements, restaurants, sites de loisirs.

Réciproquement, les acteurs touristiques privés et institutionnels se saisissent avec intérêt des informations événementielles qui concourent à l'animation des territoires. Leur niveau de connaissance de ces évènements ainsi que leur capacité à apporter des réponses aux attentes des publics / clientèles est un atout précieux pour les organisateurs, sur lequel il s'avère nécessaire de capitaliser.

#### OBJECTIF(S)

- Favoriser le dialogue et les échanges entre acteurs touristiques et événementiels.
- Favoriser une promotion/préscription réciproque des prestations / évènements à travers des partenariats.

#### CONTENU DE L'ACTION

Cette action consiste à :

- Poursuivre la mise à jour et le recensement des événements cornouaillais (en lien avec l'action n°6 de la stratégie numérique de la Destination : Cornouaille animation).
- Identifier les événements d'ampleur sur le territoire en adéquation avec le positionnement de la Destination et d'intérêt intercommunautaire, d'intérêt touristique.
- Estimer les retombées pour l'économie touristique, induites par la fréquentation de ces évènements.



## FICHE ACTION n°12 : Mise à disposition d'un agenda des manifestations et lieux de grands rassemblements

### AXE B - Singulariser la destination à travers son lien terre/mer, sa culture, sa créativité et savoir-faire associés

#### Périmètre de la maîtrise d'œuvre :

Destination

#### Catégorie d'actions :

Animation

Coordination

#### Maîtrise d'ouvrage :

Structure facilitatrice QCD

#### Période de mise en œuvre :

Année 2 et 3

#### Partenariat(s) à mobiliser :

- Organismes d'événements
- Gestionnaire d'équipements
- Gestionnaire d'équipements culturels
- Commerçants
- Fédérations de fêtes
- Collectif des festivals
- Gouelioù Breizh
- CCI
- Finistère 360
- Offices de tourisme

#### Indicateurs de réussite :

- Nombre d'événements recensés
- Nombre d'outils développés pour évaluer les retombées des événements
- fréquentation du site internet
- nombre de lecteurs newsletter

#### Critère d'éligibilité (fiches ouvertes) :

-

#### Correspondances stratégies EPCI :

-

#### Indicateurs Développement Durable :

Soc.

#### Budget : 25 k€ HT

TEMPS INGÉNIERIE Destination / an (Coordination) : 20 jr

#### Modèle(s) économique(s) :

Financements publics : Structure(s) facilitatrice(s), EPCI

TEMPS INGÉNIERIE OT ou EPCI / an (Intervention) : 2 jr

#### Source(s) de financement mobilisable(s) :

Contrat de partenariat Cornouaille-Région

Action n°2.4. La construction d'une destination touristique

Enveloppe de l'action : 213 475 €

Subvention :

- 10 % et 5 000 € à la programmation

- 20 % à 50% pour des projets de dimension cornouaillaise ou projets pilotes

## FICHE ACTION n°13 : Développement des visites en milieu industriel/artisanal des savoir-faire cornouaillais

### AXE B - Singulariser la destination à travers son lien terre/mer, sa culture, sa créativité et savoir-faire associés

**AXE OPERATIONNEL B7 : Développement des offres de découverte des savoir-faire industriel, artisanal, maritime, agricole, et artistique**

**Niveau de priorité :**

+++

**ENJEU(X)**

Miser sur le tourisme industriel et artisanal (visites d'entreprises : savoir-faire professionnels, histoire industrielle, etc.)

**Type d'action :**

Ouverte

**CONTEXTE**

L'initiative "Les secrets de nos boîtes", assure la promotion des entreprises agro-alimentaires, artisanales et industrielles ouvrant leurs portes au grand public. En Cornouaille, 28 entreprises se sont engagées dans cette démarche. Le dispositif est animé à l'échelle départementale par les Chambres de commerce et d'industrie. En plus de répondre à l'intérêt des clientèles, ce dispositif est reconnu et fournit un cadre d'accompagnement et une expertise dédiée pour assurer l'ouverture et la valorisation des lieux de découverte des savoir-faire bretons cornouaillais. L'enjeu réside dans le développement des lieux de découverte afin de valoriser les savoir-faire typiquement en cohérence avec le positionnement de la Destination.

**OBJECTIF(S)**

- Constituer une base de données complètes et à jour des lieux de découvert des savoir-faire et de la gastronomie cornouaillaise.
- Favoriser et inciter les entreprises à ouvrir leurs portes aux clientèles touristiques et ainsi augmenter la fréquentation et le chiffre d'affaires des entreprises.

**CONTENU DE L'ACTION**

Cette action passe par :

- Identification des structures ouvertes au public en Cornouaille (sur la base des données disponibles)
- Sensibilisation des petits producteurs et artisans au tourisme de savoir-faire (réunions d'information)
- Identification des entreprises volontaires pour élargir l'offre globale (Candidats)
- Diagnostic des entreprises concernant leur potentiel d'ouverture au public et de mise en tourisme
- Accompagnement technique des structures candidates (CCI, OTI)
- Montée en gamme, valorisation, promotion des structures ouvertes à la visite
- Commercialisation dans les OT de " box" de producteur, le cas échéant
- Hiérarchisation des structures selon le type d'expérience proposée aux visiteurs : Vente direct de produits / Visite guidée, accueil de groupes / Visite scénographiée / Découverte pratique du savoir-faire (ex : atelier)
- Renforcement de la communication à propos du dispositif au niveau des offices de tourisme (Guide annuel : parution à 60 000 exemplaires)

Cette action est en lien avec :

- Fiche n°1 du programme Leader
- Fiche n°4 du programme Leader (Valorisation des savoir-faire artisanaux et transmission des savoir-faire)

Action n°11 de la stratégie numérique de la Destination : Cartographie informative.

## FICHE ACTION n°13 : Développement des visites en milieu industriel/artisanal des savoir-faire cornouillais

### AXE B - Singulariser la destination à travers son lien terre/mer, sa culture, sa créativité et savoir-faire associés

#### Périmètre de la maîtrise d'œuvre :

Destination

#### Catégorie d'actions :

Animation  
Coordination  
Accompagnement

#### Maîtrise d'ouvrage :

EPCI / Structures facilitatrice en coordination / CCI

#### Période de mise en œuvre :

Année 2

#### Partenariat(s) à mobiliser :

- Entreprises et producteurs locaux
- Offices de tourisme
- Agences réceptives

#### Indicateurs de réussite :

- Nombre d'entreprises sensibilisées à l'ouverture au public
- Nombre d'entreprises s'ajoutant au réseau existant
- Nombre de visiteurs accueillis par entreprise
- Nombre de produits commercialisés basés sur les visites d'entreprise et lieux de découverte

#### Critère d'éligibilité (fiches ouvertes) :

- Traduction du positionnement de la Destination
- Valorisation des filières clés prioritaires
- Incarnation des marqueurs de la Destination

#### Indicateurs Développement Durable :

Eco.

#### Correspondances stratégies EPCI :

-

**Budget : 60 k€ HT**

**TEMPS INGÉNIERIE Destination / an (Coordination) : 5 jr**

#### Modèle(s) économique(s) :

Financements publics : Structure(s) facilitatrice(s), EPCI  
Financements privés : Entreprises + CCI expertise valorisée

**TEMPS INGÉNIERIE OT ou EPCI / an (Intervention) : 20 jr**

#### Source(s) de financement mobilisable(s) :

Accompagnement vis dispositif le Secret de nos boîtes CCI29

## FICHE ACTION n°14 : Structuration d'offres thématiques sur les savoir-faire cornouaillais liés à la pêche, l'agriculture, l'artisanat et l'industrie.

### AXE B - Singulariser la destination à travers son lien terre/mer, sa culture, sa créativité et savoir-faire associés

**AXE OPERATIONNEL B7 : Développement des offres de découverte des savoir-faire industriel, artisanal, maritime, et agricole,**

**Niveau de priorité :**

+++

**ENJEU(X)**

Identifier des circuits thématiques selon les clientèles ciblées

**Type d'action :**

Ouverte

**CONTEXTE**

Les voyageurs, en quête d'authenticité, recherchent à vivre une expérience unique, découvrir activement la culture de leur lieu de séjour, participer et apprendre des lieux qu'ils visitent. La Cornouaille dispose d'une grande richesse de savoir-faire locaux, typiques du territoire et dotés d'une image forte. C'est le cas des marques cornouaillaises reconnues pour leur qualité (Pâté Hénaff, Phare d'Eckmühl, Armor Lux, Guy Cotten, Faïencerie Henriot...) mais aussi des produits alimentaires fabriqués ou pêchés à la qualité gustative réputée (langoustines, biscuits, kouign amann, bars de ligne...). Aujourd'hui, la découverte de ces savoir-faire est accessible sur le territoire mais manque de structuration et d'une réelle valorisation et mise en tourisme. La visibilité de ces savoir-faire et marques cornouaillaises, présentés comme une "vitrine" du territoire, n'est pas pleinement assurée à l'échelle de la Destination.

Les savoir-faire sont notamment de type :

- gastronomiques (biscuits, cidres, kouign amann, pâté Hénaff...),
- artisanaux (faïencerie),
- industriels (Armor Lux, Guy Cotten)
- maritimes (pêche de la langoustine, homard bleu, bar de ligne, huîtres...).
- agricoles (fermes, etc...)

**OBJECTIF(S)**

- Favoriser le rayonnement et la notoriété des savoir-faire et marques cornouaillaises.
- Développer le tourisme 4 saisons
- Valoriser les circuits courts
- Augmenter le chiffre d'affaires des entreprises cornouaillaises en développant le marché des clientèles touristiques.

**CONTENU DE L'ACTION**

Afin de faciliter la découverte touristiques des savoir-faire et produits locaux par la clientèle touristique en toute autonomie, des offres / univers thématiques seraient à créer ou redynamiser sur le territoire de la Cornouaille. Elles auront pour objectif de permettre de favoriser un tourisme de 4 saisons, de faire découvrir le rétro-littoral et d'engager une dynamique publique/privée.

Traditionnellement parcours jalonnés de panneaux sous forme de routes touristiques, la réflexion peut désormais s'envisager sous des formats plus innovants à l'instar d'univers, virtuels grâce au numérique ou non.

De plus, l'association Aux Goûts du Jour, en partenariat avec Finistère 360, et les Pays de Cornouaille, de Brest et de Morlaix, projettent au cours de l'année 2018 une candidature au programme LEADER pour initier le développement du tourisme expérientiel culinaire.

A noter également, qu'à terme le projet de Guide du Routard de découverte des savoir-faire Cornouaillais pourra être reconsidéré dans le cadre de cette action.

A titre d'exemple, la Destination pourrait orienter ses projets d'offres / d'univers autour des thématiques suivantes :

- Offre / univers sur la gastronomie (spécialités du territoire, fruits de mer) : la Cornouaille est la Destination touristique qui se prêterait le mieux à ce projet.
- Offre / univers sur les métiers de la mer (maritimité et savoir-faire) : quand elle vient en Cornouaille, la clientèle touristique recherche avant tout à découvrir et consommer le littoral de la Destination. Créer une telle offre permettrait de mettre en synergie l'offre touristique sur cette thématique.
- Offre / univers sur les gâteaux / biscuits, etc. (recettes traditionnelles, spécialités culinaires) : spécificité du territoire, cette route offrirait une découverte gustative et gourmande de la Cornouaille.

Le format de l'offre / univers devra comprendre a minima :

- Une visite guidée d'un lieu ouvert au public (médiation humaine), Des points d'intérêts en lien avec la thématique, Des point de vente / consommation de produits, Une prise en compte de la saisonnalité

Il convient pour cela de procéder aux étapes suivantes :

- Engager une réflexion sur la création ou la redynamisation des offres / univers / circuits existants.
- Mettre en place un Groupe de travail sur le développement d'une ou plusieurs projets matériels et ou immatériels / virtuels.
- Envisager un co-investissement avec les entreprises concernées et volontaires.

## FICHE ACTION n°14 : Structuration d'offres thématiques sur les savoir-faire cornouaillais liés à la pêche, l'agriculture, l'artisanat et l'industrie.

**AXE B - Singulariser la destination à travers son lien terre/mer, sa culture, sa créativité et savoir-faire associés**

### Périmètre de la maîtrise d'œuvre :

Destination

### Maîtrise d'ouvrage :

- EPCI(s)
- Structure(s) facilitatrice(s)

### Partenariat(s) à mobiliser :

- Structure(s) facilitatrice(s)
- Offices de tourisme
- Entreprises ou lieux de découverte ouverts au public
- Acteurs touristiques : hébergeurs et prestataires
- CCI
- Finistère 360
- Département

### Critère d'éligibilité (fiches ouvertes) :

- Maillage équilibré du territoire de la Destination
- Intégration des voies vertes et des conditions d'écomobilité touristique
- Traduction du positionnement
- Incarnation des marqueurs identitaires de la Destination

### Correspondances stratégies EPCI :

CCPBS : renforcer le lien entre le monde de la pêche et du tourisme, qualification de l'offre autour des produits frais, de la diversité et de la traçabilité des produits bruts transformés localement.

Cap-Sizun (enjeux du territoire) : encourager les produits frais, locaux, développer des spécialités culinaires. Favoriser la mise en place de lieux de dégustation/de vente de produits locaux.

### Catégorie d'actions :

Production touristique

### Période de mise en œuvre :

Année 2, 3 et 4

### Indicateurs de réussite :

- Nombre d'univers / routes thématiques développés
- Niveau de fréquentations de ces univers / routes thématiques par les clientèles touristiques

### Indicateurs Développement Durable :

Eco.  
Soc.

**Budget : 200 k€ HT**

### Modèle(s) économique(s) :

Financements publics : Région, Département, EPCI

Financements européens : LEADER

Financement privé : entreprises

**TEMPS INGÉNIERIE Destination / an (Coordination) : 50 jr**

**TEMPS INGÉNIERIE OT ou EPCI / an (Intervention) : 10 jr**

### Source(s) de financement mobilisable(s) :

*Contrat de partenariat Cornouaille-Région* : Action n°2.4. La construction d'une destination touristique

Enveloppe de l'action : 213 475 €

Subvention :

- 10 % et 5 000 € à la programmation
- 20 % à 50% pour des projets de dimension cornouaillaise ou projets pilotes

*Aides du Conseil Régional de Bretagne*

Tourisme - diagnostics et expertises conseil sur les dossiers d'intérêt régional et innovant

Subvention : Taux maximum de 30% d'une dépense subventionnable plafonnée à 35 000 €.

*Programme LEADER*

- Fiche-action n°5 du programme LEADER : Expérimenter des démarches innovantes d'accueil touristique.
- Le projet LEADER en cours de réalisation par Aux Goûts du Jour.

## FICHE ACTION n°15 : Création d'expériences bretonnes cornouaillaises à destination des clientèles touristiques

### AXE B - Singulariser la destination à travers son lien terre/mer, sa culture, sa créativité et savoir-faire associés

**AXE OPERATIONNEL B8 : Mise en tourisme des offres de la Destination en se basant sur le récit de territoire**

**Niveau de priorité :**

+

**ENJEU(X)**

Développer des offres combinées, produits packagés et forfaits séjours et itinérance

**Type d'action :**

Ouverte

**CONTEXTE**

Les clientèles touristiques aspirent de manière croissante à vivre une expérience pendant leur séjour, apprendre la culture locale de leur lieu de vacances, participer activement à la découverte de savoir-faire. Le tourisme expérientiel favorise la différenciation de l'offre touristique d'une région, d'un territoire. Il participe également au rayonnement et à l'attractivité des territoires en mettant en valeur le patrimoine, les particularismes culturels, mais aussi les entreprises et travailleurs qui font parfois la renommée de ces régions.

La Cornouaille dispose d'un atout majeur : sa culture bretonne vivante est particulièrement dynamique, entretenue et se caractérise par sa diversité. Celle-ci inclut notamment la langue, la danse, le chant, la musique, les coiffes et costumes traditionnels, la gastronomie... Cette culture vivante est un puissant vecteur des identités du territoire, de ses traditions, de son authenticité. Celle-ci représente un véritable levier pour permettre aux clientèles touristiques de vivre des expériences de qualité qui laisseront une empreinte durable d'un séjour passé sur le territoire.

**OBJECTIF(S)**

- Véhiculer et incarner l'identité du territoire, la fierté de sa culture et de ses traditions cornouaillaises bretonnes.
- Proposer des expériences authentiques et de qualité aux clientèles touristiques à la recherche d'émotions.

**CONTENU DE L'ACTION**

L'action préconisée consiste à développer le tourisme expérientiel en mettant en valeur la culture cornouaillaise. En partenariat avec les Offices de tourisme, cette action consiste à accompagner la création d'expériences bretonnes autour des thématiques emblématiques suivantes, en lien avec le positionnement :

- savoir-faire des métiers de la mer (maritimité).
- danse et musique bretonne.
- spécialités locales et gastronomie (ex : cidre, biscuit, kouign amann...).
- langues et traditions cornouaillaises.

Exemples appliqués à la Cornouaille :

- Découvrir l'élevage d'huîtres lors d'une journée "Dans la peau d'un ostréiculteur",
- Découvrir la fabrication du cidre en devenant "cidriculteur d'un jour" et en participant à la cueillette de la pomme, apprenant le pressage du fruit, agrémenté de dégustations...,
- Découverte les métiers de la mer et de la pêche en accompagnant un pêcheur dans leur routine quotidienne (cf. Guilvinec : le pescatourisme),
- Découverte d'un fest-noz en étant accompagné et apprendre la danse, le chant breton ou la musique...

Il convient pour cela de procéder aux étapes suivantes :

- Créer un groupe de travail réunissant un interlocuteur par Office de tourisme du territoire. Un interlocuteur spécialisé sur la thématique à développer
- Contacter les prestataires potentiels pour les sensibiliser au projet.
- Mettre en place des partenariats liant les parties prenantes des circuits ciblés.
- Créer des contenus photos / vidéos
- Promouvoir et commercialiser ces circuits via les Offices de tourisme.

## FICHE ACTION n°15 : Création d'expériences bretonnes cornouaillaises à destination des clientèles touristiques

### AXE B - Singulariser la destination à travers son lien terre/mer, sa culture, sa créativité et savoir-faire associés

#### Périmètre de la maîtrise d'œuvre :

EPCI

#### Catégorie d'actions :

Production touristique

#### Maîtrise d'ouvrage :

Offices de tourisme

#### Période de mise en œuvre :

Année 3

#### Partenariat(s) à mobiliser :

- Structures facilitatrices
- EPCI
- Communes
- Producteurs locaux
- CIDREF
- Chefs
- Bagadoù
- Cercles
- Ententes culturelles
- Aux Goûts du jour

#### Indicateurs de réussite :

- Nombre de groupes de travail organisés
- Nombre de prestataires sollicités
- Bilan des expériences créées et commercialisées
- Nombre d'expériences créées et vendues

#### Critère d'éligibilité (fiches ouvertes) :

- Traduction du positionnement de la Destination
- Valorisation des filières clés prioritaires
- Incarnation des marqueurs de la Destination

#### Correspondances stratégies EPCI :

CCPBS : mise en tourisme du patrimoine identitaire bigouden

#### Indicateurs Développement Durable :

Eco.

**Budget : 100 k€ HT**

**TEMPS INGÉNIERIE Destination / an (Coordination) : 5 jr**

#### Modèle(s) économique(s) :

Financements publics : Région, EPCI

**TEMPS INGÉNIERIE OT ou EPCI / an (Intervention) : 15 jr**

#### Source(s) de financement mobilisable(s) :

*Contrat de partenariat Cornouaille-Région*

Action n°2.4. La construction d'une destination touristique

Enveloppe de l'action : 213 475 €

Subvention :

- 10 % et 5 000 € à la programmation
- 20 % à 50% pour des projets de dimension cornouaillaise ou projets pilotes

## FICHE ACTION n°16 : Développement de l'itinérance cyclo / vélo / vélo à assistance électrique (VAE) à travers des itinéraires de qualité

### AXE C - Donner accès à une pluralité d'ambiances et à des sites mythiques par l'itinérance et les pratiques nautiques de glisse

**AXE OPERATIONNEL C9 : Développement des infrastructures et aménagements en faveur des modes doux**

**Niveau de priorité :**

++

**ENJEU(X)**

Développer et coordonner les réseaux de modes doux : véloroutes, voies vertes, GR, sentiers équestres

**Type d'action :**

Ouverte

**CONTEXTE**

Le développement des déplacements doux sur les territoires s'impose désormais comme une évidence. Si son intérêt est connu et reconnu, l'implication des premiers aménageurs que sont les communes, les EPCI et le Conseil Départemental est à renforcer pour permettre la fonctionnalité optimale des réseaux, aménagements et infrastructures dédiés. Les clientèles touristiques démontrent un très fort intérêt à ce sujet qui conditionne par ailleurs la qualité de l'accueil et le bon développement de l'itinérance, ainsi que l'exploitation de son potentiel touristique et économique.

En effet, l'itinérance présente un angle intéressant pour considérer le sujet des déplacements doux à travers les 5 plus-values suivantes :

- Une saison touristique plus longue : du printemps à l'automne
- Les hébergements marchands sont les grands gagnants de l'itinérance
- L'itinérance est un levier d'une économie touristique durable
- Les grands itinéraires représentent des destinations à part entière
- Les itinérants dépensent plus que les séjournant

Le développement des modes doux dépend des facteurs de réussite suivants :

- Connaître les clientèles itinérantes spécifiques (et abandonner les idées reçues)
- Adopter une vision supra-EPCI, le touriste ignore et transgresse les limites administratives
- Mobiliser les hébergements qui représentent la clé de l'offre
- Mettre en réseau et mutualiser les acteurs (privés / publics) partageant retombées et investissements
- S'appuyer sur les grands itinéraires existants ou marques fortes (GR34, EuroVéloroute V5 « La Littorale – Roscoff – Saint-Nazaire).
- S'appuyer sur la qualité du littoral et les Îles (Glénan) pour l'itinérance nautique.

**OBJECTIF(S)**

- Améliorer l'expérience client séjournant ou itinérant au sein de la Destination concernant les modes doux.
- Développer les connexions des itinéraires entre les EPCI.
- Positionner la Destination comme un territoire structuré sur les modes doux.
- Augmenter le panier moyen de dépense touristique des clientèles itinérantes et favoriser les retombées économiques sur le territoire.

**CONTENU DE L'ACTION**

Cette action consiste à :

- Coordonner les schémas vélo des territoires de la Destination (Structure(s) facilitatrice(s))
- Poursuivre la réalisation des aménagements associés et les connexions inter-EPCI
- Assurer les aménagements nécessaires à la continuité des itinéraires cyclables dédiés ou partagés
- Assurer les aménagements protégés / sécurisés en faveur du vélo (ex : abris, garages, stationnements).
- Intégration des portes d'entrée (ferroviaire, maritime) dans la définition, la mise en place et la réalisation des itinéraires. (Structure(s) facilitatrice(s))
- Créer des boucles vélos sur la base des itinéraires structurants propices à la promenade pour agrémenter les possibilités de pratique du vélo sur les territoires et répondre aux différentes formes de pratique.



