



# **BENODET**

## STRATEGIE 2022 - 2025

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





# LA STRATÉGIE DE DÉVELOPPEMENT TOURISTIQUE ET DE PROMOTION POUR BÉNODET POUR 2022-2025

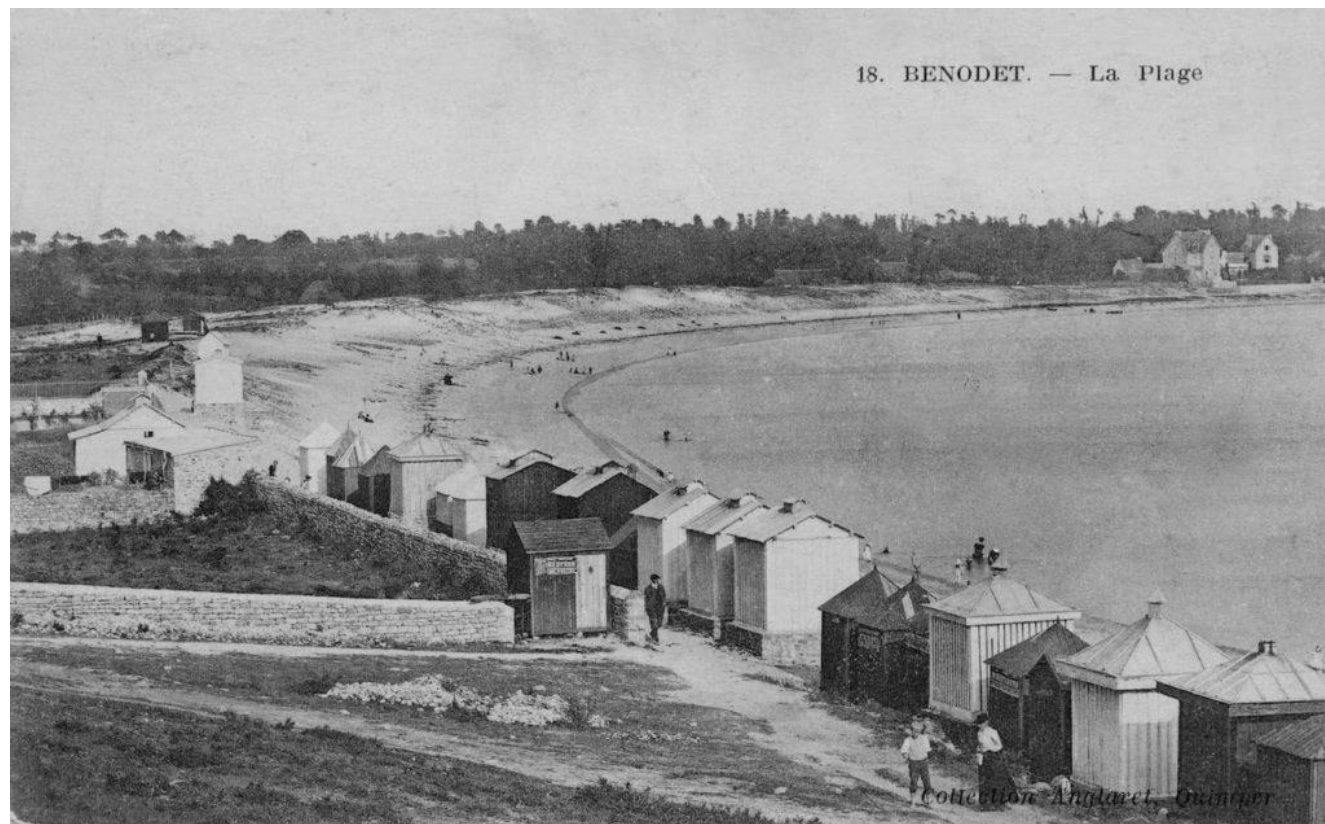
La stratégie de l'Office de Tourisme a été définie dans la suite de la constitution du nouveau CODIR en 2020 et de l'arrivée de la nouvelle directrice au printemps 2021.

Cette stratégie est soutenue par la commune de Bénodet. Elle a été établie est en lien avec les tendances touristiques relevées en Bretagne, les atouts de la station et les défis à relever.

Le plan stratégique se veut être un support de développement de l'activité touristique sur la station de Bénodet.

C'est un outil de pilotage, de coordination interne et qui permet d'établir une ligne directrice. Il contribue à fixer le cadre des actions à engager de façon ambitieuse, réaliste mais aussi durable pour un tourisme raisonné toute l'année.

Les grandes lignes de cette stratégie sont déclinées chaque année sous la forme d'un plan d'actions. Elle s'articule avec les actions engagées avec nos partenaires que sont la Riviera Bretonne, Sensation Bretagne, la destination Quimper Cornouaille, Tout Commence en Finistère et Tourisme Bretagne.



# LE TOURISME A BENODET

Le tourisme est aujourd'hui à Bénodet la première activité économique de la station.

L'histoire de Bénodet et son développement autour du tourisme ont fait que cette activité économique a toujours eu une **part prégnante dans la vie de la ville.**



Le développement au début du 19ème siècle du tourisme « des bains de mer ». Les séjours de personnalités très connues telles que Winston Churchill, Gustave Flaubert, le Général de Gaulle ont contribué à construire la notoriété de Bénodet, à développer une offre hôtelière et à attirer des visiteurs bourgeois.

Le développement des congés payés ont par la suite contribué à faire de Bénodet l'une des stations de Bretagne Sud les plus connues.

**Elle a ainsi obtenu dans les années 1970 son classement en station balnéaire et en commune touristique.**



# LE RÔLE DE L'OFFICE DE TOURISME A BENODET

L'importance du tourisme a Bénodet a fait qu'au fil des décennies, les différentes municipalités ont contribué à encourager et à favoriser son développement.

