

# RAPPORT D'ACTIVITÉS

2025

# ÉDITO

La destination de Concarneau à Pont-Aven s'appuie sur un territoire riche de ses savoir-faire et de ses identités, façonné par des générations de marins, d'agriculteurs, d'entrepreneurs et d'artistes. Cette diversité humaine et culturelle constitue le socle des actions menées par l'Office de Tourisme.

2025 s'inscrit dans le déploiement des dynamiques que nous avons engagées en matière de stratégie d'accueil (SADI), de marketing digital, de commercialisation groupes et d'accompagnement des partenaires, au profit d'un tourisme équilibré, respectant les habitants et le territoire.

Parmi les temps forts de l'année, la mise en œuvre d'une nouvelle offre de services à destination des socioprofessionnels constitue un axe majeur. Fruit d'un travail collaboratif associant partenaires et équipe de l'Office de Tourisme, cette démarche a permis de poser les bases d'un programme d'ateliers, de rencontres et d'outils concrets, répondant aux attentes exprimées par les acteurs du territoire et visant à renforcer les synergies locales.

L'Office de Tourisme a également poursuivi ses missions d'accueil, de conseil et de promotion, en s'appuyant sur une nouvelle organisation et des outils d'observation touristique enrichis. Les études réalisées et les données collectées ont permis d'affiner la connaissance des clientèles, d'analyser les évolutions de fréquentation et de nourrir la réflexion stratégique à l'échelle de la destination.

L'année 2025 a aussi été marquée par des projets structurants en matière d'équipements et de ressources, avec d'une part, l'ouverture des nouveaux bureaux d'information touristique de Ros-porden et de Pont-Aven, et, d'autre part, la mise en place de la taxe de séjour communautaire, collectée et animée par l'Office de Tourisme.

Par ailleurs, notre engagement en faveur d'un tourisme plus responsable s'est traduit notamment par le lancement d'une démarche de responsabilité sociétale des entreprises (RSE). Celle-ci vise à prendre en compte les enjeux du développement durable et limiter les impacts négatifs de nos activités sur la société, en lien avec les acteurs locaux.

Les résultats présentés dans ce rapport sont le fruit d'un travail collectif. Ils témoignent de l'implication et du professionnalisme de l'équipe de l'Office de Tourisme, ainsi que de l'engagement des élus et des socioprofessionnels mobilisés au sein des instances et des groupes de travail. Ensemble, nous participons à la construction d'un tourisme plus équitable, qualitatif et fidèle aux spécificités du territoire.

Merci à toutes et à tous pour votre implication.



**Christian DAUTEL**  
Président  
Maire de Pont-Aven



**Marlène BURBAN**  
Vice-Présidente  
Camping Le Suroît



**Agnès LE MAÎTRE**  
Directrice



Le rapport d'activités de l'Office de Tourisme de Concarneau Cornouaille Agglomération reflète les nombreuses actions menées pour répondre aux besoins des visiteurs, des professionnels, sans oublier les habitants, tout en contribuant au dynamisme et à la durabilité du territoire.

Les missions de l'Office de Tourisme contribuent non seulement au rayonnement de la destination, mais aussi à la préservation et au développement harmonieux du patrimoine et des ressources locales.

## SOMMAIRE



~ Territoire de compétence ~~~~~	p. 4-5
~ Retour sur 2025 ~~~~~	p. 6-7
~ Office de tourisme ~~~~~	p. 8-9
~ Observation touristique ~~~~~	p. 10-11
~ Pôle Conseil - Qualité ~~~~~	p. 12-13
~ Pôle Commercialisation et Partenariats ~~~~~	p. 14-16
~ Zoom : médias et presse ~~~~~	p. 17
~ Pôle Communication ~~~~~	p. 18-19
~ Pôle Ressources ~~~~~	p. 20-21
~ Projets 2026 ~~~~~	p. 22-23



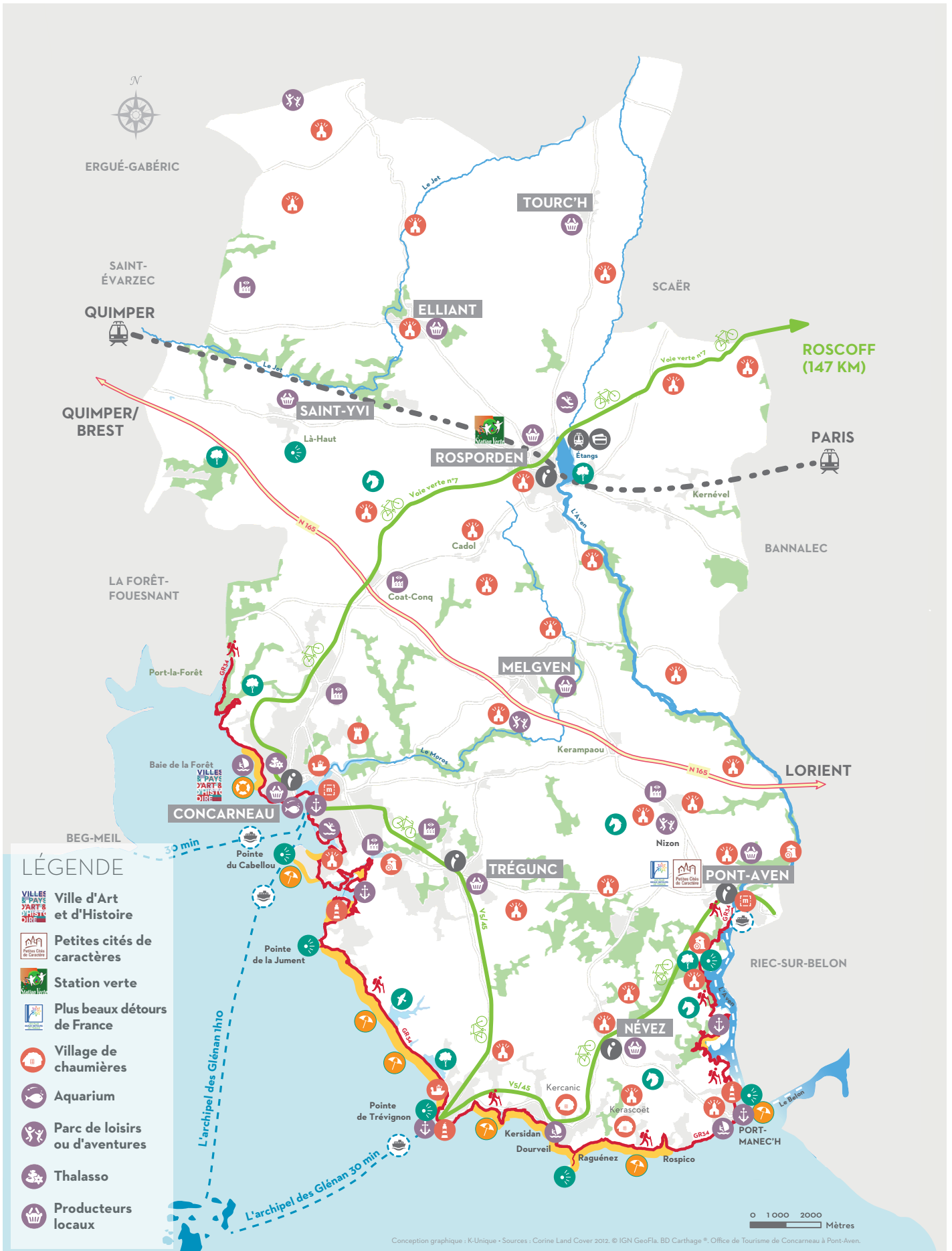
Réalisation et mise à jour : Office de Tourisme de Concarneau à Pont-Aven • Mars 2026

Crédit photos : OTC CCA, Alexandre Lamoureux, Jérémy Jéhanin

Informations données à titre indicatif et qui ne sauraient engager notre responsabilité.  
Toute reproduction, même partielle, est interdite. Document non contractuel propriété de l'éditeur  
EPIC Office de Tourisme Communautaire de Concarneau à Pont-Aven.

# NOTRE TERRITOIRE DE COMPÉTENCE

## CONCARNEAU CORNOUAILLE AGGLOMÉRATION



### LÉGENDE

-  Ville d'Art et d'Histoire
-  Petites cités de caractères
-  Station verte
-  Plus beaux détours de France
-  Village de chaumières
-  Aquarium
-  Parc de loisirs ou d'aventures
-  Thalasso
-  Producteurs locaux

Conception graphique : K-Unique - Sources : Corine Land Cover 2012. © IGN GeoFla. BD Carthage®. Office de Tourisme de Concarneau à Pont-Aven.