## FICHE ACTION n°16 : Développement de l'itinérance cyclo / vélo / vélo à assistance électrique (VAE) à travers des itinéraires de qualité

**AXE C - Donner accès à une pluralité d'ambiances et à des sites mythiques par l'itinérance et les pratiques nautiques de glisse**

### Périmètre de la maîtrise d'œuvre :

EPCI

### Maîtrise d'ouvrage :

- EPCI
- Département
- Communes
- Structure facilitatrice (QCD) en coordination des schémas vélo

### Partenariat(s) à mobiliser :

- Offices de tourisme
- Région
- CRT Bretagne
- FFRP
- Principales gares
- Principaux ports
- Hébergements marchands
- Autres prestataires touristiques locaux
- Organismes de labellisation (vélo)

### Critère d'éligibilité (fiches ouvertes) :

- Continuité des aménagements projetés
- Harmonisation et complémentarité du niveau de services et d'aménagements proposés
- Qualité de la répartition (régularité) des aménagements à l'échelle des territoires

### Correspondances stratégies EPCI :

Cap-Sizun : créer et aménager des pistes cyclables

### Catégorie d'actions :

Animation  
Coordination  
Accompagnement

### Période de mise en œuvre :

Année 2 et 3

### Indicateurs de réussite :

- Distance en linéaire de pistes cyclables aménagées
- Nombre d'aménagements dédiés
- Fréquentation / nombre de passages sur les itinéraires (enquêtes CRT Bretagne)

### Indicateurs Développement

**Durable** : Env. / Soc.

**Budget : 1000 k€ HT**

### Modèle(s) économique(s) :

Financement public : Département (Liaisons et aménagements d'intérêt départemental), EPCI (Liaisons et aménagements d'intérêt communautaire), Communes (Liaison et aménagements d'intérêt local)

### Source(s) de financement mobilisable(s) :

*Contrat de partenariat Cornouaille-Région*

Action n°2.3 : Une Cornouaille inspiratrice et de caractère

Enveloppe de l'action : 780 935 €

Subvention :

- 20 % et 5 000 € à la programmation
- 20 % à 50% pour des projets de dimension cornouaillaise ou projets pilotes

*Aides du Conseil Régional de Bretagne*

Tourisme - véloroutes et voies vertes

Subvention : Taux de 20%

**TEMPS INGÉNIERIE Destination / an (Coordination) : 40 jr**

**TEMPS INGÉNIERIE OT ou EPCI / an (Intervention) : 20 jr**

## FICHE ACTION n°17 : Développement de l'itinérance pédestre à travers des itinéraires de qualité

### AXE C - Donner accès à une pluralité d'ambiances et à des sites mythiques par l'itinérance et les pratiques nautiques de glisse

**AXE OPERATIONNEL C9 : Développement des infrastructures et aménagements en faveur des modes doux**

**Niveau de priorité :**

++

**ENJEU(X)**

Capitaliser sur les réseaux de modes doux : véloroutes, voies vertes, GR, sentiers équestres

**Type d'action :**

Ouverte

**CONTEXTE**

Le développement des déplacements doux sur les territoires s'impose désormais comme une évidence. Si son intérêt est connu et reconnu, l'implication des premiers aménageurs que sont les communes, les EPCI et le Conseil Départemental est à renforcer pour permettre la fonctionnalité optimale des réseaux, aménagements et infrastructures dédiés. Les clientèles touristiques démontrent un très fort intérêt à ce sujet qui conditionne par ailleurs la qualité de l'accueil et le bon développement de l'itinérance, ainsi que l'exploitation de son potentiel touristique et économique.

En effet, l'itinérance présente un angle intéressant pour considérer le sujet des déplacements doux à travers les 5 plus-values suivantes:

- Une saison touristique plus longue : du printemps à l'automne
- Les hébergements marchands sont les grands gagnants de l'itinérance
- L'itinérance est un levier d'une économie touristique durable
- Les grands itinéraires représentent des destinations à part entière
- Les itinérants dépensent plus que les séjournant

Le développement des modes doux dépend des facteurs de réussite suivants :

- Connaître les clientèles itinérantes spécifiques (et abandonner les idées reçues)
- Adopter une vision supra-EPCI, le touriste ignore et transgresse les limites administratives
- Mobiliser les hébergements qui représentent la clé de l'offre
- Mettre en réseau et mutualiser les acteurs (privés / publics) partageant retombées et investissements
- S'appuyer sur les grands itinéraires existants ou marques fortes (GR34, EuroVéloroute V5 « La Littorale – Roscoff – Saint-Nazaire).
- S'appuyer sur la qualité du littoral et les Îles (Glénan) pour l'itinérance nautique.

**OBJECTIF(S)**

- Améliorer l'expérience client séjournant ou itinérant au sein de la Destination concernant les modes doux.
- Favoriser la connexion des itinéraires entre les EPCI.
- Positionner la Destination comme un territoire structuré sur les modes doux.
- Augmenter le panier moyen de dépense touristique des clientèles itinérantes et favoriser les retombées économiques sur le territoire.

**CONTENU DE L'ACTION**

Cette action consiste à :

- Identifier et qualifier des itinéraires de randonnées prioritaires, à vocation d'itinérance pour les clientèles touristiques (A noter que pour le côté "ouest", cela est travaillé dans le cadre du plan départemental d'itinéraires et randonnées, cela reste à opérer pour le côté "est" de la destination).
- Mettre en place un système de veille du réseau de ces itinéraires avec remontée, centralisation, et partage d'informations avec les acteurs de la randonnée sur le territoire (acteurs associatifs, collectivités)
- Maintenir et entretenir la qualité du balisage à destination des clientèles pédestres (EPCI)

## FICHE ACTION n°17 : Développement de l'itinérance pédestre à travers des itinéraires de qualité

### AXE C - Donner accès à une pluralité d'ambiances et à des sites mythiques par l'itinérance et les pratiques nautiques de glisse

<p><b>Périmètre de la maîtrise d'œuvre :</b> Destination</p>	<p><b>Catégorie d'actions :</b> Animation Coordination Accompagnement</p>
<p><b>Maîtrise d'ouvrage :</b> - EPCI - Département - Structure facilitatrice (QCD) en coordination</p>	<p><b>Période de mise en œuvre :</b> Année 2et 3</p>
<p><b>Partenariat(s) à mobiliser :</b> - Offices de tourisme - EPCI - Département - Région - CRT Bretagne - FFRP - Principales gares - Principaux ports - Hébergements marchands - Autres prestataires touristiques locaux</p>	<p><b>Indicateurs de réussite :</b> - Distance en linéaire d'itinéraires entretenus, balisés - Nombre de remontées issues du réseau de veille et taux de traitement de ces remontées - Fréquentation / nombre de passages sur les itinéraires (enquêtes CRT Bretagne)</p>
<p><b>Critère d'éligibilité (fiches ouvertes) :</b> - Cohérence avec les PDIPR - Répartition équilibrée du maillage d'itinéraires</p>	
<p><b>Correspondances stratégies EPCI :</b> -</p>	<p><b>Indicateurs Développement Durable :</b> Env. Soc.</p>

<p><b>Budget : 150 k€ HT</b></p>	<p><b>TEMPS INGÉNIERIE Destination / an (Coordination) : 10 jr</b></p>
<p><b>Modèle(s) économique(s) :</b> Financement public : Structure(s) facilitatrice(s), EPCI, Département, Région</p>	<p><b>TEMPS INGÉNIERIE OT ou EPCI / an (Intervention) : 5 jr</b></p>
<p><b>Source(s) de financement mobilisable(s) :</b> <i>Contrat de partenariat Cornouaille-Région</i> 2.3 : Une Cornouaille inspiratrice et de caractère Enveloppe de l'action : 780 935 € Subvention : - 20 % et 5 000 € à la programmation - 20 % à 50% pour des projets de dimension cornouaillaise ou projets pilotes</p>	

## FICHE ACTION n°18 : Développement de l'itinérance nautique à travers des itinéraires de qualité

### AXE C - Donner accès à une pluralité d'ambiances et à des sites mythiques par l'itinérance et les pratiques nautiques de glisse

**AXE OPERATIONNEL C9 : Développement des infrastructures et aménagements en faveur des modes doux**

**Niveau de priorité :**

++

**ENJEU(X)**

Capitaliser sur la pratique nautique et ses aménagements

**Type d'action :**

Ouverte

**CONTEXTE**

Le développement des déplacements doux sur les territoires s'impose désormais comme une évidence. Si son intérêt est connu et reconnu, l'implication des premiers aménageurs que sont les EPCI et le Conseil Départemental est à renforcer pour permettre la fonctionnalité optimale des réseaux, aménagements et infrastructures dédiés. Les clientèles touristiques démontrent un très fort intérêt à ce sujet qui conditionne par ailleurs la qualité de l'accueil et le bon développement de l'itinérance, ainsi que l'exploitation de son potentiel touristique et économique.

En effet, l'itinérance présente un angle intéressant pour considérer le sujet des déplacements doux à travers les 5 plus-values suivantes:

- Une saison touristique plus longue : du printemps à l'automne
- Les hébergements marchands sont les grands gagnants de l'itinérance
- L'itinérance est un levier d'une économie touristique durable
- Les grands itinéraires représentent des destinations à part entière
- Les itinérants dépensent plus que les séjournant

Le développement des modes doux dépend des facteurs de réussite suivants :

- Connaître les clientèles itinérantes spécifiques (et abandonner les idées reçues)
- Adopter une vision supra-EPCI, le touriste ignore et transgresse les limites administratives
- Mobiliser les hébergements qui représentent la clé de l'offre
- Mettre en réseau et mutualiser les acteurs (privés / publics) partageant retombées et investissements
- S'appuyer sur les grands itinéraires existants ou marques fortes (GR34, EuroVéloroute V5 « La Littorale – Roscoff – Saint-Nazaire).
- S'appuyer sur la qualité du littoral et les îles (Glénan) pour l'itinérance nautique.

**OBJECTIF(S)**

- ~~– Améliorer l'expérience client séjournant ou itinérant au sein de la Destination concernant les modes doux.~~
  - ~~– Favoriser la connexion des itinéraires entre les EPCI.~~
  - ~~– Positionner la Destination comme un territoire structuré sur les modes doux.~~
  - ~~– Augmenter le panier moyen de dépense touristique des clientèles itinérantes et favoriser les retombées économiques sur le territoire.~~
- Développer une offre nautique d'itinérance

**CONTENU DE L'ACTION**

L'itinérance nautique est à la croisée du sport, du loisir et du tourisme. Elle désigne une pratique visant à combiner la pratique d'une activité nautique et le recours à des nuitées successives en hébergement. L'itinérance nautique nécessite de mobiliser les prestataires nautiques que représentent les clubs ou les centres nautiques mais également les hébergements. Cette activité repose en outre sur des aménagements dédiés qui favorisent l'accueil, la pratique, la qualité de service nécessaire à l'itinérance nautique. L'itinérance nautique doit donc s'envisager de manière intégrée. Celle-ci peut s'envisager le long du littoral mais également entre les territoires insulaires et le littoral (ex Archipel des îles de Glénan).

Cette action s'envisage à travers les axes de travail suivants :

- La sensibilisation aux opportunités de développer l'itinérance nautique auprès des prestataires nautiques (disposant ou non d'hébergement) et des hébergeurs potentiellement concernés ou intéressés. Ce travail de sensibilisation doit notamment s'opérer en faveur de l'adaptation des équipements, des matériels et de répondre aux nouvelles exigences de convivialité, de sécurité, de pratique libre.
- L'identification, la constitution et l'aménagement d'un réseau d'escales, ports et mouillages pour favoriser le cabotage (acheminement de passagers sur de courtes distances).
- L'amélioration, la maîtrise et la gestion des mouillages en milieu naturel au regard des capacités d'accueil parfois insuffisantes des ports.

A titre d'exemples, plusieurs types d'itinérance nautique peuvent être développés :

- Croisières en voilier
- Rallyes nautiques en petits bateaux
- Randonnées en canoë-kayak le long du littoral...

A noter qu'une promotion / communication spécifique devra mettre en évidence les atouts développés afin de conquérir de nouvelles clientèles attirées par l'itinérance nautique (ex : guide nautique précisant les bonnes adresses, formules tarifaires incitatives, etc.).

Certains éléments de l'offre touristique mériteront d'être mis en valeur pour agrémenter le souhait des clientèles de profiter de leur itinéraire pour découvrir le territoire en profondeur.

## FICHE ACTION n°18 : Développement de l'itinérance nautique à travers des itinéraires de qualité

### AXE C - Donner accès à une pluralité d'ambiances et à des sites mythiques par l'itinérance et les pratiques nautiques de glisse

<p><b>Périmètre de la maîtrise d'œuvre :</b> Destination</p>	<p><b>Catégorie d'actions :</b> Animation Coordination Accompagnement Aménagement</p>
<p><b>Maîtrise d'ouvrage :</b> - EPCI</p>	<p><b>Période de mise en œuvre :</b> Année 3</p>
<p><b>Partenariat(s) à mobiliser :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Centres / clubs nautiques</li> <li>- Autres prestataires nautiques</li> <li>- Ports de plaisance</li> <li>- Offices de tourisme</li> <li>- EPCI</li> <li>- Département</li> <li>- Région</li> <li>- CRT Bretagne</li> <li>- Hébergements marchands</li> <li>- Autres prestataires touristiques locaux</li> <li>- NEB</li> <li>- Finistere 360°</li> </ul>	<p><b>Indicateurs de réussite :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Nombres de prestataires engagés</li> <li>- Nombre d'aménagements compatibles ou dédiés à l'itinérance nautique</li> </ul>
<p><b>Critère d'éligibilité (fiches ouvertes) :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Continuité des aménagements projetés avec les centres nautiques</li> <li>- Harmonisation et complémentarité du niveau de services et d'aménagements proposés</li> <li>- Qualité de la répartition (régularité) des aménagements à l'échelle des territoires</li> </ul>	
<p><b>Correspondances stratégies EPCI :</b> -</p>	<p><b>Indicateurs Développement Durable :</b> Env. Soc.</p>

<p><b>Budget : 500 k€ HT</b></p>	<p><b>TEMPS INGÉNIERIE Destination / an (Coordination) : 15 jr</b></p>
<p><b>Modèle(s) économique(s) :</b> Financement public : Structure(s) facilitatrice(s), EPCI, Département, Région</p>	<p><b>TEMPS INGÉNIERIE OT ou EPCI / an (Intervention) : 10 jr</b></p>
<p><b>Source(s) de financement mobilisable(s) :</b> <i>Contrat de partenariat Cornouaille-Région</i> Action n°2.2. Un développement maîtrisé du nautisme Enveloppe de l'action : 1 163 840 € Subvention : - 20 % et 5 000 € à la programmation - 20 % à 50% pour des projets de dimension cornouaillaise ou projets pilotes - 250 000 € max. pour l'aménagement des ports de plaisance <i>Programme LEADER :</i> Fiche-action n°3 : Structurer les activités de pleine nature.</p>	

## FICHE ACTION n°19 : Développement de l'itinérance équestre à travers des itinéraires de qualité

### AXE C - Donner accès à une pluralité d'ambiances et à des sites mythiques par l'itinérance et les pratiques nautiques de glisse

**AXE OPERATIONNEL C9 : Développement des infrastructures et aménagements en faveur des modes doux**

**Niveau de priorité :**

+

#### ENJEU(X)

Capitaliser sur les réseaux de modes doux : véloroutes, voies vertes, GR, sentiers équestres

**Type d'action :**

Ouverte

#### CONTEXTE

Le développement des déplacements doux sur les territoires s'impose désormais comme une évidence. Si son intérêt est connu et reconnu, l'implication des premiers aménageurs que sont les communes, les EPCI et le Conseil Départemental est à renforcer pour permettre la fonctionnalité optimale des réseaux, aménagements et infrastructures dédiés. Les clientèles touristiques démontrent un très fort intérêt à ce sujet qui conditionne par ailleurs la qualité de l'accueil et le bon développement de l'itinérance, ainsi que l'exploitation de son potentiel touristique et économique.

En effet, l'itinérance présente un angle intéressant pour considérer le sujet des déplacements doux à travers les 5 plus-values suivantes :

- Une saison touristique plus longue : du printemps à l'automne
- Les hébergements marchands sont les grands gagnants de l'itinérance
- L'itinérance est un levier d'une économie touristique durable
- Les grands itinéraires représentent des destinations à part entière
- Les itinérants dépensent plus que les séjournant

Le développement des modes doux dépend des facteurs de réussite suivants :

- Connaître les clientèles itinérantes spécifiques (et abandonner les idées reçues)
- Adopter une vision supra-EPCI, le touriste ignore et transgresse les limites administratives
- Mobiliser les hébergements qui représentent la clé de l'offre
- Mettre en réseau et mutualiser les acteurs (privés / publics) partageant retombées et investissements
- S'appuyer sur les grands itinéraires existants ou marques fortes (GR34, EuroVéloroute V5 « La Littorale – Roscoff – Saint-Nazaire).
- S'appuyer sur la qualité du littoral et les Îles (Glénan) pour l'itinérance nautique.

#### OBJECTIF(S)

- Améliorer l'expérience client séjournant ou itinérant au sein de la Destination concernant les modes doux.
- Favoriser la connexion des itinéraires entre les EPCI.
- Positionner la Destination comme un territoire structuré sur les modes doux.
- Augmenter le panier moyen de dépense touristique des clientèles itinérantes et favoriser les retombées économiques sur le territoire.

#### CONTENU DE L'ACTION

Cette action consiste à :

- Réaliser le diagnostic des conditions de la pratique équestre sur le territoire à l'échelle de la Destination
- Développer et qualifier des itinéraires (cf. EquiBreizh)
- Identifier les hébergeurs qualifiés ou en capacité d'accueillir les clientèles équestres
- Analyser les besoins et services à renforcer.

A noter que cette action s'intègre plus largement dans :

- la fiche-action n°3 du programme LEADER : Structurer les activités de pleine nature.

## FICHE ACTION n°19 : Développement de l'itinérance équestre à travers des itinéraires de qualité

### AXE C - Donner accès à une pluralité d'ambiances et à des sites mythiques par l'itinérance et les pratiques nautiques de glisse

<p><b>Périmètre de la maîtrise d'œuvre :</b> EPCI</p>	<p><b>Catégorie d'actions :</b> Animation Coordination Accompagnement</p>
<p><b>Maîtrise d'ouvrage :</b> - EPCI - Département</p>	<p><b>Période de mise en œuvre :</b> Année 4</p>
<p><b>Partenariat(s) à mobiliser :</b> - Offices de tourisme - EPCI - Département - Région - CRT Bretagne - FFE - CRTE - Principales gares - Hébergements marchands - Autres prestataires touristiques locaux - Centres équestres</p>	<p><b>Indicateurs de réussite :</b> - Distance en linéaire d'itinéraires entretenus, balisés pour la pratique équestre - Fréquentation / nombre de passages cavaliers sur les itinéraires</p>
<p><b>Critère d'éligibilité (fiches ouvertes) :</b> - Cohérence avec l'Equibreizh - Répartition appropriée du maillage d'itinéraires</p>	
<p><b>Correspondances stratégies EPCI :</b> -</p>	<p><b>Indicateurs Développement Durable :</b> Env. Soc.</p>

<p><b>Budget : 40 k€ HT</b></p>	<p><b>TEMPS INGÉNIERIE Destination / an (Coordination) : 5 jr</b></p>
<p><b>Modèle(s) économique(s) :</b> Financement public : Structure(s) facilitatrice(s), EPCI, Département, Région</p>	<p><b>TEMPS INGÉNIERIE OT ou EPCI / an (Intervention) : 5 jr</b></p>
<p><b>Source(s) de financement mobilisable(s) :</b> <i>Contrat de partenariat Cornouaille-Région</i> Action n°2.3 : Une Cornouaille inspiratrice et de caractère Enveloppe de l'action : 780 935 € Subvention : - 20 % et 5 000 € à la programmation - 20 % à 50% pour des projets de dimension cornouaillaise ou projets pilotes <i>Aides du Conseil Régional de Bretagne</i> Soutien à la structuration de la filière cheval en Bretagne Subvention : - Actions d'animation, de développement, de promotion et de commercialisation : aide au fonctionnement arrêtée au cas par cas.</p>	

## FICHE ACTION n°20 : Amélioration de la qualité d'accueil de la clientèle pratiquant l'itinérance pédestre

### AXE C - Donner accès à une pluralité d'ambiances et à des sites mythiques par l'itinérance et les pratiques nautiques de glisse

**AXE OPERATIONNEL C10 : Développement de services d'accueil dédiés aux clientèles itinérantes**

**Niveau de priorité :**

++

**ENJEU(X)**

Développer le taux d'occupation hors saison

**Type d'action :**

Ouverte

**CONTEXTE**

Actuellement, les analyses de fréquentation, des comportements d'achat et des pratiques des clientèles font ressortir le tourisme itinérant comme un puissant facteur d'attractivité et de fréquentation des territoires au-delà de la saison estivale et, à ce titre, un levier majeur de croissance et d'emploi. Concrètement, l'itinérance présente les plus-values suivantes :

- Une saison estivale plus longue du printemps à l'automne
- Les hébergements marchands sont les grands gagnants de l'itinérance
- L'itinérance est un levier d'une économie touristique durable
- Les grands itinéraires représentent des destinations à part entière
- Les itinérants dépensent plus que les séjournant

L'itinérance est désormais un phénomène touristique à part entière, spécifique, caractérisé et source de création de valeur pour l'écosystème touristique pourvu que celui-ci s'organise selon la notion de parcours client.

Les conditions suivantes sont identifiées comme facteurs de réussite pour l'itinérance :

- Connaître les clientèles itinérantes spécifiques (et abandonner les idées reçues)
- Adopter une vision supra-EPCI, le touriste ignore et transgresse les limites administratives
- Mobiliser les hébergements qui représentent la clé de l'offre (hors camping-caristes)
- Mettre en réseau et mutualiser les acteurs (privés / publics) partageant retombées et investissements
- S'appuyer sur les grands itinéraires existants ou marques fortes (ex : GR34, EuroVéloroute V5 « La Littorale – Roscoff – Saint-Nazaire, ainsi que les itinéraires routiers touristiques pour le cas spécifique des campings-caristes...).

Les axes de travail suivants sont préconisés pour développer chaque forme d'itinérance à considérer.

**OBJECTIF(S)**

- Améliorer l'expérience client et la satisfaction des clientèles en itinérance.
- Favoriser la consommation touristique de la clientèle itinérante et optimiser les retombées économiques locales.

**CONTENU DE L'ACTION**

Un accueil et une offre touristique structurée pour la clientèle pédestre favorisent la consommation touristique et permet d'augmenter le panier moyen de dépense par touriste.

Il convient pour cela de procéder à travers les étapes suivantes :

- Analyser l'offre de services disponibles au niveau ou à proximité du GR34 en correspondance avec les attentes clientèles.
- Sensibiliser les professionnels du tourisme à l'accueil des clientèles en itinérance pédestre (hébergement, restauration, sites touristiques, offices de tourisme...).
- Mettre en place les services perçus comme absents ou à renforcer dans une démarche multi-partenaire.
- Favoriser la création d'hébergements adaptés sur les tronçons présentant une carence.
- Communiquer sur l'existence et les modalités des services disponibles.



