



Plan d'actions 2024

Office de Tourisme
29 Avenue de la Mer
29950 BENODET
02 98 57 00 14



PLAN D'ACTION 2024

Pour maintenir et renforcer un accueil et des services performants pour les visiteurs et les professionnels de la station, l'Office de Tourisme de Bénodet met en œuvre un plan annuel d'actions dans le cadre de ses missions et de la convention d'objectifs et de moyens le liant avec la Mairie de Bénodet.

- Axe 1** Accueillir, conseiller et informer les visiteurs (habitants, excursionnistes et vacanciers) avant, durant et après leurs séjours
- Axe 2** Promouvoir la station de Bénodet et la valoriser sur le marché français et sur les marchés étrangers
- Axe 3** Contribuer à la mise en œuvre de la politique de développement touristique
- Axe 4** Coordonner la collecte et le suivi de la taxe de séjour
- Axe 5** Gérer le service d'instruction des meublés de tourisme
- Axe 6** Relayer et promouvoir des événements et des animations
- Axe 7** Développer et animer le réseau des socio-professionnels de la station
- Axe 8** Commercialiser des produits et services
- Axe 9** Etudier et analyser l'activité touristique

RAPPEL DE NOS CIBLES DE CLIENTELES

**Clientèles
françaises**

80 à 90 %

**Clientèles
étrangères**

10 à 20 %

**Cœur
de
saison**

**Ailes de
saison
et hors
saison**

**Week-ends
bords de
saison et
hors saison**

**Cœur
de
saison**

**Ailes
de
saison**

Nos leviers d'actions

La notoriété de Bénodet

Les actions de promotion

**Les offres des professionnels de Bénodet
tout au long des quatre saisons**

** Suite à une analyse des informations collectées auprès des professionnels et des données de l'OMT*

RAPPEL DE NOS CIBLES DE CLIENTELES

Par origine géographique *:

1. Le Finistère

(avec les short breaks, notamment les ailes de saison et le hors saison)

2. La Bretagne historique et le Grand Ouest

3. L'Île-de-France

4. Le Nord et les Hauts de France

5. Les marchés étrangers :

Allemagne, Belgique, Pays-Bas et Grande-Bretagne



RAPPEL DE NOS CIBLES DE CLIENTELES

1. Les familles (*dont les familles recomposées, familles avec grands-parents*)
2. Les seniors
3. Les couples avec de jeunes enfants
4. Les couples sans enfant
5. Les sportifs (*randonneurs, golfeurs, cyclistes, ...*).

* Suite à une analyse des informations collectées auprès des professionnels et des données de l'OMT

CIBLES AFFINITAIRES



- **Cibles prioritaires - les amateurs de :**
 - ✓ Primo-visiteurs.
 - ✓ Voile et activités nautiques, croisières en mer ou en rivière, pêche.
 - ✓ Bien-être et thalassothérapie.
 - ✓ Randonnées à pied et en vélo.
 - ✓ Balnéaire, plages et esprit "station balnéaire".
 - ✓ Loisirs pour adultes et enfants.
- **Cibles secondaires - les amateurs de :**
 - ✓ Nature, éco-tourisme, découverte de l'environnement, bio.
 - ✓ Patrimoine maritime et breton (belle époque, phares, églises et chapelle).
- **Périodes de promotion à renforcer**
 - ✓ Ailes de saison.

** Suite à une analyse des informations collectées auprès des professionnels et des données de l'OMT*

MISSION 1 :**Accueillir au mieux les visiteurs dans des nouveaux locaux**

- Reconstruire une équipe de permanents répondant au niveau d'exigence attendu à l'accueil.
- Déployer un accueil et des services de qualité pour les visiteurs et les professionnels.
- Répondre aux critères des engagements de la catégorie 1, de Qualité Tourisme, de Tourisme & Handicap et d'Accueil Vélo.
- Optimiser le travail en « front » et en « back-office ».
- Prendre en compte le développement durable dans le fonctionnement au quotidien.