En 1997, le Syndicat d'Initiative existant a été dissout au profit de la création d'un EPIC. **L'objectif était de professionnaliser l'action d'accueil et de promotion touristique.**

De fait, la taxe de séjour collectée sur la commune de Bénodet est reversée en intégralité à l'Office de Tourisme.

Cet EPIC est composé aujourd'hui de 13 titulaires (7 élus du conseil municipal et 6 représentants des socio-professionnels) et de 11 suppléants.

Le CODIR de l'Office de Tourisme de Bénodet échange et valide les orientations stratégiques et les actions à mener.







# LE LIEN ENTRE L'OMT ET LA MUNICIPALITE DE BENODET

Le Président et la Vice-Présidente du Comité de Direction de l'Office de Tourisme de Bénodet sont aujourd'hui respectivement Maire et Première Adjointe.

La commune de Bénodet investit tout au long de l'année pour développer et s'assurer de la qualité des infrastructures de la station. **Elle veille également à l'entretien technique des bâtiments de l'Office de Tourisme.**

**La collectivité et l'Office de Tourisme sont liés par des conventions :**

- D'objectifs et de moyens.
- D'occupation des locaux.
- De mise à disposition de personnel de droit public pour des missions bien précises.





# LE TOURISME EN QUELQUES CHIFFRES

- Près de 3700 habitants à l'année
- **4 plages et 6 kilomètres** de littoral dont une grande partie aménagée pour les personnes en situation de handicap.
- **1 casino, 1 thalassothérapie, 1 cinéma**
- **1 centre nautique et 1 club de plage**
- **1 port de plaisance**
- **Une large offre d'hébergements avec :**
  - Une diversité d'hôtels, de campings, de résidences de tourisme, de locations de meublés ainsi que des chambres d'hôtes, soit 15 537 lits marchands
  - 10 980 Lits non marchands
- **Une offre de commerces et de restaurants** dont une grande partie est ouverte à l'année.
- **Des acteurs du loisir :** compagnie de bateaux à passagers, biscuiteries, loueurs de bateaux, un petit bac, loueurs de vélos...



# LES OBJECTIFS DEFINIS ENTRE LA COMMUNE DE BENODET ET L'OFFICE DE TOURISME POUR LA PERIODE 2022-2025 EN FAVEUR DU DEVELOPPEMENT TOURISTIQUE DE BENODET

- Accueillir, conseiller et informer le visiteur (vacanciers, excursionnistes et habitants) avant, durant et après son séjour.
- Promouvoir la station de Bénodet et la valoriser en France et sur les marchés étrangers.
- Contribuer à la mise en œuvre de la politique de développement touristique.
- Coordonner la collecte et le suivi de la taxe de séjour.
- Gérer le service d'inscription des meublés de tourisme.
- Relayer et promouvoir des événements et des animations.
- Développer et animer le réseau des socio professionnels de la station.
- Commercialiser des produits et des services.
- Etudier et analyser l'activité touristique.





# L'OFFICE DE TOURISME DE BÉNODET, C'EST :

- 5 salariés à l'année complétés par 2 saisonniers.
- 35 000 visiteurs à l'année dont 350 visiteurs / jour en saison.
- 304 jours d'ouverture par an.
- Un bureau d'information unique situé dans un endroit stratégique de la station.
- **Des bureaux agrandis et entièrement rénovés en 2022-2023** ainsi que les aménagements extérieurs qualitatifs confortant le rôle de l'OT dans la **gouvernance touristique** et dans **une vision d'un service contemporain et de qualité**
- 285 partenaires professionnels et non professionnels.
- **Un office de Tourisme distingué :**
  - Catégorie I et Marque Qualité Tourisme
  - Labellisé Accueil Vélo
  - En cours de labellisation Tourisme et Handicap.



# UN OFFICE DE TOURISME DURABLE AVEC :



- **Une politique environnementale et de développement durable incluant en interne :**
  - Une extension et une modernisation des bâtiments en 2023 répondant aux **normes environnementales** et prenant en compte le confort d'accueil et le travail des équipes.
  - La gestion des consommations d'eau et d'énergie grâce à des investissements récents et des écogestes.
  - **Une politique d'achats responsables** qui favorise le choix de fournisseurs locaux en priorité ainsi que de fournisseurs reconnus dans une politique durable.
- **En externe :**
  - La valorisation des déplacements doux et vertueux.
  - La promotion des professionnels engagés.



# LE POSITIONNEMENT TOURISTIQUE DE BÉNODET ET SA STRATEGIE MARKETING



 **BENODET**

STRATEGIE 2022 - 2025





Axes stratégiques	Contenu
Cultiver et renforcer la notoriété de Bénodet et faire venir et revenir les visiteurs au cœur d'une station qui a une réputation établie.	Valoriser les atouts de Bénodet à la fois ville à « taille humaine » en bord de mer et station 5 étoiles (elle réunit tous les atouts d'une grande station : un casino, une thalasso et une offre d'hébergements et de commerces ouverts à l'année) et générer ainsi des retombées économiques.
Répondre aux attentes de nos visiteurs qui viennent chercher un cadre et un accueil de qualité.	Une offre touristique accessible toute l'année. Des commerçants et des professionnels du tourisme qui proposent un accueil et un service de qualité.
Promouvoir une station balnéaire à la fois authentique et moderne.	Valoriser le côté balnéaire de Bénodet, son histoire, ses villas de maître, son port pittoresque mais aussi les grands événements organisés en été et à des dates clés comme Noël.