## FICHE ACTION n°20 : Amélioration de la qualité d'accueil de la clientèle pratiquant l'itinérance pédestre

### AXE C - Donner accès à une pluralité d'ambiances et à des sites mythiques par l'itinérance et les pratiques nautiques de glisse

<p><b>Périmètre de la maîtrise d'œuvre :</b> Destination</p>	<p><b>Catégorie d'actions :</b> Animation Coordination Accompagnement</p>
<p><b>Maîtrise d'ouvrage :</b> Structure facilitatrice QCD / OT / EPCI</p>	<p><b>Période de mise en œuvre :</b> Année 2</p>
<p><b>Partenariat(s) à mobiliser :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- EPCI</li> <li>- F360</li> <li>- Hébergements marchands</li> <li>- CRT</li> <li>- FFRP</li> <li>- Organismes de labellisation</li> </ul>	<p><b>Indicateurs de réussite :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Nombre de structures accompagnées</li> <li>- Nombre de structures ayant structuré une démarche à destination des clientèles itinérantes considérées</li> </ul>
<p><b>Critère d'éligibilité (fiches ouvertes) :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Maillage équilibré du territoire de la Destination</li> <li>- Intégration des voies vertes et des conditions d'écomobilité touristique</li> <li>- traduction du positionnement</li> </ul> <p>Incarnation des marqueurs identitaires de la Destination</p>	
<p><b>Correspondances stratégies EPCI :</b></p> <p>CCPBS : développer une offre de balades terrestres et cyclo adaptées aux attentes des visiteurs</p> <p>Cap-Sizun : Favoriser le développement d'une offre d'hébergements thématiques (randonnée)</p>	<p><b>Indicateurs Développement Durable :</b></p> <p>Eco. Env. Soc.</p>

<p><b>Budget : 40 k€ HT</b></p>	<p><b>TEMPS INGÉNIERIE Destination / an (Coordination) : 30 jr</b></p>
<p><b>Modèle(s) économique(s) :</b> Financements publics : Structure(s) facilitatrice(s), EPCI, Région</p>	<p><b>TEMPS INGÉNIERIE OT ou EPCI / an (Intervention) : 15 jr</b></p>
<p><b>Source(s) de financement mobilisable(s) :</b></p> <p><i>Contrat de partenariat Cornouaille-Région</i></p> <p>2.3 : Une Cornouaille inspiratrice et de caractère</p> <p>Enveloppe de l'action : 780 935 €</p> <p>Subvention :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 20 % et 5 000 € à la programmation</li> <li>- 20 % à 50% pour des projets de dimension cornouaillaise ou projets pilotes</li> </ul>	

## FICHE ACTION n°21 : Amélioration de la qualité d'accueil de la clientèle pratiquant l'itinérance à vélo (ou vélo à assistance électrique)

### AXE C - Donner accès à une pluralité d'ambiances et à des sites mythiques par l'itinérance et les pratiques nautiques de glisse

**AXE OPERATIONNEL C10 : Développement de services d'accueil dédiés aux clientèles itinérantes**

**Niveau de priorité :**

++

**ENJEU(X)**

Développer le taux d'occupation hors saison

**Type d'action :**

Ouverte

**CONTEXTE**

Actuellement, les analyses de fréquentation, des comportements d'achat et des pratiques des clientèles font ressortir le tourisme itinérant comme un puissant facteur d'attractivité et de fréquentation des territoires au-delà de la saison estivale et, à ce titre, un levier majeur de croissance et d'emploi. Concrètement, l'itinérance présente les plus-values suivantes :

- Une saison estivale plus longue du printemps à l'automne
- Les hébergements marchands sont les grands gagnants de l'itinérance
- L'itinérance est un levier d'une économie touristique durable
- Les grands itinéraires représentent des destinations à part entière
- Les itinérants dépensent plus que les séjournant

L'itinérance est désormais un phénomène touristique à part entière, spécifique, caractérisé et source de création de valeur pour l'écosystème touristique pourvu que celui-ci s'organise selon la notion de parcours client.

Les conditions suivantes sont identifiées comme facteurs de réussite pour l'itinérance :

- Connaître les clientèles itinérantes spécifiques (et abandonner les idées reçues)
- Adopter une vision supra-EPCI, le touriste ignore et transgresse les limites administratives
- Mobiliser les hébergements qui représentent la clé de l'offre (hors camping-caristes)
- Mettre en réseau et mutualiser les acteurs (privés / publics) partageant retombées et investissements
- S'appuyer sur les grands itinéraires existants ou marques fortes (ex : GR34, EuroVéloroute V5 « La Littorale – Roscoff – Saint-Nazaire, ainsi que les itinéraires routiers touristiques pour le cas spécifique des campings-caristes...).

Les axes de travail suivants sont préconisés pour développer chaque forme d'itinérance à considérer.

**OBJECTIF(S)**

- Améliorer l'expérience client et la satisfaction des clientèles en itinérance.
- Favoriser la consommation touristique de la clientèle itinérante et optimiser les retombées économiques locales.

**CONTENU DE L'ACTION**

Un accueil et une offre touristique structurée pour la clientèle à vélo favorise la consommation touristique et permet d'augmenter le panier moyen de dépense par touriste.

Il convient pour cela de procéder aux étapes suivantes :

- Analyser l'offre de services disponibles au niveau ou à proximité des itinéraires structurants (Véloroutes n°5 et n°7 et liaison départementale Douarnenez-Quimper-Pont l'Abbé), en correspondance avec les attentes clientèles.
- Mettre en place les services perçus comme absents ou à renforcer dans une démarche multi-partenariale (ex : stationnement vélo sécurisé, équipements Accueil Vélo...).
- Favoriser la création d'hébergements adaptés sur les tronçons présentant une carence.
- Communiquer sur l'existence et les modalités des services disponibles.

Cette action devra s'intégrer plus largement dans :

- La fiche-action n°3 du programme LEADER : Structurer les activités de pleine nature.
- Le Schéma Vélo Ouest Cornouaille.

## FICHE ACTION n°21 : Amélioration de la qualité d'accueil de la clientèle pratiquant l'itinérance à vélo (ou vélo à assistance électrique)

### AXE C - Donner accès à une pluralité d'ambiances et à des sites mythiques par l'itinérance et les pratiques nautiques de glisse

<p><b>Périmètre de la maîtrise d'œuvre :</b> Destination</p>	<p><b>Catégorie d'actions :</b> Animation Coordination Accompagnement</p>
<p><b>Maîtrise d'ouvrage :</b> Structure(s)- facilitatrice(s)</p>	<p><b>Période de mise en œuvre :</b> Année 2</p>
<p><b>Partenariat(s) à mobiliser :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- EPCI</li> <li>- Prestataires touristiques</li> <li>- Hébergements marchands</li> <li>- CRT</li> <li>- FFC</li> <li>- Organismes de labellisation</li> <li>- Offices de tourisme</li> </ul>	<p><b>Indicateurs de réussite :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Nombre de structures accompagnées</li> <li>- Nombre de structures ayant structuré une démarche à destination des clientèles itinérantes considérées</li> </ul>
<p><b>Critère d'éligibilité (fiches ouvertes) :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Maillage équilibré du territoire de la Destination</li> <li>- Intégration des voies vertes et des conditions d'écomobilité touristique</li> <li>- traduction du positionnement</li> </ul> <p>Incarnation des marqueurs identitaires de la Destination</p>	
<p><b>Correspondances stratégies EPCI :</b></p> <p>CCPBS : développer une offre de balades terrestres et cyclo adaptées aux attentes des visiteurs</p> <p>Cap-Sizun : Favoriser le développement d'une offre d'hébergements thématiques (randonnée)</p>	<p><b>Indicateurs Développement Durable :</b></p> <p>Eco. Env. Soc.</p>

<p><b>Budget : 80 k€ HT</b></p>	<p><b>TEMPS INGÉNIERIE Destination / an (Coordination) : 30 jr</b></p>
<p><b>Modèle(s) économique(s) :</b> Financements publics : Structure(s) facilitatrice(s), EPCI, Région</p>	<p><b>TEMPS INGÉNIERIE OT ou EPCI / an (Intervention) : 15 jr</b></p>
<p><b>Source(s) de financement mobilisable(s) :</b></p> <p><i>Contrat de partenariat Cornouaille-Région</i></p> <p>2.3 : Une Cornouaille inspiratrice et de caractère</p> <p>Enveloppe de l'action : 780 935 €</p> <p>Subvention :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 20 % et 5 000 € à la programmation</li> <li>- 20 % à 50% pour des projets de dimension cornouaillaise ou projets pilotes</li> </ul>	

## FICHE ACTION n°22 : Amélioration de la qualité d'accueil de la clientèle pratiquant l'itinérance équestre

### AXE C - Donner accès à une pluralité d'ambiances et à des sites mythiques par l'itinérance et les pratiques nautiques de glisse

**AXE OPERATIONNEL C10 : Développement de services d'accueil dédiés aux clientèles itinérantes**

**Niveau de priorité :**

+

**ENJEU(X)**

Développer le taux d'occupation hors saison

**Type d'action :**

Ouverte

**CONTEXTE**

Actuellement, les analyses de fréquentation, des comportements d'achat et des pratiques des clientèles font ressortir le tourisme itinérant comme un puissant facteur d'attractivité et de fréquentation des territoires au-delà de la saison estivale et, à ce titre, un levier majeur de croissance et d'emploi. Concrètement, l'itinérance présente les plus-values suivantes :

- Une saison estivale plus longue du printemps à l'automne
- Les hébergements marchands sont les grands gagnants de l'itinérance
- L'itinérance est un levier d'une économie touristique durable
- Les grands itinéraires représentent des destinations à part entière
- Les itinérants dépensent plus que les séjournant

L'itinérance est désormais un phénomène touristique à part entière, spécifique, caractérisé et source de création de valeur pour l'écosystème touristique pourvu que celui-ci s'organise selon la notion de parcours client.

Les conditions suivantes sont identifiées comme facteurs de réussite pour l'itinérance :

- Connaître les clientèles itinérantes spécifiques (et abandonner les idées reçues)
- Adopter une vision supra-EPCI, le touriste ignore et transgresse les limites administratives
- Mobiliser les hébergements qui représentent la clé de l'offre (hors camping-caristes)
- Mettre en réseau et mutualiser les acteurs (privés / publics) partageant retombées et investissements
- S'appuyer sur les grands itinéraires existants ou marques fortes (ex : GR34, EuroVéloroute V5 « La Littorale – Roscoff – Saint-Nazaire, ainsi que les itinéraires routiers touristiques pour le cas spécifique des campings-caristes...).

Les axes de travail suivants sont préconisés pour développer chaque forme d'itinérance à considérer.

**OBJECTIF(S)**

- Améliorer l'expérience client et la satisfaction des clientèles en itinérance.
- Favoriser la consommation touristique de la clientèle itinérante et optimiser les retombées économiques locales.

**CONTENU DE L'ACTION**

A l'origine du tourisme équestre, la randonnée à cheval reste indéniablement l'activité la plus représentative et repose sur :

- une activité hors du cadre de vie habituel du client,
- une consommation de produits équestres (perfectionnement, promenade, randonnée, attelage),
- des effets économiques induits (hébergement, restauration, équipements spécifiques,...),
- un dépaysement culturel lié à la découverte d'une région.

Les principales motivations des clientèles pour pratiquer le tourisme équestre sont :

- la découverte des paysages et le contact avec la nature,
- une identité culturelle forte,
- le patrimoine culturel, la découverte d'un territoire, d'une gastronomie, du patrimoine bâti.

Il convient pour assurer le développement de services et aménagements adaptés de procéder aux étapes suivantes :

- Analyser l'offre de services disponibles au niveau ou à proximité des itinéraires équestre structurants (Equibreizh), en correspondance avec les attentes clientèles.
- Mettre en place les services perçus comme absents ou à renforcer avec les hébergeurs qualifiés.
- Favoriser la création d'hébergements adaptés sur les tronçons présentant une carence.
- Communiquer sur l'existence et les modalités des services disponibles.
- Mettre en place et entretenir le réseau d'itinéraires dédiés,
- Assurer la présence, sur ce réseau, de gîtes et de lieux d'étape.

Les chemins équestres doivent nécessairement relier des centres d'activités touristiques entre eux (centres équestres, gîtes d'étape, sites touristiques).

## FICHE ACTION n°22 : Amélioration de la qualité d'accueil de la clientèle pratiquant l'itinérance équestre

### AXE C - Donner accès à une pluralité d'ambiances et à des sites mythiques par l'itinérance et les pratiques nautiques de glisse

<p><b>Périmètre de la maîtrise d'œuvre :</b> Destination</p>	<p><b>Catégorie d'actions :</b> Animation Coordination Accompagnement</p>
<p><b>Maîtrise d'ouvrage :</b> Structure(s)- facilitatrice(s)</p>	<p><b>Période de mise en œuvre :</b> Année 2</p>
<p><b>Partenariat(s) à mobiliser :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- EPCI</li> <li>- Prestataires touristiques</li> <li>- Hébergements marchands</li> <li>- CRT</li> <li>- FFE</li> <li>- CRTE</li> <li>- Centres équestres</li> <li>- Offices de tourisme</li> </ul>	<p><b>Indicateurs de réussite :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Nombre de structures accompagnées</li> <li>- Nombre de structures ayant structuré une démarche à destination des clientèles itinérantes considérées</li> </ul>
<p><b>Critère d'éligibilité (fiches ouvertes) :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Maillage équilibré du territoire de la Destination</li> <li>- Intégration des voies vertes et des conditions d'écomobilité touristique</li> <li>- traduction du positionnement</li> </ul> <p>Incarnation des marqueurs identitaires de la Destination</p>	
<p><b>Correspondances stratégies EPCI :</b> Cap-Sizun : Favoriser le développement d'une offre d'hébergements thématiques (randonnée)</p>	<p><b>Indicateurs Développement Durable :</b></p> <p>Eco. Env. Soc.</p>

<p><b>Budget : 20 k€ HT</b></p>	<p><b>TEMPS INGÉNIERIE Destination / an (Coordination) : 5 jr</b></p>
<p><b>Modèle(s) économique(s) :</b> Financements publics : Structure(s) facilitatrice(s), EPCI, Région</p>	<p><b>TEMPS INGÉNIERIE OT ou EPCI / an (Intervention) : 5 jr</b></p>
<p><b>Source(s) de financement mobilisable(s) :</b> <i>Contrat de partenariat Cornouaille-Région</i> 2.3 : Une Cornouaille inspiratrice et de caractère Enveloppe de l'action : 780 935 € Subvention : - 20 % et 5 000 € à la programmation - 20 % à 50% pour des projets de dimension cornouaillaise ou projets pilotes <i>Aides du Conseil Régional de Bretagne</i> Soutien à la structuration de la filière cheval en Bretagne Subvention : - Actions d'animation, de développement, de promotion et de commercialisation : aide au fonctionnement arrêtée au cas par cas</p>	

## FICHE ACTION n°23 : Amélioration de la qualité d'accueil des camping-caristes

### AXE C - Donner accès à une pluralité d'ambiances et à des sites mythiques par l'itinérance et les pratiques nautiques de glisse

**AXE OPERATIONNEL C10 : Développement de services d'accueil dédiés aux clientèles itinérantes**

Niveau de priorité :

+

**ENJEU(X)**

Développer le taux d'occupation hors saison

Type d'action :

Ouverte

**CONTEXTE**

Actuellement, les analyses de fréquentation, des comportements d'achat et des pratiques des clientèles font ressortir le tourisme itinérant comme un puissant facteur d'attractivité et de fréquentation des territoires au-delà de la saison estivale et, à ce titre, un levier majeur de croissance et d'emploi. Concrètement, l'itinérance présente les plus-values suivantes :

- Une saison estivale plus longue du printemps à l'automne
- Les hébergements marchands sont les grands gagnants de l'itinérance
- L'itinérance est un levier d'une économie touristique durable
- Les grands itinéraires représentent des destinations à part entière
- Les itinérants dépensent plus que les séjournant

L'itinérance est désormais un phénomène touristique à part entière, spécifique, caractérisé et source de création de valeur pour l'écosystème touristique pourvu que celui-ci s'organise selon la notion de parcours client.

Les conditions suivantes sont identifiées comme facteurs de réussite pour l'itinérance :

- Connaître les clientèles itinérantes spécifiques (et abandonner les idées reçues)
- Adopter une vision supra-EPCI, le touriste ignore et transgresse les limites administratives
- Mobiliser les hébergements qui représentent la clé de l'offre (hors camping-caristes)
- Mettre en réseau et mutualiser les acteurs (privés / publics) partageant retombées et investissements
- S'appuyer sur les grands itinéraires existants ou marques fortes (ex : GR34, EuroVéloroute V5 « La Littorale – Roscoff – Saint-Nazaire, ainsi que les itinéraires routiers touristiques pour le cas spécifique des campings-caristes...).

Les axes de travail suivants sont préconisés pour développer chaque forme d'itinérance à considérer.

**OBJECTIF(S)**

- Améliorer l'expérience client et la satisfaction des clientèles en itinérance.
- Favoriser la consommation touristique de la clientèle itinérante et optimiser les retombées économiques locales.

**CONTENU DE L'ACTION**

Le respect des autres, la liberté individuelle, le droit au stationnement libre, le respect de l'environnement et le comportement éco-citoyen sont des valeurs fortes pour les camping-caristes. Ils recherchent avant tout la liberté, l'indépendance, la maîtrise de leur budget, la sensation d'être partout dans leur confort et des vacances différentes. Les camping-caristes sont des touristes itinérants qui souhaitent se dégager de toute contrainte de réservation. Ils veulent vivre à leur rythme, proche de la nature et plébiscitent le respect de l'environnement. Les informations liées aux émissions de Co2 et de consommation d'énergie fossile sont des critères de choix de leur véhicule pour un tiers d'entre eux.

Cette action consiste à étendre et développer des solutions d'accueil qualitatives pour les camping-caristes sur le territoire. Il s'agit pour ce faire de :

- Réaliser un diagnostic de l'offre d'aires d'accueil des camping-caristes sur le territoire
- Analyser le niveau de services
- Identifier les zones saturées ou non pourvues, à potentiel
- Accompagner la réalisation de ces aires.

A titre d'exemple, cette action peut conduire au développement des aires suivantes :

- Aires de services (communales ou privées), permettant de réaliser des opérations techniques liées à l'autonomie et à la propreté (remplissage de réservoirs d'eau potable, vidange des eaux usées, eaux noires).
- Aires de stationnement ou d'accueil (emplacements réservés avec une durée de stationnement limitée)
- Aires de stationnement construites à l'entrée des campings (en partenariat avec les professionnels)
- Campings Stop Accueil Camping-Car, aires créées par le FFCC (Fédération Française des Camping-caristes)

## FICHE ACTION n°23 : Amélioration de la qualité d'accueil des camping-caristes

### AXE C - Donner accès à une pluralité d'ambiances et à des sites mythiques par l'itinérance et les pratiques nautiques de glisse

#### Périmètre de la maîtrise d'œuvre :

Destination

#### Catégorie d'actions :

Ingénierie

#### Maîtrise d'ouvrage :

Structure facilitatrice QCD

EPCI

#### Période de mise en œuvre :

Année 2 et 3

#### Partenariat(s) à mobiliser :

- Offices de tourisme
- EPCI
- Département
- CRT Bretagne
- Organismes de labellisation
- Syndicats professionnels de l'hôtellerie de plein air

#### Indicateurs de réussite :

- Nombre d'aménagements réalisés
- Nombre d'aires de services aménagées
- Satisfaction de la clientèle camping-cariste

#### Critère d'éligibilité (fiches ouvertes) :

-

#### Indicateurs Développement Durable :

Eco.

Env.

Soc.

#### Correspondances stratégies EPCI :

CCPBS, CCA, Cap-Sizun : Accueil camping-caristes

**Budget : 500 k€ HT**

**TEMPS INGÉNIERIE Destination / an (Coordination) : 10 jr**

#### Modèle(s) économique(s) :

Financements publics : EPCI

Financements privés : entreprises

**TEMPS INGÉNIERIE OT ou EPCI / an (Intervention) : 5 jr**

#### Source(s) de financement mobilisable(s) :

A identifier spécifiquement lors de la mise en œuvre de l'action.

## FICHE ACTION n°24 : Identification et développement de la qualification des hébergements marchands en faveur de l'itinérance

### AXE C - Donner accès à une pluralité d'ambiances et à des sites mythiques par l'itinérance et les pratiques nautiques de glisse

**AXE OPERATIONNEL C11 : Qualification, mise en réseau et valorisation des hébergements en réponse aux besoins des clientèles itinérantes**

**Niveau de priorité :**

++

**ENJEU(X)**

Impliquer les hébergeurs pour faire vivre l'identité de la Destination

**Type d'action :**

Fermée

**CONTEXTE**

La Cornouaille dispose d'un parc d'hébergements marchands intéressant le long des itinéraires majeurs mais faiblement qualifié ou identifié pour répondre aux besoins des clientèles itinérantes qu'elles soient pédestres, vélo ou équestres. (Source : Etape Rando Bretagne).

Les hébergements marchands sont généralement les grands gagnants de l'itinérance. Hôtels, gîtes d'étape, chambres d'hôtes, campings : les hébergeurs peuvent habilement tirer parti de cette dynamique touristique croissante pour les raisons principales suivantes :

- Les itinérants dépensent en moyenne 15 à 20% de plus que les séjournants.
- Les itinérants choisissent très majoritairement les hébergements marchands.
- Les itinérants garantissent une fréquentation très significative sur les ailes de saison.

Les hébergeurs doivent cependant s'organiser et faire évoluer leurs pratiques pour toujours mieux connaître et répondre aux attentes très spécifiques des clientèles itinérantes.

**OBJECTIF(S)**

- Assurer un niveau de service de qualité adapté aux clientèles itinérantes.
- Augmenter le niveau de satisfaction de ces clientèles.
- Développer le marché de l'itinérance et sa fréquentation.

**CONTENU DE L'ACTION**

Afin de développer la qualification des hébergements marchands, il est nécessaire, en amont, de sensibiliser et orienter les professionnels concernés dans leur démarche.

Les itinéraires concernés par cette action disposent d'un intérêt intercommunautaire et représentent un enjeu de structuration du territoire de la Destination :

- Véloroute n°5 + voie verte n°7 et liaison départementale Douarnenez-Quimper-Pont l'Abbé pour le vélo.
- GR34 pour la randonnée pédestre.
- Equibreizh pour la randonnée équestre.

Il convient pour cela de procéder aux étapes suivantes :

- Sensibiliser les hébergements au potentiel, aux intérêts et retombées imputables à l'itinérance.
- Valoriser des labels d'itinérance (Accueil Vélo, Rando Accueil, Accueil Cheval...) et mettre en réseau ces hébergements avec les structures de labellisation existantes.
- Référencer les hébergeurs intégrant une offre structurée à destination des clientèles itinérantes.
- Accompagner les porteurs de projet impliqués sur les itinéraires structurants.

A titre d'exemples, les services et aménagements attendus par les clientèles à vélo :

- Un local de stockage de vélo sécurisé.
- Un espace de nettoyage et de réparation équipé.
- Un kit d'outillage de réparation adapté aux vélos.
- Un service de lavage et de séchage du linge.
- Un service logistique permettant de faciliter les réservations.

D'autres services complémentaires sont également à proposer :

- des boissons chaudes en chambre ou un pot d'accueil à leur arrivée.
- les propositions de paniers repas à commander la veille.
- la liste des loueurs et réparateurs les plus proches.
- des informations sur les itinéraires touristiques et les curiosités à proximité.
- des informations sur les prochaines étapes GR, bulletins météo,...

A titre d'exemples, les services et aménagements attendus par les clientèles de randonneurs sont les suivants : un petit-déjeuner matinal, le confort et la taille de la chambre, une salle hors-sac, une prise électrique, un panier pique-nique.

A titre d'exemples, d'autres services complémentaires sont également à proposer :

- des prestations pour les jeunes et les familles.
- des suggestions d'itinéraires touristiques...

A titre d'exemple, les services et aménagements attendus par les clientèles équestres dans un hébergement : pré clôturé, boxes ou stalles et fourrage (foin ou granulés) pour le cheval, lit et lieu pour sécher le linge pour les cavaliers, chambres de 2, 3 ou 4 personnes avec des installations sanitaires individuelles, service de restauration mettant en avant les produits locaux.



