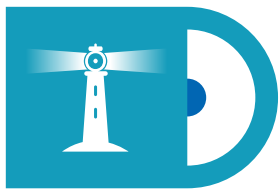


TOUT  
commence  
en FINISTÈRE

# PROJET STRATÉGIQUE OT 29

*En partenariat avec  
FINISTÈRE TOURISME*

2015



## Résultats de l'enquête auprès des Offices de Tourisme du Finistère

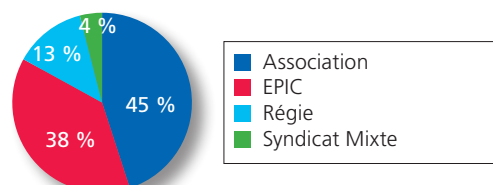
En janvier 2014, les 45 Offices de Tourisme du Finistère ont été interviewés sur la base d'un guide d'entretien élaboré par un groupe de travail composé de Directeurs d'Offices de Tourisme et de Finistère Tourisme\* en concertation avec le conseil d'administration de OT 29. Cette enquête avait pour objectifs d'identifier les préoccupations et les besoins des Offices de Tourisme ainsi que leurs coopérations avec les réseaux touristiques. Afin de pouvoir réaliser en 1 mois cette enquête, les équipes de Finistère Tourisme ont été mobilisées pour administrer ces questionnaires (45 entretiens réalisés, 15 journées d'enquête). Chaque rencontre s'est déroulée en présence d'un élu et du Directeur ou responsable de l'Office de Tourisme concerné. Les principaux résultats vous sont exposés ci-après.

\* Les membres du groupe de travail : Mr Marc Doria, OT Brest métropole Océane, Mr Eric Vighetti, OT de Quimper Cornouaille, Mr Vincent Lagay, OT du pays de Rosporden, Mme Françoise Chapalain, OT de La Forêt-Fouesnant, Mr Bruno Le Lan, Maison du tourisme Baie de Morlaix-Monts d'Arrée, Mme Natacha Keraval, Office de tourisme de Châteauneuf du Faou, Mr Gilles Le Marec, Office de tourisme de Roscoff, Côte des sables, Enclos paroissiaux, Mme Viviane Le Gall, Office de tourisme du Pays des Abers, Mme Sandy Causse et Mme Chantal Kerriou, Finistère Tourisme

### Le Portrait des Offices de Tourisme du Finistère - Janvier 2014

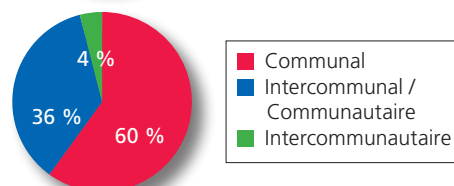
#### 1 - Le statut des Offices de Tourisme

- 20 Offices Associatifs (45%)
- 17 Offices en EPIC (38%)
- 6 Offices en Régie (13%)
- 2 Offices en Syndicat mixte (4%)



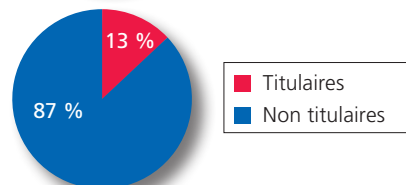
#### 2 - Le périmètre d'intervention

- 27 Offices communaux (60%)
- 16 Offices intercommunaux/communautaires (36%)
- 2 Offices inter-communautaires (4%)



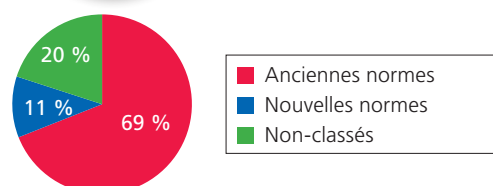
#### 3 - Les Offices de Tourisme Marque Qualité Tourisme

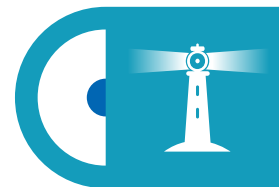
- 6 Offices titulaires de la marque (13%)
- 39 Offices non labellisés, (dont une quinzaine d'entre eux intéressés)



