

Bilan 2003-2008

Objectif 1

Objectif 2

Objectif 3

Objectif 4

Votre activité

Effectifs

Difficultés

Enjeux

Evolution

Aujourd'hui...

2010-2015



Plan départemental de développement du tourisme

Enquête auprès des professionnels du tourisme et des élus Costarmoricaains

Bilan 2003-2008

Objectif 1

Objectif 2

Objectif 3

Objectif 4

Votre activité

Effectifs

Difficultés

Enjeux

Evolution

Aujourd'hui...

2010-2015



Bilan du précédent plan de développement du tourisme 2003-2008

Le précédent plan s'était fixé 4 grands objectifs :

- Objectif 1 : Doter le département d'équipements structurants
- Objectif 2 : Améliorer la qualité de l'offre touristique
- Objectif 3 : Mettre en place une politique de promotion adaptée au marché
- Objectif 4 : Favoriser une politique d'accueil et d'animation

Bilan 2003-2008

Objectif 1

Objectif 2

Objectif 3

Objectif 4

Votre activité

Effectifs

Difficultés

Enjeux

Evolution

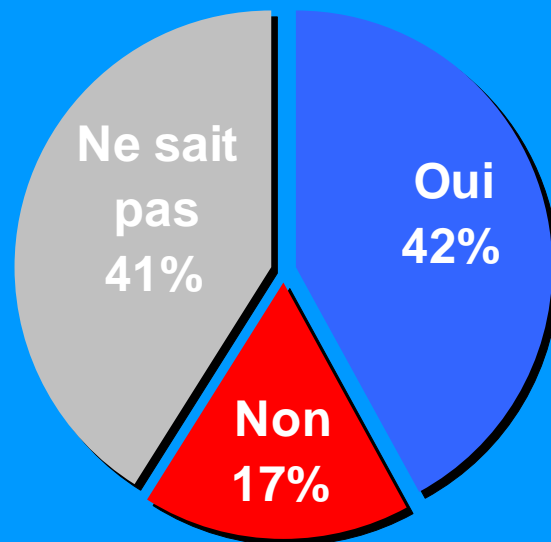
Aujourd'hui...

2010-2015



Doter le département d'équipements structurants

Pensez-vous que cet objectif ait été atteint ?



- Un objectif atteint pour plus de 40% des professionnels
- Mais une proportion importante qui ne se prononce pas

ZOOM élus
Ils sont 58% à penser que cet objectif a été atteint

Bilan 2003-2008

Objectif 1

Objectif 2

Objectif 3

Objectif 4

Votre activité

Effectifs

Difficultés

Enjeux

Evolution

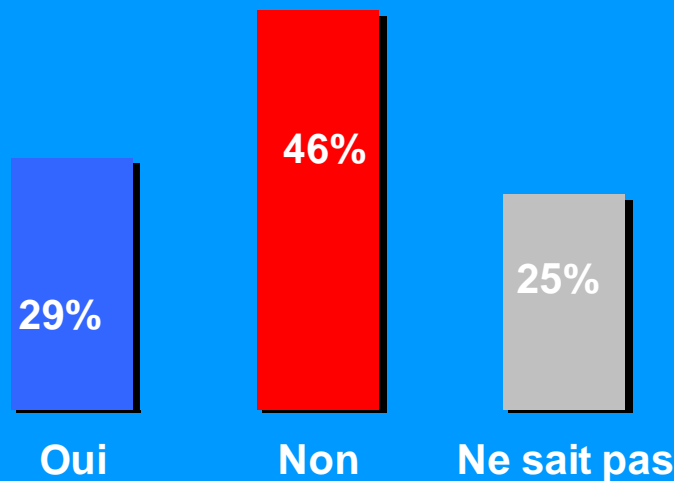
Aujourd'hui...

2010-2015



Doter le département d'équipements structurants

Pensez-vous que le nombre et le type de grands équipements créés soient suffisants pour améliorer l'attractivité du département ?



- Pas suffisamment de grands équipements créés selon les professionnels

ZOOM élus

Non : 42% selon les élus

Bilan 2003-2008

Objectif 1

Objectif 2

Objectif 3

Objectif 4

Votre activité

Effectifs

Difficultés

Enjeux

Evolution

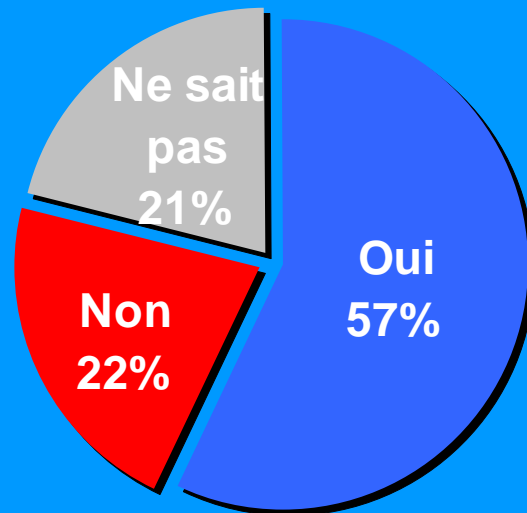
Aujourd'hui...

2010-2015



Améliorer la qualité de l'offre touristique et renforcer la professionnalisation des acteurs

Pensez-vous que la qualité de l'offre touristique se soit améliorée ?



- Une qualité de l'offre qui s'est améliorée selon les professionnels

ZOOM élus
61% des élus pensent que l'offre s'est améliorée

Bilan 2003-2008

Objectif 1

Objectif 2

Objectif 3

Objectif 4

Votre activité

Effectifs

Difficultés

Enjeux

Evolution

Aujourd'hui...

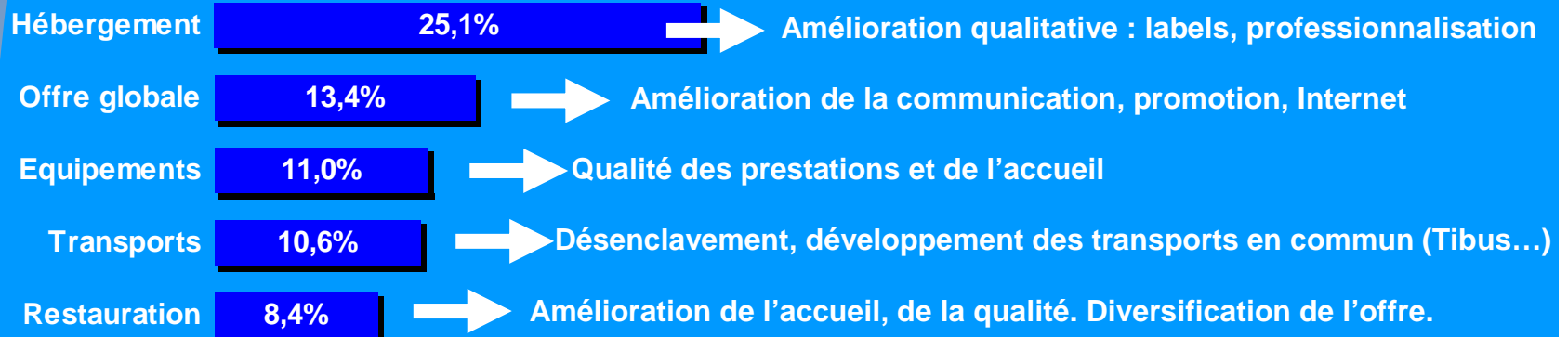
2010-2015



Améliorer la qualité de l'offre
touristique et renforcer la
professionnalisation des acteurs

Pensez-vous que la qualité de l'offre touristique se soit améliorée ?

Si oui (57%), dans quel domaine :



Bilan 2003-2008

Objectif 1

Objectif 2

Objectif 3

Objectif 4

Votre activité

Effectifs

Difficultés

Enjeux

Evolution

Aujourd'hui...

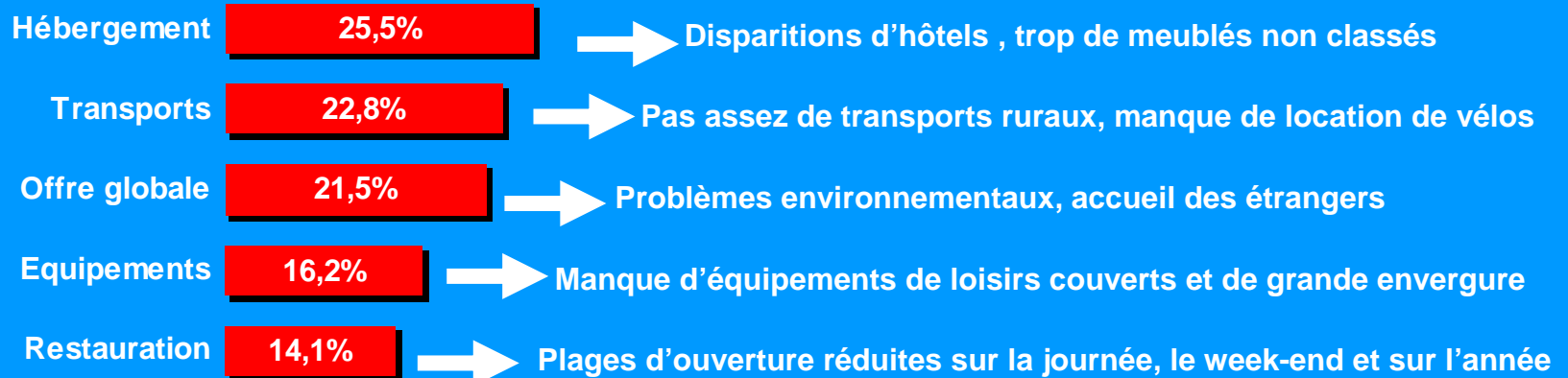
2010-2015



Améliorer la qualité de l'offre touristique et renforcer la professionnalisation des acteurs

Pensez-vous que la qualité de l'offre touristique se soit améliorée ?