## FICHE ACTION n°24 : Identification et développement de la qualification des hébergements marchands en faveur de l'itinérance

### AXE C - Donner accès à une pluralité d'ambiances et à des sites mythiques par l'itinérance et les pratiques nautiques de glisse

<b>Périmètre de la maîtrise d'œuvre :</b>	<b>Catégorie d'actions :</b> Animation Coordination Accompagnement
<b>Maîtrise d'ouvrage :</b> Structure(s) facilitatrice(s) QCD / AOCD	<b>Période de mise en œuvre :</b> Année 3
<b>Partenariat(s) à mobiliser :</b> - Offices de tourisme - EPCI - Département - CRT Bretagne - CCI - Organismes de labellisation - Syndicats professionnels de l'hôtellerie - Syndicats professionnels de l'hôtellerie de plein air - Fédération des réceptifs de Bretagne	<b>Indicateurs de réussite :</b> - Nombre de structures accompagnées - Nombre de structures ayant structuré une démarche à destination des clientèles itinérantes considérées
<b>Critère d'éligibilité (fiches ouvertes) :</b> -	
<b>Correspondances stratégies EPCI :</b> Cap-Sizun : Favoriser le développement d'une offre d'hébergements thématiques (randonnée)	<b>Indicateurs Développement Durable :</b> Eco. Env. Soc.

<b>Budget : 20 k€ HT</b>	<b>TEMPS INGÉNIERIE Destination / an (Coordination) : 10 jr</b>
<b>Modèle(s) économique(s) :</b> Financements publics : Structure(s) facilitatrice(s), EPCI, Région	<b>TEMPS INGÉNIERIE OT ou EPCI / an (Intervention) : 5 jr</b>
<b>Source(s) de financement mobilisable(s) :</b> <i>Contrat de partenariat Cornouaille-Région</i> Action n°2.3 : Une Cornouaille inspiratrice et de caractère Enveloppe de l'action : 780 935 € Subvention : - 20 % et 5 000 € à la programmation - 20 % à 50% pour des projets de dimension cornouaillaise ou projets pilotes <i>Aides du Conseil Régional de Bretagne</i> Soutien à la structuration de la filière cheval en Bretagne Subvention : - Actions d'animation, de développement, de promotion et de commercialisation : aide au fonctionnement arrêtee au cas par cas	

## FICHE ACTION n°25 : Animation d'un réseau d'hébergeurs qualifiés pour l'itinérance

### AXE C - Donner accès à une pluralité d'ambiances et à des sites mythiques par l'itinérance et les pratiques nautiques de glisse

**AXE OPERATIONNEL C11 : Qualification, mise en réseau et valorisation des hébergements en réponse aux besoins des clientèles itinérantes**

**Niveau de priorité :**

++

**ENJEU(X)**

Impliquer les hébergeurs pour faire vivre l'identité de la Destination

**Type d'action :**

Ouverte

**CONTEXTE**

La Cornouaille dispose d'un parc d'hébergements marchands intéressant le long des itinéraires majeurs mais faiblement qualifié ou identifié pour répondre aux besoins des clientèles itinérantes qu'elles soient pédestres, vélo ou équestres.

(Source : Etape Rando Bretagne).

Les hébergements marchands sont généralement les grands gagnants de l'itinérance. Hôtels, gîtes d'étape, chambres d'hôtes, campings : les hébergeurs peuvent habilement tirer parti de cette dynamique touristique croissante pour les raisons principales suivantes :

- Les itinérants dépensent en moyenne 15 à 20% de plus que les séjournants.
- Les itinérants choisissent très majoritairement les hébergements marchands.
- Les itinérants garantissent une fréquentation très significative sur les ailes de saison.

Les hébergeurs doivent cependant s'organiser et faire évoluer leurs pratiques pour toujours mieux connaître et répondre aux attentes très spécifiques des clientèles itinérantes.

**OBJECTIF(S)**

- Assurer un niveau de service de qualité adapté aux clientèles itinérantes.
- Augmenter le niveau de satisfaction de ces clientèles.
- Développer le marché de l'itinérance et sa fréquentation.

**CONTENU DE L'ACTION**

Dans un deuxième temps, il sera nécessaire de maintenir le dynamisme du réseau d'hébergements qualifiés pour les clientèles itinérantes afin d'améliorer continuellement l'offre et s'adapter aux attentes en évolution de ces clientèles.

Il convient pour cela de procéder aux étapes suivantes :

- Identifier des modalités de mise en réseau innovantes.
- Accompagner les professionnels dans le développement et la mise en marché de leur offre.
- Elargir ce réseau et sa portée en mobilisant notamment les hébergeurs, loueurs, collectivités, taxis, OT, fédérations,...
- Développer des partenariats avec des réceptifs (offre packagée).

Cette action devra s'intégrer plus largement dans :

- La fiche-action n°3 du programme LEADER : Structurer les activités de pleine nature.

## FICHE ACTION n°25 : Animation d'un réseau d'hébergeurs qualifiés pour l'itinérance

### AXE C - Donner accès à une pluralité d'ambiances et à des sites mythiques par l'itinérance et les pratiques nautiques de glisse

<p><b>Périmètre de la maîtrise d'œuvre :</b> Destination</p>	<p><b>Catégorie d'actions :</b> Animation Coordination Accompagnement</p>
<p><b>Maîtrise d'ouvrage :</b> Structure facilitatrice QCD / Offices de tourisme</p>	<p><b>Période de mise en œuvre :</b> Année 2</p>
<p><b>Partenariat(s) à mobiliser :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Hébergeurs</li> <li>- Loueurs</li> <li>- Collectivités</li> <li>- Taxis</li> <li>- Prestataires de mobilité</li> <li>- Prestataires touristiques (guide randonnée, skippers, etc...)</li> <li>- Offices de tourisme</li> <li>- Fédérations</li> <li>- Organismes de labellisation</li> <li>- Réceptifs</li> </ul>	<p><b>Indicateurs de réussite :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Nombre de participants engagés dans le réseau</li> <li>- Nombre de réunions organisées par an</li> <li>- Nombre d'actions concrètes de valorisation mises en œuvre à l'initiative du réseau</li> </ul>
<p><b>Critère d'éligibilité (fiches ouvertes) :</b> -</p>	
<p><b>Correspondances stratégies EPCI :</b> -</p>	<p><b>Indicateurs Développement Durable :</b> Eco. Env. Soc.</p>

**Budget : 10 k€ HT**

**TEMPS INGÉNIERIE Destination / an (Coordination) : 5 jr**

**Modèle(s) économique(s) :**

Financements publics : Structure(s) facilitatrice(s), EPCI, Région

**TEMPS INGÉNIERIE OT ou EPCI / an (Intervention) : 5 jr**

**Source(s) de financement mobilisable(s) :**

*Contrat de partenariat Cornouaille-Région*

2.3 : Une Cornouaille inspiratrice et de caractère

Enveloppe de l'action : 780 935 €

Subvention :

- 20 % et 5 000 € à la programmation

- 20 % à 50% pour des projets de dimension cornouaillaise ou projets pilotes

**SUR LA DIMENSION EQUESTRE :**

*Aides du Conseil Régional de Bretagne*

Soutien à la structuration de la filière cheval en Bretagne

Subvention :

- Actions d'animation, de développement, de promotion et de commercialisation : aide au fonctionnement arrêlée au cas par cas

## FICHE ACTION n°26 : Création d'un groupe de travail « Tourisme nautique de glisse en Cornouaille

### AXE C - Donner accès à une pluralité d'ambiances et à des sites mythiques par l'itinérance et les pratiques nautiques de glisse

**AXE OPERATIONNEL C12 : Implication et animation des acteurs touristiques et nautiques dans une logique de travail commune**

**Niveau de priorité :**

+

**ENJEU(X)**

Mettre en réseau les sites/événements pour une promotion de Destination plus efficace

**Type d'action :**

Ouverte

**CONTEXTE**

La Destination Quimper Cornouaille dispose d'atouts naturels et maritimes notables (qualité des bassins de navigation et du littoral, présence de prestataires de haut niveau) par rapport aux autres destinations bretonnes et qui transparait dans son positionnement : "Une terre d'évasion propice aux expériences vivifiantes

(air, embruns)", "Une nature propice à la pratique de loisirs actifs et d'activités nautiques". Si les pratiques nautiques y sont développées, il ressort globalement que :

- Le potentiel de ces pratiques maritimes récréatives, largement sous-exploité, est à réaffirmer.
  - La connaissance de ces activités par les acteurs touristiques doit être renforcée.
  - L'organisation et la coordination des acteurs sont à opérer.
  - Les services et les aménagements dédiés doivent être développés pour mieux répondre aux attentes des clients et aux usages émergents, notamment aux niveaux des ports et centres nautiques.
  - L'offre doit être adaptée, démocratisée et mieux valorisée auprès des clientèles.
- Le nautisme est un terme générique qui associe des acteurs, des pratiques, des lieux et des représentations autour d'activités sportives ou récréatives se déroulant sur l'eau au moyen d'un support de navigation. En tant que sport et loisir de nature, le "tourisme nautique" répond à des attentes croissantes de la part des clientèles touristiques.

**OBJECTIF(S)**

- Développer une connaissance réciproque de la sphère touristique et nautique pour favoriser une promotion réciproque.
- Faire émerger des projets touristiques communs et une communication harmonisée.

**CONTENU DE L'ACTION**

La création d'un groupe de travail "Tourisme nautique" à l'échelle de la Destination doit permettre :

- de créer une dynamique collective associant les acteurs privés, publics et associatifs
- de faire émerger des projets communs par la mutualisation des volontés et moyens.

Il convient pour cela de procéder aux étapes suivantes :

- Identifier au préalable un « Référent nautisme » au niveau de chaque EPCI
- Mettre en place, coordonner et animer un réseau de prestataires d'activités nautiques autour d'un intérêt commun de développement des activités nautiques. Cette cellule de travail et de dialogue aurait vocation à accompagner les étapes suivantes du plan de développement préconisé.

A noter que le partenariat avec Finistère 360 devra être formalisé afin d'assurer la bonne articulation avec la Destination.

## FICHE ACTION n°26 : Création d'un groupe de travail « Tourisme nautique de glisse" en Cornouaille

### AXE C - Donner accès à une pluralité d'ambiances et à des sites mythiques par l'itinérance et les pratiques nautiques de glisse

#### Périmètre de la maîtrise d'œuvre :

- Destination
- Bassins de navigation

#### Maîtrise d'ouvrage :

Finistère 360

#### Partenariat(s) à mobiliser :

- Centres et clubs nautiques
- Nautisme en Bretagne
- Offices de tourisme
- EPCI
- Hébergements marchands
- Prestataires culturels, sportifs et de loisirs

#### Critère d'éligibilité (fiches ouvertes) :

#### Correspondances stratégies EPCI :

CCPBS : soutenir la structuration du nautisme en Pays Bigouden, structuration d'une offre nautique à travers l'espace Mer, faciliter l'accès à la pratique des habitants

#### Catégorie d'actions :

- Animation
- Coordination

#### Période de mise en œuvre :

Année 2

#### Indicateurs de réussite :

- Nombre d'acteurs sollicités
- Nombre de sessions de travail réalisées
- Bilan des actions réalisées en faveur du nautisme

#### Indicateurs Développement Durable :

- Eco.
- Soc.

#### Budget : 12 k€ HT

#### Modèle(s) économique(s) :

Financements publics : Structure(s) facilitatrice(s), EPCI, Département, Région

#### Source(s) de financement mobilisable(s) :

*Contrat de partenariat Cornouaille-Région*

Action n°2.2. Un développement maîtrisé du nautisme

Enveloppe de l'action : 1 163 840 €

Subvention :

- 20 % et 5 000 € à la programmation
- 20 % à 50% pour des projets de dimension cornouaillaise ou projets pilotes
- 250 000 € max. pour l'aménagement des ports de plaisance

*Contrat de partenariat Cornouaille-Région*

Actions n°2.3 : Une Cornouaille inspiratrice et de caractère

Enveloppe de l'action : 780 935 €

Subvention :

- 20 % et 5 000 € à la programmation
- 20 % à 50% pour des projets de dimension cornouaillaise ou projets pilotes

**TEMPS INGÉNIERIE Destination / an (Coordination) : 5 jr**

**TEMPS INGÉNIERIE OT ou EPCI / an (Intervention) : 5 jr**

## FICHE ACTION n°27 : Réalisation d'éducteurs de Tourisme nautique de glisse pour les professionnels du tourisme

### AXE C - Donner accès à une pluralité d'ambiances et à des sites mythiques par l'itinérance et les pratiques nautiques de glisse

**AXE OPERATIONNEL C12 : Implication et animation des acteurs touristiques et nautiques dans une logique de travail commune**

**Niveau de priorité :**

++

**ENJEU(X)**

Mettre en réseau les sites/événements pour une promotion de Destination plus efficace

**Type d'action :**

Ouverte

**CONTEXTE**

La Destination Quimper Cornouaille dispose d'atouts naturels et maritimes notables (qualité des bassins de navigation et du littoral, présence de prestataires de haut niveau) par rapport aux autres destinations bretonnes et qui transparait dans son positionnement : "Une terre d'évasion propice aux expériences vivifiantes

(air, embruns)", "Une nature propice à la pratique de loisirs actifs et d'activités nautiques". Si les pratiques nautiques y sont développées, il ressort globalement que :

- Le potentiel de ces pratiques maritimes récréatives, largement sous-exploité, est à réaffirmer.
- La connaissance de ces activités par les acteurs touristiques doit être renforcée.
- L'organisation et la coordination des acteurs sont à opérer.
- Les services et les aménagements dédiés doivent être développés pour mieux répondre aux attentes des clients et aux usages émergents, notamment aux niveaux des ports et centres nautiques.
- L'offre doit être adaptée, démocratisée et mieux valorisée auprès des clientèles.

Le nautisme est un terme générique qui associe des acteurs, des pratiques, des lieux et des représentations autour d'activités sportives ou récréatives se déroulant sur l'eau au moyen d'un support de navigation. En tant que sport et loisir de nature, le "tourisme nautique" répond à des attentes croissantes de la part des clientèles touristiques.

**OBJECTIF(S)**

- Développer une connaissance réciproque de la sphère touristique et nautique pour favoriser une promotion réciproque.
- Faire émerger des projets touristiques communs et une communication harmonisée.

**CONTENU DE L'ACTION**

Les éducteurs à destination des professionnels ont vocation à développer les connaissances mutuelles des acteurs d'un même secteur afin de mieux diffuser l'information sur les activités nautiques proposées et les modalités d'accès la pratique. En effet, les offices de tourisme, à l'échelle des stations, ont un rôle éminent à jouer pour favoriser un plus grand rapprochement entre l'offre nautique et la demande touristique. La sensibilisation réciproque des clubs nautiques aux enjeux de la demande touristique et des acteurs du tourisme à la pratique nautique est primordiale et doit être accentuée. Il convient pour cela de procéder aux étapes suivantes :

- Définir la programmation des éducteurs.
- Sensibiliser les professionnels du nautisme aux bénéfices d'organiser des portes ouvertes de leur établissement.
- Etablir une liste des professionnels à cibler.
- Diffuser la programmation et animer les rendez-vous.

## FICHE ACTION n°27 : Réalisation d'éducteurs de Tourisme nautique de glisse pour les professionnels du tourisme

### AXE C - Donner accès à une pluralité d'ambiances et à des sites mythiques par l'itinérance et les pratiques nautiques de glisse

<p><b>Périmètre de la maîtrise d'œuvre :</b> Départemental</p>	<p><b>Catégorie d'actions :</b> Animation Coordination</p>
<p><b>Maîtrise d'ouvrage :</b> Finistère 360</p>	<p><b>Période de mise en œuvre :</b> Année 1</p>
<p><b>Partenariat(s) à mobiliser :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Centres et clubs nautiques</li> <li>- Nautisme en Bretagne</li> <li>- Offices de tourisme</li> <li>- EPCI</li> <li>- Hébergements marchands</li> <li>- Prestataires culturels, sportifs et de loisirs</li> </ul>	<p><b>Indicateurs de réussite :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Nombre d'éducteurs réalisés</li> <li>- Nombre de professionnels participants</li> </ul>
<p><b>Critère d'éligibilité (fiches ouvertes) :</b></p>	
<p><b>Correspondances stratégies EPCI :</b> -</p>	<p><b>Indicateurs Développement Durable :</b> Eco.</p>

**Budget : 12 k€ HT**

**Modèle(s) économique(s) :**

Financements publics : Structure(s) facilitatrice(s), EPCI, Département, Région  
Financement privé : sponsoring prestataires

**Source(s) de financement mobilisable(s) :**

*Contrat de partenariat Cornouaille-Région*

Actions n°2.3 : Une Cornouaille inspiratrice et de caractère

Enveloppe de l'action : 780 935 €

Subvention :

- 20 % et 5 000 € à la programmation

- 20 % à 50% pour des projets de dimension cornouaillaise ou projets pilotes

**TEMPS INGÉNIERIE Destination / an (Coordination) : 5 jr**

**TEMPS INGÉNIERIE OT ou EPCI / an (Intervention) : 5 jr**

## FICHE ACTION n°28 : Développement de la communication de tourisme nautique de glisse orientée vers les clients

### AXE C - Donner accès à une pluralité d'ambiances et à des sites mythiques par l'itinérance et les pratiques nautiques de glisse

**AXE OPERATIONNEL C12 : Implication et animation des acteurs touristiques et nautiques dans une logique de travail commune**

**Niveau de priorité :**

++

**ENJEU(X)**

Rationaliser la communication : « moins d'outils pour plus de voix »

**Type d'action :**

Ouverte

**CONTEXTE**

La Destination Quimper Cornouaille dispose d'atouts naturels et maritimes notables (qualité des bassins de navigation et du littoral, présence de prestataires de haut niveau) par rapport aux autres destinations bretonnes et qui transparaît dans son positionnement : "Une terre d'évasion propice aux expériences vivifiantes

(air, embruns)", "Une nature propice à la pratique de loisirs actifs et d'activités nautiques". Si les pratiques nautiques y sont développées, il ressort globalement que :

- Le potentiel de ces pratiques maritimes récréatives, largement sous-exploité, est à réaffirmer.
- La connaissance de ces activités par les acteurs touristiques doit être renforcée.
- L'organisation et la coordination des acteurs sont à opérer.
- Les services et les aménagements dédiés doivent être développés pour mieux répondre aux attentes des clients et aux usages émergents, notamment aux niveaux des ports et centres nautiques.
- L'offre doit être adaptée, démocratisée et mieux valorisée auprès des clientèles.

Le nautisme est un terme générique qui associe des acteurs, des pratiques, des lieux et des représentations autour d'activités sportives ou récréatives se déroulant sur l'eau au moyen d'un support de navigation. En tant que sport et loisir de nature, le "tourisme nautique" répond à des attentes croissantes de la part des clientèles touristiques.

**OBJECTIF(S)**

- Développer une connaissance réciproque de la sphère touristique et nautique pour favoriser une promotion réciproque.
- Faire émerger des projets touristiques communs et une communication harmonisée.

**CONTENU DE L'ACTION**

L'Espace Mer est un outil dont la vocation est de fédérer le monde du tourisme avec celui du nautisme. Il vise à décroiser les acteurs nautiques et touristiques dans l'objectif de mieux vendre les activités de tourisme nautique et de bord de mer à travers les portails physiques et en ligne des offices de tourisme. Cet outil, en perte de vitesse ces dernières années, est un outil de communication intéressant afin de démocratiser l'accès aux activités nautiques, qu'il est nécessaire de redynamiser.

Il est nécessaire pour cela de procéder aux étapes suivantes :

- Repositionner la logique des Espaces Mers en collaboration avec Nautisme en Bretagne
- Concevoir / réaliser et diffuser des outils de communication print et web à destination des clientèles cibles prioritaires : les familles, les débutants, les non pratiquants absolus. Ces clientèles doivent être ciblés par des messages simples et accessibles et différents de ceux envoyés par les grands événements à caractère élitiste (ex : compétitions, grands départs de courses)
- Améliorer la qualité de l'information touristique à destination des plaisanciers faisant escale dans les ports (services disponibles, commodités, aménagements, etc.).

Cette action devra s'intégrer plus largement dans :

- Action n°1 de cette présente stratégie.
- Action n°18 de cette présente stratégie.
- Fiche-action n°3 du programme LEADER : Structurer les activités de pleine nature.

A noter que le partenariat avec Finistère 360 devra être formalisé afin d'assurer la bonne articulation avec la Destination.



## FICHE ACTION n°28 : Développement de la communication de tourisme nautique de glisse orientée vers les clients

### AXE C - Donner accès à une pluralité d'ambiances et à des sites mythiques par l'itinérance et les pratiques nautiques de glisse

<p><b>Périmètre de la maîtrise d'œuvre :</b> Départemental</p>	<p><b>Catégorie d'actions :</b> Animation Coordination</p>
<p><b>Maîtrise d'ouvrage :</b> Nautisme en Bretagne</p>	<p><b>Période de mise en œuvre :</b> Année 3</p>
<p><b>Partenariat(s) à mobiliser :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Finistère 360°</li> <li>- Centres et clubs nautiques</li> <li>- Offices de tourisme</li> <li>- EPCI</li> <li>- Hébergements marchands</li> <li>- Prestataires culturels, sportifs et de loisirs</li> </ul>	<p><b>Indicateurs de réussite :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Nombre d'outils développés</li> <li>- Taux de fréquentation des outils web</li> <li>- Nombre de brochures imprimées et diffusés</li> <li>- Satisfaction des pratiquants</li> </ul>
<p><b>Critère d'éligibilité (fiches ouvertes) :</b></p>	
<p><b>Correspondances stratégies EPCI :</b> -</p>	<p><b>Indicateurs Développement Durable :</b> Eco.</p>

**Budget : 75 k€ HT**

**Modèle(s) économique(s) :**

Financements publics : Structure(s) facilitatrice(s), EPCI, Département, Région  
Financement privé : communication/promotion via prestataires nautiques

**Source(s) de financement mobilisable(s) :**

*Contrat de partenariat Cornouaille-Région*

Action n°2.2. Un développement maîtrisé du nautisme

Enveloppe de l'action : 1 163 840 €

Subvention :

- 20 % et 5 000 € à la programmation
- 20 % à 50% pour des projets de dimension cornouaillaise ou projets pilotes
- 250 000 € max. pour l'aménagement des ports de plaisance

*Contrat de partenariat Cornouaille-Région*

Action n°2.4. La construction d'une destination touristique

Enveloppe de l'action : 213 475 €

Subvention :

- 10 % et 5 000 € à la programmation
- 20 % à 50% pour des projets de dimension cornouaillaise ou projets pilotes

**TEMPS INGÉNIERIE Destination / an (Coordination) : 5 jr**

**TEMPS INGÉNIERIE OT ou EPCI / an (Intervention) : 5 jr**

## FICHE ACTION n°29 : Réalisation d'un diagnostic de l'offre des activités nautiques de glisse en Cornouaille et leur commercialisation

### AXE C - Donner accès à une pluralité d'ambiances et à des sites mythiques par l'itinérance et les pratiques nautiques de glisse

**AXE OPERATIONNEL C13 : Développement, démocratisation, dynamisation des activités et pratiques nautiques et conquête de nouveaux publics**

**Niveau de priorité :**

++

**ENJEU(X)**

Accompagner tous les acteurs touristiques vers une e-commercialisation (OT, prestataires, etc.)

**Type d'action :**

Ouverte

**CONTEXTE**

Le rapport aux activités nautiques observe de fortes évolutions. Si les pratiques évoluent et de nouvelles activités nautiques émergent, d'autres sont en perte d'attractivité. Les tendances actuelles engagent à anticiper les nouveaux usages et miser davantage sur la cible élargie que représentent les « débutants ». Cette cible représente en effet un réservoir de clientèles important que les professionnels de la filière doivent intégrer pour faire évoluer leurs pratiques et leurs modèles d'exploitation.

**OBJECTIF(S)**

- Démocratiser les pratiques nautiques et initier de nouvelles clientèles touristiques.
- Augmenter le chiffre d'affaires des prestataires nautiques.

