



OFFICE DE TOURISME ENTRE BRIERE ET CANAL

STRATEGIE DE DEVELOPPEMENT TOURISTIQUE

2020 - 2023

ENTRE **BRIÈRE**
et canal

OFFICE DE TOURISME
PAYS DE PONT-CHÂTEAU
SAINT-GILDAS-DES-BOIS



Pays de
Pont-Château
Saint-Gildas-des-Bois
COMMUNAUTÉ DE COMMUNES



POURQUOI UN PLAN DE DÉVELOPPEMENT TOURISTIQUE ?

Rappel

Dès 2017, l'Office de Tourisme Entre Brière et Canal a souhaité clarifier et structurer son action touristique à court et moyen terme.

Pour ce faire, un plan de développement touristique 2017-2020 a été réalisé autour de 5 axes stratégiques :

- Développer une nouvelle vision de la politique d'accueil et de la gestion de l'information notamment vis à vis des habitants
- Promouvoir le territoire et améliorer la performance de communication
- Développer la mise en marché du territoire : promouvoir et commercialiser l'offre touristique
- Être plus proche des prestataires pour faire émerger une dynamique touristique
- Faire découvrir le territoire autrement pour encourager la consommation touristique toute l'année

QUELQUES EXEMPLES D' ACTIONS 2017 – 2020

- Nouvelle charte graphique
- Guide touristique
- Site web
- Vidéos touristiques
- Location de paddle
- Nouveaux pédalos et vélos

Une nouvelle stratégie

Ce plan touristique est arrivé à son terme dans un contexte marqué **par des évolutions nouvelles à prendre en compte**. Une nouvelle feuille de route pour la période 2020 – 2023 a été élaborée et déclinée en un **programme d'actions pluriannuel**.

La réussite de ce nouveau plan d'actions repose sur plusieurs conditions :

- La **mobilisation de tous les partenaires** qui concourent à renforcer l'attractivité du territoire : socioprofessionnels, communes, services de la Communauté de Communes
- La connaissance et la prise en compte **des besoins du client**
- L'ouverture vers **les territoires voisins**

QUELQUES CHIFFRES SUR LE TOURISME ENTRE BRIÈRE ET CANAL

Lits touristiques	2182
-------------------	------

QUELQUES ELEMENTS DE CONTEXTE

Un territoire ACCESSIBLE ET PLUTOT BIEN POSITIONNE

- Un territoire positionné à 45 min de grands pôles touristiques : Nantes, la Baule, le Parc de Brière, Vannes ...
 - Un territoire bien desservi : 4 voies, aéroport de Nantes
- MAIS
- Un territoire + de passage que de destination

UNE CLIENTELE DE PROXIMITE

Clientèle de proximité à 80% : du département ou départements limitrophes qui apprécie le cadre naturel et la possibilité de pratiquer des activités de pleine nature : rando pédestre, vélo, équestre, pêche, course d'orientation ...



- Une position géographique idéale à proximité des pôles touristiques que sont Nantes, Vannes, La Baule
- Un réseau d'itinérance dense avec un grand itinéraire vélo très connu, la Vélodyssée
- Un patrimoine naturel riche
- Une volonté de développement

- Un manque de notoriété et de fierté
- La proximité de gros « porteurs » touristiques qui captent la grande majorité des flux sans la partager
- Un territoire plus de « passage » que de « destination »

Positionnement du territoire

Expérience nature et détente : un terrain de jeu grandeur NATURE

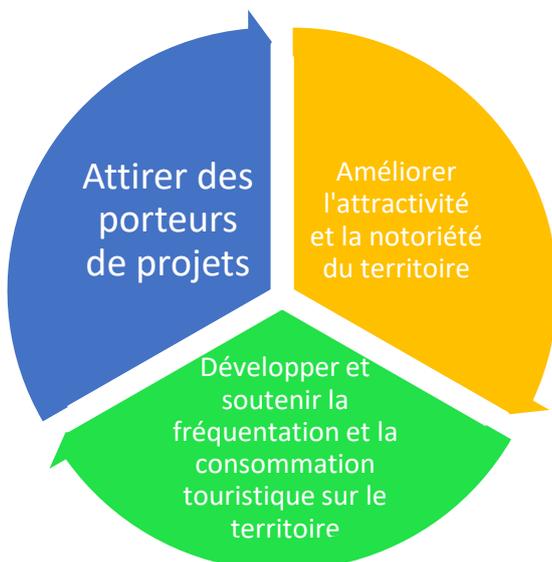
Découvrir Entre Brière et Canal c'est l'occasion de pratiquer des activités douces ou plus sportives en plein air, liées à la découverte d'une nature préservée : le Canal, la Brière, le Brivet, Bernugat, Coët-Roz, les Landes de Bilais ...