# CHIFFRES CLÉS

**9** COMMUNES

**52 012** HABITANTS

**371** KM<sup>2</sup>

**2** MUSÉES  
DE FRANCE

**1** CHÂTEAU  
VISITABLE



**5** BUREAUX  
D'INFORMATION  
TOURISTIQUE :

CONCARNEAU  
PONT-AVEN  
NÉVEZ  
TRÉGUNC  
ROSPORDEN



**17** HÔTELS

**23** CAMPINGS

**2** RÉSIDENCES DE TOURISME

**3** VILLAGES ET CENTRES DE VACANCES

**1** AUBERGE DE JEUNESSE

**1** CENTRE DE THALASSOTHÉRAPIE



**1** VILLE D'ART  
ET D'HISTOIRE  
(Concarneau)

**2** STATIONS  
CLASSÉES DE  
TOURISME

(Concarneau et Névez)



**1** PETITE  
CITÉ DE  
CARACTÈRE  
(Pont-Aven)



**1** STATION  
SENSATION  
BRETAGNE (Névez)



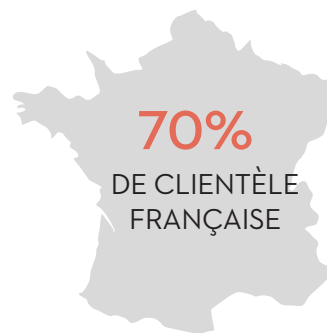
**1** STATION  
VERTE  
(Rosporden)



**1** VILLE PLUS BEAUX  
DÉTOURS DE FRANCE  
(Pont-Aven)

**58 700** LITS TOURISTIQUES

**3 Millions** DE NUITÉES \*  
TOURISTIQUES (marchandes et non marchandes)



**70%**  
DE CLIENTÈLE  
FRANÇAISE

**TOP 3\***  
VISITEURS FRANÇAIS

- 1) ÎLE DE FRANCE (30%)
- 2) BRETAGNE (14%)
- 3) PAYS DE LA LOIRE (12%)



**42KM**  
DE GR34

**+250KM**  
DE SENTIERS DE  
RANDONNÉES

**32** PLAGES

**1** VOIE VERTE N°7

**1** VÉLOROUTE V5



**164 millions€**  
DE RETOMBÉES  
SUR LE TERRITOIRE\*

**2 540**  
EMPLOIS GÉNÉRÉS  
PAR LE TOURISME \*  
(direct/indirect)

**16%\*** DES EMPLOIS  
DU TERRITOIRE\*

\*estimation

**TOP 3\***  
VISITEURS ÉTRANGERS

- 1) ALLEMAGNE (36%)
- 2) ROYAUME-UNI (13%)
- 3) BELGIQUE (7%)

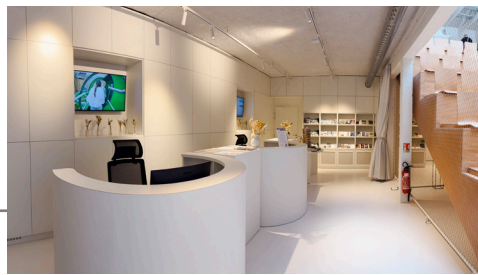
**30%**  
DE CLIENTÈLE  
ÉTRANGÈRE

\*sources : flux vision 2025

# RETOUR SUR 2025

## > NOUVEAU BUREAU D'INFORMATION TOURISTIQUE DE PONT-AVEN

Situé à deux pas du musée, le nouveau BIT de Pont-Aven s'inscrit dans un équipement hybride, partagé avec la médiathèque et une salle municipale, pour offrir aux visiteurs comme aux habitants un lieu d'accueil vivant et accessible.



## > SADI

L'OT, accompagné par OTB, Fédération Régionale des Offices de Tourisme en Bretagne, s'est engagé dans une démarche nommée « SADI » afin de définir sa stratégie d'accueil et de diffusion de l'information sur le territoire. Pour commencer, nous avons identifié, en collaboration avec nos partenaires touristiques, les segments de clientèles de la destination (fiches persona) et réalisé le calendrier annuel de leur présence sur le territoire. Ces documents sont disponibles dans l'espace pro de notre site internet. Par ailleurs, une 1<sup>re</sup> cartographie des flux a été conçue.

## > NOUVEAU BUREAU D'INFORMATION TOURISTIQUE DE ROSPORDEN

Idéalement situé à proximité immédiate de la gare SNCF, le nouveau BIT de Rosporden s'impose comme une véritable porte d'entrée du tourisme vert sur le territoire, invitant à la découverte des richesses locales.



## >PARTENARIAT AVEC LA THALASSO DE CONCARNEAU

L'équipe presse a, pour la première fois, mis en place un partenariat avec la Thalasso. Très productive, cette collaboration a permis d'accueillir 5 journalistes pour leur faire découvrir notre destination. Cette action a également conduit à la création d'un dossier de presse valorisant l'ensemble de l'offre touristique du territoire.

## > NOUVELLE OFFRE PARTENAIRES

Déployée par le pôle partenariat, la nouvelle offre de services a rythmé l'année à travers 12 rendez-vous (éducateurs, ateliers, cafés-rencontres), favorisant les échanges et le partage d'expériences. Près de 250 partenaires ont participé à ces temps forts.

Plus de 100 participants se sont retrouvés le 14 novembre 2025 au village vacances Miléade de Port Manec'h lors de la 3<sup>e</sup> rencontre annuelle des partenaires.



## > DÉMARCHES RSE ET QVCT

L'OT a lancé une démarche de Responsabilité Sociétale des Entreprises, afin d'intégrer des pratiques plus durables dans ses activités et de sensibiliser partenaires et visiteurs à ces enjeux. Parmi les actions menées : création d'une équipe verte, réunions de sensibilisation de l'équipe, définition des indicateurs à suivre, rubrique développement durable dans la Ty News mensuelle.

Côté Qualité de vie au travail, les propositions des 4 groupes de travail ont porté leurs fruits : Mise en place du règlement intérieur, de la Charte du bien vivre ensemble, meilleur partage des samedis, création de temps conviviaux, enquête QVCT auprès de l'équipe, bilan des indicateurs...



## > MISE EN PLACE DE LA TAXE DE SÉJOUR COMMUNAUTAIRE

Autrefois communale, la taxe de séjour est devenue communautaire au 1<sup>er</sup> janvier. L'OT, en charge de la collecte et de l'animation de la taxe de séjour, a créé un service dédié pour accompagner les hébergeurs. Une ligne téléphonique ainsi que des accueils dans l'ensemble des bureaux d'information touristique ont été mis en place pour répondre à leurs questions et les aider dans leur déclaration en ligne.



## > ACCUEIL VÉLO ET T&H

Le nouveau BIT de Rosporden a reçu la marque Tourisme & Handicap pour les 4 familles de handicap : moteur, mental, auditif et visuel.

C'est aussi le 4<sup>e</sup> bureau d'information touristique à obtenir la marque Accueil Vélo.

# L'OFFICE DE TOURISME

## > STATUT ET GOUVERNANCE

**FORME JURIDIQUE :** EPIC (Établissement public à caractère industriel et commercial) depuis 2020.

**TERRITOIRE DE COMPÉTENCE :** Concarneau Cornouaille Agglomération (9 communes)

**GOUVERNANCE :** L'office de tourisme est administré par un Comité de Direction constitué de 2 collèges :

### # COLLÈGE DES ÉLUS

**Christian DAUTEL (Président)**

Michel LOUSSOUARN

Michel COTTEN

Olivier BELLEC

Alain BACCON

Marc BIGOT

Annick MARTIN

Julie DUPUY

Brigitte FRANCOIS

Marie-Hélène EPARVIER

René LE BARON

### # COLLÈGE DES SOCIOPROFESSIONNELS

**Marlène BURBAN (Vice-présidente)**

Arnaud TETARD

Florent ILLIEN

Aurélie COGREL

Jean-Marc TANGUY

Philippe DELPECH

Albane DE KERSAINT

Florence GEAY

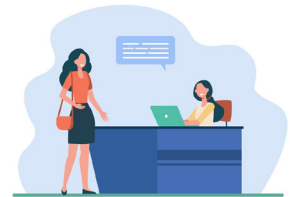
Cédric PAINVAIN

Aurélie GUEGUEN

**5** BUREAUX  
D'INFORMATION  
TOURISTIQUE OUVERTS  
TOUTE L'ANNÉE

**16** SALARIÉS  
TOUTE L'ANNÉE

**6** SAISONNIERS  
DE MARS À NOVEMBRE



## > LES MISSIONS DE L'OFFICE DE TOURISME

### # ACCUEIL ET INFORMATION

Garantir un accueil de qualité et fournir des informations complètes aux visiteurs, qu'ils soient nationaux, internationaux ou locaux.

### # DÉVELOPPEMENT LOCAL

Contribuer activement au développement économique de la destination, en soutenant les initiatives locales et en collaborant avec les acteurs du territoire.

### # DÉMARCHE QUALITÉ ET CLASSEMENT EN CATÉGORIE 1

S'inscrire dans une démarche de qualité visant à garantir des services irréprochables et maintenir le classement en catégorie 1, reconnu pour son excellence.

### # PROMOTION DE LA DESTINATION

Développer et mettre en œuvre des actions visant à valoriser la destination, tout au long de l'année et sur l'ensemble du territoire, dans le cadre d'un tourisme durable et équilibré.

### # OBSERVATION DES CLIENTÈLES

Mettre en place des outils de veille pour analyser les tendances touristiques et mieux comprendre les attentes des visiteurs.

### # PRODUCTION ET COMMERCIALISATION

Créer des supports et des produits touristiques adaptés à la demande des visiteurs et générer des retombées économiques auprès des prestataires touristiques.

### # ANIMATION DU RÉSEAU DES PROFESSIONNELS

Animer et soutenir les professionnels du tourisme locaux, en favorisant la coopération, l'échange et leur accompagnement pour améliorer l'offre touristique.