**CONTENU DE L'ACTION**

Les offres d'activités nautiques sont nombreuses sur le territoire. Afin de structurer l'offre d'activité nautique, il est primordial d'acquérir une connaissance fine des caractéristiques de cette offre. Il convient pour cela de procéder aux étapes suivantes :

- Identifier et caractériser l'offre.
- Mettre en valeur les activités en surnombre, manquantes, à développer.
- Identifier les pratiques nautiques libres à encadrer, définition des modalités et conditions d'encadrement.
- Elaborer et développer un positionnement orienté vers les non pratiquants / non-initiés / débutants / néo-pratiquants.
- Analyser les services et aménagements prioritaires (lieux d'accueil touristiques / centres nautiques, ports) à développer pour renforcer la visibilité de l'offre et favoriser son adaptation à destination des clientèles non initiées.
- Identifier, sélectionner, diffuser une solution technique visant à renforcer le niveau de commercialisation des activités nautiques par les prestataires (E-Breizh Connexion, Axyome, etc.).

## FICHE ACTION n°29 : Réalisation d'un diagnostic de l'offre des activités nautiques de glisse en Cornouaille et leur commercialisation

### AXE C - Donner accès à une pluralité d'ambiances et à des sites mythiques par l'itinérance et les pratiques nautiques de glisse

<b>Périmètre de la maîtrise d'œuvre :</b> Destination	<b>Catégorie d'actions :</b> Ingénierie
<b>Maîtrise d'ouvrage :</b> Finistère 360	<b>Période de mise en œuvre :</b> Année 2
<b>Partenariat(s) à mobiliser :</b> - Nautisme en Bretagne - Structure(s) facilitatrice(s) - Offices de tourisme - EPCI - Communes - Clubs et écoles de voile et de surf - Associations des plaisanciers - Nautisme En Bretagne	<b>Indicateurs de réussite :</b> - Nombre d'activités nautiques référencées - Nombre d'activités nautiques commercialisées
<b>Critère d'éligibilité (fiches ouvertes) :</b>	
<b>Correspondances stratégies EPCI :</b> -	<b>Indicateurs Développement Durable :</b> Eco.

<b>Budget : 40 k€ HT</b>	<b>TEMPS INGÉNIERIE Destination / an (Coordination) : 10 jr</b>
<b>Modèle(s) économique(s) :</b> Financements publics : Structure(s) facilitatrice(s), EPCI, Département, Région	<b>TEMPS INGÉNIERIE OT ou EPCI / an (Intervention) : 5 jr</b>
<b>Source(s) de financement mobilisable(s) :</b> <i>Contrat de partenariat Cornouaille-Région</i> Action n°2.2. Un développement maîtrisé du nautisme Enveloppe de l'action : 1 163 840 € Subvention : - 20 % et 5 000 € à la programmation - 20 % à 50% pour des projets de dimension cornouaillaise ou projets pilotes - 250 000 € max. pour l'aménagement des ports de plaisance <i>Contrat de partenariat Cornouaille-Région</i> Action n°2.4. La construction d'une destination touristique Enveloppe de l'action : 213 475 € Subvention : - 10 % et 5 000 € à la programmation - 20 % à 50% pour des projets de dimension cornouaillaise ou projets pilotes	

## FICHE ACTION n°30 : Optimisation de la qualification de l'offre dans une logique inspirationnelle

### AXE D - Capitaliser sur la diversité et le caractère des territoires pour transformer le tourisme cornouaillais et révéler la Destination

**AXE OPERATIONNEL D14 : Optimisation de la qualification de l'offre pour guider le prospect séduit par le récit de territoire**

**Niveau de priorité :**

++

**ENJEU(X)**

Adopter une logique inspirationnelle de qualification de l'offre

**Type d'action :**

Ouverte

**CONTEXTE**

L'offre touristique est aujourd'hui mondialisée, la concurrence n'a jamais été aussi forte entre les destinations touristiques françaises et internationales. Les clientèles touristiques sont donc en situation de choix face à une offre touristique variée mais aussi atomisée.

L'enjeu réside dans la préparation en amont de leur séjour. Les informations sur les activités, transports, restauration et hébergements en accord avec leur profil et centre d'intérêt sont complexes à identifier, compiler et associer notamment face au nombre important de canaux d'information. Les territoires de la Destination Quimper Cornouaille sont dotés du Système d'Information Touristique (SIT) Tourinsoft. Les Offices de tourisme et le Département disposent donc d'une procédure similaire pour renseigner les bases de données touristiques du territoire. Cet outil est particulièrement bien approprié et maîtrisé par ses acteurs mais il demeure des inégalités de niveau de renseignement selon les territoires. Il est nécessaire d'homogénéiser les informations disponibles concernant la qualification de l'offre touristique afin de pouvoir "inspirer" les clientèles avant et pendant le séjour. Par ailleurs, le touriste disposant de peu de temps au quotidien pour organiser ses vacances, celui-ci sera séduit par toute solution facilitant cet aspect. Il est donc à la recherche d'idées séjour packagées en fonction de son profil, ses besoins et ses centres d'intérêt.

Un Système d'Information Touristique (SIT) est une base de donnée de l'information touristique départementale qui renseigne sur l'offre touristique d'un territoire, du camping ou l'hôtel, aux visites, plages, itinéraires touristiques ou encore restaurants. Le SIT du Finistère est Tourinsoft. Les circuits thématiques intégrés correspondent à une offre touristique packagée dédiée à une thématique clé. Elle comprend les activités/visites, la restauration, le transport et l'hébergement.

**OBJECTIF(S)**

- Faciliter la préparation du séjour par les clientèles en orientant leurs choix vers des offres "inspirantes".
- Développer un avantage concurrentiel en proposant des séjours "inspirants" clés en main aux clientèles touristiques.

**CONTENU DE L'ACTION**

Afin de poursuivre et faciliter les actions de développement touristique, la qualification de l'offre touristique nécessite d'être renforcée et harmonisée entre les territoires pour améliorer l'intégration des types de publics cibles à chaque élément de l'offre. Dans un premier temps, il s'agit de compléter, selon les besoins, les rubriques suivantes si ceux :

- Profil clientèle cible (ex : provenance)
- Composition (ex : famille, couple, tribu, groupe, etc.)
- Centre(s) d'intérêt(s).

Selon les besoins, les informations suivantes devront également être complétées / harmonisées selon les caractéristiques de l'offre :

- Période d'ouverture
- Localisation géographique
- Accès marchand / non marchand
- Accessibilité
- Moyens d'accès hors voiture (train, bus, vélo...)
- Saison privilégiée
- Compatibilité selon les conditions météorologiques

Dans un 2ème temps, des rubriques relatives à la Destination devront être intégrées à l'offre existante :

- Filière(s) clé(s) de référence parmi les 8 filières clés de la Destination.
- Marqueur(s) identitaire(s) concernés / incarnés parmi les 7 marqueurs de la Destination.

Un filtre géographique dédié au périmètre complet de la Destination Quimper Cornouaille serait également à créer pour rendre plus efficaces les recherches.

Dans un 3ème temps, l'inventaire devra permettre une lecture spécifique de l'offre touristique par itinéraires structurants en l'associant à une offre en lieux de restauration, hébergements, services adaptés à la clientèle ciblée :

- Véloroute n°5 "La Littorale" (vélo)
- Véloroute n°7 (vélo)
- Liaison départementale Douarnenez-Quimper-Pont l'Abbé (vélo)
- GR34 (pédestre)
- Equibreizh (équestre).

Une action de formation-action pourra être pilotée au niveau de(s) la(les) structure(s) facilitatrice(s) pour faire naître un "collectif destination".

## FICHE ACTION n°30 : Optimisation de la qualification de l'offre dans une logique inspirationnelle

### AXE D - Capitaliser sur la diversité et le caractère des territoires pour transformer le tourisme cornouaillais et révéler la Destination

<p><b>Périmètre de la maîtrise d'œuvre :</b> Destination</p>	<p><b>Catégorie d'actions :</b> Animation Coordination Communication</p>
<p><b>Maîtrise d'ouvrage :</b> Offices de tourisme</p>	<p><b>Période de mise en œuvre :</b> Année 3</p>
<p><b>Partenariat(s) à mobiliser :</b> - Finistère 360° - Hébergements marchands - Prestataires culturels, sportifs et de loisirs - Département. F360 - Région - FFE - FFC - FFRP - AOT - UBO</p>	<p><b>Indicateurs de réussite :</b> - Taux de complétion par rubrique - Taux de complétion par office de tourisme</p>
<p><b>Critère d'éligibilité (fiches ouvertes) :</b> -</p>	
<p><b>Correspondances stratégies EPCI :</b> CCPBS : qualifier la BDD autour des promesses du positionnement</p>	<p><b>Indicateurs Développement Durable :</b> NA</p>

<p><b>Budget : 30 k€ HT</b></p>	<p><b>TEMPS INGÉNIERIE Destination / an (Coordination) : 10 jr</b></p>
<p><b>Modèle(s) économique(s) :</b> Financement public : Structure(s)- facilitatrice(s), OTI, action s'inscrivant pleinement dans les missions assurées par les offices de tourisme.</p>	<p><b>TEMPS INGÉNIERIE OT ou EPCI / an (Intervention) : 20 jr</b></p>
<p><b>Source(s) de financement mobilisable(s) :</b> -</p>	

## FICHE ACTION n°31 : Harmonisation de la qualité d'accueil des sites et équipements prioritaires

### AXE D - Capitaliser sur la diversité et le caractère des territoires pour transformer le tourisme cornouaillais et révéler la Destination

**AXE OPERATIONNEL D15 : Mise en réseau des sites et équipements structurants de la Destination pour appuyer le récit de territoire**

**Niveau de priorité :**

+++

**ENJEU(X)**

Mettre en réseau les sites et équipements pour une promotion de Destination plus efficace

**Type d'action :**

Ouverte

**CONTEXTE**

Parfaitement intégrés dans leur contexte touristique local et intercommunal, les sites et équipements emblématiques et d'exception ne sont que partiellement mise en réseau à l'échelle de la Cornouaille. Les clientèles touristiques en séjour ne suivent pas une logique de déplacement classique et transcendent les limites administratives existantes. La mise en réseau des sites et équipements d'intérêt "Destination", d'un même bassin de consommation touristique, représente donc un enjeu majeur pour optimiser les retombées économiques touristiques sur le territoire voire la durée de séjour.

**OBJECTIF(S)**

- Favoriser l'appropriation des sites et équipements par les acteurs touristiques pour assurer une promotion de qualité du territoire.
- Assurer une qualité d'accueil touristique optimale et harmonisée au sein des sites et équipements du territoire.

**CONTENU DE L'ACTION**

A l'heure du numérique, où la clientèle touristique, de plus en plus exigeante, note son niveau de satisfaction quel que soit le service consommé, la qualité est un enjeu majeur qui doit se placer au cœur des préoccupations. Le secteur touristique n'échappe pas à la règle puisque une part importante des clientèles touristiques porte un intérêt croissant aux avis des internautes sur les prestations touristiques. Vitrines du territoire et vecteur de notoriété, les sites emblématiques et d'exception doivent conserver un niveau de qualité élevé pour contribuer pleinement au rayonnement du territoire. L'harmonisation de la qualité d'accueil dans ces sites est donc un élément incontournable pour la Destination. Celle-ci doit également s'attacher à traduire et valoriser le positionnement de la Destination.

Les référentiels des marques d'Etat « Qualité tourisme » et « Tourisme et handicap » sont la base de ce travail. Si les acteurs souhaitent s'engager dans une démarche plus exigeante., un process de qualification (une méthode) sera à co-construire avec les sites concernés et garantir un niveau de qualité optimal. Il doit permettre de s'accorder sur les éléments suivants :

- la signalétique d'accès et le fléchage.
- les conditions et modalités de stationnement.
- la diffusion de l'information pratique.
- le système d'évaluation de la satisfaction client.
- la qualification du personnel d'accueil.
- la labellisation Tourisme et Handicap
- les outils pour approfondir la connaissance des clientèles.
- l'intégration d'actions liées au développement durable.
- l'accès aux commodités.
- le niveau de prise en charge client.
- l'accueil téléphonique et e-mail.
- le niveau de maîtrise des langues étrangères.
- le niveau de qualité des produits en boutique.
- les outils d'évaluation.

Il convient pour cela de procéder aux étapes suivantes :

- Identifier les sites et équipements à intégrer dans la démarche.
- Sensibiliser les sites concernés par une démarche qualité commune et identifier les sites volontaires.
- Créer et animer un groupe "Qualité" inter-sites permettant d'assurer le suivi et l'optimisation de la démarche qualité collective.

## FICHE ACTION n°31 : Harmonisation de la qualité d'accueil des sites et équipements prioritaires

### AXE D - Capitaliser sur la diversité et le caractère des territoires pour transformer le tourisme cornouaillais et révéler la Destination

#### Périmètre de la maîtrise d'œuvre :

Destination

#### Catégorie d'actions :

Ingénierie

#### Maîtrise d'ouvrage :

Gestionnaire / propriétaires de sites et ou d'équipements prioritaires / Office de tourisme

#### Période de mise en œuvre :

Année 3

#### Partenariat(s) à mobiliser :

- Structure(s) facilitatrice(s)
- Offices de tourisme
- Gestionnaires / propriétaires de sites touristiques prioritaires
- Professionnels
- Finistère 360
- Région
- Organisme(s) de formation aux démarches qualité

#### Indicateurs de réussite :

- Nombre de site engagés
- Budget investi par site dans le cadre de son engagement à travers sa démarche de qualité d'accueil

#### Critère d'éligibilité (fiches ouvertes) :

- Traduction du positionnement de la Destination
- Valorisation des filières clés prioritaires
- Incarnation des marqueurs de la Destination

#### Correspondances stratégies EPCI :

-

#### Indicateurs Développement Durable :

#### Budget : - k€ HT

TEMPS INGÉNIERIE Destination / an (Coordination) : 20 jr

#### Modèle(s) économique(s) :

Financement privé : sites  
Financements publics : Région, Département, EPCI

TEMPS INGÉNIERIE OT ou EPCI / an (Intervention) : 10 jr

#### Source(s) de financement mobilisable(s) :

Région Bretagne :  
Appel à projet sites expérimentaux

## FICHE ACTION n°32 : Déploiement du wifi territorial et co-construction des contenus à diffuser

### AXE D - Capitaliser sur la diversité et le caractère des territoires pour transformer le tourisme cornouaillais et révéler la Destination

**AXE OPERATIONNEL D16 : Développement des contenus et informations à diffuser via le WiFi territorial**

**Niveau de priorité :**

+++

**ENJEU(X)**

Surmonter les problèmes de réseau  
Multiplier les points de contacts avec les visiteurs

**Type d'action :**

Fermée

**CONTEXTE**

Face à une demande exponentielle et massive de l'utilisation du numérique en mobilité, notamment dans le cadre des séjours touristiques, la Destination, en étroite collaboration avec les communautés de communes, souhaite déployer un réseau de hotspots WiFi couvrant le territoire à partir des sites stratégiques à forte fréquentation. A la fois intérieurs ou extérieurs, équiper ces lieux permettra d'offrir à la clientèle touristique un accès internet quel que soit le type d'appareil utilisé doté d'une connexion WiFi. Ce WiFi territorial cornouaillais permettra aux personnes en mobilité d'être reconnues automatiquement sur tous les autres hotspots à partir du moment où elles se seront connectées une première fois sur le territoire.

Le WiFi territorial est un ensemble de hotspots WiFi sur tout un territoire. Il s'adresse à tout type de structures, publiques ou privées, équipées d'accès WiFi publics sur une même zone géographique. Grâce à cette solution numérique, l'authentification des visiteurs est unifiée et le fonctionnement est identique sur l'ensemble des sites. Outil simple, sécurisé et gratuit pour l'utilisateur, les offices de tourisme ainsi que l'ensemble de ses partenaires professionnels du tourisme et commerces peuvent bénéficier de la même solution pour offrir un confort optimal à destination des touristes. L'un des atouts du WiFi territorial est la création d'un portail de connexion commun à tous les hotspots permettant de diffuser du contenu touristique aux utilisateurs de ces points WiFi.

**OBJECTIF(S)**

- Informer en temps réel les clientèles touristiques sur les informations chaudes pour favoriser la consommation touristique du territoire.
- Renforcer l'identité culturelle commune et favoriser le développement économique local.

**CONTENU DE L'ACTION**

L'enjeu majeur de cette action est d'organiser une information partagée entre les OT et partenaires volontaires au service du réseau de WiFi territorial Cornouaillais. Son objectif est de créer un portail WiFi territorial permettant de renforcer l'identité culturelle commune et favoriser le développement économique local.

Il convient pour cela de procéder aux étapes suivantes :

- Co-définir les contenus qui seront "poussés" vers les touristes via le portail commun du WiFi territorial, en parallèle du déploiement de la solution auprès des offices de tourisme et partenaires privés (Animation par la Destination)
- Définir spécifiquement le type " d'informations utilisateurs" à collecter permettant une gestion de la relation client et la gestion et le suivi du bon fonctionnement de cette solution (modérateurs, responsabilité du suivi de l'outil...).

Ces informations utilisateurs sont en cohérence à développer en lien avec l'action "Installation de points d'information numérique au service de l'accueil touristique"

- Veiller au bon déroulement de la configuration du portail par le prestataire choisi pour le déploiement (après définition du contenu par les parties prenantes).
- Réaliser une évaluation à l'issue de la 1ère année et organiser sa restitution auprès de de l'ensemble des partenaires de la solution afin d'y apporter les actions correctives adéquates et nécessaires.

Le développement des contenus devra prendre en compte les éléments suivants :

- Le contenu peut être différent d'une borne à l'autre.
- Le WiFi territorial devrait permettre de communiquer à deux niveaux : Destination et niveau local.
- L'actualité "chaude" devra être au cœur du contenu de ce portail numérique.

Cette action s'intègre plus largement dans :

- Action n°1 de cette présente stratégie intégrée
- Action n°1 de la stratégie numérique de la Destination : WiFi territorial.
- Fiche-action n°5 du programme LEADER : Expérimenter des démarches innovantes d'accueil touristique.



## FICHE ACTION n°32 : Déploiement du wifi territorial et co-construction des contenus à diffuser

### AXE D - Capitaliser sur la diversité et le caractère des territoires pour transformer le tourisme cornouaillais et révéler la Destination

#### Périmètre de la maîtrise d'œuvre :

Destination

#### Catégorie d'actions :

Communication

#### Maîtrise d'ouvrage :

EPCI en investissement et Structure facilitatrice QCD en coordination

#### Période de mise en œuvre :

Année 1 et 2

#### Partenariat(s) à mobiliser :

- Offices de tourisme
- Hébergements marchands
- Restaurants
- Prestataires culturels, sportifs et de loisirs
- Prestataire spécialisé dans le déploiement des solutions wifi

#### Indicateurs de réussite :

- Nombre de connexion aux bornes de wifi territorial
- Nombre de contenus publiés dans les relais de wifi territorial

#### Critère d'éligibilité (fiches ouvertes) :

-

#### Correspondances stratégies EPCI :

-

Indicateurs Développement Durable :

**Budget : 200 k€ HT**

**TEMPS INGÉNIERIE Destination / an (Coordination) : 30 jr**

#### Modèle(s) économique(s) :

Financement public : Structure(s) facilitatrice(s), EPCI, UE

**TEMPS INGÉNIERIE OT ou EPCI / an (Intervention) : 10 jr**

#### Source(s) de financement mobilisable(s) :

*Stratégie de développement du wifi territorial de la Destination Quimper Cornouaille*

Action n°1 :

¼ ETP pendant 1 an

100k€ 70% ITI FEDER 30 % EPCI ou 100% UE

Accompagnement juridique 6,5K€

70% ITI FEDER 30% QCD

## FICHE ACTION n°33 : Organisation de la mise en place d'un accueil "hors les murs" mutualisé entre les offices de tourisme volontaires

### AXE D - Capitaliser sur la diversité et le caractère des territoires pour transformer le tourisme cornouaillais et révéler la Destination

#### AXE OPERATIONNEL D17 : Définition, développement et mutualisation d'équipements d'accueil hors les murs pour les offices de tourisme

Niveau de priorité :

+

#### ENJEU(X)

Multiplier les points de contact avec les visiteurs

Type d'action :

Ouverte

#### CONTEXTE

A travers l'avènement d'internet, la société a subi de fortes mutations dans sa façon de consommer et de voyager. Le numérique a profondément marqué la notion de services et d'accueil. Cette évolution se manifeste notamment par une baisse de la fréquentation physique des Offices de tourisme. En effet, seulement 1 touriste sur 4 se rend physiquement dans un office de tourisme et la moyenne d'âge de ces visiteurs ne cessent d'augmenter. Le numérique représente donc aujourd'hui un enjeu pour répondre aux nouvelles attentes des clientèles en termes d'information et d'attirer des clientèles plus jeunes. En Cornouaille, cinq offices de tourisme proposent l'accueil en mobilité sur les marchés ou lors de l'arrivée de bateaux de croisière, des pots d'accueil, des résidences de tourisme et campings.

L'accueil "hors les murs" permet d'aller à la rencontre des clientèles qui fréquentent peu ou pas les lieux d'accueil physique traditionnels que sont les offices de tourisme. Il se concrétise par la présence de conseillers en séjour sur les sites fortement fréquentés comme les plages, festivals, gares, hotspots touristiques... Il est également possible d'y intégrer un panel de services allant de la conciergerie à la commercialisation d'activités touristiques, de transports, de souvenirs, de pique-nique... Bien organisés, les offices de tourisme mobiles sont un fort vecteur d'image et de sympathie.

#### OBJECTIF(S)

- Aller à la rencontre des clientèles touristiques fréquentant peu ou pas les offices de tourisme, lieu historique de diffusion de l'information touristique.
- Véhiculer une image forte, dynamique, accueillante et sympathique à l'égard du client.

#### CONTENU DE L'ACTION

Avec pour enjeux d'augmenter la consommation touristique en local et de mutualiser les moyens, l'accueil "hors les murs" des offices de tourisme de Cornouaille a pour objectif de capter un maximum de personnes sur les lieux touristiques stratégiques à forte fréquentation du territoire.

Il convient pour cela de procéder aux étapes suivantes :

- Evaluer les besoins et la réceptivité des offices de tourisme du territoire.
- Identifier les clés de réussite et les points de blocage potentiels.
- Analyser et définir les solutions à mettre en place en capitalisant sur les expériences respectives des cinq offices de tourisme déjà engagés dans cette démarche.
- Identifier collectivement les sites touristiques stratégiques en haute saison qui bénéficient d'une forte fréquentation.
- Etudier la possibilité d'un achat/d'une location mutualisé d'un véhicule (voiture électrique, triporteur à assistance électrique, gyropode,...) pour un usage partagé entre les offices de tourisme engagés. Le flochage ou covering du véhicule devra mettre en scène le positionnement retenu pour la Destination afin d'en faire valoir les spécificités.
- Élaborer une feuille de route pour le déploiement du projet.
- Coordonner la logistique des actions de communication "hors les murs".

Pour assurer sa réussite, cette action devra intégrer les éléments suivants :

- S'appuyer sur le Schéma d'accueil et de diffusion de l'information (SADI) touristique définis avec les offices de tourisme et les professionnels (si existant et ou achevé, ou alors à mettre en œuvre).
- Intégrer dans la réflexion l'ensemble des OTI / EPCI volontaires sur cette problématique d'accueil "hors les murs".
- Mettre en réseau et coordonner les interventions de chaque acteur.
- Former le personnel à la connaissance de la Destination et à la maîtrise des langues étrangères.
- Faire intervenir ponctuellement des acteurs privés dans le cadre d'un événement ponctuel.
- Véhiculer une identité visuelle commune (ex. tenue vestimentaire, véhicule, oriflamme...).
- Evaluer / quantifier les retombées de ces actions d'accueil "hors les murs", à l'issue d'une 1ère année
- Evaluer et présenter les résultats à l'ensemble des partenaires afin d'y apporter les éventuelles corrections d'expérimentation.