Actions :

- Finition de la décoration thématique valorisant au mieux la station et les professionnels (habillage des murs, réglottes d'informations...).
- Ego-gestes et politique de promotion des actions en faveur du respect de l'environnement pendant le séjour (Charte du Voyageur – charte d'engagements).

MISSION 2 :**Gérer les disponibilités des hébergements et les ouvertures des restaurants.**

- Donner une information à jour pour répondre au mieux aux demandes des visiteurs.
- Suivre de façon active les ouvertures des restaurants, les disponibilités des hébergements et les ouvertures des activités de loisirs.

Actions :

- Mettre à jour régulièrement les informations sur les outils et les supports internes.
- Diffuser l'information aux socio-professionnels selon les cas (ex : liste des restaurants ouverts aux hébergeurs et aux meublés).

MISSION 3 :**Optimiser et renforcer l'accueil via le numérique**

- Poursuivre et développer l'accueil grâce aux différents outils numériques.

Actions :

- Continuer la gestion du traitement des demandes via le live-chat, les emails, les réseaux sociaux.
- Faciliter l'accès à l'information touristique via les écrans de ville, les écrans d'affichages dynamiques, la borne tactile intérieure et la borne extérieure.
- Promouvoir les balades pédestres sur le territoire de la Riviera Bretonne grâce à la nouvelle application déployée par la CCPF et qui sera adaptée spécialement au territoire.

MISSION 4 :**Poursuivre les engagements de Qualité Tourisme et de la catégorie I**

- Maintenir et renforcer la qualité des services et de l'accueil selon les critères du référentiel mais aussi de la catégorie I.
- Réussir l'audit de renouvellement de la marque Qualité Tourisme.

Actions :

- Veiller à maintenir un niveau de qualité constant à l'accueil et à avoir des outils performants répondant aux exigences du référentiel.
- Continuer à animer la politique qualité en interne et à former les nouvelles recrues à son fonctionnement et au niveau d'exigence attendu.
- Continuer à être accompagné par une consultante désormais en plus d'OTB.
- Visiter d'autres offices et échanger sur leur fonctionnement.



MISSION 5 :**Poursuivre les engagements du label Tourisme et Handicap**

- Finaliser les derniers engagements du label Tourisme et Handicap pour un accueil pour tous.
- Communiquer davantage sur l'accessibilité de la station pour les différents publics, dont les personnes à mobilité réduite.

Actions :

- Finaliser la structure documentaire (site Web, validation du FALC, guide de recensement).
- Sensibiliser et former le personnel et les nouveaux entrants.
- Valoriser l'accessibilité de la station (reportage photos, site Web,...).

MISSION 6 :**Gérer la Relation Client et les bases de données à l'usage exclusif de l'OMT**

- Actualiser et qualifier les fiches des professionnels et des prestataires sur le site.
- Intégrer les évolutions techniques de Tourinsoft et déployer les carnets de voyage.
- Renseigner au quotidien l'outil quant aux demandes et profils des visiteurs.

Actions :

- Assurer une veille des activités économiques et touristiques de Bénodet.
- Solliciter les professionnels et prestataires pour qualifier les bases de données.
- Continuer à se former via OT 29 et partager avec les autres OT.

MISSION 1 :

Promouvoir Bénodet via les éditions print

- Renforcer la notoriété de Bénodet.
- Promouvoir les activités touristiques.
- Communiquer sur les activités ouvertes à l'année.
- Promouvoir la fréquentation sur les bords de saison.
- Valoriser les activités douces (randonnées, vélo,...).
- Optimiser la diffusion des supports auprès des professionnels.
- Être présent sur les supports print de la Riviera Bretonne et de Sensation Bretagne.

Actions :

- Rééditer et actualiser les brochures, plans, guides d'appel, carnets d'adresses, cartes d'hôtes, Bénodet en 1 jour, carte Riviera Bretonne.
- Faire la promotion des nouveaux itinéraires de randonnée via les coffrets de randonnée RB.
- Veiller aux consommations et optimiser la diffusion.
- Faire appel à des prestataires régionaux pour la conception des supports et avoir une impression qui soit durable.