#### 4 - Classement des Offices de Tourisme

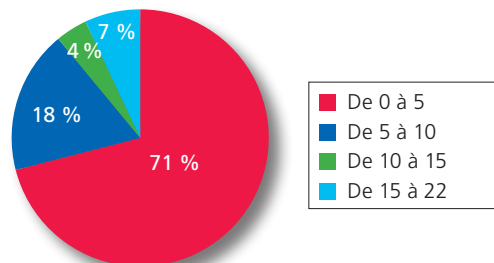
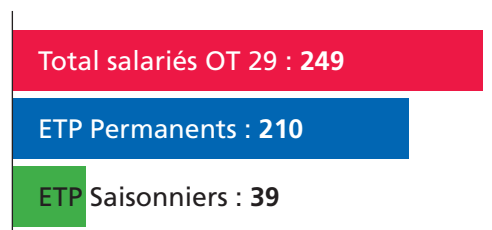
- 31 Offices classés anciennes normes
- 5 Offices classés nouvelles normes
- 9 Offices non classés



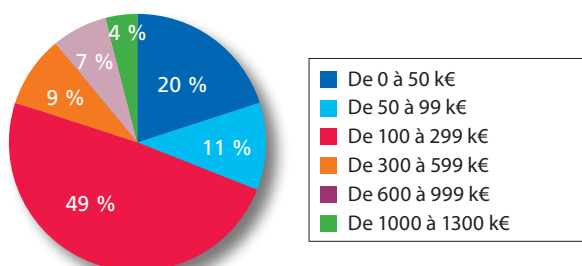


## 5 - Le nombre de salariés (estimation Équivalent Temps Plein selon les déclarations des Offices de Tourisme)

- Nombre d'ETP permanents et saisonniers
- Nombre de salariés par office de tourisme



## 6 - Le budget annuel moyen global (en K€)



### Les attentes vis-à-vis de OT 29

Une dichotomie entre les services proposés et les services attendus

#### ○ Animation de réseau

Pour 86 % des Offices de Tourisme interrogés, l'animation du réseau des Offices de Tourisme est un service auquel ils ne peuvent pas faire appel mais arrive en tête des besoins exprimés.

#### ○ Informations administratives, juridiques, ressources humaines

52% des Offices de Tourisme déclarent ne pas pouvoir mobiliser les services de la Fédération du Finistère en matière d'informations administratives, juridiques, ressources humaines. Ils s'orientent vers : les services de leur commune, de l'intercommunalité ou vers Offices de tourisme de France, voire des juristes ou cabinets conseils privés.

#### ○ Formation

La formation est le service qui recueille le plus d'avis positifs (souhait de formation en plus grande proximité). Dans ce dispositif OT 29 joue simplement le rôle d'intermédiaire entre les Offices de Tourisme et Offices de Tourisme de Bretagne (OTB).

#### ○ Démarche qualité

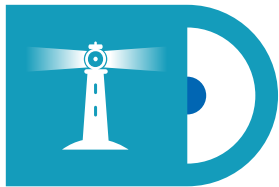
La démarche qualité retient également l'intérêt de plus de la moitié des Offices de Tourisme. Le service assuré par OTB en lien avec OT 29 est apprécié, mais beaucoup d'Offices de Tourisme souhaitent que OT 29 propose ce service.

#### ○ L'accompagnement des démarches de classement des Offices de Tourisme

A quelques rares exceptions, tous les Offices de Tourisme sont intéressés par ce sujet. 45% des Offices de Tourisme interrogés ont déclaré faire ponctuellement appel à OT 29 qui les met en relation avec la Préfecture. Les autres Offices de Tourisme (55%) préparent leur dossier en direct avec la Préfecture mais beaucoup souhaiteraient un accompagnement.

#### ○ L'appui aux projets locaux, communaux ou communautaires

84 % des Offices de Tourisme ont indiqué ne pas penser à faire appel à OT 29 pour les accompagner dans leurs projets locaux. Quelques-uns ont souligné l'appui apporté par OT 29 ponctuellement. Pour la majorité cependant, ce service relève plus de l'action individuelle de quelques administrateurs de OT 29. **Plusieurs Offices de Tourisme auraient souhaité/souhaitent que OT 29 encourage/accompagne les regroupements d'Offices de Tourisme.** Ils ont dans une moindre mesure exprimé le souhait d'être conseillés dans leurs projets locaux.