Si non (22%), dans quel domaine :



Bilan 2003-2008

Objectif 1

Objectif 2

Objectif 3

Objectif 4

Votre activité

Effectifs

Difficultés

Enjeux

Evolution

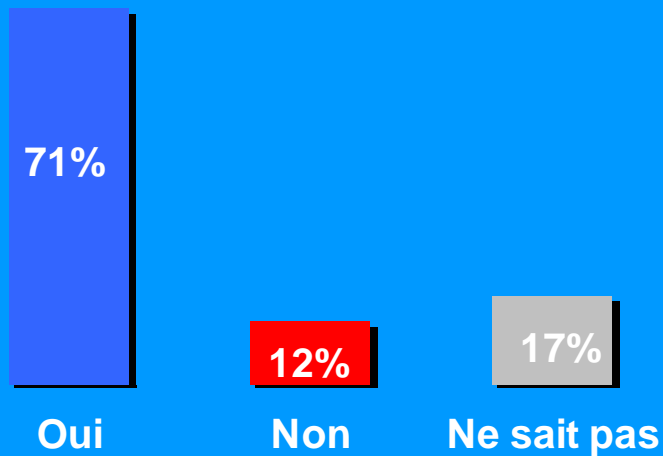
Aujourd'hui...

2010-2015



Améliorer la qualité de l'offre
touristique et renforcer la
professionnalisation des acteurs

**Selon vous, la professionnalisation des acteurs du tourisme
a-t-elle progressé ?**



- Une large majorité pense que la professionnalisation des acteurs a progressé

Bilan 2003-2008

Objectif 1

Objectif 2

Objectif 3

Objectif 4

Votre activité

Effectifs

Difficultés

Enjeux

Evolution

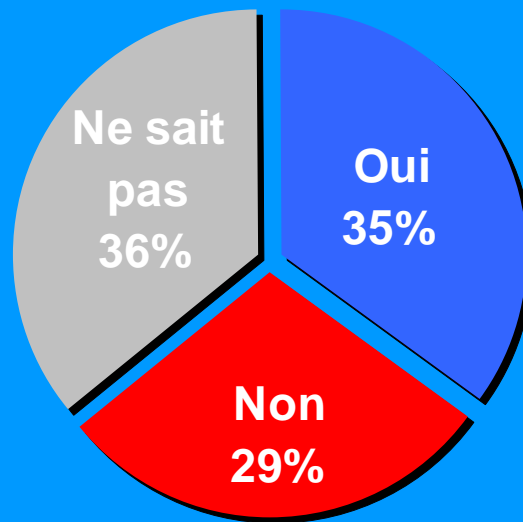
Aujourd'hui...

2010-2015



Mettre en place une politique de promotion adaptée au marché et améliorer la commercialisation

Les actions de promotion et de communication menées par le département vous semblent-elles efficaces et pertinentes ?



- Un avis des professionnels très partagé sur l'efficacité des actions de promotion et de communication

Bilan 2003-2008

Objectif 1

Objectif 2

Objectif 3

Objectif 4

Votre activité

Effectifs

Difficultés

Enjeux

Evolution

Aujourd'hui...

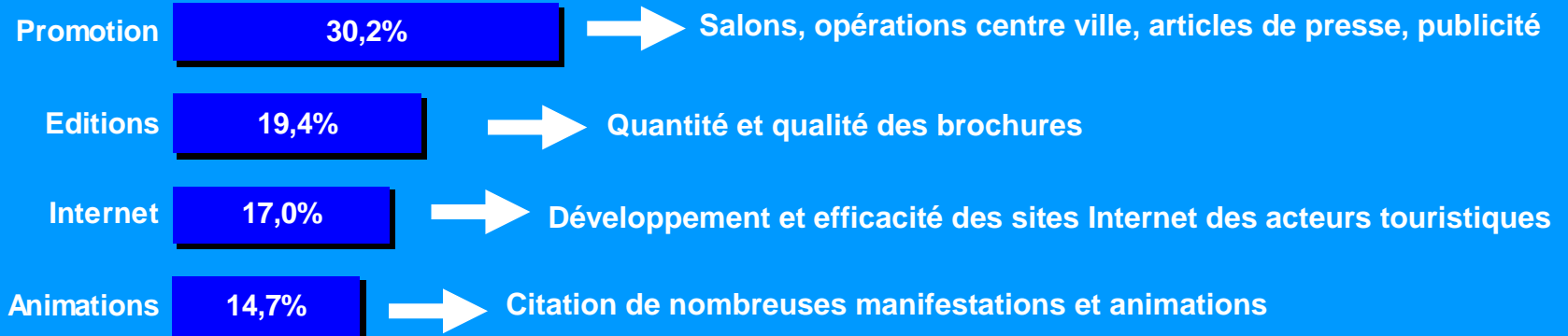
2010-2015



Mettre en place une politique de promotion adaptée au marché et améliorer la commercialisation

Les actions de promotion et de communication menées par le département vous semblent-elles efficaces et pertinentes ?

Si oui (35%), dans quel domaine :



Bilan 2003-2008

Objectif 1

Objectif 2

Objectif 3

Objectif 4

Votre activité

Effectifs

Difficultés

Enjeux

Evolution

Aujourd'hui...

2010-2015



Mettre en place une politique de promotion adaptée au marché et améliorer la commercialisation

Les actions de promotion et de communication menées par le département vous semblent-elles efficaces et pertinentes ?

Si non (29%), quelles sont vos propositions ?



Bilan 2003-2008

Objectif 1

Objectif 2

Objectif 3

Objectif 4

Votre activité

Effectifs

Difficultés

Enjeux

Evolution

Aujourd'hui...

2010-2015



Mettre en place une politique de promotion adaptée au marché et améliorer la commercialisation

Avez-vous connaissance des outils de commercialisation mis en place par le département ?

Oui 56%

Non 29%

Ne sait pas 15%

Réservation en ligne : 64,5%

Site de Côtes d'Armor Tourisme. Puis, les sites de professionnels et d'Offices de Tourisme

Editions : 30%

Brochures de Côtes d'Armor Tourisme essentiellement

Promotion : 5,5%

Bons Plans, coffrets Dakota, opérations de promotion de Côtes d'Armor Tourisme

Manque d'information et de visibilité : 52,6%

Peu d'informations spécialisées, isolement par rapport au département, difficile de cerner le « qui fait quoi »

Promotion insuffisante : 5,5%

Trop réduite aux OT. Elargissement au département et à la région, voire à l'échelon national

Manque de temps : 15,8%

Bilan 2003-2008

Objectif 1

Objectif 2

Objectif 3

Objectif 4

Votre activité

Effectifs

Difficultés

Enjeux

Evolution

Aujourd'hui...

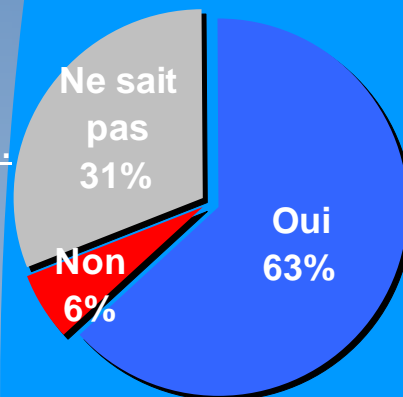
2010-2015



Mettre en place une politique de promotion adaptée au marché et améliorer la commercialisation

Ces outils de commercialisation doivent-ils être développés ?

Comment ?



Communication Promotion : 35%

Meilleure diffusion de la documentation départementale auprès des prestataires.
Intensifier la communication au niveau national et européen
Participer à des « salons efficaces » et à de grandes manifestations nationales
Des outils de communication pour les structures qui n'ont pas de budget

Internet : 27%

Développer les sites individuels, mais inciter à la mise en réseau
Intensifier le référencement commercial, l'e-pub et l'e-mailing
Développer et améliorer la réservation en ligne

Marketing : 15%

Améliorer la connaissance des clientèles et leur ciblage
Développer le marketing affinitaire
Accentuer la promotion des courts séjours
S'attaquer au tourisme de groupe

Réseaux et partenariats : 8%

Rencontres et commissions de travail entre professionnels et acteurs institutionnels
Création de réseaux d'intérêt affinitaire

Bilan 2003-2008

Objectif 1

Objectif 2

Objectif 3

Objectif 4

Votre activité

Effectifs

Difficultés

Enjeux

Evolution

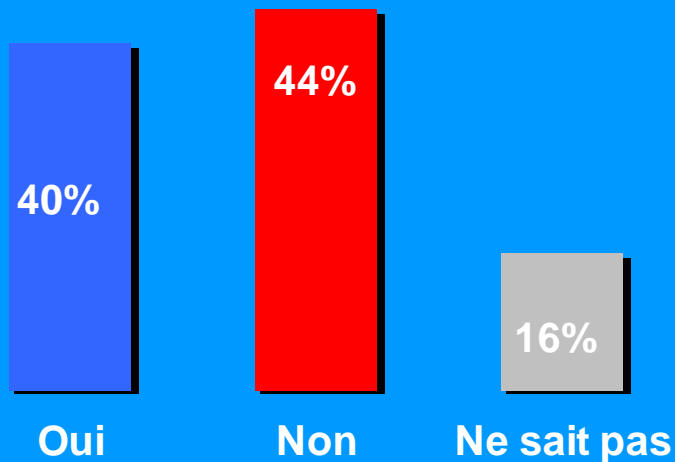
Aujourd'hui...

2010-2015



Mettre en place une politique de promotion adaptée au marché et améliorer la commercialisation

Avez-vous le sentiment que la fréquentation en dehors de l'été ait progressé depuis 2003 ?



- Une fréquentation en dehors de l'été qui n'aurait pas progressé depuis 2003 pour une légère majorité de professionnels

ZOOM élus

Un avis inverse des élus :
une progression pour 47%

Bilan 2003-2008

Objectif 1

Objectif 2

Objectif 3

Objectif 4

Votre activité

Effectifs

Difficultés

Enjeux

Evolution

Aujourd'hui...