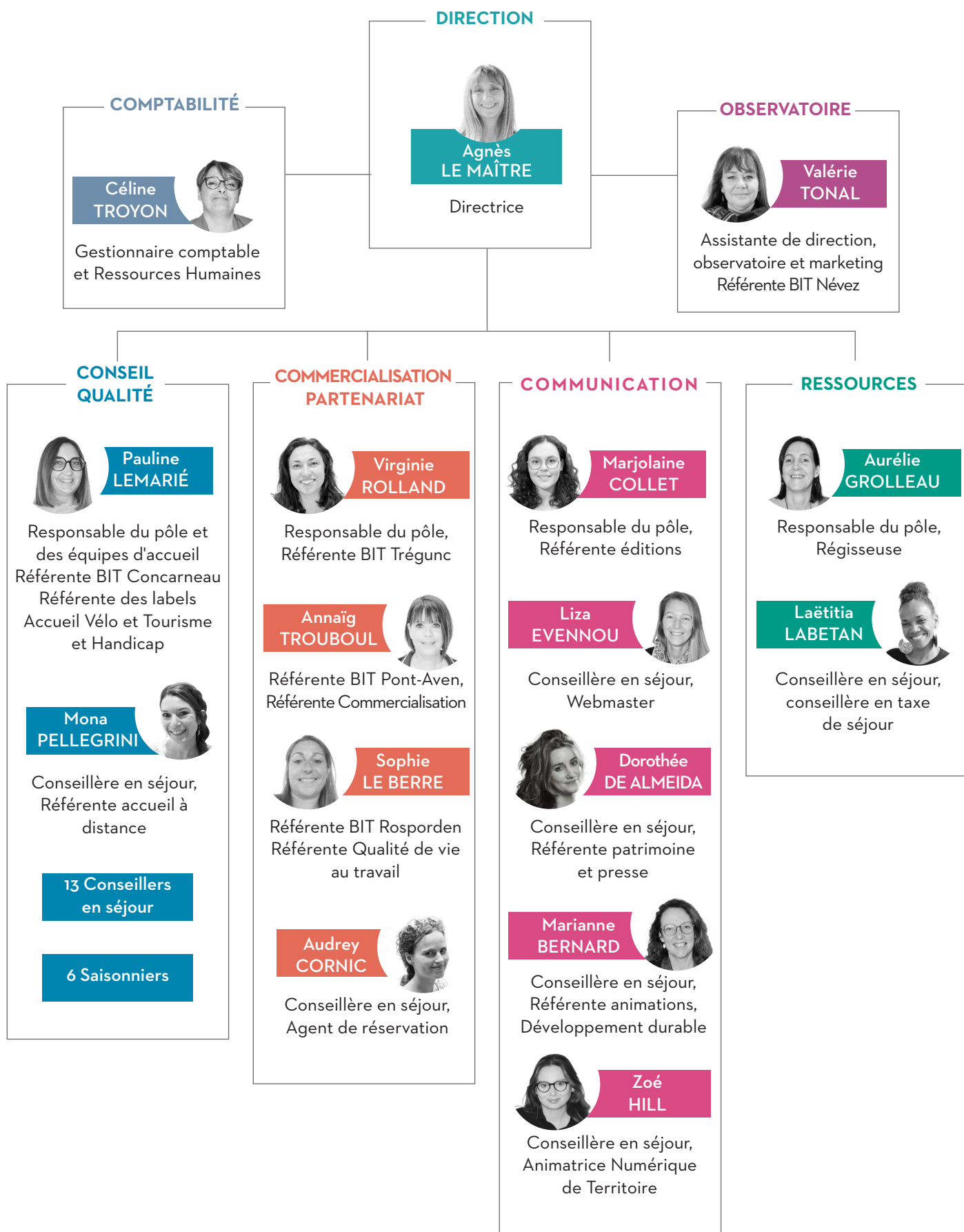
### # PROMOTION DES ANIMATIONS

Valoriser et promouvoir les événements et animations culturelles, patrimoniales et naturelles qui jalonnent l'année.

### # MÉDIATION DU PATRIMOINE

Mettre en valeur le patrimoine local à travers des actions de médiation qui sensibilisent le public à l'histoire et aux spécificités culturelles et naturelles du territoire.

## > L'ÉQUIPE



# OBSERVATION TOURISTIQUE

## > BILAN DE SAISON :

2025 affiche une fréquentation globalement positive, portée par une avant-saison dynamique, une saison estivale satisfaisante malgré un repli observé en septembre et une arrière-saison plus contrastée.

Les résultats de l'enquête de fin de saison auprès de nos partenaires confirment cette tendance favorable : 72 % des professionnels se déclarent satisfaits de la saison, contre 58 % en 2024.

Sur le plan économique, les tendances observées à l'échelle nationale se vérifient localement. Les visiteurs ont fait preuve d'une plus grande vigilance dans leurs dépenses. Les niveaux de consommation dans les commerces, la restauration et les activités de loisirs se sont révélés plus modérés, traduisant une gestion plus maîtrisée des budgets vacances.

La fréquentation touristique observée en 2025 s'explique par une conjonction de facteurs favorables : un calendrier de vacances et de week-ends prolongés plus porteur que l'année précédente ainsi que des conditions météorologiques clémentes au printemps et en été.

La diversité de l'offre (patrimoine, nature, événements), combinée à l'essor du tourisme de proximité et à l'évolution des comportements (séjours plus courts, réservations tardives), a soutenu la fréquentation.



## > LA SAISON DE L'OFFICE DE TOURISME

### Fréquentation et demandes \*

L'Office de Tourisme a maintenu une activité soutenue tout au long de l'année, avec comme chaque année des pics de fréquentation, notamment en saison estivale. L'ensemble des bureaux a enregistré au cours de l'année le passage de 257 849 visiteurs.

Sur le premier trimestre, 14 533 visiteurs ont été accueillis (-2,76 %); les appels téléphoniques ont progressé fortement (+33,68 %), traduisant un besoin accru d'informations directes pour préparer les séjours.

Entre avril et juin, l'Office a conseillé 66 708 visiteurs et traité 22 116 demandes. Les demandes à l'accueil ont été en hausse de +5 % et les appels de 7 %, confirmant le rôle central de l'Office dans l'accompagnement des visiteurs.

Sur la période estivale (juillet à mi-septembre), les cinq bureaux ont enregistré 147 376 visiteurs, soit +4 % par rapport à 2024. Juillet a été particulièrement dynamique (+11 %), août aussi (+3%), tandis que septembre a reculé nettement (-13.30 %).

Au 4<sup>e</sup> trimestre, la fréquentation a diminué, mais le volume de demandes a continué d'augmenter, illustrant le rôle de l'Office comme service de proximité hors saison et confirmant aussi le positionnement de la destination comme territoire de proximité, avec une fréquentation majoritairement locale.

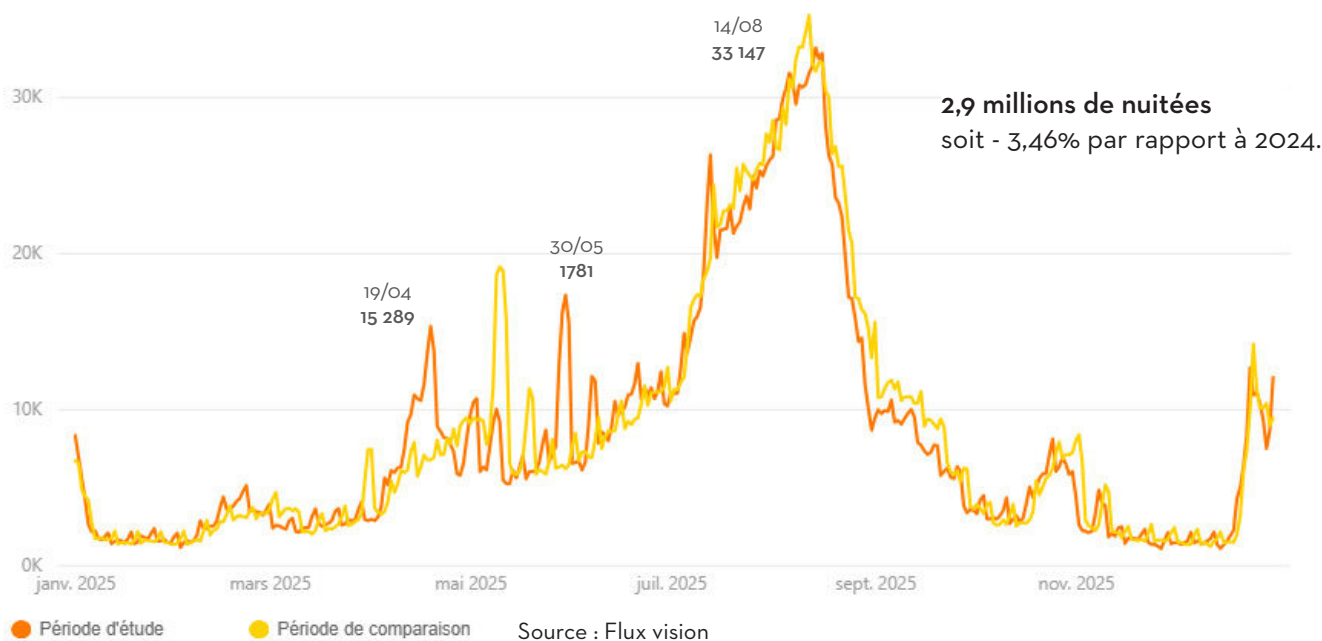
\* source : Tourinsoft

## > FRÉQUENTATION À LA NUITÉE (TOURISTES)

La courbe ci-dessous présente les variations de nuitées marchandes et non marchandes sur l'année. Dans l'ensemble, la dynamique de fréquentation observée en 2025 est très proche de celle de 2024. Des écarts ponctuels apparaissent toutefois lors des périodes de forte affluence, notamment à l'occasion des week-ends de Pâques et de la Pentecôte, qui se traduisent par des pics de fréquentation plus marqués.

On observe également une nette progression des nuitées lors du week-end du 14 juillet. À l'inverse, le mois de septembre enregistre une baisse de la fréquentation, liée à des conditions météorologiques défavorables.

En fin d'année, les deux courbes tendent à se rejoindre, avec une hausse des nuitées durant les vacances de la Toussaint et les fêtes de Noël.



## > FRÉQUENTATION À LA JOURNÉE (EXCURSIONNISTES)

Avec 3,9 millions d'excursionnistes dont 76% de visiteurs français et 24% de visiteurs étrangers, sur l'ensemble de l'année, la fréquentation est soutenue dès le mois d'avril et se maintient jusqu'en septembre, confirmant que la destination est particulièrement prisée par les visiteurs à la journée.