MISSION 2 :

Bénéficiaire des dynamiques de réseaux

- Bénéficiaire de la dynamique collective de réseaux professionnels et institutionnels pour gagner en visibilité et partager de bonnes pratiques.

Actions:

- Reconduire l'adhésion à Sensation Bretagne et à Atout France.
- Être dans les réunions, AG et opérations proposées par Sensation Bretagne et ce pour bénéficier des dynamiques collectives et des échanges d'expériences.

MISSION 3 :**Les labels**

- Communiquer sur les labels Accueil Vélo et Pavillon Bleu et mettre en avant les efforts réalisés par Bénodet et la CCPF (tri des déchets, propreté de la ville, nettoyage des plages, développement des zones de circulation des vélos,...).

Actions:

- Supports print de l'Office de Tourisme, page sur le site Internet, réseaux sociaux, informations à l'accueil, sensibilisation des publics à l'accueil.

MISSION 4 :**Participer à des salons grand public**

- Développer la fréquentation en visant des marchés prioritaires (Grand Ouest) et des marchés à développer (Rhône-Alpes et Belgique) en étant présent sur des événements très grand public aux côtes d'autres Offices de Tourisme bretons.

Actions :

- Participer au Salon des Vacances de Bruxelles en Belgique et au Salon Mahana à Lyon (stand Bretagne avec Sensation Bretagne).
- Être présent au Salon du Tourisme de Rennes avec les 6 autres offices du Sud Finistère sous la bannière Cornouaille.

MISSION 5 :**Communiquer sur Bénodet sur le marché français et les marchés étrangers**

- Cibler les marchés stratégiques (France, Allemagne, Belgique, Pays-Bas).

Actions :

- **Riviera Bretonne :**

- Organiser un accueil de 2 à 3 tour opérateurs spécialisés nature et aventure sur le marché britannique.
- Mettre en avant la gastronomie bretonne dans le magazine « Elle à table » (marché belge).
- Mettre en avant du territoire dans le « Elle » pour la région Bretagne ou Pays de Loire sous forme de rédactionnel avec les événements.

- **Sensation Bretagne :**

- Actualiser le dossier de presse allemand adapté à la clientèle germanophone.

MISSION 6 : Valoriser Bénodet via le Web

- Développer la visibilité de Bénodet via le site www.benodet.fr et continuer à faire croître le nombre de consultations tout au long de l'année.
- Valoriser un tourisme des 4 saisons qui bénéficie aux professionnels et notamment à ceux ouverts toute l'année.
- Engager une refonte du site Web pour 2025.

Actions :

- Développer les contenus autour d'expériences mettant en avant l'offre des professionnels et un tout au long de l'année.
- Développer le référencement naturel grâce aux mots clés.
- Veiller à ce que les fiches des professionnels soient à jour.
- Engager le projet de construction du futur site avec les offices de tourisme de la Riviera Bretonne et la CCPF.

MISSION 6 :**Promouvoir Bénodet via les réseaux sociaux**

- Continuer à faire progresser le nombre de followers (abonnés et fans) sur Facebook et Instagram et ce afin de renforcer la notoriété de Bénodet.
- Elargir et rajeunir les cibles touchées et ce grâce à des opérations de ciblage e-marketing.
- Mettre en avant les professionnels et les prestataires de la station.
- Promouvoir les paysages naturels, les déplacements doux, le cadre de vie et l'hospitalité.
- Valoriser via le réseau professionnel LinkedIn les actions engagées par l'Office de Tourisme.

**MISSION 6 :****Promouvoir Bénodet via les réseaux sociaux*****Nos actions :***

- Programmer les posts avec des visuels de qualité et selon la ligne éditoriale établie et selon les conseils de l'agence experte My Destination.
- Allouer un budget de sponsoring en prenant en compte un ciblage des clientèles.
- Réaliser en interne des contenus et faire appel à des photographes professionnels.
- Développer des reels et des stories tout au long de l'année.
- Continuer les jeux concours.
- Organiser des campagnes de recrutements et qui soient ciblées selon les choix géographiques, des thématiques précises et des cibles affinitaires.