Axes stratégiques	Contenu
Développer durablement le tourisme tout au long de l'année.	Valoriser les atouts de la station et les offres des professionnels qui sont ouverts toute l'année.
Mettre en avant la nature, les espaces préservés et les aménagements pour les activités douces.	Un GR34 présent tout le long du bord de mer et qui a été aménagé pour être accessible par le plus grand nombre. Valoriser donc le bord de mer accessible mais aussi préservé, les zones humides et les différentes activités possibles : randonnée, running, vélo, golf, nautisme.
Promouvoir l'offre bien-être.	Valoriser la calme, la déconnexion et les vertus de la mer avec l'offre de la thalassothérapie et ses nouveautés (yoga, cure minceur, etc.) ainsi que d'autres prestataires (spa de l'escale St-Gilles, Château les Garennes et Miss Aqua Planet).





# NOS ENJEUX

- **Promouvoir et renforcer la notoriété de Bénodet**
  - Fidéliser les clientèles existantes qui fréquentent la station régulièrement.
  - Séduire, capter et faire aimer Bénodet auprès de nouvelles clientèles, en particulier celles issues du grand ouest et ce face à une concurrence accrue d'autres stations mais aussi de nouvelles destinations en France et à l'étranger.
  - Valoriser Bénodet auprès des habitants de la Cornouaille et des locaux pour qu'ils soient également des consommateurs et prescripteurs de la station, et ce tout au long de l'année.





# NOS ENJEUX

- **Promouvoir la qualité et la richesse de l'offre de la station**
  - Mettre en avant l'offre de loisirs disponibles en saison et à l'année.
  - Valoriser la diversité des séjours possibles (choix d'hébergements, de restaurants, de commerces).
  - Mettre en avant le côté nature et l'accessibilité de la station à un large public tout en valorisant les modes de transports doux.
  - Promouvoir un tourisme durable dans les secteurs d'activités de la station et dans les aménagements réalisés.



# NOS ENJEUX

- **Développer un tourisme des quatre saisons**
  - Promouvoir les atouts de la station sur les bords de saison.
  - Mettre en avant l'accessibilité de Bénodet en cœur de saison (station non saturée) et idéale pour un séjour au cœur de la Cornouaille.
  - Favoriser un meilleur étalement de la fréquentation sur les ailes de saison et valoriser un tourisme actif tout au long de l'année.
  - Augmenter les retombées économiques en matière de chiffre d'affaires, notamment pour les prestataires ouverts à l'année et donc conforter la création d'emplois à l'année.





# NOS OBJECTIFS

- **Fidéliser et développer de nouvelles clientèles**
  - Développer la qualité de l'accueil et mettre en avant les nouvelles offres de Bénodet.
  - Développer des clientèles stratégiques (proximité, grand ouest, bassin parisien, pays européens identifiés).
  - Valoriser le côté durable de Bénodet et son accessibilité.
  - Faire la promotion d'un tourisme des 4 saisons.





# NOS OBJECTIFS

- **Développer une dynamique touristique et économique**
  - Renforcer et animer le réseau des partenaires en travaillant tout au long de l'année avec les hébergeurs, loisirs et commerçants.
  - Valoriser les partenaires par différents moyens de promotion et ce pour que Bénodet puisse se différencier grâce à son offre commerciale.
  - Inclure les professionnels dans les actions promotionnelles pour qu'ils soient également prescripteurs de la destination.





# NOS OBJECTIFS

- **Augmenter l'impact économique sur la station et la taxe de séjour**
  - Développer un tourisme toute l'année en valorisant les spécificités de la station.
  - Mettre en avant l'offre existante et les nouveautés des professionnels partenaires.
  - Appuyer les professionnels dans le développement, la promotion de leur activité, le développement de la qualité de leur offre et la montée en gamme.
  - Valoriser l'offre touristique de la Cornouaille pour inciter les visiteurs à augmenter sa durée de séjour.
  - Promouvoir une station « vivante » toute l'année (offre d'hébergements, de commerces, de loisirs..).





# NOTRE POSITIONNEMENT

- **Le positionnement de Bénodet**
  - Un cadre maritime indéniable : estuaire de l'Odet, 2 phares, des plages et un bord de mer aménagé.
  - Une station balnéaire reconnue avec une notoriété historique.
  - Une ville à taille humaine, loin de la « saturation » d'autres villes balnéaires.
  - Un environnement diversifié et offrant des lieux authentiques et préservés encore méconnus.
  - Une destination proposant des activités pour un large public.
  - Une station où règnent bien-être et détente.





# NOS CIBLES ET MARCHÉS PRIORITAIRES



 **BENODET**

STRATEGIE 2022 - 2025







# NOS CIBLES

## ■ Les familles

- Continuer à développer le marché de la famille française et accentuer le retour des familles étrangères sur les ailes de saison.
- Axer le développement sur les familles avec de jeunes enfants ou en « tribu ».
- Séduire les familles en amont, pendant et après le séjour.

## ■ Les locaux

- Valoriser la station et ses animations auprès des habitants de la Cornouaille qui sont consommateurs, prescripteurs mais aussi ambassadeurs du territoire ainsi que les résidents secondaires.





# NOS CIBLES

## ▪ Les seniors

- Valoriser la destination auprès de cette cible pour développer les ailes de saison en mettant en avant le bien-être, la randonnée et la quiétude de la station.
- Mettre en avant l'offre accessible de Bénodet à des seniors très actifs.
- Faire venir et revenir cette clientèle très présente dès le mois de mai.

## ▪ Les couples avec de jeunes enfants

- Valoriser les atouts de la station accessible avec de très jeunes enfants.





# NOS CIBLES

## ■ Les couples sans enfant

- Séduire les couples qui veulent profiter de vacances à deux ou entre amis.
- Développer leur présence toute l'année, notamment sur les ailes de saison et sur la basse saison grâce à des offres adaptées.