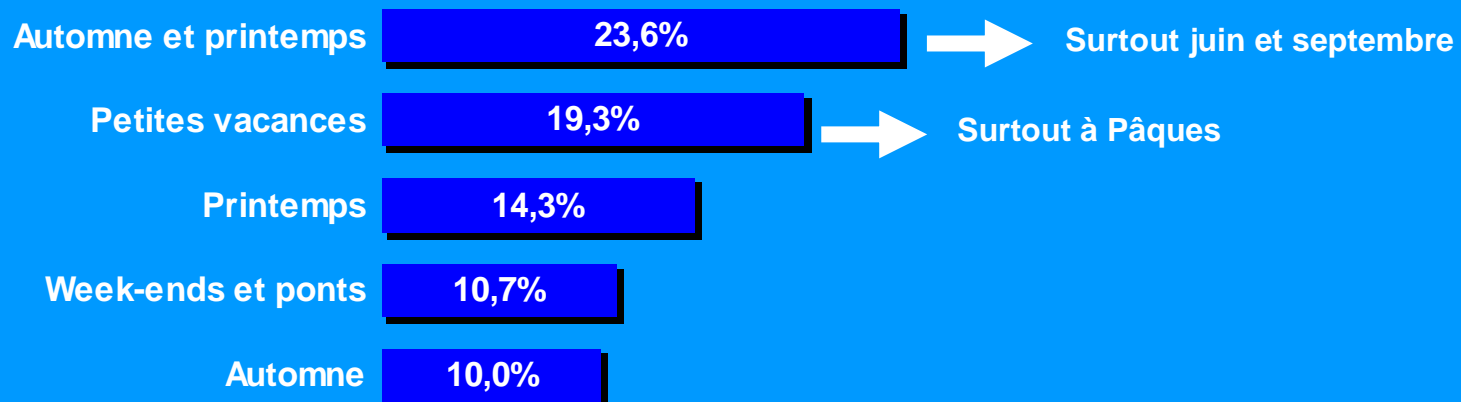
2010-2015



Mettre en place une politique de promotion adaptée au marché et améliorer la commercialisation

Avez-vous le sentiment que la fréquentation en dehors de l'été ait progressé depuis 2003 ?

Si oui (40%), à quelle période :



Bilan 2003-2008

Objectif 1

Objectif 2

Objectif 3

Objectif 4

Votre activité

Effectifs

Difficultés

Enjeux

Evolution

Aujourd'hui...

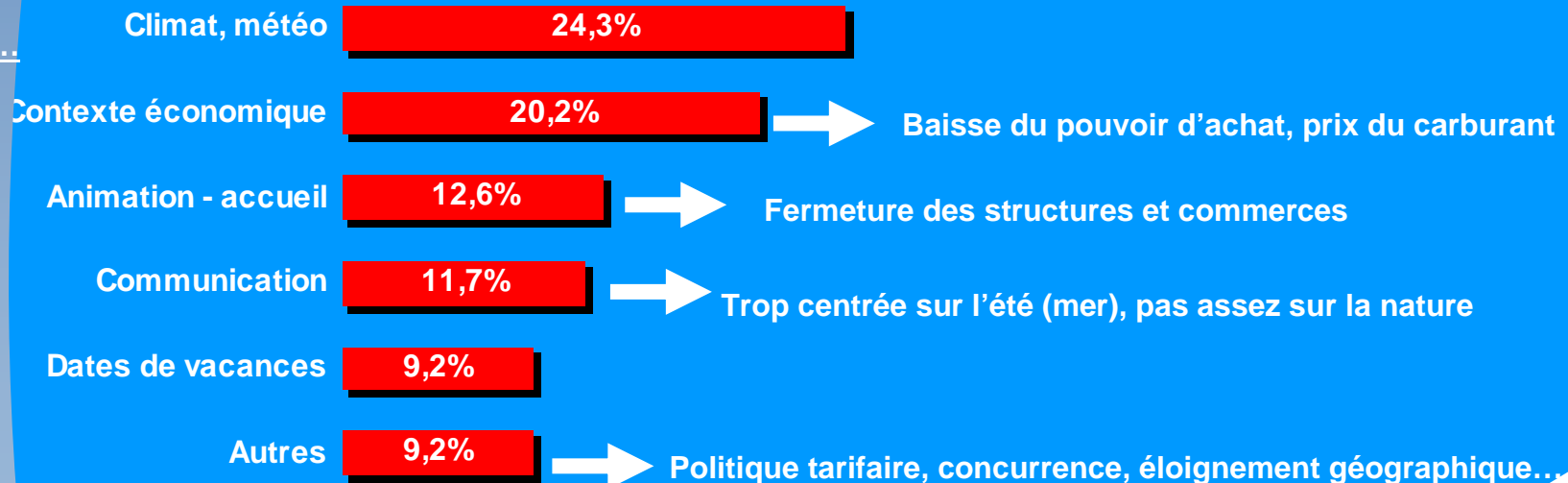
2010-2015



Mettre en place une politique de promotion adaptée au marché et améliorer la commercialisation

Avez-vous le sentiment que la fréquentation en dehors de l'été ait progressé depuis 2003 ?

Si non (44%), quelles en sont pour vous les raisons ?



Bilan 2003-2008

Objectif 1

Objectif 2

Objectif 3

Objectif 4

Votre activité

Effectifs

Difficultés

Enjeux

Evolution

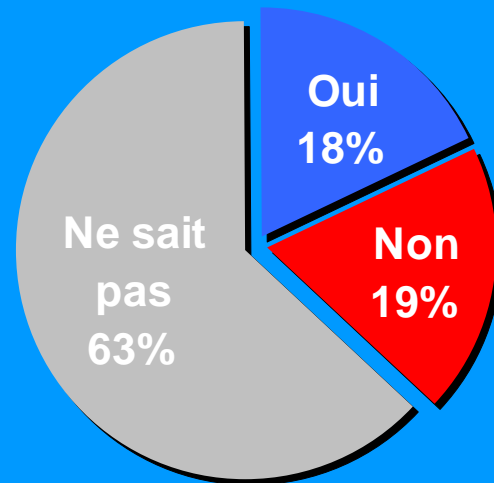
Aujourd'hui...

2010-2015



Mettre en place une politique de promotion adaptée au marché et améliorer la commercialisation

Les efforts de promotion sur l'intérieur du département ont-ils, selon vous, porté leurs fruits ?



- Une majorité des professionnels ne savent pas si les efforts de promotion dans l'intérieur ont porté leurs fruits

ZOOM élus
26% des élus pensent qu'ils n'ont pas porté leurs fruits

Bilan 2003-2008

Objectif 1

Objectif 2

Objectif 3

Objectif 4

Votre activité

Effectifs

Difficultés

Enjeux

Evolution

Aujourd'hui...

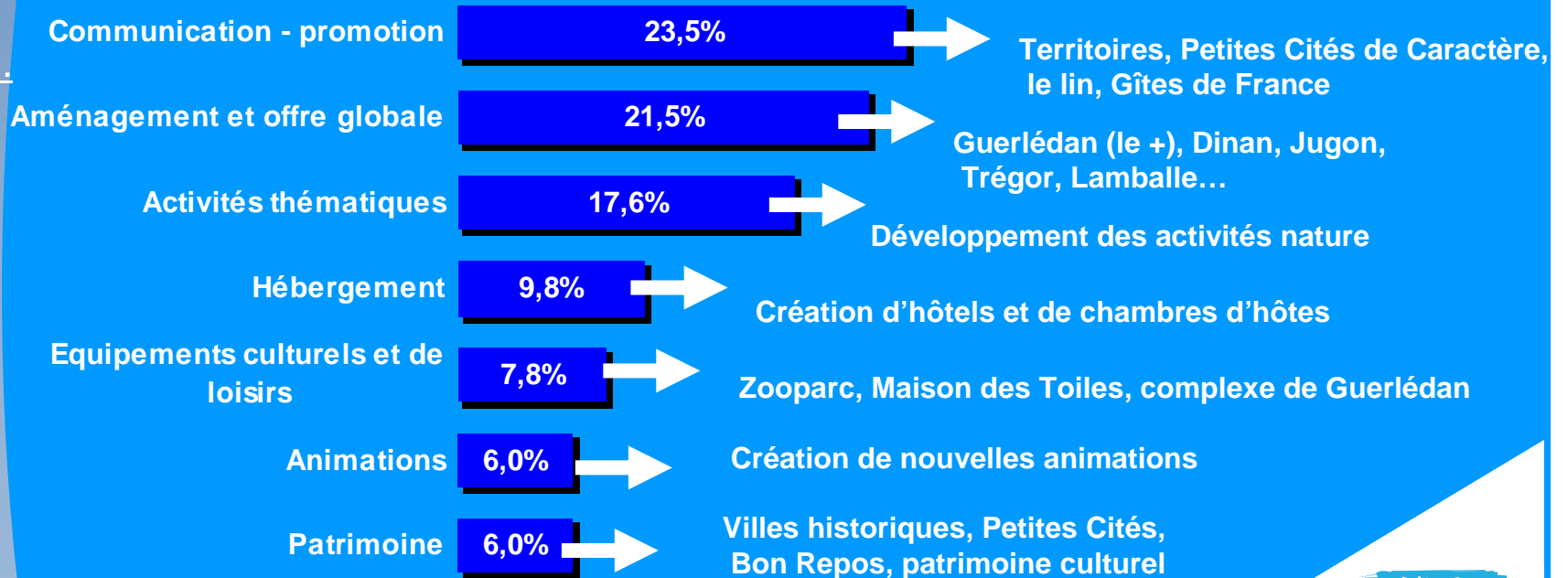
2010-2015



Mettre en place une politique de promotion adaptée au marché et améliorer la commercialisation

Les efforts de promotion sur l'intérieur du département ont-ils, selon vous, porté leurs fruits ?

Si oui (18%), dans quels secteurs en particulier ?



Bilan 2003-2008

Objectif 1

Objectif 2

Objectif 3

Objectif 4

Votre activité

Effectifs

Difficultés

Enjeux

Evolution

Aujourd'hui...

2010-2015



Mettre en place une politique de promotion adaptée au marché et améliorer la commercialisation

Les efforts de promotion sur l'intérieur du département ont-ils, selon vous, porté leurs fruits ?

Si non (19%), dans en sont les raisons ?