MISSION 7 :**Enrichir la photothèque**

- Optimiser le déploiement de la photothèque en ligne (outil interne).
- Enrichir tout au long de l'année cet outil par des reportages internes et de photographes.
- Continuer à travailler différents axes photos (paysages, activités, gastronomie, familles,...).
- Développer les reportages photos selon les saisons et les activités.
- Ouvrir une partie de la photothèque aux professionnels.

Actions :

- Continuer à qualifier au mieux le contenu de cet outil.
- Faire réaliser des reportages en saison et hors-saison par des photographes reconnus (6 journées reportages).

MISSION 8 :**Développer les contenus vidéos**

- Créer des contenus vidéos pour le site Internet, les réseaux sociaux, les écrans et toute opération de communication et ce valorisant Bénodet au fil des 4 saisons.

Actions:

- Réaliser des courtes vidéos en interne et utiliser les rushes existants.
- Faire appel à des prestataires reconnus pour la création et le montage de vidéos.

MISSION 9 :**Relations presse et blogueurs / influenceurs**

- Développer la notoriété et l'image de Bénodet via les relations presse.
- Faire connaître aux médias (généralistes et thématiques) les nouveautés de Bénodet.
- Accueillir des micro-influenceurs à Bénodet selon les demandes et l'intérêt pour la station.

Actions :

- Remonter au niveau de Sensation Bretagne et de leur agence presse les nouveautés de Bénodet dès la création d'une nouvelle activité qui a un intérêt médiatique.
- Travailler sur les contenus presse pour le marché français et le dossier de presse pour le marché allemand de Sensation Bretagne.
- Répondre aux diverses demandes de la presse et organiser les accueils presse en conséquence.
- Répondre à la demande et selon le profil aux accueils de micro-influenceurs bretons sur les périodes hors saison ou bord de saison.

MISSION 1 :**Bénodet et la Riviera Bretonne**

- Renforcer l'image et la notoriété de Bénodet à l'échelle de la « Riviera Bretonne » au travers d'actions communes : réseaux sociaux, éditions destinées à l'accueil, actions engagées avec Tourisme Bretagne (CRT) et accueils presse.

MISSION 2 :**Bénodet et Sensation Bretagne**

- Continuer à être présent de façon active au sein du réseau et à être engagé dans les opérations d'envergure et d'intérêt pour Bénodet.

MISSION 3 :**Bénodet et OT 29**

- Continuer à être présent de façon active au sein d'OT 29 (notamment au CA), dans les réunions thématiques et dans les opérations d'intérêt proposées.

MISSION 4 :**Bénodet et OTB**

- Être présent au sein de la fédération, suivre toutes les actualités du réseau et participer aux opérations d'intérêt.