## ■ Les sportifs

- Valoriser l'offre et les équipements existants auprès de publics (randonneurs, cyclistes, golfeurs, coureurs... ) pratiquants de façon régulière ou non des activités sportives.



# NOS MARCHÉS

## ■ France :

- Finistère (avec les short breaks, notamment les ailes de saison et le hors saison)
- La Bretagne historique
- Le Grand Ouest (Pays de la Loire et Normandie)
- L'Île de France
- Le Nord et l'Est.

## ■ L'étranger :

- Allemagne, Belgique, Pays-Bas et Grande-Bretagne.







# NOS CIBLES AFFINITAIRES

## ■ Cibles prioritaires :

- Balnéaire et plages et esprit « station balnéaire ».
- Randonnées à pied le long du GR34 et en vélo.
- Loisirs pour adultes et enfants.
- Voile et activités nautiques, croisières en mer ou en rivière, pêche.
- Bien-être et thalassothérapie.

## ■ Les cibles secondaires :

- Nature, éco-tourisme, découverte de l'environnement.
- Patrimoine maritime et breton (belle époque, phares, églises et chapelle).



## Nos leviers d'actions

**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

**La notoriété de Bénodet**

**Les actions de promotion**

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



# NOS LEVIERS D'ACTION ET NOS OBJECTIFS DE PROMOTION ET DE COMMUNICATION

## ▪ L'Office de Tourisme en tant que lieu d'accueil

- En 2021, les élus de la municipalité de Bénodet ont eu comme souhait fort de valoriser l'action et la visibilité de l'Office de Tourisme. Ils ont également pris en compte les tendances touristiques et les évolutions des métiers d'accueil et d'information.
- En 2022 et 2023, un programme d'extension et de modernisation des locaux a ainsi été engagé dans le but d'améliorer le confort et l'accueil des visiteurs et des personnels au sein de l'Office de Tourisme et ce pour un montant de 600 000 €.





# NOS LEVIERS D'ACTION ET NOS OBJECTIFS DE PROMOTION ET DE COMMUNICATION

## ■ L'Office de Tourisme en tant que lieu d'accueil

- L'Office de Tourisme est situé proche de deux ronds-points stratégiques pour les visiteurs venant de Quimper, Pont-l'Abbé ou bien de Fouesnant. Il est implanté en haut de l'avenue menant à la plage principale. L'accès au parking de l'OT est aisé.
- Au plus proche, un parking gratuit de quinze places dont 2 places sont réservées à des véhicules électriques.
- En complément, 30 places gratuites sont situées en contre-bas de ce parking.
- 2 places de parking ont été aménagées pour les personnes en situation de handicap à proximité immédiate de l'entrée de l'Office de Tourisme, sans pente à plus de 5 % et sans devers.





# NOS LEVIERS D'ACTION ET NOS OBJECTIFS DE PROMOTION ET DE COMMUNICATION

## ■ L'Office de Tourisme en tant que lieu d'accueil

Dans le cadre de ce projet de réaménagement pour un « Office de Tourisme du futur », les services de l'espace d'accueil sont désormais les suivants :

- Trois comptoirs d'accueil permettent d'échanger de façon plus personnalisée avec chaque visiteur. Chaque comptoir est équipé d'une partie haute permettant des conseils en face à face et d'une partie basse.
- Un espace de convivialité avec une grande banquette permet aux visiteurs de s'asseoir, de patienter, de consulter les documentations à disposition ou de consulter leurs mails via le réseau wifi gratuit de la Riviera Bretonne.
- Deux chaises sont présentes près des comptoirs en complément.



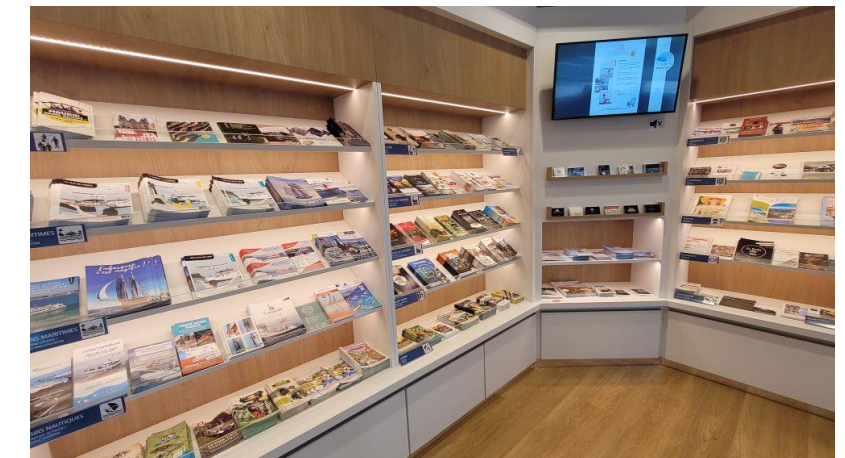


# NOS LEVIERS D'ACTION ET NOS OBJECTIFS DE PROMOTION ET DE COMMUNICATION

## ▪ L'Office de Tourisme en tant que lieu d'accueil

Un espace dédié à l'accueil et une information accessible :

- Une borne extérieure et une borne intérieure sont présentes.
- Trois écrans (un grand écran diffusant des films promotionnels de Bénodet, un écran relayant les animations du secteur et un écran pour mettre en avant les partenaires sous forme de vidéos promotionnelles) ont été installés.
- Plusieurs présentoirs présentent l'offre touristique des partenaires présents sur Bénodet et plus largement sur la Cornouaille et le département. Les éditions de l'Office de Tourisme, les animations du Finistère Sud et des documentations de partenaires (Sensation Bretagne, Tout Commence en Finistère) sont également mises en avant.