Communication promotion : 43,2%

Peu de retombées des efforts de promotion,
Mauvais positionnement sur Internet. Promotion des cités importantes, rien sur le milieu rural
Réaliser une seule et même documentation pour l'ensemble des territoires intérieurs

Concurrence du littoral : 27,3%

Image maritime du département nuit au développement de l'intérieur
Efforts concentrés sur le littoral, et notamment au profit de la Côte de Granit Rose
Le département et la région ne jouent pas assez la carte de la complémentarité

Aides publiques et volonté politique : 11,3%

Les élus ne croient pas au tourisme rural. Pas de volonté politique, peu d'engagement sur l'intérieur

Offre globale : 9,1%

Quantitativement insuffisante
Mauvaise répartition des hébergements et des équipements sur le territoire intérieur

Animations Activités : 4,5%

Manque d'animations et d'activités

Bilan 2003-2008

Objectif 1

Objectif 2

Objectif 3

Objectif 4

Votre activité

Effectifs

Difficultés

Enjeux

Evolution

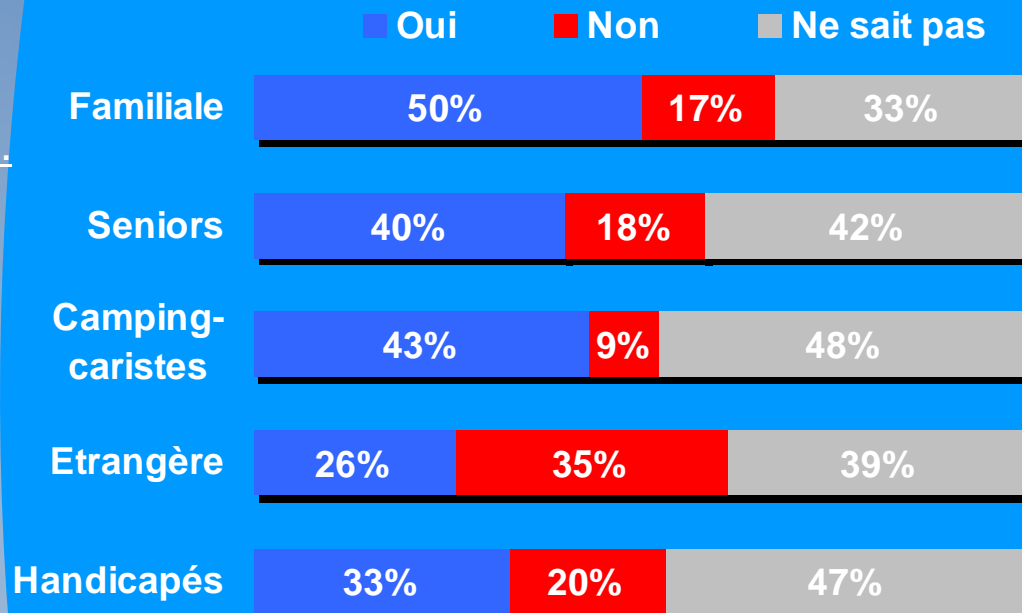
Aujourd'hui...

2010-2015



Favoriser une politique d'accueil et d'animation susceptible de retenir et fidéliser les clientèles

Selon vous les efforts fournis depuis 2003 pour accueillir tout type de clientèles ont été suffisants?



Efforts suffisants pour l'ensemble des clientèles à part les étrangers mais plus d'1/3 qui ne se prononcent pas

Bilan 2003-2008

Objectif 1

Objectif 2

Objectif 3

Objectif 4

Votre activité

Effectifs

Difficultés

Enjeux

Evolution

Aujourd'hui...

2010-2015



Favoriser une politique d'accueil et d'animation susceptible de retenir et fidéliser les clientèles

Selon vous les efforts fournis depuis 2003 pour accueillir tout type de clientèles ont été suffisants?

ZOOM élus

Un avis plus positif sur l'accueil des camping-caristes et une proportion d'indécis plus faible

Bilan 2003-2008

Objectif 1

Objectif 2

Objectif 3

Objectif 4

Votre activité

Effectifs

Difficultés

Enjeux

Evolution

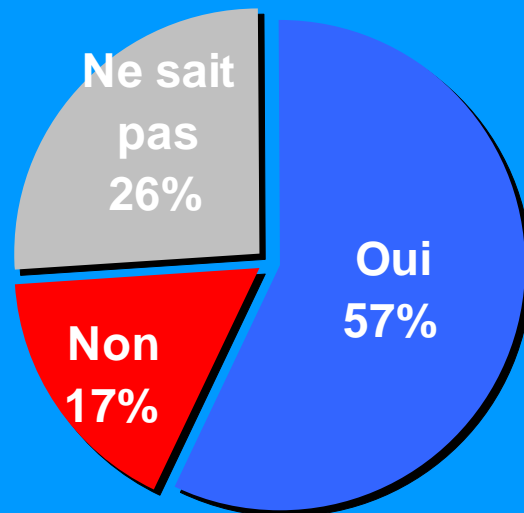
Aujourd'hui...

2010-2015



Favoriser une politique d'accueil et d'animation susceptible de retenir et fidéliser les clientèles

Selon vous, les manifestations touristiques culturelles et sportives organisées depuis 2003 ont-elles progressé en nombre et qualité ?



- Une progression quantitative et qualitative des manifestations pour près de 60% des professionnels

Bilan 2003-2008

Objectif 1

Objectif 2

Objectif 3

Objectif 4

Votre activité

Effectifs

Difficultés

Enjeux

Evolution

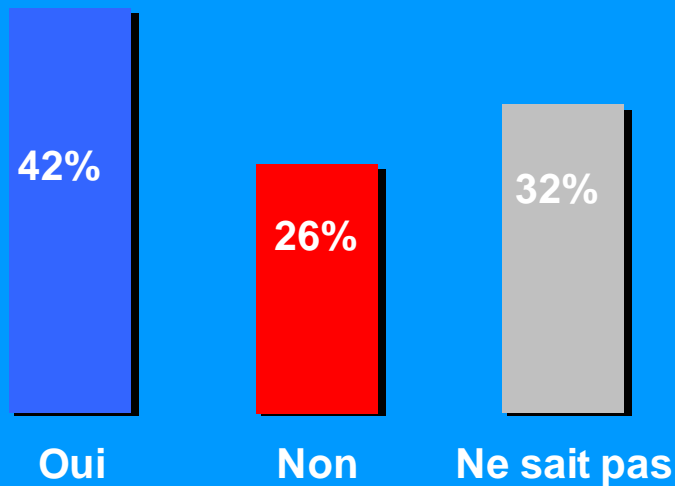
Aujourd'hui...

2010-2015



Favoriser une politique d'accueil et d'animation susceptible de retenir et fidéliser les clientèles

Selon vous, les manifestations touristiques culturelles et sportives organisées depuis 2003 sont-elles bien réparties sur le territoire ?



- Une bonne répartition territoriale des manifestations pour plus de 40% des professionnels

ZOOM élus
Un avis inverse des élus :
pas bien réparties pour 51%

Bilan 2003-2008

Objectif 1

Objectif 2

Objectif 3

Objectif 4

Votre activité

Effectifs

Difficultés

Enjeux

Evolution

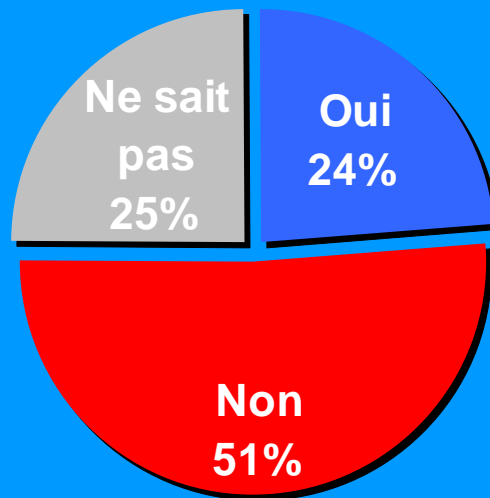
Aujourd'hui...

2010-2015



Favoriser une politique d'accueil et d'animation susceptible de retenir et fidéliser les clientèles

Selon vous, les manifestations touristiques culturelles et sportives organisées depuis 2003 sont-elles bien réparties sur l'année ?



- Une mauvaise répartition dans l'année des manifestations pour la moitié des professionnels

ZOOM élus

Un avis plus nuancé (41% de non)

Bilan 2003-2008

Objectif 1

Objectif 2

Objectif 3

Objectif 4

Votre activité

Effectifs

Difficultés

Enjeux

Evolution

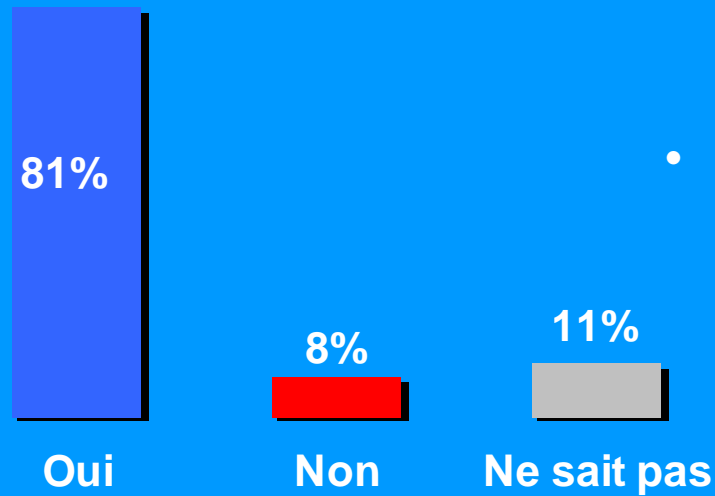
Aujourd'hui...

2010-2015



Favoriser une politique d'accueil et d'animation susceptible de retenir et fidéliser les clientèles

Selon vous, les manifestations touristiques culturelles et sportives représentent-elles un atout pour l'attractivité du département ?



- Les manifestations touristiques représentent un atout indiscutable pour l'attractivité du département selon les élus et professionnels

Bilan 2003-2008

Objectif 1

Objectif 2

Objectif 3

Objectif 4

Votre activité

Effectifs

Difficultés

Enjeux

Evolution

Aujourd'hui...