MISSION 5 :**Bénodet et ADN Tourisme**

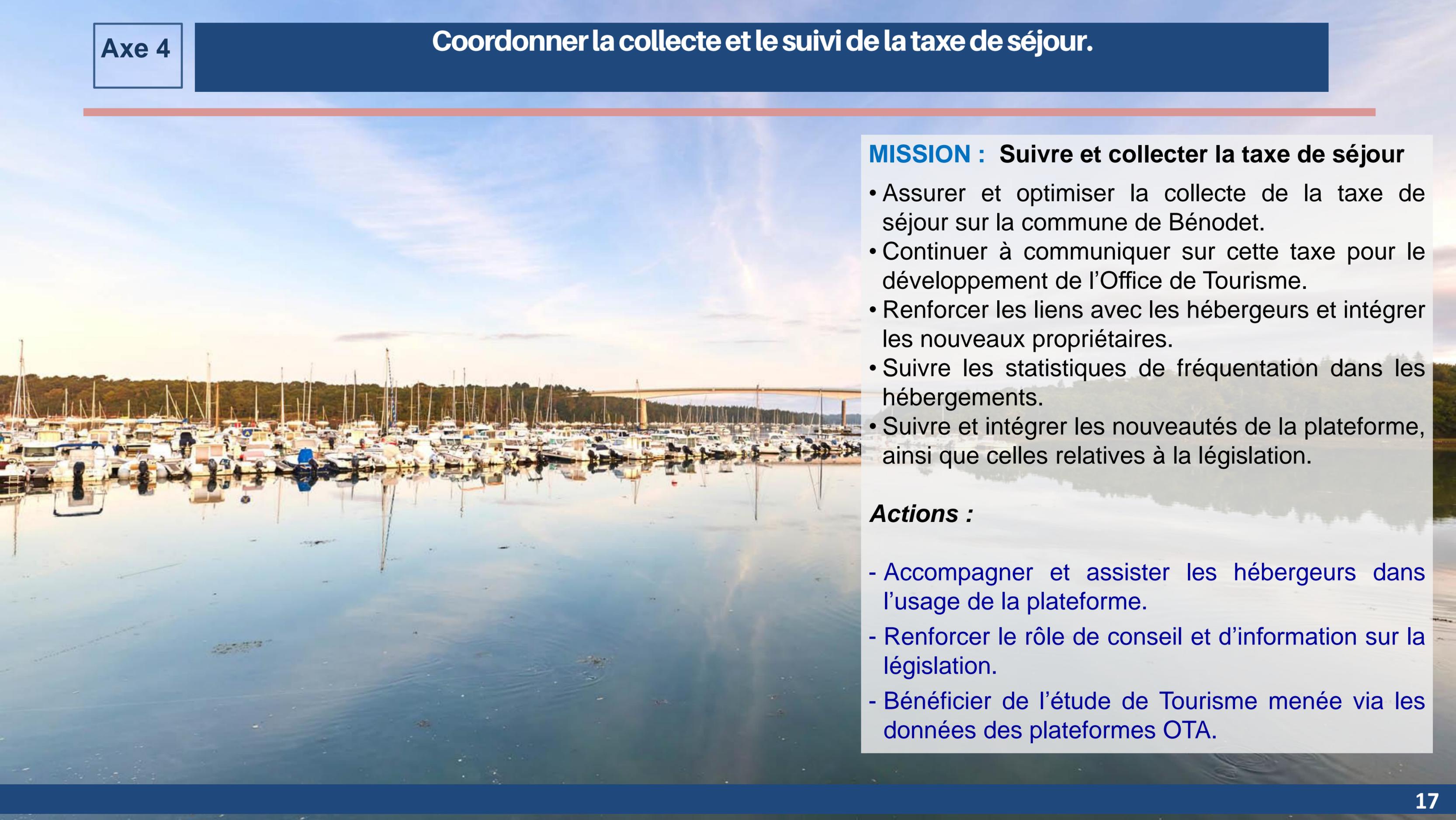
- Rester membre et suivre les actualités de la fédération, les sujets d'actualité tourisme.

MISSION 6 :**Bénodet et Tout Commence en Finistère**

- Suivre et participer aux opérations tourisme déployées par Tout Commence en Finistère.

MISSION 7 :**Bénodet et la Destination Quimper Cornouaille**

- Continuer à être présent au sein de la destination et s'inscrire dans toutes les opérations d'intérêt. Renforcer l'attractivité et la visibilité de la station à l'échelle de la Cornouaille.

**MISSION : Suivre et collecter la taxe de séjour**

- Assurer et optimiser la collecte de la taxe de séjour sur la commune de Bénodet.
- Continuer à communiquer sur cette taxe pour le développement de l'Office de Tourisme.
- Renforcer les liens avec les hébergeurs et intégrer les nouveaux propriétaires.
- Suivre les statistiques de fréquentation dans les hébergements.
- Suivre et intégrer les nouveautés de la plateforme, ainsi que celles relatives à la législation.