# NOS LEVIERS D'ACTION ET NOS OBJECTIFS DE PROMOTION ET DE COMMUNICATION

## ▪ La communication print :

- Avoir une documentation qui soit disponible immédiatement, peu importe la demande et qui puisse être mise en avant lors de salons ou d'événementiels.
- Maintenir et conforter les éditions print pour informer les visiteurs qui sont moins présents sur le web.
- Avoir ces éditions en ligne et disponibles en téléchargement sur le site [benodet.fr](http://benodet.fr).
- Optimiser le tirage des éditions et des supports grâce à une gestion rigoureuse des stocks au sein de l'OT et auprès des partenaires. L'objectif est de « gérer au mieux la consommation de papier ».
- Travailler avec des imprimeurs engagés dans des démarches durables et proches géographiquement.





# NOS LEVIERS D'ACTION ET NOS OBJECTIFS DE PROMOTION ET DE COMMUNICATION

## ▪ Les relations presse et les influenceurs

- Développer la notoriété et l'image de Bénodet via les relations presse (PQR, magazines généralistes et spécialisés, télévision, radio,...).
- Faire connaître aux médias (généralistes et thématiques) les nouveautés de Bénodet.
- Faire découvrir à des influenceurs et des blogueurs les atouts de la station, les nouveautés des professionnels, ses espaces naturels, les déplacements doux et sa qualité de vie.
- Répondre et accueillir sur place les demandes des journalistes.





# NOS LEVIERS D' ACTIONS ET NOS OBJECTIFS DE PROMOTION ET DE COMMUNICATION

## ■ Le web

- Développer la visibilité de Bénodet via le site [www.benodet.fr](http://www.benodet.fr) et continuer à faire croître le nombre de consultations.
- Valoriser un tourisme des 4 saisons qui bénéficie aux professionnels et notamment à ceux ouverts toute l'année.
- Développer également la présence de Bénodet et le référencement de la station sur d'autres sites touristiques tels que des sites de blogueurs, Sensation Bretagne et Tourisme Bretagne.

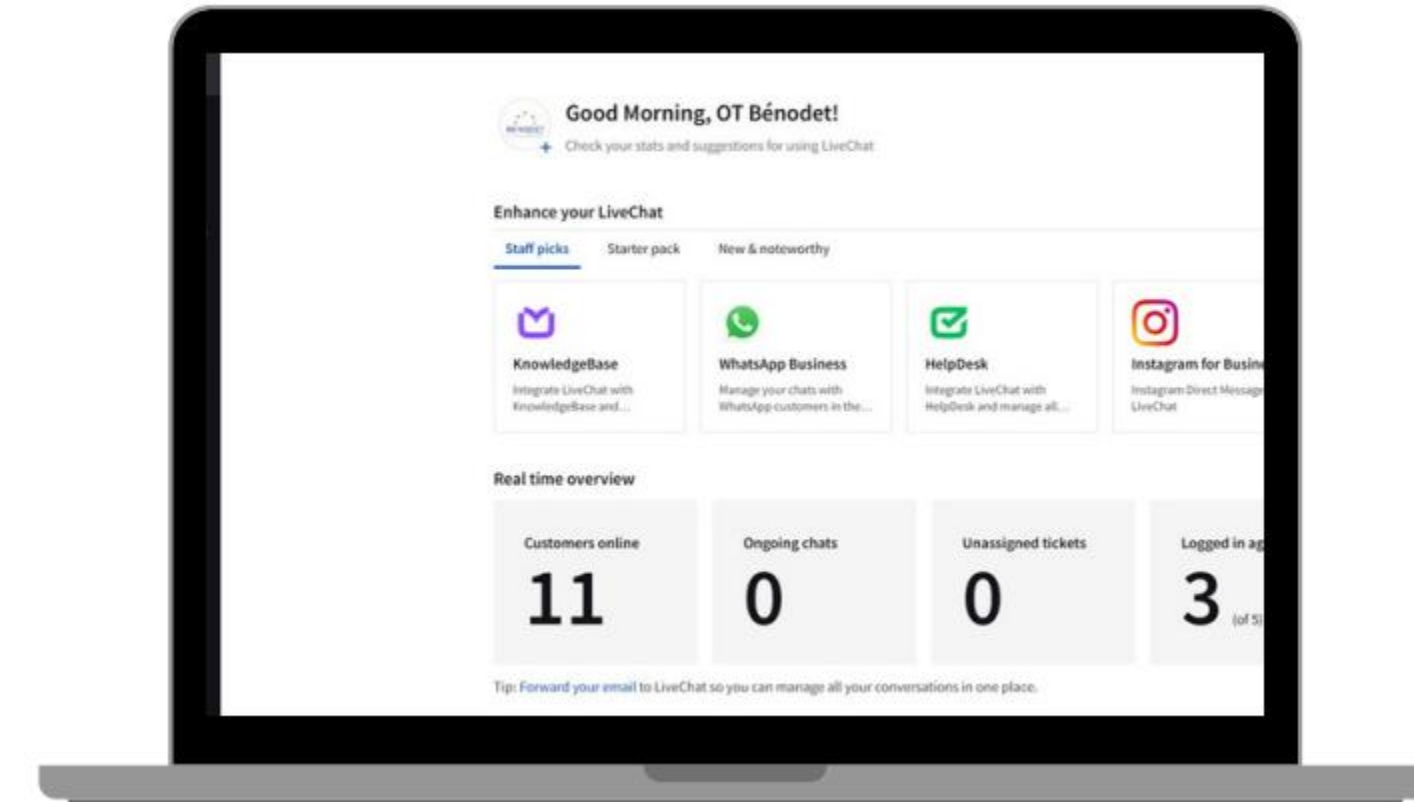




# NOS LEVIERS D'ACTION ET NOS OBJECTIFS DE PROMOTION ET DE COMMUNICATION

## ▪ L'accueil digitalisé avec le LiveChat

- Avoir un canal de relation entre les conseillers en séjour de l'office de tourisme et les visiteurs afin de leur apporter de l'information et un service à distance depuis le site web et Facebook.
- Échanger de façon instantanée avec des internautes qui préparent leur séjour ou qui sont déjà en séjour sur Bénodet.
- Répondre à de nouvelles attentes des clientèles, notamment à celles moins habituées à venir en office de Tourisme.

