

OFFICE DE TOURISME DE BENODET



PLAN D' ACTIONS 2025



9 AXES PRIORITAIRES



1

- Accueillir, conseiller et informer le visiteur (vacanciers, excursionnistes et habitants) avant, durant et après son séjour.

2

- Promouvoir la station de Bénodet et la valoriser en France et sur les marchés étrangers.

3

- Contribuer à la mise en œuvre de la politique de développement touristique.

4

- Coordonner la collecte et le suivi de la taxe de séjour.

5

- Gérer le service d'inscription des meublés de tourisme.

6

- Relayer et promouvoir des événements et des animations.

7

- Développer et animer le réseau des socio professionnels de la station.

8

- Commercialiser des produits et des services.

9

- Etudier et analyser l'activité touristique.

SOMMAIRE

1. Introduction

2. Accueillir et informer

3. Promouvoir Bénodet en France et à l'étranger

4. Les relations avec les partenaires

5. Les démarches de progrès

6. L'accompagnement des meublés et le suivi de la taxe de séjour

7. Etudier les pratiques et analyser l'impact du tourisme à Bénodet

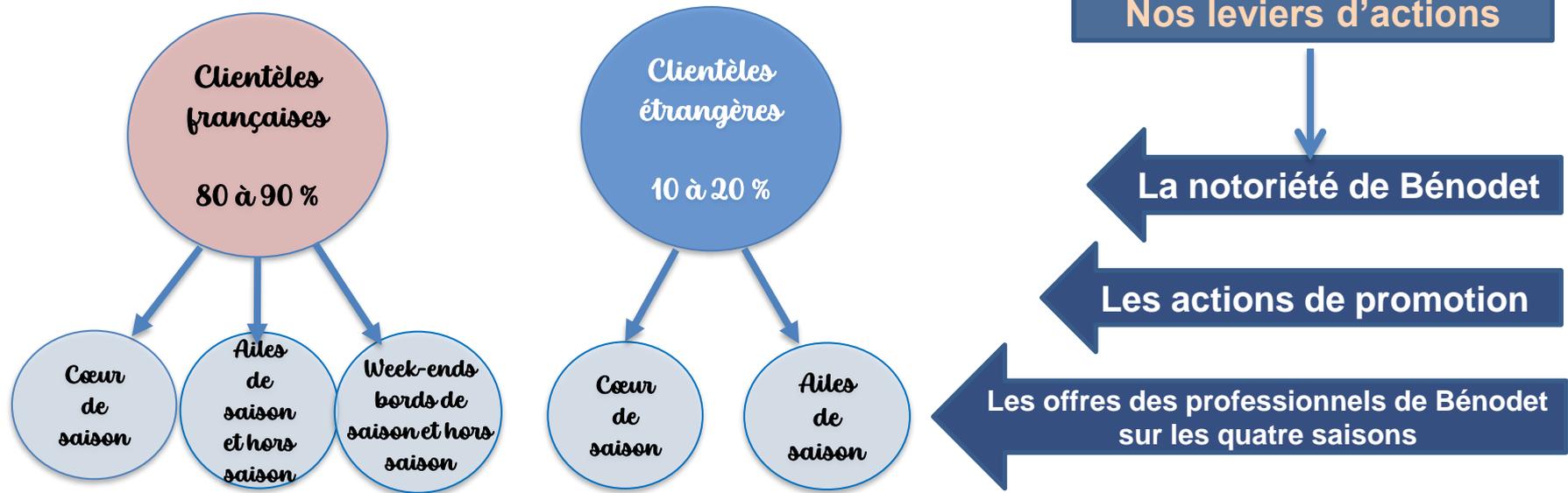
Plan d'actions 2025

1. LE POSITIONNEMENT TOURISTIQUE DE BÉNODET



Plan d'actions 2025

RAPPEL DE NOS CIBLES DE CLIENTLES



* 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 courts séjours, notamment sur les ailes de saison, les longs weeks-ends fériés et le hors saison)
2. **La Bretagne historique et le Grand Ouest** (incluant les Pays de la Loire)
3. **L'Île-de-France**
4. **Le Nord et les Hauts de France**
5. **Les marchés étrangers :**
 - Grande-Bretagne
 - Allemagne
 - Belgique
 - Pays-Bas

Par profil* :

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

Plan d'actions 2025



RAPPEL DE NOS CIBLES DE CLIENTELES



Cibles prioritaires - les amateurs de :

- Randonnées à pied et/ou en vélo.
- Plages et esprit « station balnéaire ».
- Loisirs pour enfants et adultes.
- Croisières en mer ou en rivière.
- Bien-être, détente et thalassothérapie.
- Gastronomie locale et traditions culinaires.
- Voile et activités nautiques.