Actions :

- Accompagner et assister les hébergeurs dans l'usage de la plateforme.
- Renforcer le rôle de conseil et d'information sur la législation.
- Bénéficier de l'étude de Tourisme menée via les données des plateformes OTA.

MISSION :

- Conseiller les propriétaires sur les obligations réglementaires, le classement, les labellisations et le rôle de promotion de l'OT.
- Suivre l'actualité relative aux loueurs de meublés et aux changements législatifs.

Actions :

- Relayer les informations aux hébergeurs oralement lors des visites à l'OT et des visites de meublés.
- Diffuser les supports fournis par les structures telles que OT 29, ADN Tourisme...



MISSION 1 : Noël à Bénodet

- Proposer avec la Mairie de Bénodet un événement sur le thème de Noël.
- Faire vivre « un moment fort » sur la station en hors-saison pour les habitants, les familles et plus largement les locaux et les visiteurs.
- Créer l'occasion pour les habitants de la Cornouaille de revenir à Bénodet.

Actions :

- Organiser le 1er samedi des vacances un événement incluant les écoles et les APE pour proposer un après-midi et une soirée avec diverses animations : feu d'artifice, marché, etc.

MISSION 2 : Événement du 14 juillet

- Proposer avec les mairies de Bénodet et de Combrit Sainte-Marine un événement marquant pour la fête nationale et ce pour répondre aux attentes des visiteurs, des professionnels et des locaux.

Actions :

- Promouvoir l'organisation du feu d'artifice pour le 14/07 avec la commune voisine.
- L'organisation technique sera gérée par la commune de Combrit – Ste Marine. La Mairie de Bénodet gèrera l'organisation des flux.
- Communiquer sur cet événement (accueil, presse, réseaux sociaux via des sponsorisations, information aux partenaires de l'OT notamment commerces, restaurants et hébergeurs).

MISSION 3 : Bénodet en fête

- Mettre en avant Bénodet comme une station animée en période estivale.
- Relayer largement la communication auprès des estivants, des habitants de la station et des habitants de la Cornouaille.

Actions :

- Promouvoir et relayer les événements : flyers, panneaux d'affichage urbains, borne digitale, affichage au sein de l'OT et sur l'écran des animations, site Web, relais sur réseaux sociaux via des stories de teasing, etc.

MISSION 4 : Autres événements

- Promouvoir les événements, les manifestations, les spectacles organisés par les professionnels, associations ou tout autre organisateur sur Bénodet (après accord de la Mairie de Bénodet).

Actions :

- Relayer largement les informations locales.

MISSION : Communication et relations avec les socio professionnels

- Entretien et développer les relations avec les professionnels de la station.
- Continuer à apporter de la visibilité aux professionnels du tourisme.
- Développer et renforcer la qualité de l'offre sur le territoire et accompagner les hébergeurs dans leurs démarches de classement.
- Sensibiliser les hébergeurs et prestataires de tourisme aux démarches qualité et environnementales existantes.

Actions :

- Soutien à la communication à travers les outils de l'OMT sur tous les supports.
- Prescription des professionnels dans les relations presse.
- Envoi de newsletters.
- Rendez-vous individuels.

MISSION : Vendre des produits

- Commercialiser des produits non en concurrence avec les produits vendus sur la station par les commerçants implantés en saisonnier ou à l'année.

Actions :

- Vendre des services de base : tickets de bus, topoguides, serviettes,...

MISSION : Bilan de saison

- Suivre les statistiques de fréquentation de la station notamment via les outils internes et auprès des professionnels.

Actions :

- Déployer en interne des enquêtes auprès des professionnels.
- Communiquer sur les données collectées à l'OT via Tourinsoft et Ecovisio.
- Participer aux enquêtes de conjoncture de Tourisme Bretagne.
- Bénéficier de l'étude sur les profils des visiteurs séjournant dans un hébergement avec taxe de séjour (étude Tourisme Bretagne).