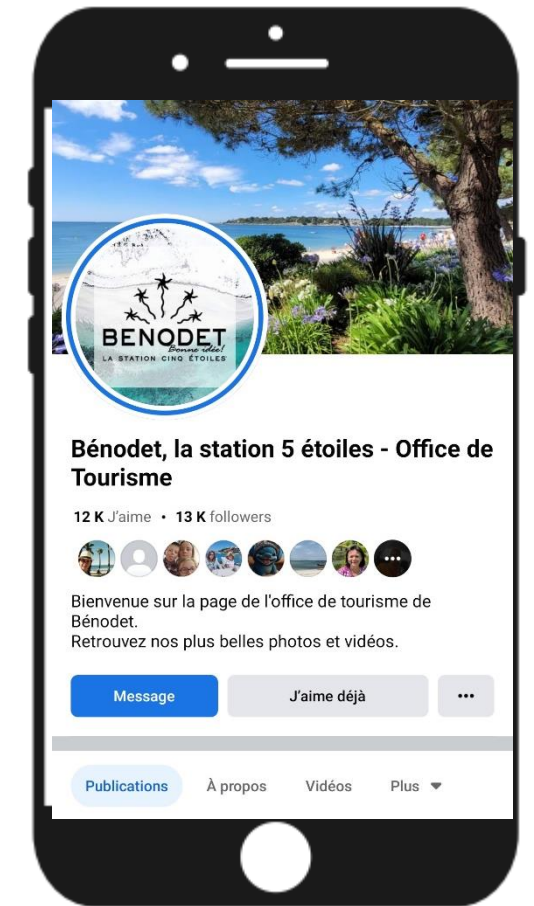
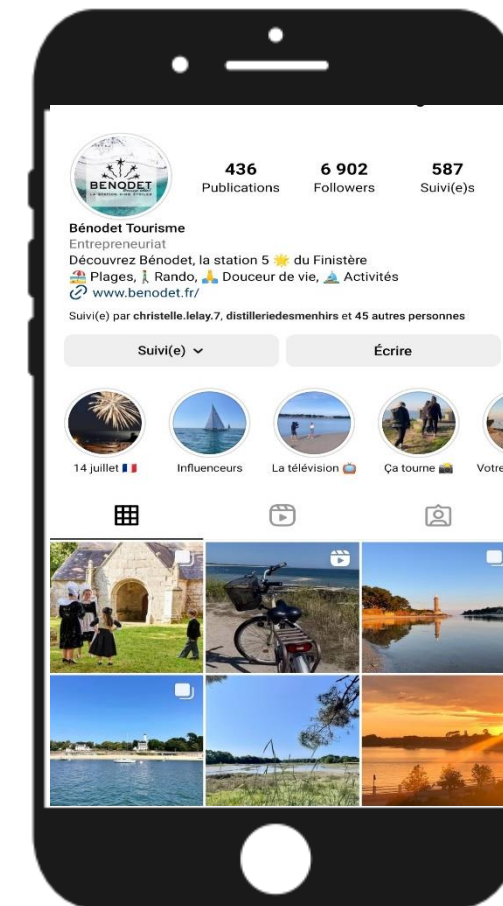




# NOS LEVIERS D'ACTION ET NOS OBJECTIFS DE PROMOTION ET DE COMMUNICATION

## ▪ Les réseaux sociaux

- Augmenter la notoriété de Bénodet et faire progresser le nombre de followers (abonnés et fans) sur Facebook et sur Instagram.
- Rajeunir les cibles vers une tranche 25 ans - 40 ans.
- Mettre en avant les professionnels et les prestataires de la station (jeux concours, activités, concept..).
- Promouvoir les paysages naturels, les déplacements doux et les actions de la collectivité pour préserver l'environnement (Pavillon Bleu, nettoyage renforcé de la ville, plantations méditerranéennes, sensibilisation au tri des déchets, etc.)
- Valoriser les actions engagées par l'Office de Tourisme via le réseau social B to B LinkedIn.





# NOS LEVIERS D'ACTION ET NOS OBJECTIFS DE PROMOTION ET DE COMMUNICATION

## ▪ La photothèque et vidéothèque

- Créer une véritable photothèque avec le déploiement d'un outil en ligne (outil Riviera Bretonne) et disposer d'un fond de photos qui soient qualitatif.
- Enrichir tout au long de l'année cet outil par des reportages internes et de photographes professionnels.
- Travailler différents axes photos (paysages, activités, gastronomie, familles,...).
- Développer les reportages photos selon les saisons et les activités réalisables sur la station.
- Créer des contenus vidéos pour le site Internet, les réseaux sociaux, les écrans, toute opération de communication et de demande de la presse.





# NOS LEVIERS D'ACTION ET NOS OBJECTIFS DE PROMOTION ET DE COMMUNICATION

## ■ Les salons

- Développer la fréquentation en visant des marchés prioritaires (Grand Ouest notamment, Ile de France, marchés européens).
- Gagner en visibilité sur des événements tourisme mais aussi très grand public.
- Mutualiser la présence de l'Office de Tourisme aux côtés d'autres Offices de Tourisme de la Cornouaille ou de stations littorales de Bretagne pour gagner en visibilité et en notoriété.