2010-2015



Votre activité Perception des professionnels du tourisme

- Développement des effectifs et embauches de personnels saisonniers
- Difficultés rencontrées dans le développement de l'activité
- Diagnostic et enjeux
- Evolution du tourisme en Côtes d'Armor

Bilan 2003-2008

- Objectif 1
- Objectif 2
- Objectif 3
- Objectif 4

Votre activité

- Effectifs
- Difficultés
- Enjeux
- Evolution

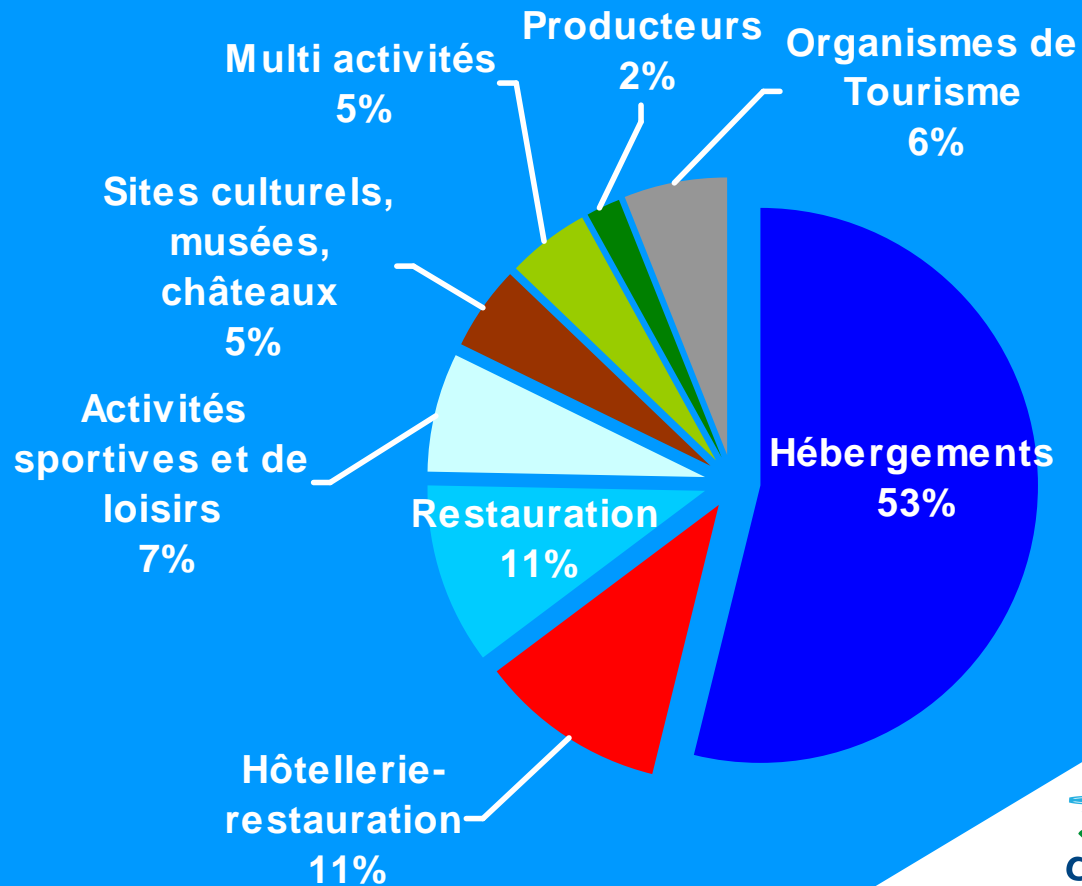
Aujourd'hui...

2010-2015



Votre activité
Perception des professionnels du tourisme

Profil des professionnels répondants



Bilan 2003-2008

- Objectif 1
- Objectif 2
- Objectif 3
- Objectif 4

Votre activité

Effectifs

- Difficultés
- Enjeux
- Evolution

Aujourd'hui...

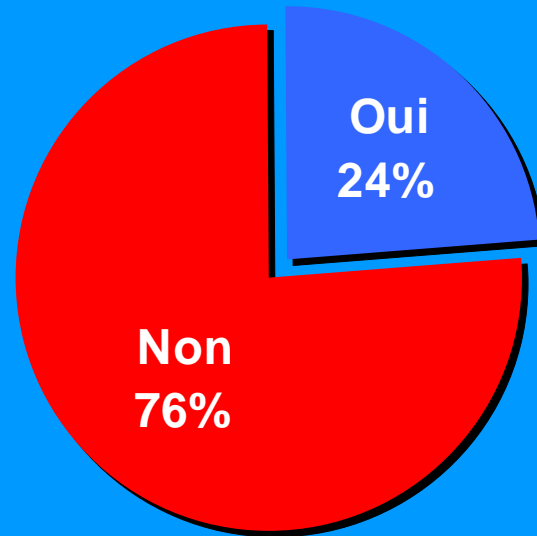
2010-2015



Votre activité

Perception des professionnels du tourisme

Depuis 5 ans, avez-vous développé vos effectifs ?



- Les $\frac{3}{4}$ des professionnels du tourisme n'ont pas développé leurs effectifs depuis 5 ans

Bilan 2003-2008

- Objectif 1
- Objectif 2
- Objectif 3
- Objectif 4

Votre activité

Effectifs

- Difficultés
- Enjeux
- Evolution

Aujourd'hui...

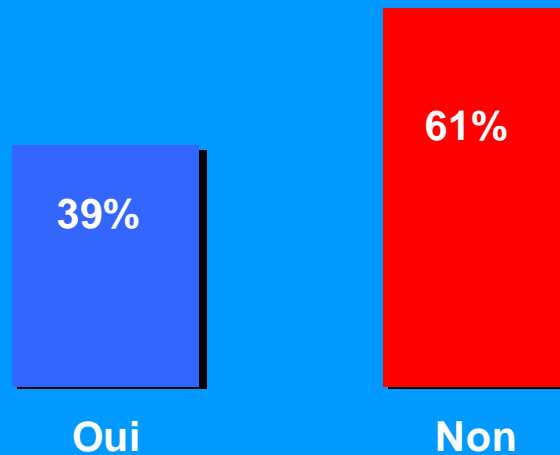
2010-2015



Votre activité

Perception des professionnels du tourisme

Pour faire fonctionner votre établissement, avez-vous recours à l'embauche de personnel saisonnier ?



- 60% des professionnels du tourisme n'ont pas recours à l'embauche de personnel saisonnier

Votre activité

Perception des professionnels du tourisme

Bilan 2003-2008

Objectif 1

Objectif 2

Objectif 3

Objectif 4

Votre activité

Effectifs

Difficultés

Enjeux

Evolution

Aujourd'hui...

2010-2015



Quelles difficultés rencontrez-vous pour poursuivre le développement de votre activité ?

Item	Oui	Non
Utilisation de l'outil Internet et des nouvelles technologies	30%	70%
Difficulté à trouver du personnel qualifié	38%	62%
Sensation d'isolement par manque de travail en réseau	41%	59%
Manque de conseils et d'accompagnement extérieurs	41%	59%
Manque d'informations sur les clientèles et les marchés	46%	54%
Manque de moyens de communication et de commercialisation	53%	41%
Manque d'information sur les aides publiques	59%	41%
Insuffisance des aides publiques	59%	41%
Faible capacité d'investissement	65%	35%

Bilan 2003-2008

Objectif 1

Objectif 2

Objectif 3

Objectif 4

Votre activité

Effectifs

Difficultés

Enjeux

Evolution

Aujourd'hui...

2010-2015



Votre activité

Perception des professionnels du tourisme

Quelles autres difficultés rencontrez-vous pour poursuivre le développement de votre activité ?

Hébergements

Raisons administratives et financières : blocages, lourdeurs, contraintes, manque d'aides publiques
Déficit d'activités et d'animations surtout en hors saison
Manque de cohésion entre les acteurs touristiques locaux
Manque de lisibilité des actions des acteurs institutionnels : « qui fait quoi » ...
Résultats inégaux et souvent moyens des centrales de réservation

Restauration

Isolement, manque d'accompagnement et de conseil
Publicité difficile pour les petites structures

Equipements culturels, sportifs et de loisir

Les aides publiques sont différentes d'un département à l'autre
Manque de reconnaissance de la part des élus locaux
Problème de cohérence d'objectif entre les différents acteurs

Offices de Tourisme

Manque de moyens financiers et humains

Votre activité

Perception des professionnels du tourisme

Bilan 2003-2008

Objectif 1

Objectif 2

Objectif 3

Objectif 4

Votre activité

Effectifs

Difficultés

Enjeux

Evolution

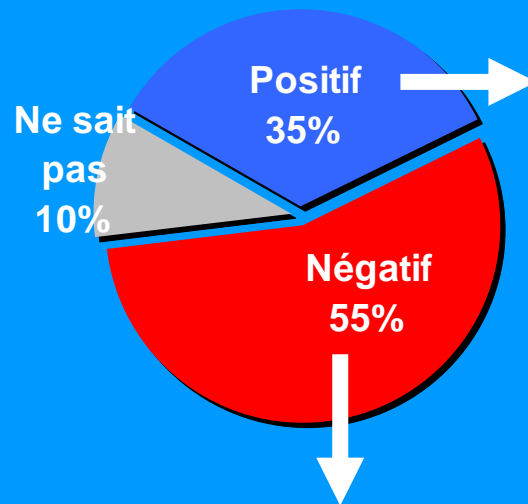
Aujourd'hui...

2010-2015



Quel diagnostic faites vous de l'évolution de votre activité ?