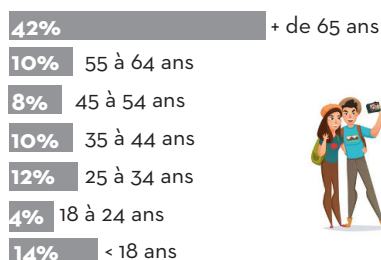
Cette dynamique, ponctuée de pics en période estivale, s'achève en 2025 par une baisse nette en septembre, en lien avec des conditions météorologiques moins favorables.



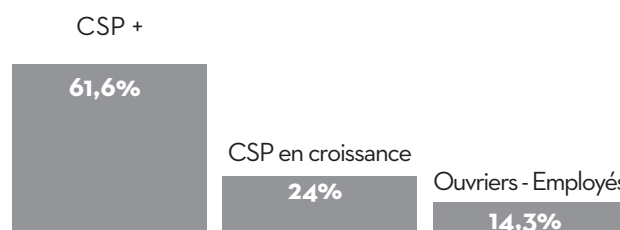
3.90 millions d'excursionnistes  
soit - 0,39% par rapport à 2024.

Source : Flux vision

## > PROFIL SOCIO DÉMOGRAPHIQUE



## > SEGMENTATION PAR CATÉGORIE SOCIO-PROFESSIONNELLE (clientèle française)



Flux vision permet de dresser un portrait détaillé du profil socio-démographique des visiteurs français de notre destination. Les tranches d'âges de 18 à 64 ans représentent un total de 752 008 nuitées, tandis que les personnes de 65 ans et plus génèrent 698 854 nuitées.

# PÔLE CONSEIL - QUALITÉ

## > LA QUALITÉ, UN ENGAGEMENT AU QUOTIDIEN

Tout au long de l'année, les conseillers en séjour recensent les avis, remarques et réclamations des visiteurs. Le suivi de ces indicateurs Qualité permet de mettre en évidence les performances du territoire ainsi que les leviers de progression en matière d'accueil et de services touristiques et de déterminer les actions prioritaires afin d'offrir une expérience d'accueil toujours plus qualitative.

### LES TOPS ET LES FLOPS



Le Net Promoter Score permet de mesurer le taux d'ambassadeurs et de promoteurs du territoire à travers les questionnaires de satisfaction diffusés : **Taux de recommandation enregistré cette année 81,5%.**

**402**  
QUESTIONNAIRES  
DE SATISFACTION  
COLLECTÉS

**32**  
RÉCLAMATIONS  
TRAITÉES

**84**  
REMARQUES  
EXPRIMÉES  
TRAITÉES

**81**  
AVIS GOOGLE  
REÇUS

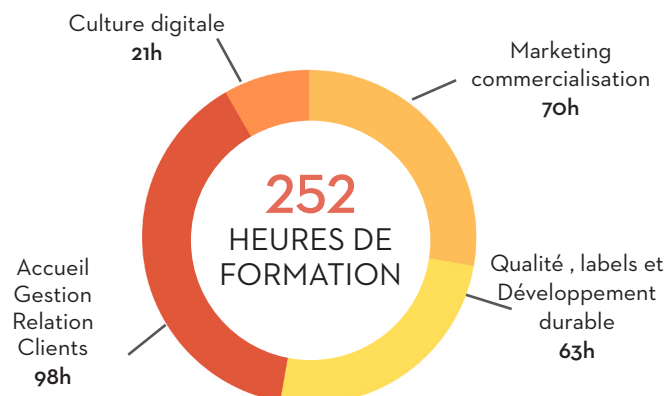


## > UNE ANNÉE SOUS LE SIGNE DE L'ACCESSIBILITÉ

L'Office de Tourisme œuvre pour un tourisme accessible à tous. Le personnel participe à des formations de sensibilisation et des nouveaux outils et équipements voient le jour. Preuve de cet engagement, un 2e Bureau d'Information Touristique a reçu la marque Tourisme et Handicap : celui de Rosporden. Le BIT, fraîchement installé dans son nouveau local, a reçu un avis favorable lors de l'audit du 18 novembre pour les 4 familles de handicap : moteur, mental, auditif et visuel. Des services tels que le livret FALC, un document d'accueil en Braille, une boucle magnétique sont proposés aux visiteurs.

## > UNE ÉQUIPE FORMÉE

Tout au long de l'année, l'Office de Tourisme veille à la formation de son personnel. En 2025, l'équipe a bénéficié de 36 jours de formation en adéquation avec les axes prioritaires de la stratégie de l'OT. Parmi les formations marquantes de l'année : la formation aux gestes de 1ers secours (PSC) assurée par Poséidon Sauvetage, la formation RSE ou encore Tourisme accessible. A cela s'ajoute 340 heures consacrées à la connaissance du territoire : mieux connaître pour mieux vendre le territoire !



PARTICIPATION À **11** ÉDUCTEURS

## > ACCUEIL VÉLO, ET DE 4 !



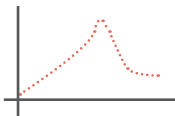
Le BIT de Rosporden, stratégiquement situé à la sortie des quais de la gare SNCF et le long de la V7, est le 4<sup>e</sup> bureau d'information touristique à obtenir la marque Accueil Vélo. Son service de bagagerie et de recharge pour les batteries VAE, GPS et Smartphones est un service apprécié des cyclotouristes.



## LES CHIFFRES CLÉS DE L'OFFICE DE TOURISME



**257 849**  
VISITEURS ACCUEILLIS  
EN 2025



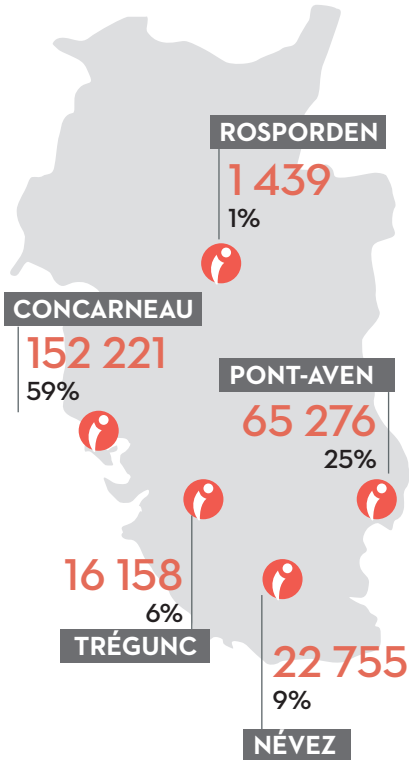
**PIC DE FRÉQUENTATION**  
LE 04 AOÛT AVEC  
**4 090** VISITEURS

**71 347** +6%  
DEMANDES  
EN VIS-À-VIS

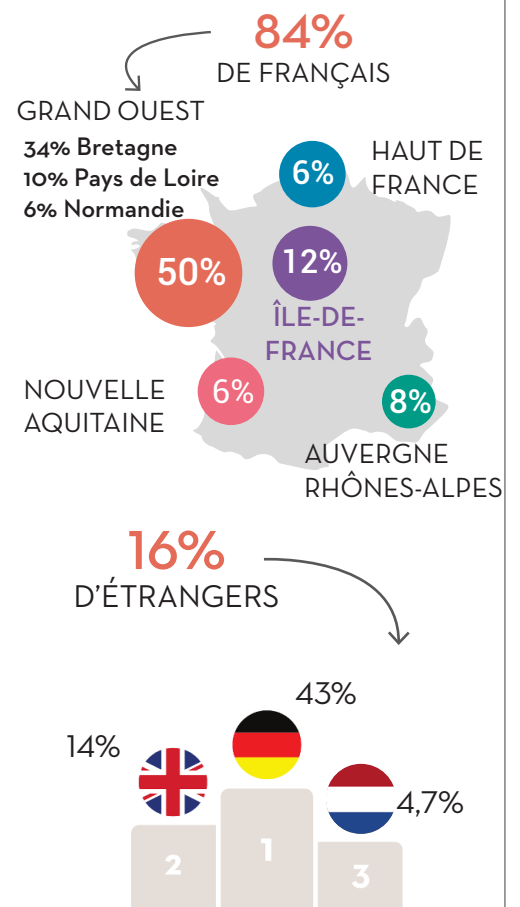
**9 102** +9%  
APPELS  
TÉLÉPHONIQUES

**2 500**  
MAILS TRAITÉS\*

### > RÉPARTITION DE LA FRÉQUENTATION



### > ORIGINE DES VISITEURS



### > LES DEMANDES DES VISITEURS



**32 392**  
DEMANDES  
PATRIMOINE CULTUREL



**19 020**  
DEMANDES  
RANDONNÉES  
PÉDESTRES, VÉLOS ET  
PATRIMONE NATUREL



**8 909**  
DEMANDES  
FÊTES ET ANIMATIONS



**7 643**  
DEMANDES  
EXCURSIONS MARITIMES

\*problème technique constaté sur 4 mois

# PÔLE COMMERCIALISATION ET PARTENARIATS

## > SERVICE GROUPES

En 2025, le service Groupes de l'Office de Tourisme de Concarneau à Pont-Aven a enregistré 162 demandes, confirmant l'attractivité du territoire auprès des clientèles groupes.

Sur l'ensemble de l'année, 79 devis ont été réalisés, avec un excellent taux d'acceptation de 85 %, traduisant la pertinence des propositions et la qualité de l'accompagnement assuré.

Concarneau demeure le principal pôle de demande, tandis que Pont-Aven se distingue par une nette progression du nombre de groupes accueillis. D'autres communes, comme Névez, affichent également une dynamique encourageante grâce au partenariat avec le village club Miléade.