## Les attentes vis-à-vis de Finistère Tourisme

### ⊙ Communication

En ce qui concerne les partenariats en matière de communication (salons, films Tébéo...), environ 60% des Offices de Tourisme y adhèrent. Ils sélectionnent en fonction de leur stratégie et de leur budget. Les Offices de Tourisme considèrent ces partenariats intéressants.

### ⊙ Base de données Tourinsoft

La quasi-totalité des Offices de Tourisme utilise l'outil (sauf 1) et 91% en sont globalement satisfaits. Ils l'utilisent pour les statistiques, les éditions, les syndications vers leurs sites web. 4 Offices de Tourisme ne sont pas satisfaits du service (Outil peu flexible, saisie et mise à jour trop longues). Plusieurs font des propositions d'ajustement de l'outil comme le développement du volet marketing /relation client, la réduction du nombre d'informations à saisir.

### ⊙ Appui à la commercialisation (open system, accompagnement...)

25% des Offices de Tourisme du Finistère font appel à ce service. A l'avenir près de la moitié de ceux ne faisant pas appel au service déclare être intéressée notamment sur l'accompagnement pour l'obtention de l'habilitation à commercialiser et l'appui opérationnel à la production d'offres.

### ⊙ Relations Presse

45% des Offices de Tourisme du Finistère font appel à ce service. 55 % n'y font pas appel (soit ils ne sont pas contactés soit ce type d'opération est géré par le pays). A l'avenir 48 % déclarent être intéressés.

### ⊙ Appui à la qualification thématique des offres (handicap, pêche...)

45% des Offices de Tourisme du Finistère font appel à ce service. Ceux qui ne font pas appel à ce service considèrent qu'il relève d'un travail de contrôle qualité et de conseil local. A l'avenir 39 % déclarent être intéressés sur 3 volets : sortir d'une logique d'offre pour s'adapter au marché, développer une approche marketing, aller vers des protocoles qualitatifs et moins normatifs.

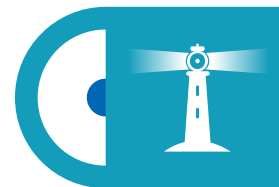
### ⊙ Observatoire, informations statistiques territorialisées

93% des Offices de Tourisme du Finistère font appel à ce service et en sont satisfaits. Les autres déclarent ne pas avoir connaissance de ce qui est disponible ou déplorent que les données ne soient pas adaptées au niveau local.

### ⊙ Remarques générales notées lors des entretiens :

- Besoin d'être mieux informés et plus associés aux actions de Finistère Tourisme
- Souhait de réunions ou séminaires thématiques.





## Les préoccupations globales et centres d'intérêt des Offices de Tourisme

### ⊙ La gouvernance

Les Offices de Tourisme s'interrogent sur l'organisation territoriale, son évolution. Ils expriment des difficultés à savoir à qui s'adresser selon leurs dossiers, à identifier le "qui fait quoi ?".

Ils jugent nécessaire de sensibiliser les élus locaux sur l'importance de la filière touristique et sur le positionnement et les missions de l'Office de Tourisme (l'Office de Tourisme n'est plus un outil d'animation estivale, un "comité des fêtes" mais un outil au service de l'économie et du territoire). De leur côté, certains élus des Offices de Tourisme expriment le besoin d'échanger avec des homologues ou de renforcer leur culture touristique.

Les Offices de Tourisme expriment leur intérêt pour le transfert de la compétence tourisme à l'échelon intercommunal (échelle territoriale plus pertinente, moyens plus importants). Ils souhaitent être davantage accompagnés dans les regroupements pour réussir l'Office de Tourisme intercommunal (rassembler les équipes et les élus avec cohésion à mettre en place...) mais également dans la phase 2 de sa mise en place (bâtir une stratégie de développement, manager les ressources humaines...).

### ⊙ La professionnalisation et la montée en compétences

Les Offices de Tourisme veulent être positionnés au cœur de la politique touristique du territoire, être une structure pivot d'échanges entre secteur public et secteur privé. Une de leurs préoccupations est également de faire mieux avec les mêmes moyens : optimiser, mutualiser.