Hôtellerie



Rénovation, agrandissement
Nouvelles stratégies : recherche de créneaux spécifiques (clientèles européennes, séminaires, randonnée...), activités annexes, animation

Contexte économique
Manque de moyens, lourdeur des investissements
Forte concurrence des chaînes hôtelières

Votre activité

Perception des professionnels du tourisme

Bilan 2003-2008

Objectif 1

Objectif 2

Objectif 3

Objectif 4

Votre activité

Effectifs

Difficultés

Enjeux

Evolution

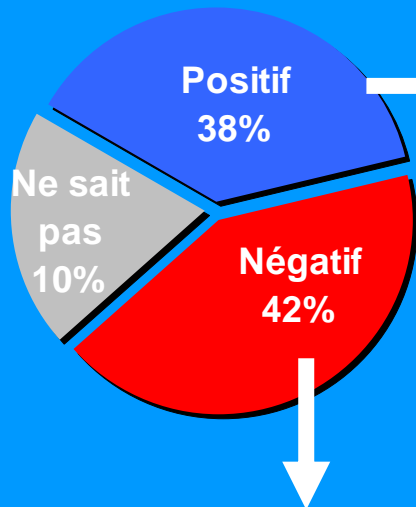
Aujourd'hui...

2010-2015



Quel diagnostic faites vous de l'évolution de votre activité ?

Hébergements locatifs



Investir dans la communication, la présence sur Internet et la réservation en ligne
Développer une clientèle à l'année (seniors, étrangers)
Monter des séjours packagés
Fidéliser
Continuer d'améliorer la qualité, le confort et le standing

Contexte économique : diminution de la fréquentation et développement des semaines à bas prix
Concurrence : trop de nouveaux hébergements avec une fréquentation qui n'augmente pas
Concurrence des hébergements non labellisés
Concurrence déloyale des OT par rapport aux agences
Sentiment d'isolement. Manque d'interlocuteurs

Bilan 2003-2008

- Objectif 1
- Objectif 2
- Objectif 3
- Objectif 4

Votre activité

- Effectifs
- Difficultés
- Enjeux**

Evolution

Aujourd'hui...

2010-2015

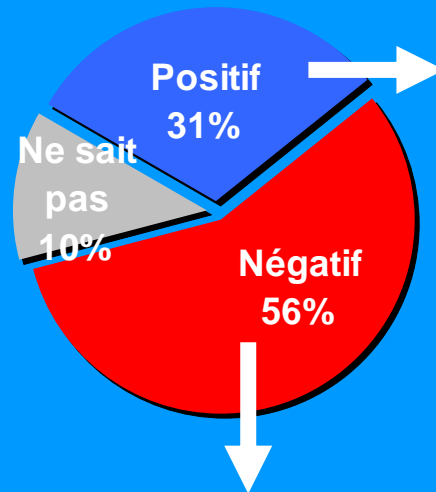


Votre activité

Perception des professionnels du tourisme

Quel diagnostic faites vous de l'évolution de votre activité ?

Hôtellerie de plein air



Savoir s'adapter au hors saison et aux séjours de plus en plus courts
Monter des séjours thématiques packagés
S'ouvrir aux camping-caristes

Baisse du camping traditionnel
Moins de jeunes et moins de groupes

Votre activité

Perception des professionnels du tourisme

Bilan 2003-2008

- Objectif 1
- Objectif 2
- Objectif 3
- Objectif 4

Votre activité

- Effectifs
- Difficultés

Enjeux

Evolution

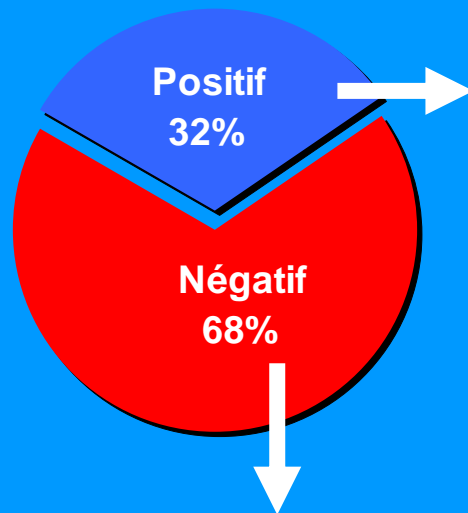
Aujourd'hui...

2010-2015



Quel diagnostic faites vous de l'évolution de votre activité ?

Restauration



Labellisation comme moteur de croissance
Fidélisation

Charges trop lourdes (majorité des citations)
Contexte économique
Saisonnalité

Votre activité

Perception des professionnels du tourisme

Bilan 2003-2008

- Objectif 1
- Objectif 2
- Objectif 3
- Objectif 4

Votre activité

- Effectifs
- Difficultés

Enjeux

Evolution

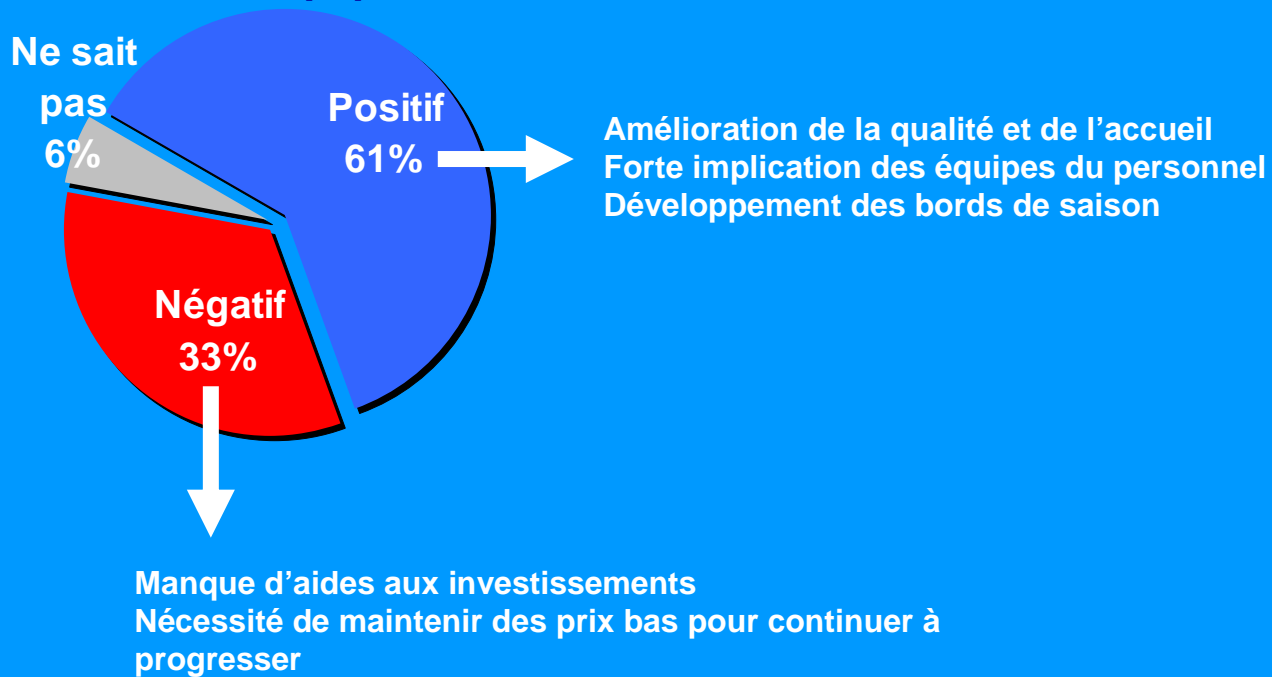
Aujourd'hui...

2010-2015



Quel diagnostic faites vous de l'évolution de votre activité ?

Equipements culturels et de loisir



Votre activité

Perception des professionnels du tourisme

Quel diagnostic faites vous de l'évolution de votre activité ?

Activités et équipements sportifs



Bilan 2003-2008

- Objectif 1
- Objectif 2
- Objectif 3
- Objectif 4

Votre activité

- Effectifs
- Difficultés
- Enjeux**

Evolution

Aujourd'hui...

2010-2015



Votre activité

Perception des professionnels du tourisme

Bilan 2003-2008

- Objectif 1
- Objectif 2
- Objectif 3
- Objectif 4

Votre activité

- Effectifs
- Difficultés

Enjeux

Evolution

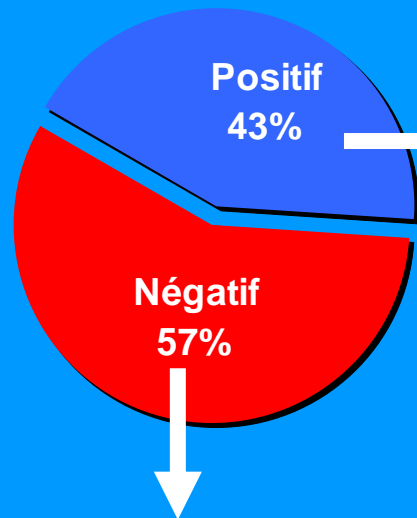
Aujourd'hui...

2010-2015



Quel diagnostic faites vous de l'évolution de votre activité ?

Animation



Le monde festif est en complète évolution
Fort potentiel
Nécessité de se regrouper
Nécessité d'une promotion globale à l'échelle départementale et régionale

Faible fréquentation hors saison sur certaines animations
Accroissement des responsabilités
Manque de soutien

Votre activité

Perception des professionnels du tourisme

Bilan 2003-2008

- Objectif 1
- Objectif 2
- Objectif 3
- Objectif 4

Votre activité

- Effectifs
- Difficultés

Enjeux

Evolution

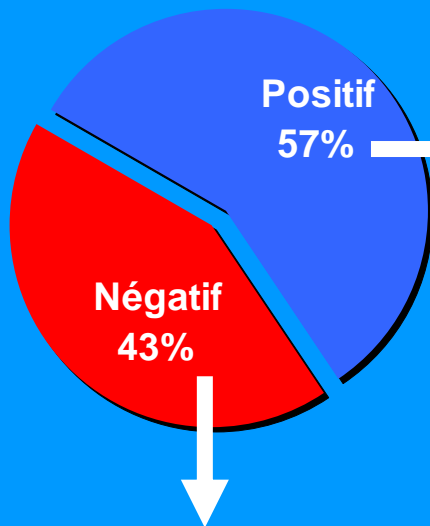
Aujourd'hui...

2010-2015



Quel diagnostic faites vous de l'évolution de votre activité ?

Offices de Tourisme



Plus de professionnalisme
Amélioration de l'accueil

Manque de moyens, pas assez d'aides
Gouvernance. Communication dispersée entre trop de structures : « trop d'info tue l'info »
Concurrence d'Internet qui va donner de plus en plus d'informations touristiques
via notamment les portables : quid de l'avenir des OT... ???