Le chiffre d'affaires de 18 500 €, en retrait par rapport à l'année dernière, reste solide malgré la baisse du nombre de groupes accueillis (-18% par rapport à 2024). Malgré la forte demande de visites, le service groupes n'a pas été en mesure d'y répondre pleinement, en raison d'un manque de guides disponibles, notamment au printemps. Par ailleurs, les visites réalisées pour le compte de notre partenaire Miléade ont été moins nombreuses, leurs clients ayant opté davantage pour des sorties randonnées.

Au-delà de l'activité directe, le service joue un rôle majeur d'apporteur d'affaires, générant 88 400 € de retombées économiques pour les partenaires touristiques locaux.

Enfin, la qualité des prestations est largement saluée par les groupes, avec une satisfaction très élevée (note moyenne proche de 9,7/10), confirmant le professionnalisme des équipes et le fort potentiel de développement du tourisme de groupes sur le territoire.

Nouveauté 2025 :  
La brochure groupes  
disponible en ligne



## CHIFFRES GROUPES

**106 900 €**  
DE RETOMBÉES ECONO-  
MIQUES GÉNÉRÉES PAR LE  
SERVICE GROUPES SUR LE  
TERRITOIRE

**18 500 €**  
DE CHIFFRE  
D'AFFAIRES GÉNÉRÉ  
EN DIRECT

**102**  
GROUPES  
ACCUEILLIS

**3 481**  
PERSONNES

**88 400 €**  
DE CHIFFRE D'AFFAIRES  
GÉNÉRÉ EN TANT  
**QU'APPORTEUR  
D'AFFAIRES**

NB : Le partenariat récemment établi avec **Miléade** à Port-Manec'h a notamment permis l'accueil de **21 groupes**.

## > LES VISITES GUIDÉES POUR LES INDIVIDUELS

Tout au long des mois de juillet et août, les visites guidées proposées par l'Office de Tourisme ont rencontré un vif succès, témoignant de l'intérêt du public pour la découverte du patrimoine local.

- À Névez, les mardis, la visite « Village de chaumières »
- À Pont-Aven, les mercredis, la visite couplée de la ville en partenariat avec le Musée
- À Trégunc, les jeudis, la balade « Au pays des pierres debout ».
- À Melgven, les vendredis en juillet et août, la visite « La Trinité : mémoires et légendes »
- À Concarneau, plusieurs fois par semaine, des visites guidées de la ville, assurées par le service Patrimoine, ont complété cette offre estivale.



**30**  
VISITES

**763**  
PARTICIPANTS

**4 240 €**  
DE CHIFFRE  
D'AFFAIRES  
**+ 19%**

## > L' OFFRE DE SERVICES

La nouvelle offre de services mise en place par le pôle partenariat a rencontré un vif succès : 12 rendez-vous sont venus ponctuer l'année avec des éducteurs, des ateliers, des cafés rencontre ... des moments riches de rencontres et de partage d'expérience.

250 partenaires ont ainsi pu participer à ces temps forts.

L'année 2025 s'est conclue par la grande rencontre annuelle des partenaires le 14 novembre dernier au Village Vacances Miléade à Névez, rassemblant une centaine de personnes.



### GUIDE DU PARTENAIRE

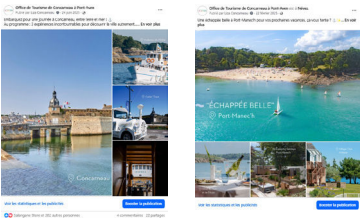
Ce support présente les missions, l'équipe, les projets et l'offre de l'Office de Tourisme.



### AGENDA 2025

Un agenda de rendez-vous a été mis en place pour 2025, invitant tous les mois les partenaires à des rencontres, ateliers, éducteurs.

## NOUVEAUTÉ : LE PACK PRIVILÈGE

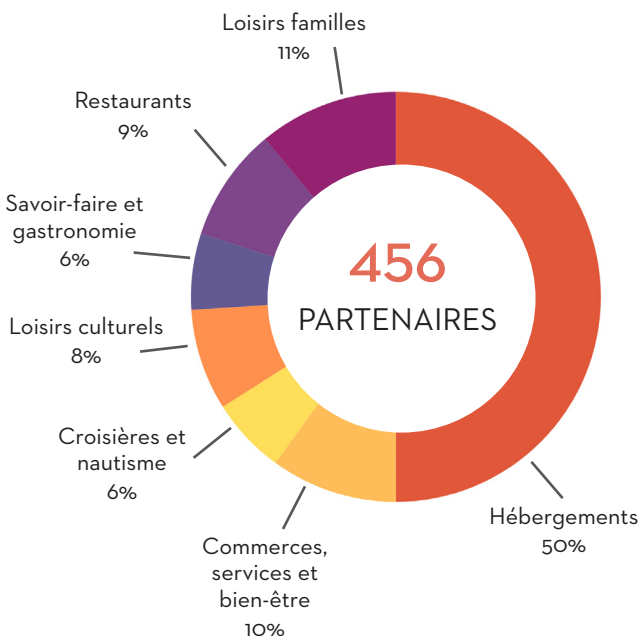


Proposé dans l'offre de services, le pack Privilège présente un service + aux partenaires avec notamment une mise en avant sur les réseaux Instagram et Facebook : 22 partenaires hébergeurs et 40 prestataires loisirs ont choisi ce pack, une manière pour nos partenaires de booster leur visibilité sur les réseaux.

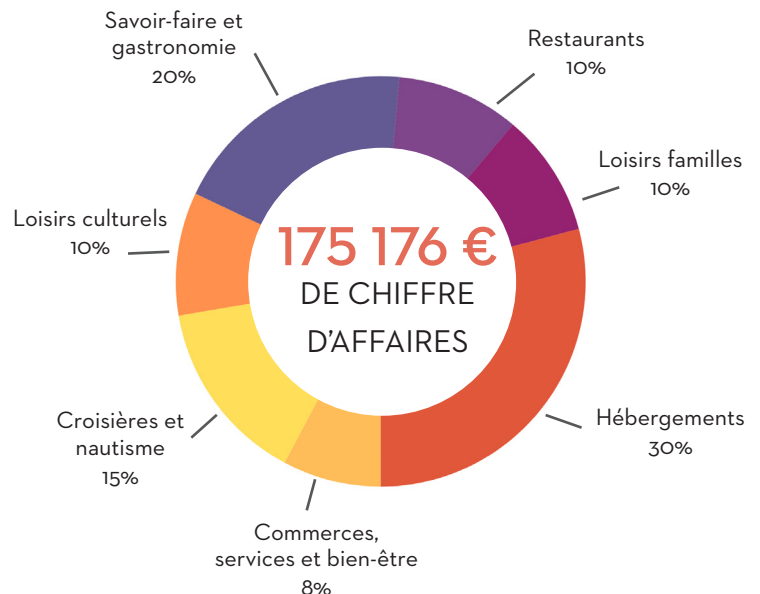
## > LES PARTENAIRES

En 2025, 456 partenaires nous ont fait confiance.

### > REPARTITION PAR TYPOLOGIE



### > REPARTITION PAR RECETTES



## > FESTIVAL CAP DANSE

DU 19 AU 28 SEPTEMBRE

Pour la troisième année consécutive, l'Office poursuit son partenariat avec Cap Danse en travaillant en amont sur la préparation et la recherche de lieux emblématiques du territoire ainsi qu'en créant et en animant un parcours patrimoine durant le festival. Attirant plus de 400 participants, ces visites flash, organisées en amont des spectacles et présentant l'histoire des lieux de représentation, ont connu un vif succès.



## > JOURNEES EUROPEENNES DU PATRIMOINE 2025



À l'occasion des Journées Européennes du Patrimoine, les guides de l'Office de Tourisme se sont pleinement mobilisées pour mettre en valeur la richesse patrimoniale du territoire.

À Melgven, une vingtaine de participants ont suivi la visite guidée du hameau et de la Chapelle de la Trinité et découvert l'histoire et les traditions locales. A Trégunc, 40 visiteurs ont participé à la balade commentée « Pays des Pierres Debout », qui a offert un éclairage sur le patrimoine granitique et mégalithique emblématique de la commune. Très appréciées du public, ces interventions témoignent de l'engagement de l'Office de Tourisme en faveur d'un patrimoine vivant, partagé et accessible à tous.

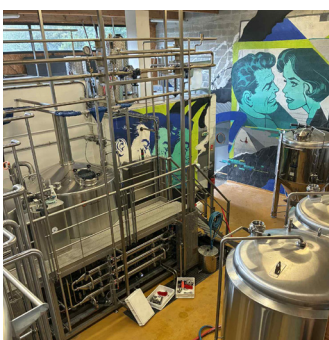
## > BALADES CONTÉES GOURMANDES

LES 26 AVRIL ET 17 DÉCEMBRE

Des balades contées gourmandes ont aussi été créées à Rosporden en 2025 à l'occasion de la Fête du Printemps (12 participants) et des Féerizzz (32 personnes pour cette dernière qui a fait le plein de participants). Ces visites guidées sur le thème des traditions, croyances et légendes du printemps et de l'hiver ont été accompagnées de dégustation de produits locaux.



## > LA SEMAINE DU TOURISME ÉCONOMIQUE ET DES SAVOIR-FAIRE (STESF)



Lors de cette 4<sup>e</sup> édition, organisée en partenariat avec OTB, 12 entreprises ont ouvert leurs portes afin de présenter leur savoir-faire au public pendant les vacances de la Toussaint.