Expérience d'authenticité, de convivialité, de simplicité

C'est un territoire authentique et vivant : de très nombreuses animations, des festivals ; des événements touristiques, culturels, sportifs sont organisés toute l'année. Un territoire « où il fait bon vivre ».

Objectifs du plan de développement touristique





Axe 1 – Optimiser l’organisation touristique sur le territoire pour gagner en efficacité

Action 1.1 La Communauté de Communes du Pays de Pont-Château / Saint-Gildas-des-Bois, leader du développement touristique territorial

Mesure 1.1.1 - Mettre en œuvre les actions de communication du plan touristique

Mesure 1.1.2 - Communiquer auprès de l’ensemble des élus et de la population locale sur l’importance du développement touristique pour le territoire et sur le rôle de l’Office de Tourisme

Mesure 1.1.3 - Renforcer les habitudes de travail avec les partenaires institutionnels

Objectifs :

- Améliorer la visibilité des actions touristiques auprès des professionnels du tourisme, des clientèles et des élus
- Améliorer le fonctionnement de l’Office de Tourisme

Partenaires :

CCPSG
Professionnels du tourisme

Cibles :

Prestataires touristiques, locaux, habitants, élus, clientèles touristiques

Action 1.2 L’OT un outil au service du territoire

Mesure 1.2.1 - Analyser les différentes formes de statuts envisageables pour l’Office de Tourisme

Mesure 1.2.2 - Etudier la gestion des Bureaux d’Information Touristique : Missillac / Guenrouët / Saint-Gildas-des-Bois

Mesure 1.2.3 - Interroger les habitants du territoire sur leurs attentes vis-à-vis de l’Office de Tourisme et du tourisme en général sur le territoire

Action 1.3 Des professionnels du tourisme au cœur de la stratégie

Mesure 1.3.1 - Animer le réseau des professionnels du tourisme

Mesure 1.3.2 - Création d'un espace pro sur le site internet

Mesure 1.3.3 - Réaliser des actions pour faire connaître le territoire et son offre

Objectifs :

- Améliorer l'accompagnement et la mise en réseau des socio-pros
- Améliorer la visibilité des actions de l'Office de Tourisme et du service tourisme
- Gagner en efficacité

Partenaires :

Professionnels du tourisme, CCPSG service tourisme

Cibles :

Prestataires touristiques, élus

Action 1.4 Des saisonniers mieux formés

Mesure 1.4.1 - Mise en place de formations à la découverte du territoire pour les saisonniers

Objectifs :

- Des saisonniers plus compétents

Partenaires :

Prestataires touristiques, Syndicat du Brivet

Cibles :

Saisonniers





Axe 2 – Renforcer l’offre touristique en s’appuyant sur les atouts patrimoniaux et naturels du territoire

Action 2.1 Capitaliser sur le potentiel du territoire en matière d’offre autour de l’itinérance pédestre, cyclo, équestre et ludique

Mesure 2.1.1 - Valoriser la randonnée pédestre

Mesure 2.1.2 - Mettre en place le plan de communication autour du schéma vélo

Mesure 2.1.3 - Valoriser l’offre de randonnée équestre

Mesure 2.1.4 - Valoriser l’offre de randonnée ludique

Mesure 2.1.5 - Créer des nouvelles offres touristiques autour de la randonnée

Objectifs :

- Développer les clientèles familiales
- Développer les clientèles de groupe
- Développer l’offre sur place afin de limiter la fuite de consommation vers l’extérieur
- Augmenter les retombées économiques directes sur les activités de loisirs et indirectes sur les services

Partenaires :

CCPSG, communes, BPS, LAD, département 44, Associations pédestres, cyclos, équestres

Cibles :

Locaux, touristes, excursionnistes, groupes, associations

Action 2.2 Valoriser davantage les espaces naturels

Objectifs :