Bilan 2003-2008

Objectif 1

Objectif 2

Objectif 3

Objectif 4

Votre activité

Effectifs

Difficultés

Enjeux

Evolution

Aujourd'hui...

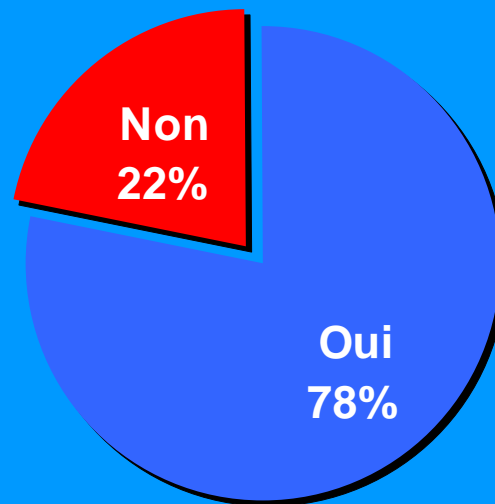
2010-2015



Votre activité

Perception des professionnels du tourisme

Dans l'exercice de votre activité professionnelle, vous sentez-vous concernés par les enjeux du développement durable ?



- 78% des professionnels du tourisme se sentent concernés par les enjeux du développement durable

Bilan 2003-2008

- Objectif 1
- Objectif 2
- Objectif 3
- Objectif 4

Votre activité

- Effectifs
- Difficultés

Enjeux

Evolution

Aujourd'hui...

2010-2015



Votre activité

Perception des professionnels du tourisme

Dans l'exercice de votre activité professionnelle, vous sentez-vous concernés par les enjeux du développement durable ?

Si oui (78%), de quelle manière ?



Bilan 2003-2008

- Objectif 1
- Objectif 2
- Objectif 3
- Objectif 4

Votre activité

- Effectifs
- Difficultés
- Enjeux
- Evolution

Aujourd'hui...

2010-2015



Votre activité

Perception des professionnels du tourisme

Quels axes de développement ou de travail avez-vous mis en chantier pour préparer l'avenir ?



Votre activité

Perception des professionnels du tourisme

Quels axes de développement ou de travail avez-vous mis en chantier pour préparer l'avenir ?

Restauration

Stratégie marketing

S'adapter à la clientèle, être très réactif, offrir de nouveaux services, maintenir de bons prix et surtout un bon rapport qualité/prix.
Miser sur une cuisine du terroir

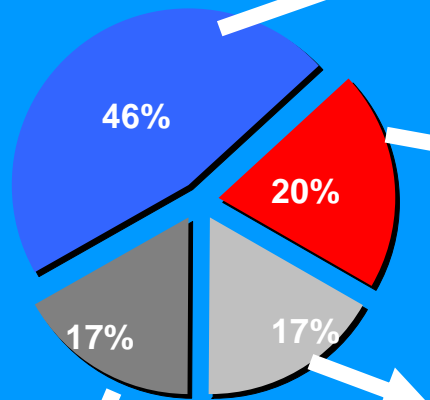
Communication - promotion

Miser sur Internet, communiquer plus et mieux, ne pas sous-estimer le bouche à oreille

Réseau et partenariat

Réseaux de professionnels, labels, partenariats locaux

Autres



Bilan 2003-2008

Objectif 1

Objectif 2

Objectif 3

Objectif 4

Votre activité

Effectifs

Difficultés

Enjeux

Evolution

Aujourd'hui...

2010-2015



Bilan 2003-2008

- Objectif 1
- Objectif 2
- Objectif 3
- Objectif 4

Votre activité

- Effectifs
- Difficultés
- Enjeux

Evolution

Aujourd'hui...

2010-2015



Votre activité

Perception des professionnels du tourisme

Quels axes de développement ou de travail avez-vous mis en chantier pour préparer l'avenir ?

Equipements culturels, sportifs et de loisir

Stratégie marketing

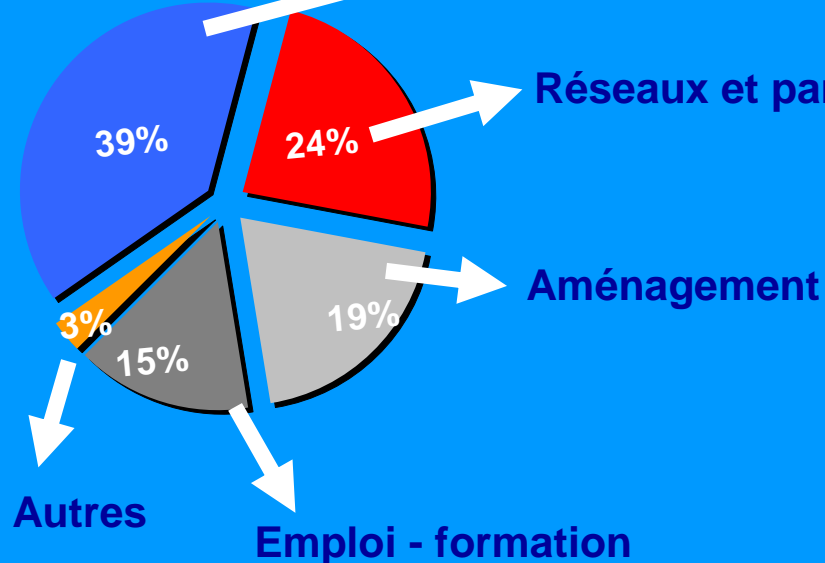
Elaboration de plans stratégiques, de programmes d'actions et d'activités. Créer des événements. Toucher un public plus large

Réseaux et partenariats

Aménagement

Autres

Emploi - formation



Bilan 2003-2008

- Objectif 1
- Objectif 2
- Objectif 3
- Objectif 4

Votre activité

- Effectifs
- Difficultés
- Enjeux

Evolution

Aujourd'hui...

2010-2015

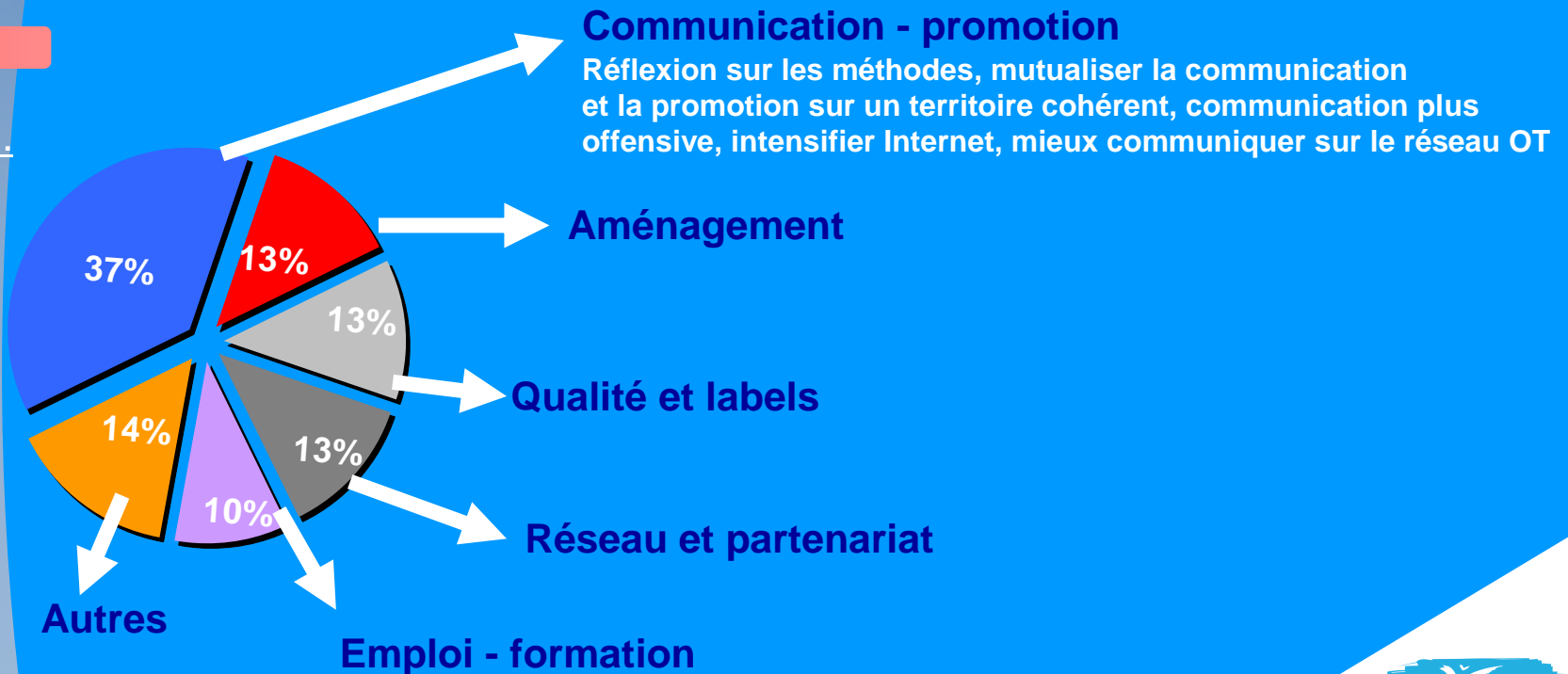


Votre activité

Perception des professionnels du tourisme

Quels axes de développement ou de travail avez-vous mis en chantier pour préparer l'avenir ?

Offices de Tourisme



Bilan 2003-2008

Objectif 1

Objectif 2

Objectif 3

Objectif 4

Votre activité

Effectifs

Difficultés

Enjeux

Evolution

Aujourd'hui...

2010-2015



Votre activité

Perception des professionnels du tourisme

Quels axes de développement ou de travail avez-vous mis en chantier pour préparer l'avenir ?

Animation

Expertiser et coordonner le monde festif, mutualiser l'information, améliorer la communication, plus et mieux utiliser Internet, monter des produits autour d'événements.