Ils souhaitent passer d'une logique de promotion du territoire à la mise en place de politiques marketing plus structurées, d'outils d'appui à la commercialisation (apporter des services aux adhérents), au développement des outils et usages du numérique avec les blogs, réseaux sociaux, outils M-tourisme...

Ils plaident pour des partenariats très opérationnels orientés action et innovation, une coopération renforcée au sein du réseau des institutionnels du tourisme mais également avec les professionnels de leur territoire.

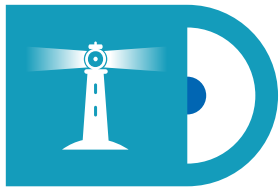
### ⊙ La gestion des ressources humaines

Certains Offices de Tourisme font le constat de la difficulté à recruter des personnels qualifiés tant au niveau des permanents que des saisonniers notamment en raison de l'évolution du panel de compétences nécessaires dans les nouveaux métiers du tourisme. Ce constat est renforcé chez les Offices de Tourisme qui ont opéré un regroupement ayant engendré un élargissement des missions exercées, une spécialisation des métiers des collaborateurs ainsi qu'un renforcement du triptyque gestion/organisation/management. Il a également été signalé que le manque de lisibilité actuel sur les politiques et actions des partenaires qui induit des tensions sur le plan humain et renforce la difficulté dans le management et la motivation du personnel dans un contexte mouvant et incertain. Certains Offices de Tourisme signalent un problème d'isolement de certains salariés et le besoin d'un lieu d'échange entre personnel des OTSI.

Les attentes en matière de formation portent sur l'accueil, les nouveaux métiers du numérique mais aussi le management et la gestion des ressources humaines.

### ⊙ Autres

Plusieurs Offices de Tourisme signalent un manque de place et la localisation inadaptée de leurs locaux par rapport à leur mission d'accueil.



## Projet stratégique OT 29, les nouvelles ambitions

### Les lignes de force du projet

#### Des missions en phase avec les attentes des Offices de Tourisme

Les missions que développe OT 29, seul ou en partenariat avec Finistère Tourisme, sont une réponse aux attentes formulées par les Offices de Tourisme lors de l'enquête. Elles s'inscrivent dans une logique d'accompagnement de mise en réseau et de professionnalisation des Offices de Tourisme.

#### Une meilleure connexion au réseau régional et national des Offices de Tourisme

Une attention particulière a été portée sur la logique de complémentarité avec les réseaux régional et national. Il s'agit de ne pas dupliquer les prestations qui apportent un bon niveau de satisfaction aux autres échelons, comme la formation pour OTB ou encore le conseil juridique pour Offices de Tourisme de France. Le projet positionne OT 29 comme relais territorial au sens défini par Offices de Tourisme de France c'est-à-dire une structure qui fédère un réseau d'Offices de Tourisme et qui agit principalement dans 4 domaines d'intervention :

- l'animation de son réseau d'Offices de Tourisme,
- la professionnalisation des structures et des personnels,
- la structuration des Offices de Tourisme sur certains territoires,
- la représentation des Offices de Tourisme auprès des structures publiques et privées du territoire.

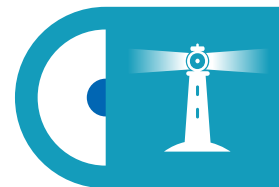
#### Une vie de réseau dynamisée

Tout le projet gravite autour d'une nouvelle dynamique d'animation du réseau, structurée et pilotée. Il capitalise sur l'échange, le partage d'expérience, la co-construction et la mobilisation collective autour de thèmes et d'actions structurants pour la filière tourisme sur le territoire du Finistère.

#### Une coopération renforcée avec Finistère Tourisme

Le réseau des Offices de Tourisme reste donc autonome mais se connecte concrètement au travail de Finistère Tourisme ; une nouvelle forme de partenariat resserré pour se construire une vision commune, se fixer des objectifs partagés et s'organiser autour de thématiques opérationnelles.