Cette action s'intègre plus largement dans :

- l'action n°3 de la stratégie numérique de la Destination : L'accueil nomade et connecté.
- la fiche-action n°5 du programme LEADER : Expérimenter des démarches innovantes d'accueil touristique.

## FICHE ACTION n°33 : Organisation de la mise en place d'un accueil "hors les murs" mutualisé entre les offices de tourisme volontaires

### AXE D - Capitaliser sur la diversité et le caractère des territoires pour transformer le tourisme cornouaillais et révéler la Destination

<p><b>Périmètre de la maîtrise d'œuvre :</b> EPCI</p>	<p><b>Catégorie d'actions :</b> Animation Coordination</p>
<p><b>Maîtrise d'ouvrage :</b> EPCI / Offices de tourisme</p>	<p><b>Période de mise en œuvre :</b> Déjà engagé</p>
<p><b>Partenariat(s) à mobiliser :</b> - Offices de tourisme - EPCI - Equipements touristiques et culturels - Organismes d'événements - Destination</p>	<p><b>Indicateurs de réussite :</b> - Niveau de fréquentation des équipements d'accueil hors les murs - Nombre d'heures d'accueil touristique hors les murs par office de tourisme - Niveau de satisfaction des clientèles touristiques</p>
<p><b>Critère d'éligibilité (fiches ouvertes) :</b> - Niveau d'atteinte des cibles touristiques escompté via la ou les solution(s) hors les murs par rapport à la fréquentation physique et numérique du ou des offices de tourisme</p>	
<p><b>Correspondances stratégies EPCI :</b> CCPBS : proposer un accueil et de l'information sur des lieux à forte fréquentation touristique</p>	<p><b>Indicateurs Développement Durable :</b> NA</p>

**Budget : 100 k€ HT**

**Modèle(s) économique(s) :**

Financement public : EPCI, Région, notamment pour des investissements dans des solutions "hors les murs"

Financement européen : Leader

Financement privé : Sponsoring de la part d'entreprises touristiques en échange de visibilité marketing

**Source(s) de financement mobilisable(s) :**

*Contrat de partenariat Cornouaille-Région*

Action n°2.4. La construction d'une destination touristique

Enveloppe de l'action : 213 475 €

Subvention :

- 10 % et 5 000 € à la programmation

- 20 % à 50% pour des projets de dimension cornouaillaise ou projets pilotes

*Programme Leader :*

Fiche-action n°5 : Expérimenter des démarches innovantes d'accueil touristique.

**TEMPS INGÉNIERIE Destination / an (Coordination) : 10 jr**

**TEMPS INGÉNIERIE OT ou EPCI / an (Intervention) : 11 jr**

## FICHE ACTION n°34 : Sensibiliser les résidents secondaires et les habitants à leur rôle et leurs responsabilités touristiques

### AXE D - Capitaliser sur la diversité et le caractère des territoires pour transformer le tourisme cornouaillais et révéler la Destination

**AXE OPERATIONNEL D18 : Sensibilisation des résidents secondaires pour appropriation de la Destination et ses marqueurs identitaires #Culture Bretonne #Océan #Pêche #Saveurs #Lumière #Grands Espaces #Créateurs**

**Niveau de priorité :**

+

#### ENJEU(X)

Appréhender le double-rôle des résidents secondaires : clients et ambassadeurs touristiques

**Type d'action :**

Ouverte

#### CONTEXTE

La capacité d'hébergement non marchand représente 66% des 165 800 lits touristiques de la Destination Quimper Cornouaille. Ce taux souligne l'importance que les résidents secondaires représentent dans la fréquentation touristique de la Destination et le rôle que ceux-ci jouent dans l'écosystème touristique du territoire. Une partie d'entre eux loue leur résidence secondaire pendant leur absence favorisant ainsi l'économie collaborative. La taxe de séjour n'étant pas appliquée dans le cadre d'une location de particulier à particulier, cette pratique favorise une concurrence déséquilibrée avec les hébergements touristiques traditionnels.

Un enjeu réside dans la capacité des acteurs touristiques à susciter cette prise de conscience auprès des acteurs locaux et leur démontrer l'intérêt qu'ils peuvent retirer d'une implication plus significative dans la vie touristique de leur territoire.

Plus globalement, les initiatives visant à impliquer les résidents dans l'accueil, la promotion et le développement touristique démontrent de plus en plus leur pertinence. Prescripteurs à la base, les résidents peuvent être devenir de véritables ambassadeurs touristiques de leur territoire.

Face à la demande croissante des voyageurs pour des expériences « locales », certaines organisations de gestion de la destination tissent des liens avec les résidents afin de les intégrer à l'activité touristique. Elles sont de plus en plus nombreuses à prendre ce virage, mais s'interrogent encore sur la manière de cibler cette clientèle.

#### OBJECTIF(S)

- Favoriser l'appropriation de la Destination par les résidents secondaires.
- Sensibiliser les résidents secondaires au respect de la réglementation.
- Conformer les résidents secondaires qui louent leur hébergement à la contribution de la taxe de séjour.

#### CONTENU DE L'ACTION

Afin d'impliquer et mobiliser les résidents secondaires de la Destination dans l'organisation touristique locale et faire de ces personnes de véritables ambassadeurs de leur territoire et contributeurs de l'économie touristique, il est nécessaire de structurer le dialogue avec ces acteurs.

Cette action consiste à :

- Recenser les résidents secondaires sur le territoire.
- Communiquer et sensibiliser les résidents secondaires aux enjeux du tourisme sur leur territoire et à la réglementation en vigueur
- Engager à la mise en conformité des résidents secondaires qui louent leurs bien(s) sur des plateformes collaboratives
- Apporter un soutien aux EPCI, par la Destination, concernant le sujet de la taxe de séjour et notamment concernant les conséquences de la réforme sur la taxe de séjour.

Cette action devra s'intégrer plus largement dans :

- La fiche action n°5 du programme Leader : Expérimenter des démarches innovantes d'accueil touristique (nouvelle culture d'accueil en impliquant à la fois la population et les professionnels)

En parallèle, il peut-être opportun de répondre aux besoins des résidents secondaires et favoriser la consommation de l'offre touristique à travers les missions suivantes :

- Identifier précisément les besoins et les préoccupations des résidents secondaires
- Développer une offre de service et de loisirs adaptée aux besoins identifiés.

## FICHE ACTION n°34 : Sensibiliser les résidents secondaires à leur rôle et leurs responsabilités touristiques

**AXE D - Capitaliser sur la diversité et le caractère des territoires pour transformer le tourisme cornouaillais et révéler la Destination**

### Périmètre de la maîtrise d'œuvre :

- EPCI

### Maîtrise d'ouvrage :

Offices de tourisme

### Partenariat(s) à mobiliser :

- EPCI
- Communes
- Résidents secondaires
- Destination

### Critère d'éligibilité (fiches ouvertes) :

### Correspondances stratégies EPCI :

CCPBS : faire des résidents secondaires des ambassadeurs du Pays Bigouden Sud : sentiment d'appartenance, fierté, tisser des liens privilégiés, sensibiliser les propriétaires

### Catégorie d'actions :

Animation  
Coordination

### Période de mise en œuvre :

Année 3

### Indicateurs de réussite :

- Nombre de résidents secondaires recensés et accompagnés
- Nombre de résidents secondaires ambassadeurs

### Indicateurs Développement Durable :

**Budget : 10 k€ HT**

**Modèle(s) économique(s) :**

**Source(s) de financement mobilisable(s) :**

**TEMPS INGÉNIERIE Destination / an (Coordination) : 10 jr**

**TEMPS INGÉNIERIE OT ou EPCI / an (Intervention) : 10 jr**

## FICHE ACTION n°35 : Mutualisation d'outils de communication à l'échelle de la Destination

### AXE D - Capitaliser sur la diversité et le caractère des territoires pour transformer le tourisme cornouaillais et révéler la Destination

**AXE OPERATIONNEL D19 : Développement d'outils de communication mutualisés et ciblés, au service de l'accueil des clientèles en articulation avec les OTI**

**Niveau de priorité :**

++

**ENJEU(X)**

Rationaliser la communication : « moins d'outils pour plus de voix »

**Type d'action :**

Ouverte

**CONTEXTE**

La démarche de concertation menée avec les acteurs touristiques lors de l'élaboration de la stratégie intégrée de développement touristique a mis en évidence la nécessité de tendre vers davantage de mutualisation concernant les outils d'accueil des clientèles.

Si cette nécessité est admise, les acteurs ont également signifié leur attachement à conduire en autonomie leurs actions de promotion - communication à l'échelle des offices de tourisme / EPCI.

**OBJECTIF(S)**

- Optimiser les outils d'accueil en adéquation avec les attentes de clientèles touristiques.
- Repositionner le blog pour renforcer son adéquation avec les attentes des internautes.
- Augmenter la fréquentation du blog.

**CONTENU DE L'ACTION**

La Destination est une aire pertinente de circulation du visiteur, c'est en ce sens qu'ont été édités les outils suivants, au service de l'accueil touristique :

- Carte de Destination Quimper-Cornouaille
- Blog #MaCornouaille.
- Cornouaille animations

Des développements complémentaires peuvent être envisagés. A titre d'exemple, la carte de Destination pourra être complétée d'un guide de séjour ou de guides thématiques (ex : savoir-faire, gastronomie, randonnée,...).

A noter également que les actions de développement devront nécessairement donner lieu à des actions de promotion et communication au gré de leur mise en œuvre.

A titre d'exemple, il pourra être opportun de procéder à une promotion coordonnée des touristiques incontournables. Une page web "Destination" harmonisée, mettant en avant les sites majeurs, pourrait être intégrée aux sites internet propres des Offices de tourisme. Cette page pourra mettre en valeur :

- Un descriptif et des photos / vidéos des sites concernés.
- Les horaires d'ouverture.
- Les conditions d'accès.
- Les possibilités de transport à partir de leur territoire.

Il sera également opportun de créer une rubrique « Destination » dans les newsletters adressées par les OT envers les professionnels.

Il pourra être l'occasion de mutualiser les outils de communication à l'échelle de la Destination

## FICHE ACTION n°35 : Mutualisation d'outils de communication à l'échelle de la Destination

### AXE D - Capitaliser sur la diversité et le caractère des territoires pour transformer le tourisme cornouaillais et révéler la Destination

#### Périmètre de la maîtrise d'œuvre :

Destination

#### Catégorie d'actions :

Communication

#### Maîtrise d'ouvrage :

Offices de tourisme / EPCI / Structure facilitatrice QCD

#### Période de mise en œuvre :

-

#### Partenariat(s) à mobiliser :

- Offices de tourisme
- Structure(s) facilitatrice(s) AOCD / QCD
- Hébergements marchands
- Prestataires culturels, sportifs, de loisirs

#### Indicateurs de réussite :

- Nombre de supports édités (tirages, ex)
- Taux de diffusion des outils de communication développés

#### Critère d'éligibilité (fiches ouvertes) :

- Traduction du positionnement de la Destination
- Valorisation des filières clés prioritaires
- Incarnation des marqueurs de la Destination

#### Correspondances stratégies EPCI :

Douarnenez Communauté : Travailler sur la mise en place des nouveaux supports de communication de la destination (carte touristique)

#### Indicateurs Développement Durable :

- Eco.
- Env.

#### Budget : 50 k€ HT

**TEMPS INGÉNIERIE Destination / an (Coordination) : 10 jr**

#### Modèle(s) économique(s) :

Financement public : Structure(s) facilitatrice(s), OTI (communication/promotion)  
Financement privé : Sponsoring prestataires privés en l'échange de visibilité marketing

**TEMPS INGÉNIERIE OT ou EPCI / an (Intervention) : 10,5 jr**

#### Source(s) de financement mobilisable(s) :

*Contrat de partenariat Cornouaille-Région*

Action n°2.4. La construction d'une destination touristique

Enveloppe de l'action : 213 475 €

Subvention :

- 10 % et 5 000 € à la programmation
- 20 % à 50% pour des projets de dimension cornouaillaise ou projets pilotes

## FICHE ACTION n°36 : Mise en place des actions favorisant l'évolution du blog #Macornouaille

### AXE D - Capitaliser sur la diversité et le caractère des territoires pour transformer le tourisme cornouaillais et révéler la Destination

**AXE OPERATIONNEL D19 : Développement d'outils de communication mutualisés et ciblés, au service de l'accueil des clientèles en articulation avec les OTI**

**Niveau de priorité :**

++

#### ENJEU(X)

Privilégier une stratégie social media pour « bâtir » la notoriété de l'offre touristique des territoires composant la Destination sur le long terme

**Type d'action :**

Fermée

#### CONTEXTE

#Macornouaille est le blog de récits d'expériences touristiques de la Destination Quimper Cornouaille. Cet outil a été créé par les offices de tourisme et les collectivités territoriales dans le but de promouvoir la Destination. Il se positionne comme une façon moins institutionnelle de mettre en scène, en récit, les offres touristiques du territoire. Par la diversité des contributeurs et des expériences racontées, #Macornouaille se revendique comme un lieu d'inspiration et de partage. Le blog rassemble des photos, vidéos et témoignages affinitaires émanant des habitants et voyageurs de la Cornouaille. Son animation est placée sous la coordination de la Destination. Un comité éditorial détermine les choix de communication de la Destination. Il est composé d'environ deux personnes par territoire, une pour l'EPCI et une pour un office de tourisme, ainsi que le service Tourisme de Quimper Cornouaille Développement (QCD) et l'Agence Ouest Cornouaille Développement, soit une douzaine de personnes.

#### OBJECTIF(S)

- Produire une base de connaissances faisant référence sur les principaux sites et lieux d'intérêts du territoire. (cf fiche 9)
- Homogénéiser le discours, les connaissances et les éléments de langage employés par les acteurs touristiques concernant l'identité de la Destination.
- Repositionner le blog pour renforcer son adéquation avec les attentes des internautes.
- Augmenter la fréquentation du blog.

#### CONTENU DE L'ACTION

La mise en place de nouvelles actions a pour objectif de :

- Redynamiser le blog
- Inciter le partage et augmenter la fréquentation des internautes.
- Recueillir la parole des habitants
- Valoriser l'identité culturelle cornouaillaise
- Promouvoir des récits vivants.

Il convient pour cela de procéder aux étapes suivantes :

- Etablir un planning éditorial afin d'assurer un rythme de publication régulier.
- Augmenter la production de contenus.
- Organiser un concours afin de recruter de nouveaux blogueurs et augmenter le nombre de contributeurs potentiels.
- Solliciter un blogueur influent pour gagner en notoriété.
- Réaliser des interviews de blogueurs pour cibler d'autres audiences notamment touristiques.
- Investir les réseaux sociaux par l'intermédiaire du blog en ajoutant davantage de liens vers des sites partenaires et inversement.
- Etudier l'intégration sur le blog de l'agenda culturel et des manifestations (adaptation du site, budget disponible...)
- Assurer un suivi régulier des statistiques de fréquentation.



## FICHE ACTION n°36 : Mise en place des actions favorisant l'évolution du blog #Macornouaille

### AXE D - Capitaliser sur la diversité et le caractère des territoires pour transformer le tourisme cornouaillais et révéler la Destination

**Périmètre de la maîtrise d'œuvre :**

Destination

**Catégorie d'actions :**

Communication

**Maîtrise d'ouvrage :**

Structure(s) facilitatrice(s) AOCD / QCD

**Période de mise en œuvre :**

Année 1, 2, 3

**Partenariat(s) à mobiliser :**

- Blogueurs
- Offices de tourisme
- Habitants de Cornouaille

**Indicateurs de réussite :**

- Nombre de publication et témoignages
- Nombre de rédacteurs
- Statistique de fréquentation du blog
- Statistique de consultation des contenus

**Critère d'éligibilité (fiches ouvertes) :**

-

**Correspondances stratégies EPCI :**

Douarnenez Communauté : Participer au blog #MaCornouaille

**Indicateurs Développement Durable :**

NA

**Budget : 25 k€ HT**

**TEMPS INGÉNIERIE Destination / an (Coordination) : 10 jr**

**Modèle(s) économique(s) :**

Financement public : Structure(s) facilitatrice(s), Région

**TEMPS INGÉNIERIE OT ou EPCI / an (Intervention) : 10,5 jr**

**Source(s) de financement mobilisable(s) :**

*Contrat de partenariat Cornouaille-Région*

Action n°2.4. La construction d'une destination touristique

Enveloppe de l'action : 213 475 €

Subvention :

- 10 % et 5 000 € à la programmation
- 20 % à 50% pour des projets de dimension cornouaillaise ou projets pilotes

## FICHE ACTION n°37 : Identification d'un circuit touristique thématique pour chaque filière clé prioritaire

### AXE D - Capitaliser sur la diversité et le caractère des territoires pour transformer le tourisme cornouaillais et révéler la Destination

**AXE OPERATIONNEL D20 : Création de circuits thématiques intégrés et d'idées-séjour**

**Niveau de priorité :**

++

**ENJEU(X)**

Identifier des circuits thématiques selon les clientèles ciblées (segmentation)

**Type d'action :**

Ouverte

#### CONTEXTE

L'offre touristique est aujourd'hui mondialisée, la concurrence n'a jamais été aussi forte entre les destinations touristiques françaises et internationales. Les clientèles touristiques sont donc en situation de choix face à une offre touristique variée mais aussi atomisée. L'enjeu réside dans la préparation en amont de leur séjour. Les informations sur les activités, transports, restauration et hébergements en accord avec leur profil et centre d'intérêt sont complexes à identifier, compiler et associer notamment face au nombre important de canaux d'information. Les territoires de la Destination Quimper Cornouaille sont dotés du Système d'Information Touristique (SIT) Tourinsoft. Les Offices de tourisme et le Département disposent donc d'une procédure similaire pour renseigner les bases de données touristiques du territoire. Cet outil est particulièrement bien approprié et maîtrisé par ses acteurs mais il demeure des inégalités de niveau de renseignement selon les territoires. Il est nécessaire d'homogénéiser les informations disponibles concernant la qualification de l'offre touristique afin de pouvoir "inspirer" les clientèles avant et pendant le séjour. Par ailleurs, le touriste disposant de peu de temps au quotidien pour organiser ses vacances, celui-ci sera séduit par toute solution facilitant cet aspect. Il est donc à la recherche d'idées séjour packagées en fonction de son profil, ses besoins et ses centres d'intérêt. Un Système d'Information Touristique (SIT) est une base de donnée de l'information touristique départementale qui renseigne sur l'offre touristique d'un territoire, du camping ou l'hôtel, aux visites, plages, itinéraires touristiques ou encore restaurants. Le SIT du Finistère est Tourinsoft. Les circuits thématiques intégrés correspondent à une offre touristique packagée dédiée à une thématique clé. Elle comprend les activités/visites, la restauration, le transport et l'hébergement.

#### OBJECTIF(S)

- Faciliter la préparation du séjour par les clientèles en orientant leurs choix vers des offres "inspirantes".
- Développer un avantage concurrentiel en proposant des séjours "inspirants" clés en main aux clientèles touristiques.

#### CONTENU DE L'ACTION

La création de circuits touristiques thématiques vise à valoriser les hotspots touristiques de la Destination Quimper Cornouaille par filière touristique clé. Huit filières touristiques clés ont été identifiées pour la Cornouaille : les pratiques balnéaires, le patrimoine maritime, le patrimoine naturel d'exception, le patrimoine historique et culturel, le nautisme, l'événementiel, les activités de pleine nature, les savoir-faire bretons. Les circuits ont pour objectif d'inspirer les clientèles cibles en valorisant les sept marqueurs identitaires et en ciblant leurs centres d'intérêt.

Pour ce faire, les circuits touristiques doivent comprendre :

- Une suggestion de sites incontournables, d'expériences à vivre qui revendiquent les marqueurs de la Destination et intègre, lorsque cela est pertinent, la dimension sensibilisation et éducation à l'environnement.
- Une déclinaison de chaque circuit en intégrant des clientèles cibles spécifiques (validées en COPIL) : les familles avec enfants / ados (Grand-Ouest, Ile-de-France, Nord de la France et région lyonnaise), les couples de jeunes seniors, les camping-caristes, les excursionnistes, les résidents secondaires, les groupes constitués.
- Les circuits devront tenir compte des durées de séjour et des mobilités, différents selon les profils de clientèles et être intégrés dans le blog en tant que produit touristique de Destination
- Les circuits pourront conduire à l'élaboration d'idées-séjour.

Il convient pour cela de procéder à travers les étapes suivantes :

Etape 1 :

- Mettre en réseau et animer un groupe de travail réunissant un référent dans chaque office de tourisme.
- Coordonner la création/construction des circuits inter-EPCI.
- Réfléchir à une potentielle intégration de ces circuits dans le blog #Macornouaille en tant que produit touristique de Destination ou sur d'autres canaux de communication (sites internet des OT).

Etape 2 (optionnelle) :

- Etudier les possibilités de commercialisation de ces circuits / idées-séjours, en étroite collaboration avec les EPCI.

Pour assurer sa réussite, cette action devra intégrer les éléments suivants :

- Veiller à valoriser l'ensemble des bassins touristiques de la Destination en créant des passerelles entre les activités littorales et celles du tourisme vert.
- Intégrer des objectifs marketing.
- Le circuit est entendu comme feuille de route opérationnelle (avec suggestion du ou des modes de transport à privilégier).
- Intégrer les marqueurs identitaires : #Créateurs #Culture bretonne #Grands espaces #Saveurs #Pêche #Océan #Lumières.
- Intégrer les contraintes des personnes en situation de handicap et proposer des alternatives.

Exemple :

Nom du circuit : Séjour découverte et plaisir des papilles en Cornouaille / Filière : savoir-faire bretons / Cibles : couples de jeunes seniors / Objectif marketing : maintenir les jeunes seniors sur les ailes de saison / Durée : 4 nuits - 5 jours en semaine / Mobilité : voiture et VAE / Marqueurs : #Saveurs #Culture bretonne #Pêche

## FICHE ACTION n°37 : Identification d'un circuit touristique thématique pour chaque filière clé prioritaire

### AXE D - Capitaliser sur la diversité et le caractère des territoires pour transformer le tourisme cornouaillais et révéler la Destination

<p><b>Périmètre de la maîtrise d'œuvre :</b> Destination</p>	<p><b>Catégorie d'actions :</b> Animation Coordination Production touristique</p>
<p><b>Maîtrise d'ouvrage :</b> Office de tourisme</p>	<p><b>Période de mise en œuvre :</b> Année 3</p>
<p><b>Partenariat(s) à mobiliser :</b> - Structure(s) facilitatrice(s) AOCD / QCD - Offices de tourisme - professionnels (hébergeurs, prestataires d'activités) - acteurs relevant des filières concernées</p>	<p><b>Indicateurs de réussite :</b> - Nombre de circuit thématiques intégrés créés à l'échelle de la Destination - Nombre de partenaires public / privés impliqués dans chaque circuit</p>
<p><b>Critère d'éligibilité (fiches ouvertes) :</b> - Intégration et traduction du positionnement de la Destination - Incarnation des marqueurs identitaires - Complémentarité des circuits thématiques - Valorisation des hotspots touristiques de la destination - Niveau de création de valeur</p>	<p><b>Indicateurs Développement Durable :</b> Eco. Env. Soc.</p>
<p><b>Correspondances stratégies EPCI :</b> -</p>	

<p><b>Budget : 20 k€ HT</b></p>	<p><b>TEMPS INGÉNIERIE Destination / an (Coordination) : 20 jr</b></p>
<p><b>Modèle(s) économique(s) :</b> Financement public : EPCI, Département, Région Financement privé : Mécénat d'entreprise, Crowdfunding, Sponsoring d'entreprise</p>	<p><b>TEMPS INGÉNIERIE OT ou EPCI / an (Intervention) : 10 jr</b></p>
<p><b>Source(s) de financement mobilisable(s) :</b> <i>Contrat de partenariat Cornouaille-Région</i> Action n°2.4. La construction d'une destination touristique Enveloppe de l'action : 213 475 € Subvention : - 10 % et 5 000 € à la programmation - 20 % à 50% pour des projets de dimension cornouaillaise ou projets pilotes <i>Fond LEADER :</i> - Dans le cadre de l'action n°3 du programme LEADER : Structurer les activités de pleine nature. - Dans le cadre de l'action n°4 du programme LEADER : Valoriser les richesses patrimoniales de l'identité cornouaillaise.</p>	

## FICHE ACTION n°38 : Dotation des acteurs d'une plateforme de commercialisation commune aux prestataires culturels, sportifs et de loisirs (court terme)

### AXE D - Capitaliser sur la diversité et le caractère des territoires pour transformer le tourisme cornouaillais et révéler la Destination

**AXE OPERATIONNEL D21 : Identification d'un modèle d'organisation commune et de distribution en ligne des activités de loisirs/culturels cornouaillaises**

**Niveau de priorité :**

++

**ENJEU(X)**

Favoriser la consommation touristique en ligne en amont ou au cours d'un séjour, d'une excursion

**Type d'action :**

Ouverte

**CONTEXTE**

La Destination Quimper Cornouaille dispose d'une offre en activités de plein air, de loisirs et culturelles particulièrement riche. Hyper connectée, la clientèle touristique apprécie de pouvoir consulter l'offre d'activités facilement sur internet et réserver ses activités en ligne. Cependant, les prestataires cornouaillais sont dotés d'outils de vente en ligne de façon inégale sur le territoire. Le renforcement et la valorisation de ces activités s'inscrivent pleinement dans la traduction du positionnement de la Destination : "une terre d'évasion propice aux expériences vivifiantes", "une nature propice à la pratique de loisirs actifs et d'activités nautiques".