- Bretinov (fabricant de machines agroalimentaires) à Pont-Aven,
- Mica Céramique (céramiste) à Concarneau,
- Macro Macro Algues (récoltant d'algues) à Trégunc,
- la Brasserie Micro Braz et la distillerie Onze à Névez,
- les brasseries Tri Martolod et Brasserie de Bretagne à Concarneau,
- Ô la Butine (producteur d'hydromel) à Concarneau,
- Studio Terre et Bien-Être (céramiste) à Concarneau,
- Pascale Bodin (créatrice de carnets de voyage) à Melgven,
- la Conserverie Courtin à Trégunc, ainsi que la SNSM de Trégunc.



Avec 306 participants, cette édition marque un record de fréquentation depuis que l'Office de Tourisme a rejoint l'événement breton, soit une hausse de 17 % par rapport à 2024 et une progression de 155 % depuis 2022. Un succès qui témoigne de l'intérêt croissant du public, toujours plus friand de découvrir les entreprises locales et leurs savoir-faire.



Les fonds récoltés lors de l'opération ont été intégralement reversés à la Fondation du Patrimoine de Bretagne.

# # ZOOM SUR : MÉDIAS ET PRESSE

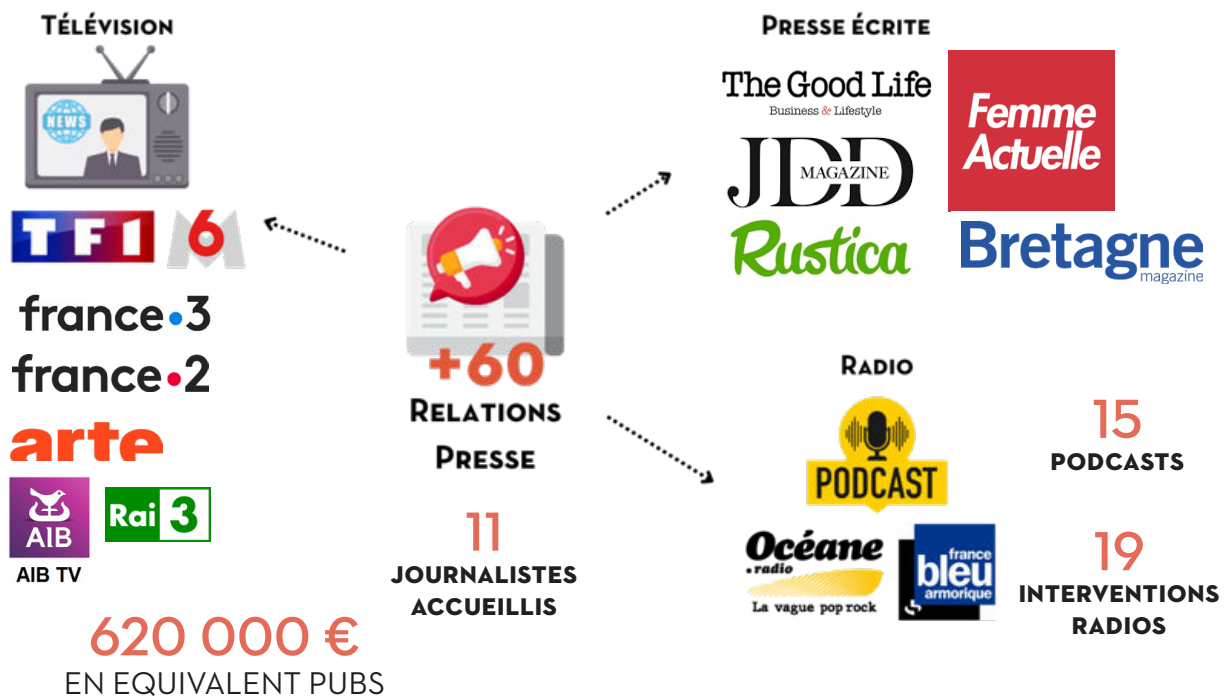
Souvent premier point de contact des journalistes, le service presse de l'Office de Tourisme a joué en 2025 un rôle important dans la valorisation de la destination.

Le service a assuré la gestion de plus de 60 actions de relations presse, comprenant les demandes d'information émanant de la presse écrite, des médias web, de la radio et de la télévision.

À ces actions s'ajoutent l'organisation d'accueils presse, ainsi que la participation à des interventions radiophoniques et à des émissions télévisées.

L'année 2025 se distingue par une nette progression des sollicitations émanant des médias audiovisuels, en particulier de la télévision, renforçant significativement la visibilité de la destination.

Cette exposition s'est déployée tant à l'échelle nationale – avec notamment Pont-Aven mis à l'honneur dans l'émission « La Meilleure Destination Vacances » – qu'à l'international (États-Unis, Italie...), avec des diffusions à des heures de grande écoute (Télématin, journaux télévisés de TF1 et France 2, etc.).



## > VOYAGE DE PRESSE EN PARTENARIAT AVEC LA THALASSO DE CONCARNEAU

En septembre 2025, le service presse de l'Office de Tourisme a collaboré avec la Thalasso pour organiser un voyage presse offrant à cinq journalistes l'opportunité de découvrir notre destination. Pendant deux jours, ce séjour a été une véritable invitation à explorer le territoire et à vivre ses expériences uniques.

Cette initiative a rencontré un franc succès, grâce à l'implication précieuse de nos partenaires : La Bell'Aven, Laurent Publier, Esprit Nat'ure et, bien sûr, la Thalasso de Concarneau.

Les journalistes ayant participé à ce voyage sont :

Carole ANDRE - ELLE / Échappées Belles

Monique Delanoue- Luxe Magazine

Antoinette PAOLI - Balades & Rando

Judith LOSSMANN - La Vie est Belle Magazine

Marie-Christine BIET - Bretagne Magazine / Guide Bretagne, éditions Hachette

Michèle Lasseur : Univers Voyage

Ce voyage presse a permis de renforcer la visibilité de notre destination auprès des médias spécialisés et de mettre en valeur l'expérience unique offerte par nos partenaires.



# PÔLE COMMUNICATION

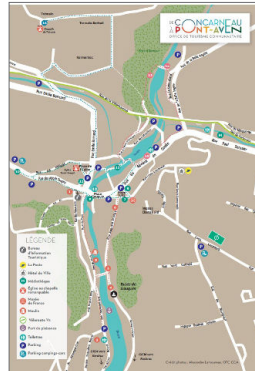
## > LES ÉDITIONS GRANDS PUBLICS



**LE GUIDE  
TOURISTIQUE**  
> 35 000 exemplaires



**LE GUIDE DE  
L'HÉBERGEMENT**  
> 5 000 exemplaires



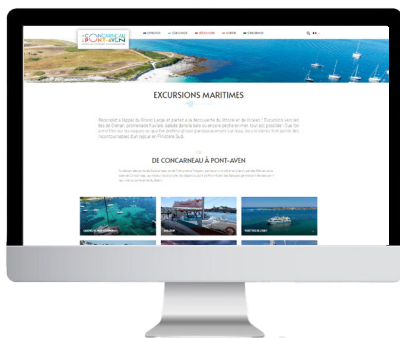
**LES PLANS  
TOURISTIQUES**  
> 108 500 exemplaires

### NOUVEAUTÉ :



**LES CALENDRIERS  
DES ANIMATIONS**  
> 8 000 exemplaires  
Les agendas d'été  
auparavant édités à  
la quinzaine ont été  
convertis en agendas  
mensuels : juillet et  
août.

## > LE SITE INTERNET



**579 319**  
SESSIONS

**+ 109%**  
PAR RAPPORT  
À 2024

**1 552 056**  
PAGES VUES

**345 150**  
UTILISATEURS

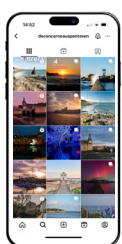
**TOP 5**  
DES PAGES LES PLUS VISITÉES

- 1 WEBCAMS
- 2 AGENDA
- 3 LOCATIONS SAISONNIÈRES
- 4 EXCURSIONS MARITIMES
- 5 RANDONNÉES

Poursuivi en 2025, le travail de référencement naturel initié en 2024 continue de renforcer la visibilité du site internet. Cette dynamique positive se traduit par une hausse significative de 62,5 % du nombre d'utilisateurs.

## > LES RÉSEAUX SOCIAUX

L'accompagnement de l'agence social média My Destination en 2024 a permis à l'Office de Tourisme d'améliorer l'efficacité de ses actions digitales. Cette collaboration s'est traduite par un gain de visibilité, un renforcement de la présence en ligne et l'adoption de pratiques mieux adaptées aux attentes des utilisateurs.



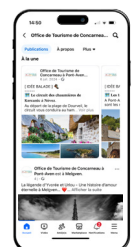
**11 533**  
ABONNÉS  
**+ 7%**  
PAR RAPPORT  
À 2024



**1 150 000**  
VUES CUMULÉES



**10 201**  
ABONNÉS  
**+ 11%**  
PAR RAPPORT  
À 2024

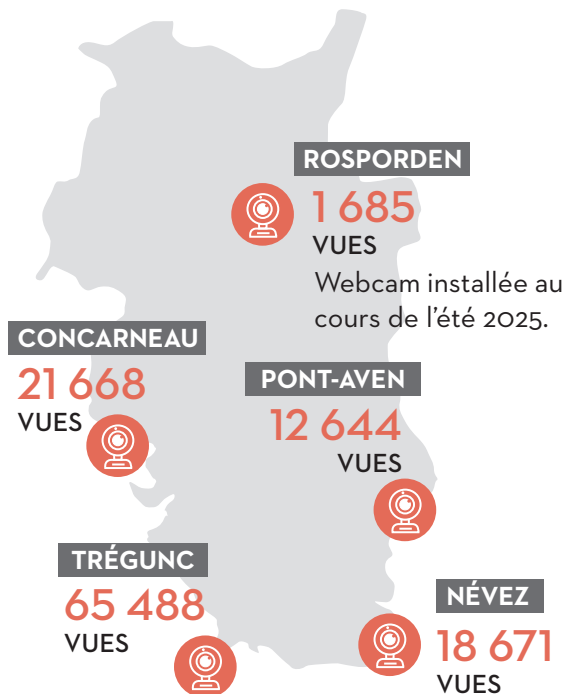


**+40%** DE VISITES

**+49%** DE VISITES

## > WEBCAMS, LE TERRITOIRE EN DIRECT

Installées en 2024 et 2025, les webcams du territoire ont rapidement trouvé leur public. Très appréciées des internautes, elles constituent aujourd'hui la page la plus consultée du site de l'Office de Tourisme, confirmant leur rôle clé dans la valorisation et l'attractivité de la destination.