Transport

Meilleure information des usagers

Bilan 2003-2008

- Objectif 1
- Objectif 2
- Objectif 3
- Objectif 4

Votre activité

- Effectifs
- Difficultés
- Enjeux
- Evolution

Aujourd'hui...

2010-2015



Votre activité

Perception des professionnels du tourisme

Compte tenu du contexte économique, comment percevez-vous l'évolution du tourisme en Côtes d'Armor ?



Météo et pessimisme

On peut faire toutes les actions que l'on veut, si la météo n'est pas au rendez-vous, c'est raté !

Bilan 2003-2008

- Objectif 1
- Objectif 2
- Objectif 3
- Objectif 4

Votre activité

- Effectifs
- Difficultés
- Enjeux
- Evolution

Aujourd'hui...

2010-2015



*Le tourisme d'aujourd'hui
et demain en Côtes d'Armor*

L'enquête « Côtes d'Armor 2020 »

**La perception des élus sur l'évolution
et les enjeux du tourisme**

Bilan 2003-2008

- Objectif 1
- Objectif 2
- Objectif 3
- Objectif 4

Votre activité

- Effectifs
- Difficultés
- Enjeux
- Evolution

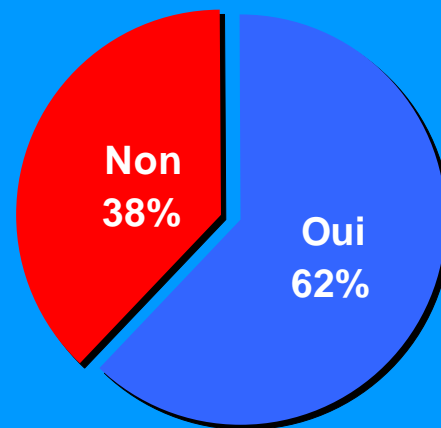
Aujourd'hui...

2010-2015



Le tourisme d'aujourd'hui et demain en Côtes d'Armor

Avez-vous eu connaissance des enseignements de l'enquête « Côtes d'Armor 2020 » ?



- 62% des élus costarmoricains ont eu connaissance des résultats de l'enquête « Côtes d'Armor 2020 »

« Côtes d'Armor 2020 » et le tourisme :

- 65% des costarmoricains et 72% de leurs élus considèrent que le tourisme est l'un des principaux atouts économique des Côtes d'Armor
- 65% à 69% de la population et des élus considèrent que l'offre touristique d'hôtellerie et d'équipements culturels et de loisirs est moyenne, voire insuffisante

Bilan 2003-2008

Objectif 1

Objectif 2

Objectif 3

Objectif 4

Votre activité

Effectifs

Difficultés

Enjeux

Evolution

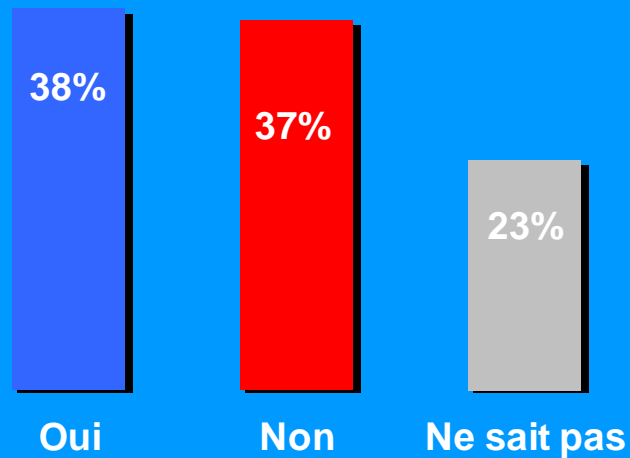
Aujourd'hui...

2010-2015



Le tourisme d'aujourd'hui et demain en Côtes d'Armor

Considérez-vous que le soutien des politiques publiques au secteur
du tourisme soit suffisant ?



- Un avis des élus très partagé sur la suffisance du soutien des politiques publiques au secteur du tourisme

Bilan 2003-2008

- Objectif 1
- Objectif 2
- Objectif 3
- Objectif 4

Votre activité

- Effectifs
- Difficultés
- Enjeux
- Evolution

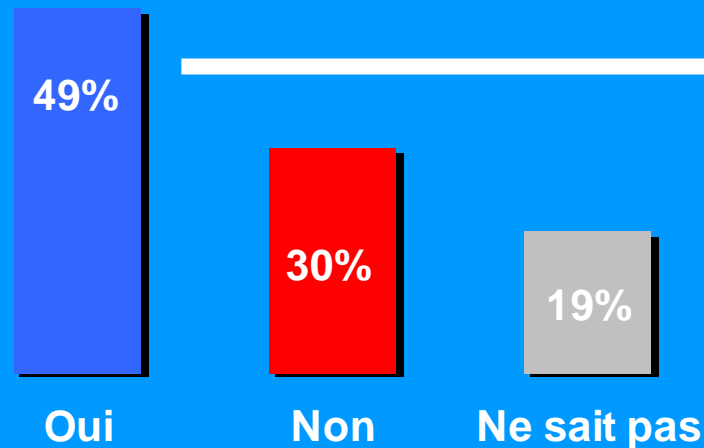
Aujourd'hui...

2010-2015

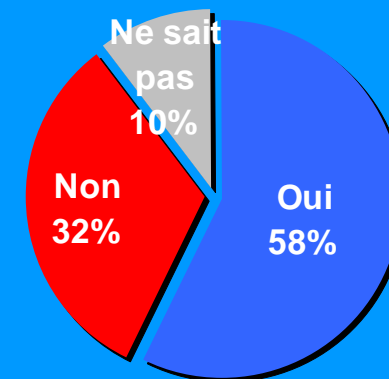


Le tourisme d'aujourd'hui et demain en Côtes d'Armor

Connaissez-vous les grandes orientations de la politique touristique
du Conseil Général (aménagement, aides au tourisme durable...)?



Si oui, correspondent-elles
à vos attentes ?



- Les élus connaissent les orientations de la politique touristique du département et considèrent qu'elles répondent à leurs attentes

Bilan 2003-2008

Objectif 1

Objectif 2

Objectif 3

Objectif 4

Votre activité

Effectifs

Difficultés

Enjeux

Evolution

Aujourd'hui...

2010-2015



Le plan de développement touristique 2010-2015

Les orientations et pistes de travail à développer

Le plan de développement 2010-2015

Quelles orientations et quelles pistes de travail devraient-êtré développées dans le cadre de ce plan dans les domaines suivants ?

Bilan 2003-2008

- Objectif 1
- Objectif 2
- Objectif 3
- Objectif 4

Votre activité

- Effectifs
- Difficultés
- Enjeux
- Evolution

Aujourd'hui...

2010-2015



Item	Oui	Non	Ne sait pas
Communication	87%	5%	8%
Diffusion de l'information	85%	5%	10%
Promotion	83%	6%	11%
Internet et nouvelles technologies	81%	8%	11%
Qualité de l'information	77%	11%	12%
Développement des « voies et circulations douces »	76%	10%	14%
Commercialisation	76%	10%	14%
Accès aux sites touristiques	72%	17%	11%
Réseaux et partenariats	71%	10%	19%
Qualité des équipements et hébergements	67%	15%	18%
Desserte aérienne et ferroviaire	66%	22%	12%
Conseil et accompagnement des professionnels	64%	11%	25%
Nouvelles manifestations	61%	22%	17%
Nouveaux équipements touristiques	60%	17%	23%
Création de nouveaux hébergements	30%	50%	20%

Bilan 2003-2008

Objectif 1

Objectif 2

Objectif 3

Objectif 4

Votre activité

Effectifs

Difficultés

Enjeux

Evolution

Aujourd'hui...

2010-2015



Le plan de développement 2010-2015

Quelles orientations et quelles pistes de travail devraient-êtré développées dans le cadre de ce plan dans les domaines suivants ?

- Des professionnels du tourisme qui confirment l'importance de développer la communication, la promotion, les outils Internet et la diffusion de l'information
- Qui considèrent que l'offre d'hébergement touristique ne doit pas faire l'objet de développements supplémentaires



ZOOM élus

Souhaitent que l'on développe les mêmes orientations que les professionnels

Mettent en avant « les circulations douces »

Sont plus d'1/4 à considérer qu'il n'est pas nécessaire de développer de nouvelles animations

Bilan 2003-2008

Objectif 1

Objectif 2

Objectif 3

Objectif 4

Votre activité

Effectifs

Difficultés

Enjeux

Evolution

Aujourd'hui...

2010-2015



Le plan de développement 2010-2015

Quelles orientations et quelles pistes de travail devraient-êtré développées dans le cadre de ce plan dans les domaines suivants ?

Réponses : autres

Positionnement de l'offre

Tourisme nature et même « écolo », retour aux choses simples, à un tourisme « différent »...

Recherche de nouvelles thématiques, de « niches »

Valorisation de la culture et de l'identité bretonne, avec le souci de ne pas standardiser les produits

Poursuite des efforts de promotion

Développer et promouvoir les produits adaptés aux clientèles susceptibles de venir hors saison

Intensifier la communication sur l'intérieur du département

Pérennité des structures d'hébergement

Comment faire face au départ en retraite de certains hébergeurs ? Comment maintenir le parc ?

Evolution des modes de fonctionnement au niveau institutionnel

Réorganisation et meilleure coordination des structures, notamment pour les politiques de promotion, mais aussi au niveau professionnel, avec l'idée de développer des partenariats pour mieux vendre

Stratégie de veille et réactivité

Etre réactif aux changements, s'adapter aux attentes et besoins des clientèles, être attentif à ce qui se passe ailleurs

*« Il est plus difficile de se remettre en cause
et de s'adapter que de tout mettre sur le dos de la crise » !!*

Bilan 2003-2008

Objectif 1

Objectif 2

Objectif 3

Objectif 4

Votre activité

Effectifs

Difficultés

Enjeux

Evolution

Aujourd'hui...

2010-2015



*Nous remercions les professionnels
du tourisme et les élus pour leur
participation à cette enquête*

Côtes d'Armor Tourisme, une équipe à votre service

Consultez le site Internet du CDT :

www.cotesdarmor.com