# NOS LEVIERS D'ACTION ET NOS OBJECTIFS DE PROMOTION ET DE COMMUNICATION

## ■ Les collaborations avec les réseaux

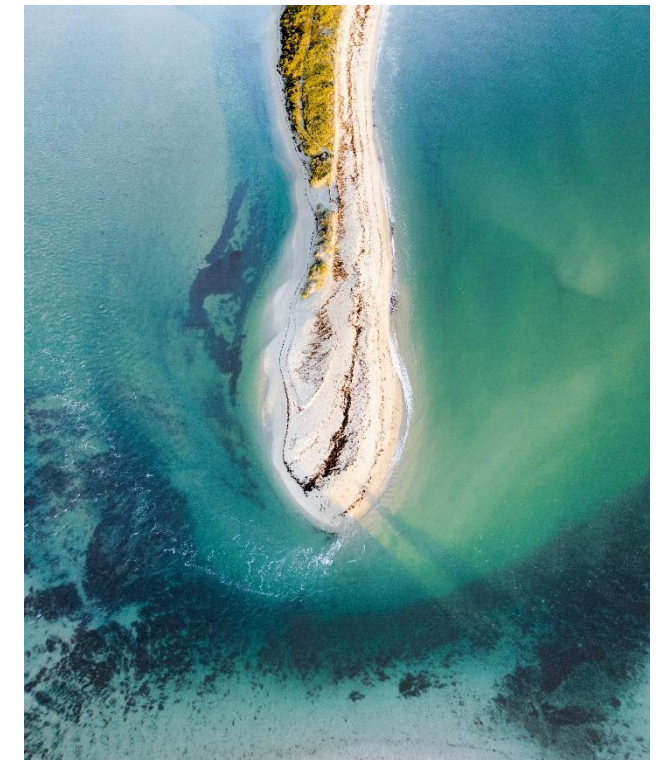
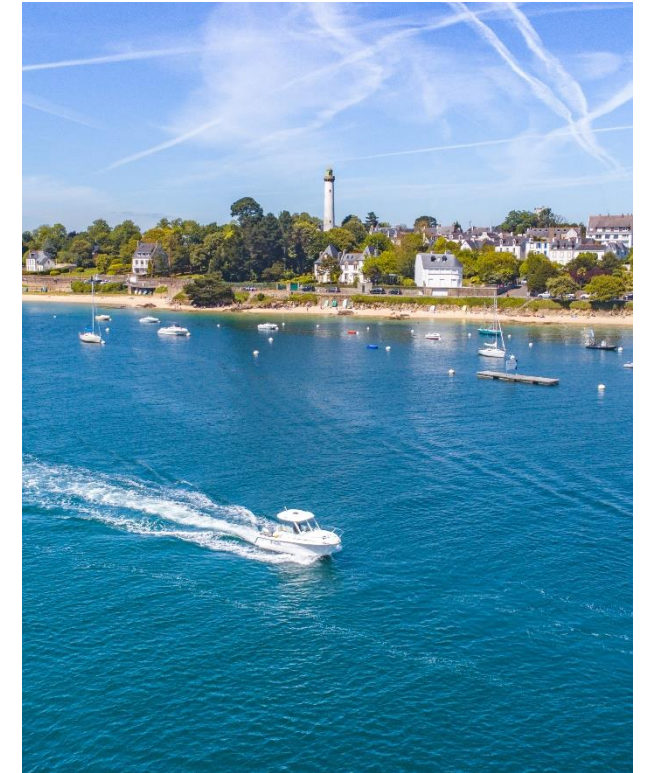
- Bénéficiaire de la dynamique collective de réseaux professionnels pour gagner en visibilité et partager de bonnes pratiques.
- Réseaux promotionnels : Riviera Bretonne, Sensation Bretagne, Atout France et Quimper Cornouaille Développement, Tout Commence en Finistère.
- Réseau d'échanges et d'appui technique : OT29, OTB, ADN Tourisme.





# NOS AXES STRATÉGIQUES

- Chaque année, **les axes stratégiques définis dans la cadre de la stratégie 2022 – 2025 sont déclinés par axe sous forme d’actions.**
- Le plan d’actions est construit en tenant compte des objectifs fléchés, des ressources humaines et des moyens disponibles par a,
- **Ce plan est détaillé par axe de façon annuelle. Il fait l’objet d’une évaluation quantitative et qualitative quant aux réalisations menées.** Les moyens alloués sont également indiqués en complément des outils comptables existants (comptes de gestion et compte administratif).





## ▪ **Axe 1 – Accueillir, conseiller et informer les visiteurs (habitants, excursionnistes et vacanciers) avant, durant et pendant leurs séjours**