## > PROMOTION DES ANIMATIONS

Tout au long de l'année, l'Office de Tourisme propose un service gratuit de promotion des événements, particulièrement apprécié des associations.

Grâce au site internet et aux calendriers des animations, les événements locaux sont mis en valeur, contribuant à l'attractivité de la destination et à la dynamisation de l'économie touristique.

**1 500**  
ANIMATIONS  
SAISIES EN 2025  
**79 050**  
VISITES SUR LA  
PAGE AGENDA

## > PRODUCTION DE CONTENUS

EN AVRIL 2025

Production de trois vidéos immersives (réels) en partenariat avec Sensation Bretagne. Ces contenus dont la diffusion est prévue sur Instagram et Facebook en 2026 permettront de renforcer la visibilité et l'attractivité de l'offre touristique locale sur le slow tourisme.

EN JUILLET À CONCARNEAU, TRÉGUNC  
MELGVEN ET ROSPORDEN

Reportage photo avec Alexandre Lamoureux  
**363 photos**

NB : Alexandre Lamoureux a déjà réalisé plusieurs reportages photos sur le territoire.

LE 04 SEPTEMBRE À NÉVEZ

Reportage photo avec Jérémy Jehanin  
**51 photos**

NB : Reportage photo dans le cadre du réseau Sensation Bretagne

## > L'APPLICATION IMAGINA



**19 684**  
SESSIONS

**+ 75,9%**  
PAR RAPPORT À 2024

**4 437**  
UTILISATEURS

**+ 49,8%**  
PAR RAPPORT À 2024

L'application Imagina séduit un nombre croissant d'utilisateurs.

L'intégration de nouveaux circuits et la promotion accrue de l'appli dans nos BIT ont porté leurs fruits. Cette progression témoigne de l'intérêt du public pour une information pratique, accessible et adaptée aux nouveaux usages.

## > LA VITRINE TACTILE

Installée en mai 2024, la vitrine tactile de l'Office de Tourisme de Concarneau offre un accès 24h/24 aux informations touristiques, accessible depuis l'extérieur et adaptée aux personnes à mobilité réduite (PMR).

Elle permet aux visiteurs de découvrir l'agenda des événements, des idées d'activités, la météo, les marées...

**1 177**  
VISITEURS

**9 248**  
PAGES VUES

## > SALON DESTINATIONS NATURE



DU 13 AU 16 MARS 2025 À PARIS  
Présence de l'Office de Tourisme en collaboration avec Sensation Bretagne.

L'objectif de ce salon est d'aller à la rencontre des amateurs de randonnée et de plein air pour leur donner envie de séjourner sur notre territoire.

**47 000 visiteurs** accueillis pendant le salon.

# PÔLE RESSOURCES

## > LA BOUTIQUE

L'espace boutique, aménagé au sein de certains bureaux, met à l'honneur une sélection de produits locaux et a rencontré un accueil très favorable auprès des visiteurs avec une augmentation de 14.59% du chiffre d'affaires. L'offre, principalement orientée vers des idées cadeaux, valorise le savoir-faire de créateurs et artisans du territoire, tels que Ti Zao et La Bernic' à Trégunc, Studio Terre et Bien-être à Concarneau, LB Création à Pont-Aven et La Maison Charlotte à Névez.

Cette sélection est complétée par des produits emblématiques locaux (spiruline de Rospico, Kari des Gas), des ouvrages édités localement ainsi que des affiches et cartes postales, très appréciées des visiteurs. Un espace dédié aux enfants vient enrichir l'offre.

Proposés à des prix accessibles, ces articles permettent à chacun de repartir avec un souvenir local et de qualité, contribuant à la bonne dynamique de la boutique en 2025.