- Inciter à la découverte
- Valoriser les espaces naturels remarquables

Partenaires :

CCPSG, communes, LAD, département 44,

Cibles :

Locaux, touristes, excursionnistes, groupes,

Mesure 2.2.1 - Valoriser les 4 espaces naturels principaux que sont Bernugat, Coët-Roz, les Landes de Bilais et Saint-Clair

Action 2.3 Favoriser la mise en tourisme des circuits de randonnée familiaux par l'intermédiaire de l'expérientiel

Mesure 2.3.1 - Mettre en place en partenariat étroit avec les communes le projet pour lequel on a reçu un accord favorable pour une subvention de 20 000€ qui consiste en la création de parcours expérientiels sur les circuits de randonnée déjà existants

Mesure 2.3.2 – Animer les circuits vélo par des parcours géocaching

Objectifs :

- Faire davantage vivre les circuits de randonnée
- Attirer des familles
- Attirer des personnes en dehors du territoire
- Faire aimer leur territoire aux habitants
- Mettre en avant de l'histoire aujourd'hui invisible
- Développer l'offre sur place afin de limiter la fuite de consommation vers l'extérieur

Partenaires :

Partenaires privés, LAD

Cibles :

Locaux, touristes, excursionnistes, groupes,

Action 2.4 Développer l'attractivité du patrimoine culturel et architectural d'exception

Mesure 2.4.1 - Valoriser le patrimoine des communes : révéler davantage le patrimoine architectural remarquable

Mesure 2.4.2 - Créer des livrets d'aide à la visite des bourgs et centre-ville des communes

Objectifs :

- Sensibiliser les habitants à la richesse du patrimoine, développer le sentiment de fierté au territoire
- Valoriser le patrimoine pour développer l'attractivité du territoire
- Rendre accessible la découverte aux familles par la mise en place d'outils divers

Partenaires :

Communes, CCPSG, LAD

Cibles :

Locaux, touristes, excursionnistes, groupes,

Action 2.5 Valoriser les rivières, atout naturel du territoire

Objectifs :

- Sensibiliser les habitants à la richesse du patrimoine naturel, développer le sentiment de fierté au territoire
- Valoriser le patrimoine naturel pour développer l'attractivité du territoire
- Proposer de nouvelles offres autour de la rivière
- Développer les retombées économiques sur le territoire
- Positionner le territoire par la qualité de son paysage d'eau douce, unique en Loire-Atlantique

Partenaires :

Communes, CCPSG, LAD

Cibles :

Locaux, touristes, excursionnistes, groupes,

Mesure 2.5.1 - Conforter la base de loisirs canoë de Pont-Château en proposant de nouveaux outils pour découvrir le Brivet et son environnement

Mesure 2.5.2 - Conforter la base de loisirs pédalo/paddle à Guenrouët en proposant de nouvelles animations pour découvrir les richesses de l'Isac et du Canal de Nantes à Brest

Mesure 2.5.3 - Animer les rivières en proposant des expositions le long des berges.

Action 2.6 Développer et promouvoir l'offre d'hébergement et de restauration

Mesure 2.6.1 - Accompagner les porteurs de projet

Mesure 2.6.2 - Valoriser l'offre de restauration existante + spécialités locales

Mesure 2.6.3 - Valoriser l'offre d'hébergement existante

Mesure 2.6.4 – Développer auprès des prestataires le bien fondé de la taxe de séjour et son impact sur le tourisme

Objectifs :

- Développer l'offre d'hébergement, augmenter la capacité d'accueil sur le territoire
- Qualifier l'offre d'hébergement
- Développer les retombées économiques directes auprès des professionnels

Partenaires :

Communes, CCPSG, LAD, labels gîtes de France, clé vacances

Cibles :

touristes, groupes,





Axe 3 – Développer la notoriété du territoire : promouvoir et commercialiser l'offre touristique

Axe 3.1 Renforcer notre communication print par plus de structuration

Mesure 3.1.1 - Réalisation d'un nouveau guide touristique laissant plus de place à la valorisation touristique du territoire

Mesure 3.1.2 - Réalisation d'un nouveau guide pratique

Mesure 3.1.3 - Réalisation d'un nouveau guide des animations

Mesure 3.1.4 - Création d'une carte touristique du territoire

Mesure 3.1.5 - Création de set de table à partir de la carte de territoire

Mesure 3.1.6 - Création d'un dossier de presse

Mesure 3.1.7 - Création d'un outil à destination des grands parents

Objectifs :