## Les missions d'OT29 et de Finistère Tourisme, définies en réponse aux besoins exprimés par les Offices de Tourisme

Besoin exprimé par les Offices de Tourisme	Nature de la mission à engager	Opérateur
Être accompagnés dans les démarches qualité et de progrès	<ul style="list-style-type: none"> <li>Accompagnement des Offices de Tourisme dans leurs démarches qualité et progrès en concertation avec OTB</li> </ul>	OT 29
Bénéficier d'un appui dans le cadre du classement de l'Office de Tourisme	<ul style="list-style-type: none"> <li>Accompagnement des Offices de Tourisme sur les phases d'information préalable et de pré-audit pour le classement</li> </ul>	OT 29
Être informés sur la démarche pour monter un dossier station classée ou commune touristique	<ul style="list-style-type: none"> <li>Information des Offices de Tourisme sur le process d'élaboration des dossiers de classement des communes (pas d'accompagnement)</li> </ul>	OT 29
Encourager la qualification du parc de meublés	<ul style="list-style-type: none"> <li>Poursuite dans l'immédiat de la mission de classement des meublés mais réflexion sur son devenir sur le moyen, long terme</li> </ul>	OT 29
Avoir une animation et une coordination du réseau au niveau départemental	<ul style="list-style-type: none"> <li>Animation de commissions thématiques sur les domaines d'intervention des offices et de Finistère Tourisme</li> <li>Mise en place de dispositifs d'information et de mise en relation des élus des Offices de Tourisme</li> </ul>	OT 29 et Finistère Tourisme
Trouver plus facilement une réponse à mes questions, savoir à qui m'adresser selon la nature de mon projet.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Création d'une hotline départementale pour renseigner les Offices de Tourisme ou leur indiquer les acteurs compétents pour répondre à leurs questionnements (hors juridique et réglementaire)</li> <li>Mise à disposition d'une liste de sources d'information sur le tourisme</li> </ul>	OT 29 et Finistère Tourisme
Être accompagnés sur la conduite de projets locaux, valoriser le tourisme et la place de l'OT	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sensibilisation des élus à l'aspect structurant de la filière tourisme et renforcement de leur culture touristique</li> <li>Sensibilisation des élus sur la nécessité de travailler à des échelles pertinentes et à la valeur ajoutée des regroupements</li> </ul>	OT 29 et Finistère Tourisme
Rester connectés avec les attentes des marchés et des visiteurs	<ul style="list-style-type: none"> <li>Déploiement en partenariat avec les Offices de Tourisme de méthodologies et outils innovants</li> </ul>	Finistère Tourisme
Être accompagnés en stratégie, marketing, numérique, aménagement	<ul style="list-style-type: none"> <li>Apport d'expertise ciblée aux offices sur les analyses de territoire, la prospective, le marketing, la commercialisation, le numérique (en connexion avec OTB)</li> </ul>	Finistère Tourisme

### Une animation dynamique du réseau

Pour mettre en mouvement ce projet, plusieurs dispositifs d'animation sont proposés à destination des élus et des techniciens sur le volet opérationnel courant :

⊙ **Un dispositif ciblé vers les élus des Offices de Tourisme pour leur permettre d'échanger entre eux, de mieux s'approprier l'univers touristique et de découvrir des initiatives d'autres territoires :**

- organisation d'une journée annuelle d'échange
- déploiement des outils réalisés par Finistère Tourisme (Lettres tourisme et collectivités, guide de l'élu...)

⊙ **Un dispositif destiné à coordonner nos actions et partager nos réflexions :**

- Création de 5 commissions thématiques co-animées par un Directeur d'Office de Tourisme et un collaborateur de Finistère Tourisme :

- Prospective
- Qualité, progrès, professionnalisation
- Qualification et évolution de l'offre
- Numérique/Communication/Accueil/relation client
- Commercialisation
- 3 journées de séminaire pour échanger sur les nouveaux outils/méthodes déployés par l'ADT, les Offices de Tourisme ou d'autres territoires.
- Une lettre d'information mensuelle dédiée aux Offices de Tourisme (fréquentation des Offices de Tourisme, statistiques hotline, veille...)

Ces nouveaux outils d'animation doivent permettre un meilleur partage de l'information, une avancée dans la mutualisation de nos projets, une cohérence et une puissance d'intervention renforcées ainsi qu'une montée en compétence collective.



Offices de  
Tourisme  
de France

FÉDÉRATION DU FINISTÈRE

**OT 29**

---

Votre contact  
**Françoise LOZAC'H**  
mél. [contact@ot29.bzh](mailto:contact@ot29.bzh)  
tél. 02 98 76 23 25