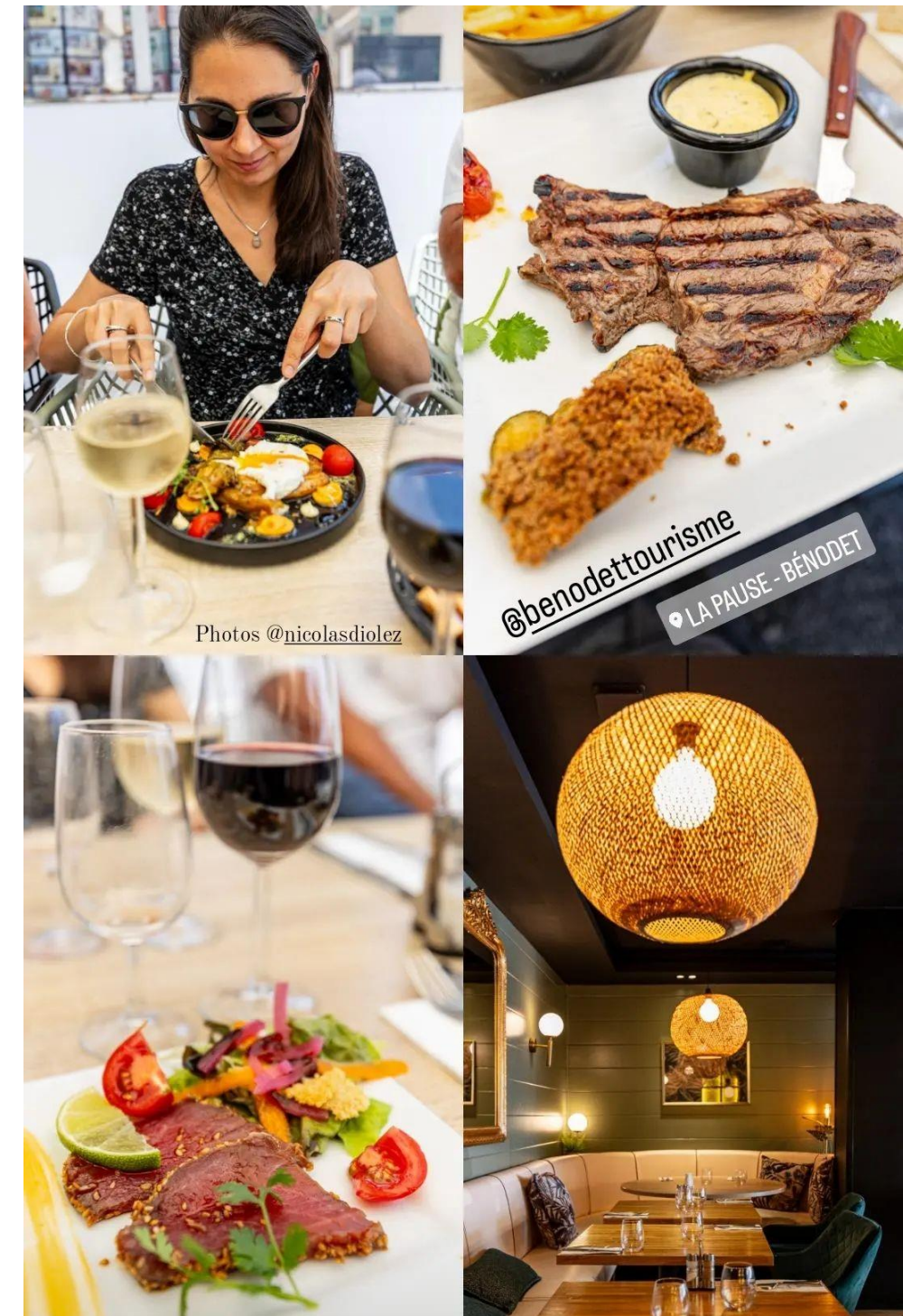
- Déployer un accueil et des services de qualité pour les visiteurs et les professionnels et ce tout au long de l'année.
- **Se tenir informé** des disponibilités des hébergements hôteliers en saison et des ouvertures de restaurants.
- **Développer un accueil numérique performant.**
- Poursuivre les engagements de la **marque Qualité Tourisme et de la catégorie I.**
- Poursuivre les engagements du **label Tourisme et Handicap** et du **label Accueil Vélo.**
- **Gérer la relation client** et les bases de données.
- **Veiller au respect de l'environnement dans le choix des achats et des investissements réalisés**, et plus largement au développement durable dans le fonctionnement de la structure et le management de l'équipe.





## ▪ Axe 2 - Promouvoir la station de Bénodet et la valoriser sur le marché français et sur les marchés étrangers

- Promouvoir Bénodet via les éditions print.
- Bénéficier des dynamiques de réseaux.
- Participer à des salons grand public.
- Communiquer sur Bénodet sur le marché français et les marchés étrangers.
- Valoriser Bénodet via le web.
- Promouvoir Bénodet via les réseaux sociaux.
- Développer la photothèque et les contenus vidéos.
- Développer les relations presse et blogueurs – influenceurs.





## ■ **Axe 3 – Contribuer à la mise en œuvre de la politique de développement touristique**

- Développer et renforcer les collaborations avec les réseaux, et tout particulièrement avec les réseaux locaux et régionaux :
  - Riviera Bretonne
  - Sensation Bretagne
  - OT29
  - OTB
  - ADN Tourisme
  - Tout Commence en Finistère
  - Destination Quimper Cornouaille

## ■ **Axe 4 – Coordonner la collecte et le suivi de la taxe de séjour**

- Suivre et optimiser la collecte de la taxe de séjour.
- Sensibiliser et informer les propriétaires.



- **Axe 5 – Gérer le service d’instruction des meublés de tourisme**
  - Conseiller les propriétaires lors de visites et assurer la promotion de leur meublé.
- **Axe 6 – Relayer et promouvoir des événements et des animations**
  - Proposer un événement autour de Noël sur une journée.
  - Valoriser les événements organisés par la ville.
  - Promouvoir les autres événements déployés sur la station (association, socio-professionnels...).
  - Promouvoir les événements organisés sur la Cornouaille.
- **Axe 7 – Développer et animer le réseau des socio professionnels de la station**
  - Développer la communication et les relations avec les professionnels et les sensibiliser aux démarches qualité et environnementales.
  - Animer le réseau des socioprofessionnels (workshop, réunions thématiques..)
- **Axe 8 – Commercialiser des produits et des services**
- **Axe 9 – Etudier et analyser l’activité économique**