Afin de conférer une plus grande visibilité aux prestataires proposant des activités culturelles, sportives et de loisirs, l'un des enjeux prioritaires réside dans l'organisation et la distribution en ligne des activités disponibles sur le territoire. Ces activités sont par nature très hétérogènes et les professionnels doivent composer avec des conditions et des modalités de commercialisation complexes.

Il est préconisé d'organiser et de structurer la commercialisation et la distribution en ligne de ces activités en deux étapes.

**OBJECTIF(S)**

- Répondre aux nouvelles attentes des clientèles touristiques en termes de planification et de consommation touristique.
- Augmenter le chiffre d'affaires des prestataires culturels, sportifs et de loisirs.

**CONTENU DE L'ACTION**

Cette action permettra de répondre à 3 objectifs :

- Accroître et centraliser l'offre des activités disponibles sur l'ensemble du territoire de la Destination et distribuées en ligne.
- Améliorer la visibilité des prestataires d'activités sportives, culturelles et de loisirs.
- Augmenter la notoriété et le volume d'affaire des prestataires.

Il convient pour cela de procéder aux étapes suivantes :

- Effectuer / Compléter l'inventaire des activités culturelles, sportives, de loisirs à l'échelle de la Destination
- Sensibiliser les professionnels à la qualification et au référencement de leur activité sur une plateforme en ligne dédiée
- Réaliser une étude comparative parmi les solutions de commercialisation existantes
- Sélectionner une solution agile, opérationnelle et accessible permettant de répondre concrètement aux besoins soulignés par les professionnels, en adéquation avec le modèle économique des offices de tourisme
- Négocier un partenariat avec une plateforme en ligne, dynamique et innovante permettant de référencer, proposer et distribuer les activités touristiques considérées.
- Relayer activement la plateforme retenue auprès de l'ensemble des outils de communication élaborés par les acteurs touristiques (privés et institutionnels).

A noter que la/les structure(s) facilitatrice(s) QCD / AOCD, assurera/ront la coordination de cette action aux côtés des partenaires et parties prenantes impliquées.

L'ensemble de ce travail sera mené en cohérence avec le projet ebreizh connexion.

## FICHE ACTION n°38 : Dotation des acteurs d'une plateforme de commercialisation commune aux prestataires culturels, sportifs et de loisirs (court terme)

### AXE D - Capitaliser sur la diversité et le caractère des territoires pour transformer le tourisme cornouaillais et révéler la Destination

#### Périmètre de la maîtrise d'œuvre :

Destination

#### Catégorie d'actions :

Stratégie

#### Maîtrise d'ouvrage :

Structure(s) facilitatrice(s) QCD / AOCD

#### Période de mise en œuvre :

Année 2

#### Partenariat(s) à mobiliser :

- Prestataires culturels, sportifs et de loisirs
- Offices de tourisme
- Département
- Région

#### Indicateurs de réussite :

- Nombre d'activités de loisirs valorisées / référencées dans une solution de commercialisation en ligne
- Indicateurs complémentaires sur mesure (Nombre de réservation, apport en CA, panier moyen, etc.), selon les possibilités et choix techniques relatif

#### Critère d'éligibilité (fiches ouvertes) :

- Prise en compte du niveau d'avancement et ou intégration du projet régional E-Breizh Connexion

#### Indicateurs Développement Durable :

Eco.

#### Correspondances stratégies EPCI :

-

#### Budget : 10 k€ HT

**TEMPS INGÉNIERIE Destination / an (Coordination) : 20 jr**

#### Modèle(s) économique(s) :

Financement européen : LEADER

Financement privé : Possibilité pour les acteurs privés de prendre en charge toute ou partie de leur abonnement au service proposé (générant de la visibilité et de l'apport d'affaire)

**TEMPS INGÉNIERIE OT ou EPCI / an (Intervention) : 10 jr**

#### Source(s) de financement mobilisable(s) :

Fond LEADER :

Dans le cadre de l'action n°7 de la stratégie numérique de la Destination : Distribution de l'offre d'activités.

## FICHE ACTION n°39 : Implication active des acteurs touristiques de la Destination dans une expérimentation dans le cadre du projet E-Breizh Connexion (moyen terme)

### AXE D - Capitaliser sur la diversité et le caractère des territoires pour transformer le tourisme cornouaillais et révéler la Destination

**AXE OPERATIONNEL D21 : Identification d'un modèle d'organisation commune et de distribution en ligne des activités de loisirs/culturels cornouaillaises**

**Niveau de priorité :**

+

#### ENJEU(X)

Favoriser la consommation touristique en ligne en amont ou au cours d'un séjour, d'une excursion

**Type d'action :**

Fermée

#### CONTEXTE

La Destination Quimper Cornouaille dispose d'une offre en activités de plein air, de loisirs et culturelles particulièrement riche. Hyper connectée, la clientèle touristique apprécie de pouvoir consulter l'offre d'activités facilement sur internet et réserver ses activités en ligne. Cependant, les prestataires cornouaillais sont dotés d'outils de vente en ligne de façon inégale sur le territoire. Le renforcement et la valorisation de ces activités s'inscrivent pleinement dans la traduction du positionnement de la Destination : "une terre d'évasion propice aux expériences vivifiantes", "une nature propice à la pratique de loisirs actifs et d'activités nautiques".

Afin de conférer une plus grande visibilité aux prestataires proposant des activités culturelles, sportives et de loisirs, l'un des enjeux prioritaires réside dans l'organisation et la distribution en ligne des activités disponibles sur le territoire. Ces activités sont par nature très hétérogènes et les professionnels doivent composer avec des conditions et des modalités de commercialisation complexes.

Il est préconisé d'organiser et de structurer la commercialisation et la distribution en ligne de ces activités en deux étapes :

#### OBJECTIF(S)

- Répondre aux nouvelles attentes des clientèles touristiques en termes de planification et de consommation touristique.
- Augmenter le chiffre d'affaires des prestataires culturels, sportifs et de loisirs.

#### CONTENU DE L'ACTION

Le projet E-Breizh Connexion est un projet régional structurant qui émane d'une volonté collective de la filière touristique. Depuis 2015, une réflexion coordonnée par le CRT Bretagne et menée par une Assistance à Maîtrise d'Ouvrage a été initiée autour du concept d'Internet de séjour.

Les contours d'un dispositif digital à l'échelle des Destinations et permettant une réponse régionale ont été définis.

Les objectifs de cet outil sont les suivants :

- être pertinent pour le visiteur durant son séjour.
- inciter à la consommation.
- permettre une interopérabilité des systèmes.

Le projet d'outil est en cours d'étude et d'approfondissement à travers les pistes suivantes de réflexion :

- Un outil unique avant, pendant et après séjour.
- Un outil unique à l'échelle de la Bretagne.
- Un outil construit autour de l'UGC (Users Generated Content).
- Un outil adaptable selon le moment (avant, pendant, après), le lieu et le profil des visiteurs.

Cette action s'intègre plus largement dans :

- Action n°7 de la stratégie numérique de la Destination : Distribution de l'offre d'activités.

## FICHE ACTION n°39 : Implication active des acteurs touristiques de la Destination dans une expérimentation dans le cadre du projet E-Breizh Connexion (moyen terme)

### AXE D - Capitaliser sur la diversité et le caractère des territoires pour transformer le tourisme cornouaillais et révéler la Destination

**Périmètre de la maîtrise d'œuvre :**

Région

**Catégorie d'actions :**

Stratégie

**Maîtrise d'ouvrage :**

Région

**Période de mise en œuvre :**

année 2-3

**Partenariat(s) à mobiliser :**

- Structures) facilitatrice(s)
- Prestataires culturels, sportifs et de loisirs
- Offices de tourisme
- Département
- Région

**Indicateurs de réussite :**

- Nombre d'activités de loisirs valorisées / référencées dans une solution de commercialisation en ligne
- Indicateurs complémentaires sur mesure (Nombre de réservation, apport en CA, panier moyen, etc.), selon les possibilités et choix techniques relatif

**Critère d'éligibilité (fiches ouvertes) :**

-

**Correspondances stratégies EPCI :**

-

**Indicateurs Développement Durable :**

Eco.

**Budget : A définir selon modalités du projet régional k€ HT**

**TEMPS INGÉNIERIE Destination / an (Coordination) : 10 jr**

**Modèle(s) économique(s) :**

Financement public :

- Expérimentation dans le cadre du projet régional de l'outil E-Breizh Connexion
- Implication possible (à confirmer) de Finistère 360

Financement privé : Possibilité pour les acteurs privés de prendre en charge toute ou partie de leur abonnement au service proposé (générant de la visibilité et de l'apport d'affaire)

**TEMPS INGÉNIERIE OT ou EPCI / an (Intervention) : 10 jr**

**Source(s) de financement mobilisable(s) :**

-

## FICHE ACTION n°40 : Evolution de l'organisation touristique vers une gouvernance associant étroitement la sphère privée aux décisions

### AXE E - Optimiser la gouvernance et l'organisation au service de la stratégie

**AXE OPERATIONNEL E22 : Formalisation d'une organisation renouvelée de l'action touristique pour la Destination au service du territoire et des EPCI**

**Niveau de priorité :**

++

**ENJEU(X)**

Disposer d'un organe de gouvernance de Destination

**Type d'action :**

Fermée

#### CONTEXTE

Créée en en 2013, la Destination Quimper Cornouaille est coordonnée par 2 structures facilitatrices : Quimper Cornouaille Développement (QCD) et l'Agence Ouest Cornouaille Développement (AOCD - Pays touristique pour la partie ouest de la Cornouaille). Depuis 2013, QCD et l'AOCD, avec le partenariat des offices de tourisme et des EPCI composant la destination mettent en œuvre des actions autour de 4 axes prioritaires que sont le numérique (accompagnement de professionnels la production de contenus pour la promotion de la Cornouaille, l'accueil des clientèles anglaises et allemandes, l'accès à la Cornouaille et les mobilités touristiques.

Plus globalement, Quimper Cornouaille Développement poursuit les missions suivantes :

- Marketing territorial et aménagement du territoire
- Développement économique et accompagnement filières
- Transition énergétique
- Ingénierie de projets territoriaux.

L'Agence Ouest Cornouaille Développement poursuit les missions suivantes :

- le développement touristique à travers, l'information, la promotion, l'accompagnement des porteurs de projets, la qualification de l'offre et la mise en réseau des professionnels ;
- le développement rural par le biais de la gestion de 3 programmes européens LEADER.
- l'aménagement du territoire.

#### OBJECTIF(S)

- Repositionner le rôle des structures facilitatrices de la Destination dans le paysage touristique local en adéquation avec les besoins des EPCI.
- Renouveler l'organisation en mettant au cœur du processus la logique de parcours client et sa pleine satisfaction.

#### CONTENU DE L'ACTION

Suite à l'élaboration de la stratégie intégrée de développement touristique de la Destination, il apparaît nécessaire de formaliser une nouvelle organisation de l'action touristique sur le territoire.

Cette nouvelle organisation doit tenir compte :

- D'une part de la fusion – absorption de l'AOCD par QCD.
- D'autre part des orientations de l'étude de préfiguration du Pôle métropolitain (1er janvier 2019) menée par Quimper Bretagne Occidentale.

Elle doit en outre préciser le rôle de la Destination, les moyens impartis et les modalités de portage et de mise en œuvre partagée du plan d'action émanant de la stratégie intégrée. La concertation conduite au cours de l'élaboration de la stratégie intégrée a démontré la volonté des acteurs de voir la Destination opérer en bonne articulation avec le travail des OTI, sur des domaines d'actions spécifiques.

Les arbitrages prioritaires suivants seront à opérer :

- Modalités de représentation des acteurs privés dans les prises de décisions de la Destination
- Nature du processus de prise de décision permettant d'engager de manière fluide les EPCI dans des actions coordonnées ou mutualisées (ex : projets d'aménagement ou d'équipement)
- Définition d'un statut spécifique en cas de souhait de voir la Destination dotée d'une structure juridique ad hoc.

La proposition est de créer à QCD et demain au Pôle Métropolitain, une commission mixte tourisme associant une pluralité de regards :

- Élus de QCD ou du Syndicat
- Elus tourisme des EPCI
- Offices de Tourisme
- Partenaires institutionnels
- Prestataires privés.

Pour la mise en œuvre du présent plan d'action, des propositions sont formulées au regard du contexte actuel. Ces préconisations nécessiteront d'être reconsidérées par les acteurs du territoire en fonction des arbitrages et choix de gouvernance qui seront opérés au cours des mois à venir, conditionnant notamment les ressources pouvant être mobilisés, tant humaines que technique et financière.



## FICHE ACTION n°40 : Evolution de l'organisation touristique vers une gouvernance associant étroitement la sphère privée aux décisions

### AXE E - Optimiser la gouvernance et l'organisation au service de la stratégie

**Périmètre de la maîtrise d'œuvre :**

Destination

**Catégorie d'actions :**

Stratégie

**Maîtrise d'ouvrage :**

Structure(s) facilitatrice(s) QCD / AOCD

**Période de mise en œuvre :**

Année 1 et 4

**Partenariat(s) à mobiliser :**

- Offices de tourisme
- EPCI
- CCI
- Région
- CRT
- Finistère 360
- Professionnels du tourisme

**Indicateurs de réussite :**

-Nombre d'acteurs privés sollicités et représentés dans les prises de décisions

**Critère d'éligibilité (fiches ouvertes) :**

-

**Correspondances stratégies EPCI :**

-

**Indicateurs Développement Durable :**

Soc.

**Budget : 2 k€ HT**

**TEMPS INGÉNIERIE Destination / an (Coordination) : 6 jr**

**Modèle(s) économique(s) :**

NA

**TEMPS INGÉNIERIE OT ou EPCI / an (Intervention) : 0 jr**

**Source(s) de financement mobilisable(s) :**

NA

## FICHE ACTION n°41 : Pilotage d'une mission de développement touristique partagée entre les EPCI.

### AXE E - Optimiser la gouvernance et l'organisation au service de la stratégie

**AXE OPERATIONNEL E22 : Formalisation d'une organisation renouvelée de l'action touristique pour la Destination au service du territoire et des EPCI**

**Niveau de priorité :**

**++**

**ENJEU(X)**

Mutualiser les moyens et renforcer leur efficacité

**Type d'action :**

Fermée

#### CONTEXTE

Créée en en 2013, la Destination Quimper Cornouaille est coordonnée par 2 structures facilitatrices : Quimper Cornouaille Développement (QCD) et l'Agence Ouest Cornouaille Développement (AOCD - Pays touristique pour la partie ouest de la Cornouaille). Depuis 2013, QCD et l'AOCD, avec le partenariat des offices de tourisme et des EPCI composant la destination mettent en œuvre des actions autour de 4 axes prioritaires que sont le numérique (accompagnement de professionnels et propositions autour de 4 axes prioritaires, la production de contenus pour la promotion de la Cornouaille, l'accueil des clientèles anglaises et allemandes, l'accès à la Cornouaille et les mobilités touristiques.

Plus globalement, Quimper Cornouaille Développement poursuit les missions suivantes :

- Marketing territorial et aménagement du territoire
- Développement économique et accompagnement filières
- Transition énergétique
- Ingénierie de projets territoriaux

L'Agence Ouest Cornouaille Développement poursuit les missions suivantes :

- le développement touristique à travers l'accueil du public, l'information, la promotion, l'accompagnement des porteurs de projets, la qualification de l'offre et la mise en réseau des professionnels ;
- le développement rural par le biais de la gestion de 3 programmes européens LEADER.
- l'aménagement du territoire.

#### OBJECTIF(S)

- Repositionner le rôle de la Destination dans le paysage touristique local en adéquation avec les besoins des EPCI.
- Renouveler l'organisation en mettant au cœur du processus la logique de parcours client et sa pleine satisfaction.

#### CONTENU DE L'ACTION

Dans la poursuite de l'action précédente et dans le sens de la décision politique, cette action consiste à disposer au niveau organisationnel, une organisation renouvelée de l'action touristique pour le pilotage d'une mission partagée de développement touristique entre les EPCI et les structure(s) facilitatrice(s), et l'ensemble des autres partenaires "supra".

Dans la perspective de poursuivre la structuration de la Destination Quimper-Cornouaille, il est primordial que la répartition des missions de développement touristique soit clarifiée pour l'ensemble des acteurs.

Cette répartition doit ainsi être garantie à terme de :

- la disponibilité des ressources humaines, techniques, budgétaires.
  - la mutualisation et le renforcement de l'efficacité des moyens
  - l'accès équitable et facilité à l'ensemble des champs d'expertise disponibles sur le territoire et au-delà, en matière d'accompagnement
- Il est préconisé que les missions soient réparties de la manière suivante dans l'optique de :

- favoriser le développement touristique
- répondre aux nouvelles tendances des clientèles
- tenir compte des évolutions territoriales (loi NOTRe)
- garantir l'attractivité du territoire à travers les différentes formes du tourisme qu'il produit.

Ainsi (la)/les structure(s) facilitatrice(s) doivent assurer les missions suivantes pour le compte des EPCI, en complémentarité de l'action des offices de tourisme :

- Animation et mise en réseau des professionnels
- Accompagnement technique et financier des porteurs de projets
- Accompagnement technique et financier des projets de développement
- Qualification et professionnalisation de l'offre (Ex : T&H, labels et certifications...)
- Formation (intervention conjointe avec CCI et OTB)
- Coordination du développement des filières prioritaires (Itinérance, Découverte des savoir-faire, Activités et pratiques nautiques
- Transport et mobilités touristiques
- Réalisation/production d'études / veille
- Coordination de l'observation touristique.

## FICHE ACTION n°41 : Pilotage d'une mission de développement touristique partagée entre les EPCI.

### AXE E - Optimiser la gouvernance et l'organisation au service de la stratégie

**Périmètre de la maîtrise d'œuvre :**

Destination

**Catégorie d'actions :**

Stratégie

**Maîtrise d'ouvrage :**

Structure(s) facilitatrice(s) QCD / AOCD

**Période de mise en œuvre :**

Année 1

**Partenariat(s) à mobiliser :**

- Elus des EPCI
- Techniciens des EPCI
- Offices de tourisme
- Finistere 360°
- CRT
- CCI

**Indicateurs de réussite :**

- Nombre d'acteurs sollicités dans ce pilotage
- Budget alloué à cette mission

**Critère d'éligibilité (fiches ouvertes) :**

-

**Correspondances stratégies EPCI :**

-

**Indicateurs Développement Durable :**

**Budget : - k€ HT**

**TEMPS INGÉNIERIE Destination / an (Coordination) : 5 jr**

**Modèle(s) économique(s) :**

NA

**TEMPS INGÉNIERIE OT ou EPCI / an (Intervention) : 0 jr**

**Source(s) de financement mobilisable(s) :**

NA

## FICHE ACTION n°42 : Constitution et animation de groupes de travail techniques fédérant les professionnels

### AXE E - Optimiser la gouvernance et l'organisation au service de la stratégie

#### AXE OPERATIONNEL E23 : Animations de groupements de professionnels

Niveau de priorité :

++

#### ENJEU(X)

Renforcer le rôle de la Destination au service des EPCI

Type d'action :

Fermée

#### CONTEXTE

Au cours de l'élaboration de la stratégie, les différents ateliers de travail ont mis en exergue les attentes et les besoins relatifs à la continuité de l'animation territoriale et de la mise en réseau des acteurs du tourisme, notamment de la part des acteurs privés.

Ce travail d'animation doit nécessairement capitaliser sur le travail opéré antérieurement par les structures facilitatrices (QCD, AOCD) et l'ensemble de leurs partenaires.

#### OBJECTIF(S)

- Entretenir une dynamique de réseau entre les acteurs touristiques de la Destination.
- Développer une connaissance réciproque entre les différents acteurs touristiques.

#### CONTENU DE L'ACTION

L'objectif de cette action est d'entretenir une dynamique de réseau des acteurs touristiques de la Destination et favoriser la connaissance des acteurs entre eux. Les thématiques suivantes ont été identifiées comme des préoccupations à envisager de manière prioritaire :

- Développement des acteurs relevant des **filières prioritaires** :
  - Patrimoine et Culture, Découverte des savoir-faire, Itinérances, Activités et pratiques nautiques
- Montée en gamme de **l'offre touristique thématique** (ex : Randonnée, Mer, etc.).
- Groupes de travail pour mutualiser des actions liées à des **fonctions touristiques** :
  - Formation (mutualisée), Recrutement (des saisonniers notamment), Numérique, Promotion - Communication - Marketing, Organisation d'éductour par branche et visites de sites, Observation.

Ce travail d'animation a vocation à entretenir un esprit de Destination à travers une démarche collaborative et privilégier :

- L'animation de réunions techniques régulières et tournantes sur le territoire.
- L'identification d'un animateur territorial référent.
- La conception et la mise à disposition de boîtes à outils.
- Le développement d'outils communs mutualisés.

Il convient pour cela d'amorcer la réflexion à travers les étapes suivantes :

- Identifier précisément les préoccupations thématiques par type d'acteur : offices de tourisme, socio-professionnels, associations, autres institutions... à travers les thématiques pressenties.
- Identifier les thématiques convergentes et fédératrices.
- Impulser la constitution de groupements professionnels.
- Faire émerger des dynamiques de projet.

## FICHE ACTION n°42 : Constitution et animation de groupes de travail techniques fédérant les professionnels

### AXE E - Optimiser la gouvernance et l'organisation au service de la stratégie

<p><b>Périmètre de la maîtrise d'œuvre :</b> Destination</p>	<p><b>Catégorie d'actions :</b> Animation Coordination Accompagnement</p>
<p><b>Maîtrise d'ouvrage :</b> Structure(s) facilitatrice(s) QCD / AOCD</p>	<p><b>Période de mise en œuvre :</b> Année 1</p>
<p><b>Partenariat(s) à mobiliser :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Acteurs privés</li> <li>- Acteurs institutionnels</li> <li>- EPCI</li> <li>- CCI</li> <li>- Offices de tourisme</li> </ul>	<p><b>Indicateurs de réussite :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Nombre total d'actions d'animations organisées</li> <li>- Nombre d'outils communs développés</li> </ul>
<p><b>Critère d'éligibilité (fiches ouvertes) :</b> -</p>	
<p><b>Correspondances stratégies EPCI :</b> -</p>	<p><b>Indicateurs Développement Durable :</b></p>

**Budget : - k€ HT**

**Modèle(s) économique(s) :**

Financement public : Structure(s) facilitatrice(s), EPCI, Région, CCI.