- Développer la notoriété d'Entre Brière et Canal
- Faciliter la présentation du territoire
- Développer la fréquentation des clientèles
- Faire aimer son territoire à ses habitants

Partenaires :

Professionnels du tourisme, Agence de com l'Ours en plus

Cibles :

Habitants, excursionnistes, touristes,

Axe 3.2 Renforcer la stratégie digitale

Objectifs :

- Améliorer les outils WEB pour gagner en visibilité
- Développer la fréquentation
- Améliorer la notoriété du territoire

Partenaires :

Professionnels du tourisme

Cibles :

Habitants, excursionnistes, touristes, groupes

Mesure 3.2.1 - Alimenter en continu de nouvelles idées le site internet

Mesure 3.2.2 - Alimenter la version anglaise du site internet

Mesure 3.2.3 - Développer l'utilisation des réseaux sociaux

Mesure 3.2.4 - Créer des vidéos internes

Axe 3.3 L'Office de Tourisme, acteur majeur de la commercialisation de l'offre touristique locale

Mesure 3.3.1 - Stratégie de développement commercial de l'Office de Tourisme autour d'offres expérientielles sur le territoire. Mise en place d'une stratégie commerciale pour l'Office de Tourisme ayant pour AXES PRIORITAIRES :

- Assurer un rôle d'apporteur d'affaires de l'Office de Tourisme en s'appuyant sur l'offre existante
- Concevoir des produits identitaires / vitrine du territoire participant à la notoriété du territoire
- Cibler et conquérir de nouvelles clientèles
-

Objectifs :

- Générer des retombées économiques pour les professionnels du tourisme et pour l'OT
- Clarifier la commercialisation avec les différents partenaires du territoire
- Organiser la stratégie commerciale
- Développer la fréquentation

Partenaires :

Professionnels du tourisme, Assurance, LAD

Cibles :

touristes, groupes

Axe 3.4 Développer les partenariats avec les territoires voisins auprès des marchés de proximité

Mesure 3.4.1 - ENTENTE TOURISME : projets et commercialisation intercommunautaires : randonnée / patrimoine / terroir

Objectifs :

- Partager des compétences
- Développer la communication-promotion pour gagner des clientèles et générer davantage de retombées économiques sur le territoire
- Créer des nouveaux produits
- Associer les socio-pros à porter des projets communs

Partenaires :

Professionnels du tourisme, OT voisins, collectivités voisines.

Cibles :

Habitants, excursionnistes, touristes, groupes





Axe 4 – Développer les outils d’observation statistique et économique de l’activité touristique

Action 4.1 Renforcer l’observatoire local

Mesure 4.1.1 Enquêtes, études, clientèles, mesure poids économique du territoire, comparaison des données avec d’autres territoires.

Objectifs :

- Doter l’Office de Tourisme de données qualitatives et quantitatives fiables
- Quantifier les retombées économiques du tourisme

Partenaires :

CCPSG, logiciel taxe de séjour, Ingénierie

Cibles :

Elus, professionnels du tourisme



4 AXES → **15 ACTIONS** → **41 MESURES**

- Ce plan fait suite au précédent plan de 2017 – 2019. Les actions déjà engagées se poursuivent, et d’autres nouvelles actions structurantes pour le territoire sont proposées
- Ce plan est un document d’orientation et adaptable en fonction des avancées des opérations
- Il doit s’articuler avec la Communauté de Communes et le département pour une cohérence des programmes.



STRATEGIE DE DEVELOPPEMENT TOURISTIQUE 2020 - 2023

Le bureau de l'Office de Tourisme

Présidente : Sandrine SEILLER
Vice-président "Professionnels" : Jean-Claude PIED
Vice-Président "Elus" : Dominique FRASLIN
Vice-président "Associatifs" : Elizabeth LEROUX
Trésorier : Jean-Marc CHOURAQUI
Secrétaire : Bruno DEROUET
Assesseur : Sophie PLAUD



Office de Tourisme Entre Brière et Canal

17 rue des Forges
44530 Saint-Gildas-des-Bois
Tél : 02 40 01 40 10 – otsi@cc-paysdepontchateau.fr
www.pontchateau-saintgildasdesbois.com