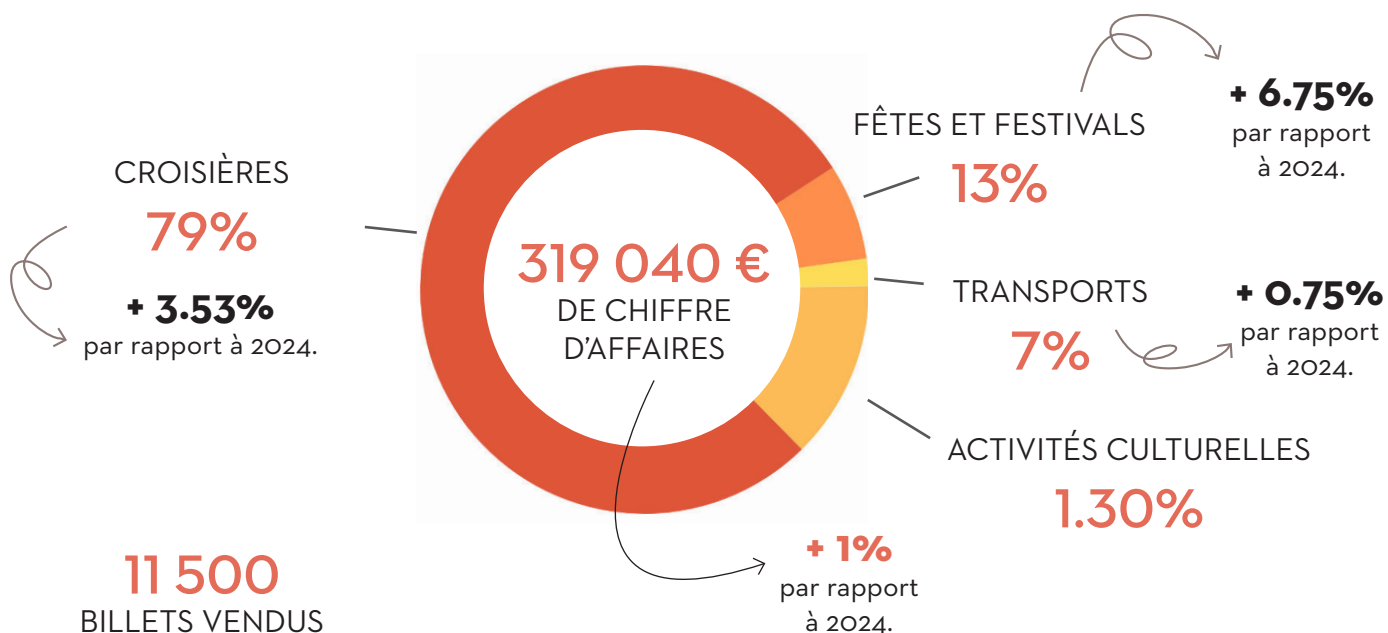


### TOP 3 BOUTIQUE

6830 VENTES ENREGISTRÉES  
25 620 € DE CHIFFRE D'AFFAIRES

## > LA BILLETTERIE

### RÉPARTITION DU CHIFFRE D'AFFAIRES PAR BILLETTERIE



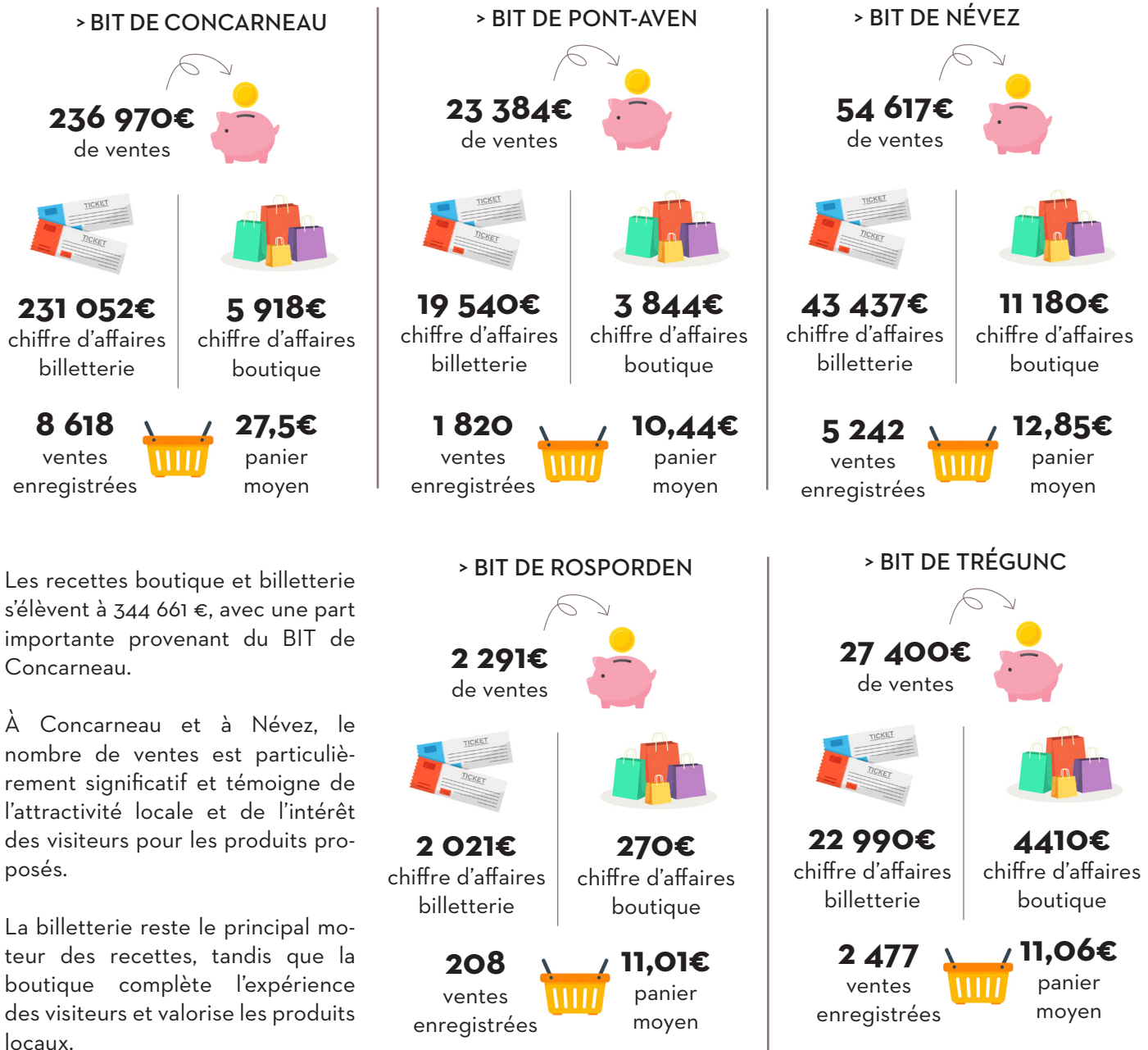
### TOP 3 BILLETTERIE

- 1/ VEDETTES DE L'ODET
- 2/ LES FILETS BLEUS
- 3/ SPECTACLE ÉQUESTRE

En 2025, l'office de tourisme enregistre une progression générale du chiffre d'affaires global par rapport à 2024, grâce notamment à une météo bien plus favorable et ce malgré la cessation d'activité d'une compagnie maritime.

L'offre à forte valeur ajoutée des compagnies maritimes ainsi que la dynamique des fêtes, festivals et activités culturelles ont contribué largement à l'évolution positive des recettes billetterie.

## > RÉPARTITION DES RECETTES BOUTIQUE ET BILLETTERIE PAR BIT

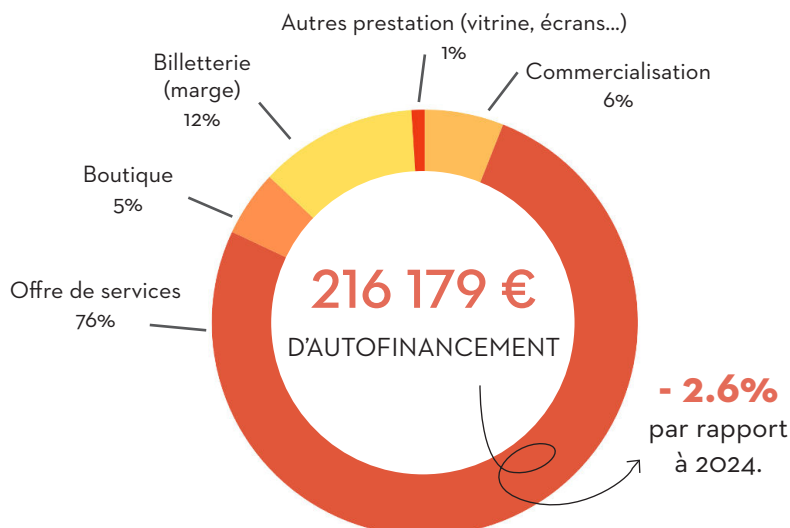


Les recettes boutique et billetterie s'élèvent à 344 661 €, avec une part importante provenant du BIT de Concarneau.

À Concarneau et à Névez, le nombre de ventes est particulièrement significatif et témoigne de l'attractivité locale et de l'intérêt des visiteurs pour les produits proposés.

La billetterie reste le principal moteur des recettes, tandis que la boutique complète l'expérience des visiteurs et valorise les produits locaux.

## > RÉPARTITION DES RECETTES PROPRES



Les recettes propres de l'Office s'élèvent à 216 179 €, en légère baisse par rapport à l'an dernier (-2,6 %), principalement en raison de la diminution de l'accueil de quelques groupes.

La répartition des recettes indique que l'offre de services aux partenaires demeure le poste dominant suivi de la billetterie.

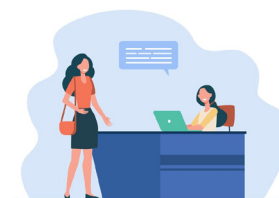
Les autres prestations, complètent l'ensemble et témoignent de la diversité de l'offre proposée aux visiteurs.

# PROJETS 2026



## > ACCUEIL-QUALITE

- > Poursuite des actions du **Schéma d'Accueil et de Diffusion de l'Information**
  - Instauration d'un accueil à distance (numéro de téléphone unique),
  - Mise en place d'un pré-accueil en saison dans les BIT les plus fréquentés.
  - Réagencement des locaux de Concarneau pour une gestion optimisée des flux et de meilleures conditions d'accueil des visiteurs.
- > Renouvellement du **classement en catégorie 1** de l'OT, critère indispensable pour maintenir le classement station classée de tourisme de Concarneau et Névez.
- > Audit **Destination d'Excellence** (pilier éco-responsable)
- > Renouvellement du label **Accueil vélo** pour les BIT de Concarneau, Trégunc et Névez) et audit pour le BIT de Pont-Aven. Cette démarche favorise les mobilités douces et soutient un tourisme durable, tout en offrant un service adapté aux visiteurs à vélo.
- > Audit **Tourisme et Handicap** pour les BIT de Trégunc et de Névez.



## > ACCOMPAGNEMENT DES PARTENAIRES

- > Reconstitution de l'**offre de services** avec un nouveau programme d'**accompagnement** : éducteurs, mise en réseau, accompagnement digital, ateliers thématiques, Rencontre des partenaires...

- > Participation aux **Semaines du Tourisme Economique et des Savoir-faire** (OTB)

## > COMMERCIALISATION GROUPES

- > Edition d'une **brochure groupes**
- > Envoi de **mailings groupes ciblés** (Associations, UTL, Comités d'entreprises...)

## > PROMOTION - MARKETING

### > Déploiement de la **stratégie digitale** :

- Développement des publications hors saison
- Production de contenus photos et vidéos
- Amplification des publications à destination des acteurs touristiques du territoire
- Renforcement du lien avec la communauté locale



### > Evolution du **site web** :

- Développement du référencement naturel
- Création de nouvelles pages éco-responsables : « En séjour avec mon chien », « En séjour sans ma voiture », « En séjour au fil des saisons »
- Foire aux questions pour faciliter l'accès rapide à l'information pratique
- Elaboration du cahier des charges pour la création d'un nouveau site en 2027 : écoconçu, performant et conforme au RGAA.



### > Applications **Imagina / Wivisites**

- Création de contenus ludiques et thématiques pour inciter les visiteurs à se déplacer sur l'ensemble des communes du territoire
- Extension de l'application notamment aux restaurants

### > **Nouvelles éditions**

- Création du plan cavalier de Pont-Aven (Petites Cités de caractère)
- Refonte de la carte du territoire et des plans touristiques

### > **Adhésion au réseau Sensation Bretagne** : reportages photo, vidéos, accueils presse mutualisés, échanges d'expérience, participation au salon Destinations Nature à Paris (mars)



### > **Relations presse**

- Actualisation des outils (dossiers de presse, fiches thématiques),
- Accueils presse (partenariats Sensation Bretagne, Tout Commence en Finistère...)

## > OBSERVATION TOURISTIQUE

### > Intégration de nouveaux indicateurs (Développement durable)



### > **DEMARCHE RSE**

> Poursuite des actions, en adéquation avec le pilier éco-responsable de Destination d'Excellence : écriture d'une raison d'être, diagnostic SWOT, identification des parties prenantes, rédaction d'une charte verte des partenaires....

> Poursuite de la **Démarche Qualité de vie et des Conditions de Travail**

## > INGENIERIE TOURISTIQUE

### > Appui au **Festival Cap Danse** (valorisation des lieux où se déroulent les spectacles)

> L'année 2026 verra la concrétisation de la **stratégie touristique portée par CCA**. L'OT participera activement à sa déclinaison opérationnelle, en collaboration avec les partenaires institutionnels et les acteurs locaux, pour soutenir un développement touristique cohérent et attractif.



### > **TAXE DE SÉJOUR**

> **Accompagnement des hébergeurs** dans la déclaration de la taxe de séjour

> **Optimisation** de la collecte et suivi des recettes de la taxe de séjour

DE **C**ONCARNEAU  
À **P**ONT-**A**VEN  
OFFICE DE TOURISME COMMUNAUTAIRE

~ BUREAUX D'INFORMATION  
TOURISTIQUE

OUVERTS TOUTE L'ANNÉE

  # CONCARNEAU ~ Quai d'Aiguillon

 # NÉVEZ ~ 18 place de l'Église

# PONT-AVEN ~ 2 rue Louis Lomenech

  # ROSPORDEN ~ 1 place de Cornouaille  
(gare de Rosporden)

 # TRÉGUNC ~ 2 rue de Kerambourg



OFFICE DE TOURISME  
DE CONCARNEAU À PONT-AVEN

BP 529 ~ 29185 Concarneau Cedex  
info@destinationccpa.bzh  
www.deconcarneauapontaven.com  
+33 (0)2 98 06 87 90