**Source(s) de financement mobilisable(s) :**

*Contrat de partenariat Cornouaille-Région*

Actions n°2.3 : Une Cornouaille inspiratrice et de caractère

Enveloppe de l'action : 780 935 €

Subvention :

- 20 % et 5 000 € à la programmation

- 20 % à 50% pour des projets de dimension cornouaillaise ou projets pilotes

**TEMPS INGÉNIERIE Destination / an (Coordination) : 10 jr**

**TEMPS INGÉNIERIE OT ou EPCI / an (Intervention) : 5 jr**

## FICHE ACTION n°43 : Développement d'actions de formation et de montée en compétences

### AXE E - Optimiser la gouvernance et l'organisation au service de la stratégie

**AXE OPERATIONNEL E24 : Formation et montée en compétences des acteurs du tourisme**

**Niveau de priorité :**

++

**ENJEU(X)**

Renforcer le rôle de la Destination au service des EPCI

**Type d'action :**

Ouverte

**CONTEXTE**

Face à une forte concurrence internationale et aux nouvelles attentes des clientèles touristiques, la formation et la montée en compétences représentent des leviers clés pour soutenir les compétences et la qualification des acteurs touristiques du tourisme et assurer ainsi la compétitivité de la destination.

**OBJECTIF(S)**

- Développer la professionnalisation des acteurs touristiques pour assurer un accueil physique et numérique de qualité.

**CONTENU DE L'ACTION**

Dans la poursuite de la dynamique engagée, cette action consiste à réaffirmer la nécessité de :

- Conduire une enquête à même de recueillir une expression de besoins de la part des acteurs touristiques Cornouaillais, en cohérence avec les actions conduites par les autres partenaires proposant un catalogue de formation, notamment OTB et CCI.
- Cibler les attendus de formation non traités, en bonne articulation entre les intervenants en la matière.
- Coordonner et apporter une complémentarité d'intervention de structures concernées pour une proposition de formation efficiente envers des acteurs du tourisme.
- Proposer des formations de courtes durées, décentralisées, intégrant des modules adaptés aux filières professionnels, dispensées sur la période touristique basse d'octobre à mars afin d'en faciliter l'accès.

## FICHE ACTION n°43 : Développement d'actions de formation et de montée en compétences

### AXE E - Optimiser la gouvernance et l'organisation au service de la stratégie

#### Périmètre de la maîtrise d'œuvre :

Destination

#### Catégorie d'actions :

Formation

#### Maîtrise d'ouvrage :

Structure(s) facilitatrice(s) QCD / AOCD

#### Période de mise en œuvre :

Année 1

#### Partenariat(s) à mobiliser :

- OTB
- CCI
- CRTB
- Région
- Hébergements marchands
- Offices de tourisme
- Prestataires culturels, sportifs et de loisirs
- Structures / organismes de développement territorial

#### Indicateurs de réussite :

- Nombre total de sessions
- Nombre total de stagiaires
- Niveau de satisfaction par formation

#### Critère d'éligibilité (fiches ouvertes) :

-

#### Correspondances stratégies EPCI :

Cap-Sizun (enjeux du territoire) : renforcer la formation, le conseil, l'accompagnement des entreprises d'hébergement marchand

Douarnenez : Améliorer les compétences des salariés

#### Indicateurs Développement Durable :

Eco.  
Soc.

### Budget : 5 k€ HT

#### Modèle(s) économique(s) :

#### Source(s) de financement mobilisable(s) :

*SUR LA DIMENSION E-TOURISME :*

*Contrat de partenariat Cornouaille-Région*

Action n°2.4. La construction d'une destination touristique

Enveloppe de l'action : 213 475 €

Subvention :

- 10 % et 5 000 € à la programmation
- 20 % à 50% pour des projets de dimension cornouaillaise ou projets pilotes

**TEMPS INGÉNIERIE Destination / an (Coordination) : 15 jr**

**TEMPS INGÉNIERIE OT ou EPCI / an (Intervention) : 5 jr**

## FICHE ACTION n°44 : Accompagnement techniques de professionnels

### AXE E - Optimiser la gouvernance et l'organisation au service de la stratégie

**AXE OPERATIONNEL E25 : Accompagnement des acteurs dans les démarches de professionnalisation et qualification**

**Niveau de priorité :**

+++

**ENJEU(X)**

Disposer d'un guichet unique au service de l'écosystème touristique

**Type d'action :**

Ouverte

**CONTEXTE**

La chaîne d'accueil touristique regroupe l'ensemble des acteurs touristiques du territoire : hébergements, lieux de visites, structures de loisirs, offices de tourisme... Ces professionnels du tourisme figurent en effet parmi les accueillants prioritaires du territoire et disposent d'un contact privilégié avec les clientèles touristiques.

Le déploiement d'un volet "accompagnement des professionnels" est primordial pour assurer l'adaptation des services touristiques aux enjeux du secteur et de la filière. En effet, la multiplication des canaux d'information touristique et l'arrivée de marchés émergents vont de pair avec la nécessité, pour les professionnels du tourisme, de revoir, par exemple, leur approche d'accueil de la clientèle à travers les nouveaux outils numériques et l'apprentissage des langues étrangères.

**OBJECTIF(S)**

- Apporter les informations nécessaires aux porteurs de projets touristiques.
- Faciliter la concrétisation des projets touristiques dans les meilleures conditions.
- Développer l'engagement des professionnels dans des démarches qualité par la sensibilisation.

**CONTENU DE L'ACTION**

Cette action consiste à renforcer la dimension Accompagnement / professionnalisation à destination des professionnels, à travers :

- L'identification, l'accompagnement et le suivi des porteurs de projets publics et privés au service de la stratégie.
- L'accompagnement technique dans la recherche de financements et le montage de dossiers de subvention.
- L'accompagnement technique dans les démarches de qualification / professionnalisation de l'offre (Tourisme & Handicap / Labels et certifications / Développement de nouveaux services d'accueil,...).

La mission d'accompagnement / professionnalisation devra évoluer en fonction selon les orientations régionales qui seront apportées concernant l'ingénierie touristique. La clarification des rôles et responsabilités de chaque acteur en la matière permettra d'optimiser l'exercice de cette mission.

Pour ce faire, il est primordial que la/le(s) structure(s) facilitatrice(s) disposent de moyens renforcés et coordonnés au niveau destination afin de favoriser la mise en œuvre de la stratégie intégrée de développement touristique.



## FICHE ACTION n°44 : Accompagnement techniques de professionnels

### AXE E - Optimiser la gouvernance et l'organisation au service de la stratégie

<p><b>Périmètre de la maîtrise d'œuvre :</b> Destination</p>	<p><b>Catégorie d'actions :</b> Animation Coordination Accompagnement</p>
<p><b>Maîtrise d'ouvrage :</b> Structure(s) facilitatrice(s) QCD / AOCD</p>	<p><b>Période de mise en œuvre :</b> Année 1</p>
<p><b>Partenariat(s) à mobiliser :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Département</li> <li>- Région</li> <li>- Porteurs de projets publics et privés</li> <li>- CCI</li> <li>- labellisation</li> <li>- Offices de tourisme</li> <li>- OTB</li> <li>- Hébergements marchands</li> <li>- Restaurants</li> <li>- Prestataires culturels, sportifs et de loisirs</li> </ul>	<p><b>Indicateurs de réussite :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Nombre de porteurs de projets accompagnés</li> <li>- Bilan des projets aboutis</li> <li>- Bilan des actions de qualification réalisées</li> </ul>
<p><b>Critère d'éligibilité (fiches ouvertes) :</b> -</p>	<p><b>Indicateurs Développement Durable :</b> NA</p>
<p><b>Correspondances stratégies EPCI :</b> Cap-Sizun (enjeux du territoire) : faciliter l'accès des entreprises aux dispositifs d'aides, encourager la montée en gamme, la labellisation, le classement</p>	<p><b>Indicateurs Développement Durable :</b> NA</p>

<p><b>Budget : - k€ HT</b></p>	<p><b>TEMPS INGÉNIERIE Destination / an (Coordination) : 100 jr</b></p>
<p><b>Modèle(s) économique(s) :</b></p>	<p><b>TEMPS INGÉNIERIE OT ou EPCI / an (Intervention) : 10 jr</b></p>
<p><b>Source(s) de financement mobilisable(s) :</b></p>	

## FICHE ACTION n°45 : Définition d'une stratégie d'adaptation à l'économie collaborative pour la filière hébergement

### AXE E - Optimiser la gouvernance et l'organisation au service de la stratégie

**AXE OPERATIONNEL E26 : Accompagnement des hébergeurs dans l'adaptation de la filière**

**Niveau de priorité :**

++

**ENJEU(X)**

Renforcer le rôle de la Destination au service des EPCI

**Type d'action :**

Fermée

#### CONTEXTE

Née de la nécessité des fondateurs de trouver des revenus pour payer leur loyer élevé, l'entreprise Airbnb constitue aujourd'hui la référence en matière de succès de commerce du partage ou de consommation collaborative. Néanmoins, ce type de formule s'attire les foudres de certains acteurs de l'industrie touristique et hôtelière qui y voient notamment une absence de standards de qualité pour la clientèle touristique et une concurrence illégale.

La consommation touristique embrasse cette tendance. Le touriste y voit une façon de voyager plus économique, plus authentique, plus locale et qui se situe hors des sentiers battus. Le site de réservation Onefinestay, lui, propose de vivre un séjour comme un résident en louant une propriété et en lui offrant des applications pour mieux apprivoiser le quartier.

La location de propriétés de vacances est l'un des secteurs qui croît le plus rapidement sur le marché du voyage en ligne. Selon une estimation de HomeAway, les revenus se chiffrent à environ 50 milliards de dollars américains en Europe et aux États-Unis. Traditionnellement commercialisées par des agences spécialisées, ces locations ont envahi Internet ces dernières années sous un modèle d'affaires C2C (customer-to-customer), où le propriétaire est en contact direct avec le client. Loin d'être saturé, ce secteur ultra fragmenté est dynamisé par de nouveaux entrants qui stimulent fortement la croissance et concurrencent l'hôtellerie traditionnelle.

Source : veilletourisme.ca

A l'échelle de la Cornouaille, peu de données sont disponibles au niveau de la Destination, des CCI. Une méconnaissance des réalités associées à cette problématique est observée. La génération Y (20-35 ans) est à l'origine du basculement vers l'économie collaborative. Cette génération poursuit des valeurs différentes voire en rupture avec les générations précédentes. Un levier peut consister à sensibiliser les professionnels de l'hôtellerie à propos des nouvelles tendances et attentes des clients.

#### OBJECTIF(S)

- Accompagner les hébergeurs dans la prise en compte des évolutions de modes de consommation.
- S'adapter aux enjeux de l'économie collaborative et ses conséquences.

#### CONTENU DE L'ACTION

Cette action consiste en la conduite d'une étude filière dédiée à l'hébergement marchand avec pour objectifs de :

- Améliorer la compétitivité de l'hébergement marchand traditionnel.
- Développer le chiffre d'affaires de l'hébergement marchand traditionnel.

Cette étude nécessite de s'articuler de la manière suivante :

##### 1. Réalisation d'un état des lieux / diagnostic technico-économique de la filière hébergement cornouillaise

Cet état des lieux doit permettre de connaître et d'objectiver la santé financière de l'hôtellerie traditionnelle cornouillaise, son analyse comparative et sa mise en perspective par rapport à l'ensemble de la filière bretonne voire nationale.

##### 2. Elaboration d'une stratégie d'innovation touristique

Cette seconde partie d'étude a pour finalité de définir des scénarios innovants d'adaptation de l'offre et services afin de permettre aux structures d'hébergement traditionnel de mieux répondre aux évolutions des demandes et des comportements des clientèles.

Chaque scénario devra aboutir à des préconisations ou mesures chiffrées, à mettre en place par les hébergements marchands.

##### 3. Accompagnement à la mise en œuvre des préconisations auprès d'un échantillon test d'hébergeurs volontaires impliqués dans l'étude.

Cette étude pourra mobiliser les compétences et l'expertise d'un cabinet d'étude spécialisé en hôtellerie.

## FICHE ACTION n°45 : Définition d'une stratégie d'adaptation à l'économie collaborative pour la filière hébergement

### AXE E - Optimiser la gouvernance et l'organisation au service de la stratégie

#### Périmètre de la maîtrise d'œuvre :

Destination

#### Catégorie d'actions :

Ingénierie

#### Maîtrise d'ouvrage :

Structure(s) facilitatrice(s) QCD / AOCD

#### Période de mise en œuvre :

Année 2

#### Partenariat(s) à mobiliser :

- Département
- Région
- CCI
- Offices de tourisme
- Hébergements marchands
- Syndicat(s) hôteliers (UMIH)

#### Indicateurs de réussite :

- Etude produite
- Bilan de l'expérimentation test auprès des hébergeurs volontaires

#### Critère d'éligibilité (fiches ouvertes) :

-

#### Correspondances stratégies EPCI :

-

#### Indicateurs Développement

Durable :

NA

**Budget : 25 k€ HT**

**TEMPS INGÉNIERIE Destination / an (Coordination) : 10 jr**

**Modèle(s) économique(s) :**

**TEMPS INGÉNIERIE OT ou EPCI / an (Intervention) : 2 jr**

**Source(s) de financement mobilisable(s) :**

## FICHE ACTION n°46 : Analyse et redynamisation du parc des hébergements collectifs à l'échelle de la Destination

### AXE E - Optimiser la gouvernance et l'organisation au service de la stratégie

**AXE OPERATIONNEL E26 : Accompagnement des hébergeurs dans l'adaptation de la filière**

**Niveau de priorité :**

++

**ENJEU(X)**

Renforcer le rôle de la Destination au service des EPCI

**Type d'action :**

Fermée

#### CONTEXTE

Les clientèles groupes représentent une réelle opportunité pour le développement touristique de la Destination car son activité dynamise notamment les ailes de saison et les périodes hors vacances scolaires. Cette clientèle se compose d'une part de groupes constitués (représentés principalement par le 3e âge) et d'autre part, de groupes scolaires. L'adaptation de la filière aux différentes clientèles groupes est donc un véritable enjeu.

Les hébergements collectifs (gîtes de groupes, villages vacances agréés, auberge de jeunesse) de la Destination Quimper Cornouaille représentent aujourd'hui 1,2% de l'offre en hébergement touristique et environ 3,4% de l'ensemble des lits touristiques.

#### OBJECTIF(S)

- Accompagner les hébergeurs dans la prise en compte des évolutions de modes de consommation.
- Redynamiser le parc des hébergements collectifs cornouaillais.

#### CONTENU DE L'ACTION

L'objectif de cette action est de proposer une offre adaptée aux différentes clientèles groupes, qualitatives et bien répartie sur le territoire pour redynamiser l'hébergement collectif marchand.

Il convient pour cela d'envisager le contenu de l'action à travers ces différents aspects :

- Le diagnostic de l'offre d'hébergement collectif sur l'ensemble de la Destination.
- L'identification des flux des clientèles groupes et l'analyse de leurs besoins et de leurs attentes
- L'élaboration de scénarios d'adaptation de l'offre pour mieux répondre aux attentes des clientèles
- L'identification de dispositifs notamment techniques et financiers pour assurer le portage ou la réhabilitation de projets d'hébergements collectifs.

Cette action pourra dans un premier temps être conduite sous la forme d'une étude et pourra mobiliser les compétences et l'expertise d'un cabinet d'étude spécialisé dans le secteur de l'hébergement marchand.

## FICHE ACTION n°46 : Analyse et redynamisation du parc des hébergements collectifs à l'échelle de la Destination

### AXE E - Optimiser la gouvernance et l'organisation au service de la stratégie

#### Périmètre de la maîtrise d'œuvre :

Destination

#### Maîtrise d'ouvrage :

Structure(s) facilitatrice(s) QCD / AOCD

#### Partenariat(s) à mobiliser :

- Département
- Région
- CCI
- Offices de tourisme
- Hébergements marchands
- Syndicat(s) hôteliers (UMIH)
- Labels d'hébergement de groupe
- Ministère jeunesse et sport et Ministère éducation

#### Critère d'éligibilité (fiches ouvertes) :

-

#### Correspondances stratégies EPCI :

CCPBS : soutenir le maintien des hébergements marchands, en particulier le secteur hôtelier

Cap-Sizun (enjeux du territoire) : maintenir une offre qualitative d'hébergements marchands et d'activités en bordure du littoral

#### Catégorie d'actions :

Ingénierie

#### Période de mise en œuvre :

Année 3

#### Indicateurs de réussite :

- Etude produite
- Budget alloué pour le portage des projets
- Bilan des actions réalisées
- Nombre d'hébergements collectifs marchands accompagnés

#### Indicateurs Développement Durable :

NA

**Budget : 25 k€ HT**

#### Modèle(s) économique(s) :

#### Source(s) de financement mobilisable(s) :

**TEMPS INGÉNIERIE Destination / an (Coordination) : 10 jr**

**TEMPS INGÉNIERIE OT ou EPCI / an (Intervention) : 2 jr**

## FICHE ACTION n°47 : Conduite d'études et d'enquêtes et production de connaissances techniques ou d'évaluation

### AXE E - Optimiser la gouvernance et l'organisation au service de la stratégie

**AXE OPERATIONNEL E27 : Réalisation d'études stratégiques, techniques et d'évaluation**

**Niveau de priorité :**

**++**

**ENJEU(X)**

Renforcer le rôle de la Destination au service des EPCI

**Type d'action :**

Ouverte

#### CONTEXTE

La Destination, à travers les compétences dont disposent ses structures facilitatrices (QCD, AOCD) est en capacité de réaliser ou commander des études stratégiques et techniques.

Ces études sont nécessaires pour :

- Renforcer la connaissance technique des territoires et appréhender la globalité du périmètre de Destination
- Appuyer les projets de développement sur la base de données tangibles
- Approfondir la faisabilité de certains projets.

Cette ingénierie nécessite également d'être mobilisée dans des actions d'évaluation, notamment concernant la mise en œuvre de la stratégie intégrée de développement touristique de la Destination.

#### OBJECTIF(S)

- Soutenir les acteurs touristiques et porteurs de projets en leur compilant des connaissances stratégiques et techniques d'échelles différentes et de secteurs pertinents.

#### CONTENU DE L'ACTION

Les thématiques suivantes appellent à la conduite d'une étude dédiée de manière prioritaire au regard des enjeux pour la Destination Quimper Cornouaille. Ces éléments sont détaillés dans les fiches actions respectives suivantes :

- Définition d'une stratégie d'adaptation à l'économie collaborative pour la filière hébergement
- Analyse et redynamisation du parc des hébergements collectifs à l'échelle de la Destination.

D'autres études, enquêtes ou actions de production de connaissance techniques et conjoncturelles pourront être menées selon les besoins en complémentarité avec les actions du CRT (ex : veille sectorielle, observation touristique).

A ce titre, une autre thématique d'étude consistera à identifier et analyser des données marketing pour identifier les centres d'intérêt des clientèles cibles, notamment les jeunes et répondre aux attentes.

Cette fiche action comprend également la production et le suivi d'indicateurs d'évaluation. Celle-ci pourra également être mobilisée afin de procéder à l'évaluation périodique de la mise en œuvre de la stratégie intégrée de développement à travers le suivi et l'analyse des indicateurs de réussite.

## FICHE ACTION n°47 : Conduite d'études et d'enquêtes et production de connaissances techniques ou d'évaluation

### AXE E - Optimiser la gouvernance et l'organisation au service de la stratégie

#### Périmètre de la maîtrise d'œuvre :

Destination

#### Catégorie d'actions :

Ingénierie

#### Maîtrise d'ouvrage :

Structure(s) facilitatrice(s) QCD / AOCD

#### Période de mise en œuvre :

Année 2

#### Partenariat(s) à mobiliser :

- CRT
- Selon typologie de l'étude

#### Indicateurs de réussite :

'- Nombre d'enquêtes, productions, études réalisées

#### Critère d'éligibilité (fiches ouvertes) :

- Niveau de nécessité de l'étude
- Caractère additionnel de l'étude par rapport aux études produites antérieurement

#### Indicateurs Développement Durable :

NA

#### Correspondances stratégies EPCI :

OTCSPR : Créer un observatoire de l'activité économique du secteur

**Budget : 50 k€ HT**

**TEMPS INGÉNIERIE Destination / an (Coordination) : 30 jr**

**Modèle(s) économique(s) :**

**TEMPS INGÉNIERIE OT ou EPCI / an (Intervention) : 2 jr**

**Source(s) de financement mobilisable(s) :**

## FICHE ACTION n°48 : Harmonisation et centralisation du pilotage de la collecte de données touristiques

### AXE E - Optimiser la gouvernance et l'organisation au service de la stratégie

#### AXE OPERATIONNEL E28 : Harmonisation du pilotage de l'observation touristique

Niveau de priorité :

+

#### ENJEU(X)

Renforcer le rôle de la Destination au service des EPCI

Type d'action :

Fermée

#### CONTEXTE

Les acteurs touristiques Cornouaillais privés et publics ont formulé leur souhait de clarifier et réorganiser le système d'observation touristique. Des campagnes de collecte d'indicateurs sont menées périodiquement par les acteurs touristiques institutionnels à plusieurs échelons. Certaines données de fréquentation dans les OTI demandées ne sont pas harmonisées.

#### OBJECTIF(S)

- Harmoniser la méthode de collecte des acteurs touristiques pour créer des données et indicateurs comparables à l'échelle de la Destination.

#### CONTENU DE L'ACTION

Cette action consiste en la création d'un groupe de travail "veille et observation touristique" poursuivant les missions suivantes :

- Identifier la nature et les objectifs des actions de veille et d'observation touristique opérées sur le territoire de manière périodique
- Définir une méthodologie commune de collecte des données uniforme sur le territoire
- Assurer la bonne articulation et la complémentarité avec les acteurs touristiques relevant des échelons « supra »
- Porter à connaissance la méthodologie commune de collecte des données
- Définir des indicateurs stratégiques, d'échelle « Destination », comparables dans le temps.
- Assurer la production de rapports d'analyse et de synthèse
- Valoriser les publications et autres supports de reddition de compte auprès des acteurs.



## FICHE ACTION n°48 : Harmonisation et centralisation du pilotage de la collecte de données touristiques

### AXE E - Optimiser la gouvernance et l'organisation au service de la stratégie

**Périmètre de la maîtrise d'œuvre :**

Destination

**Catégorie d'actions :**

Ingénierie

**Maîtrise d'ouvrage :**

Structure(s) facilitatrice(s) QCD / AOCD

**Période de mise en œuvre :**

Année 3

**Partenariat(s) à mobiliser :**

- Région
- CRT
- Département
- CDT
- INSEE
- Atout France
- EPCI
- Acteurs touristiques privés
- OT29

**Indicateurs de réussite :**

- Nombre de réunions organisées
- Nombre d'acteurs sollicités
- Nombre de rapports, supports et autres productions publiés issus du groupe de travail

**Critère d'éligibilité (fiches ouvertes) :**

-

**Correspondances stratégies EPCI :**

-

**Indicateurs Développement Durable :**

NA

**Budget : - k€ HT**

**TEMPS INGÉNIERIE Destination / an (Coordination) : 10 jr**

**Modèle(s) économique(s) :**

**TEMPS INGÉNIERIE OT ou EPCI / an (Intervention) : 2 jr**

**Source(s) de financement mobilisable(s) :**