Cibles secondaires - les amateurs de :

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

Plan d'actions 2025

NOS LEVIERS POUR 2025



4 Leviers essentiels Pour développer l'action de l'Office de Tourisme en 2025

L'EQUIPE

Une équipe recrutée sur ses compétences et son expertise métier avec un sens du service public, de l'accueil des publics et de la relation avec les professionnels.

LA STRATEGIE

La raison d'être de l'Office de Tourisme et la stratégie de communication et de marketing sont clairement définies dans un document cadre pour répondre aux enjeux du tourisme de demain à Bénodet.

1

2

3

4

LA FORMATION

Un programme de formation de 150 heures a été défini pour permettre à chaque salarié de pouvoir monter en compétence et à un niveau d'expertise élevé dans son cœur de métier

LES MOYENS

Le budget 2025 de l'Office de Tourisme permet d'engager un programme ambitieux



Plan d'actions 2025

2. ACCUEILLIR, CONSEILLER ET INFORMER LES VISITEURS



Plan d'actions 2025

1 – ACCUEILLIR, CONSEILLER ET INFORMER LES VISITEURS (AXE 1)



Mission 1 : Accueillir au mieux les visiteurs

- Continuer les éductours chez les partenaires pour connaître leurs offres et leurs services.
- Développer un jeu de piste pour les familles.
- Poursuivre les jeux concours organisés lors des vacances scolaires (hors période estivale) et ce en lien aussi avec les partenaires de la station via des lots à gagner.



Mission 2 : Disposer d'une information actualisée

- Faire une veille « active » concernant les partenaires (nouvelles offres, changement de concepts..).
- Suivre les ouvertures et fermetures des restaurants, des hébergements dont les meublés par plusieurs moyens (appels, tableau partagé, relances mails).

1 – ACCUEILLIR, CONSEILLER ET INFORMER LES VISITEURS (AXE 1)



Mission 3 : Optimiser et renforcer l'accueil via le numérique

- Gérer les demandes à distance (chat & réseaux sociaux).
- Valoriser l'application des « balades en Riviera Bretonne » et la version mobile du futur site.



Mission 4 : S'engager dans Destination d'Excellence et suivre les critères de la catégorie I

- Poursuivre la démarche qualité.
- Sensibiliser l'équipe au niveau d'exigence attendu.
- Continuer l'accompagnement par des experts extérieurs et le partage d'expériences.
- **Nouveau** : se préparer à l'audit du label Destination d'Excellence par un travail interne et de veille.

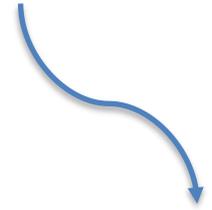


1 – ACCUEILLIR, CONSEILLER ET INFORMER LES VISITEURS (AXE 1)



Mission 5 : Gérer la Relation Client et les bases de données internes à l'OT

- Assurer une **veille régulière des fiches des partenaires** et **s'assurer que les informations soient pertinentes** pour les différentes cibles de visiteurs.
- **Continuer à se former aux outils métiers pour optimiser leur usage** (formation OT29 en intra, journées techniques inter-offices...).
- Suivre les statistiques de fréquentation par l'analyse régulière des données.



BATEAU LIBRE HÔTEL ***



2. PROMOUVOIR BENODET EN FRANCE ET A L'ETRANGER



Plan d'actions 2025



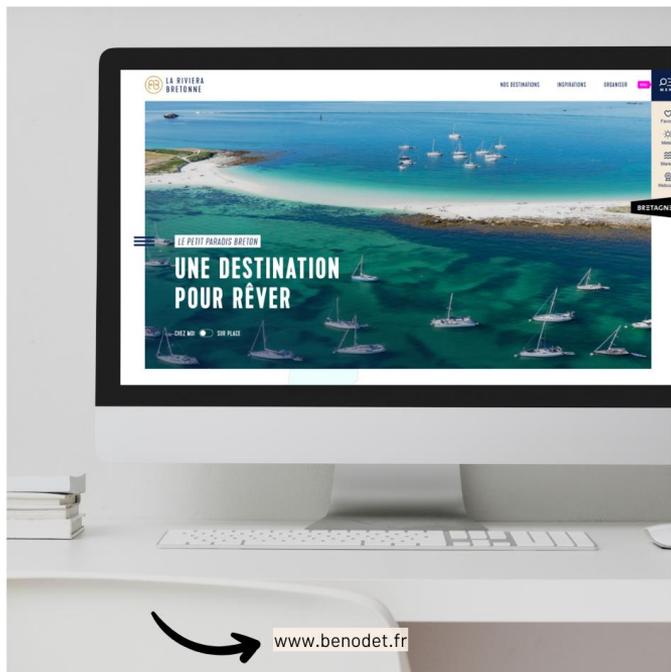
2 - PROMOUVOIR BENODET EN FRANCE ET A L'ETRANGER (AXES 2 & 6)



Mission 1 : Promouvoir Bénodet via le web

Nouveau :

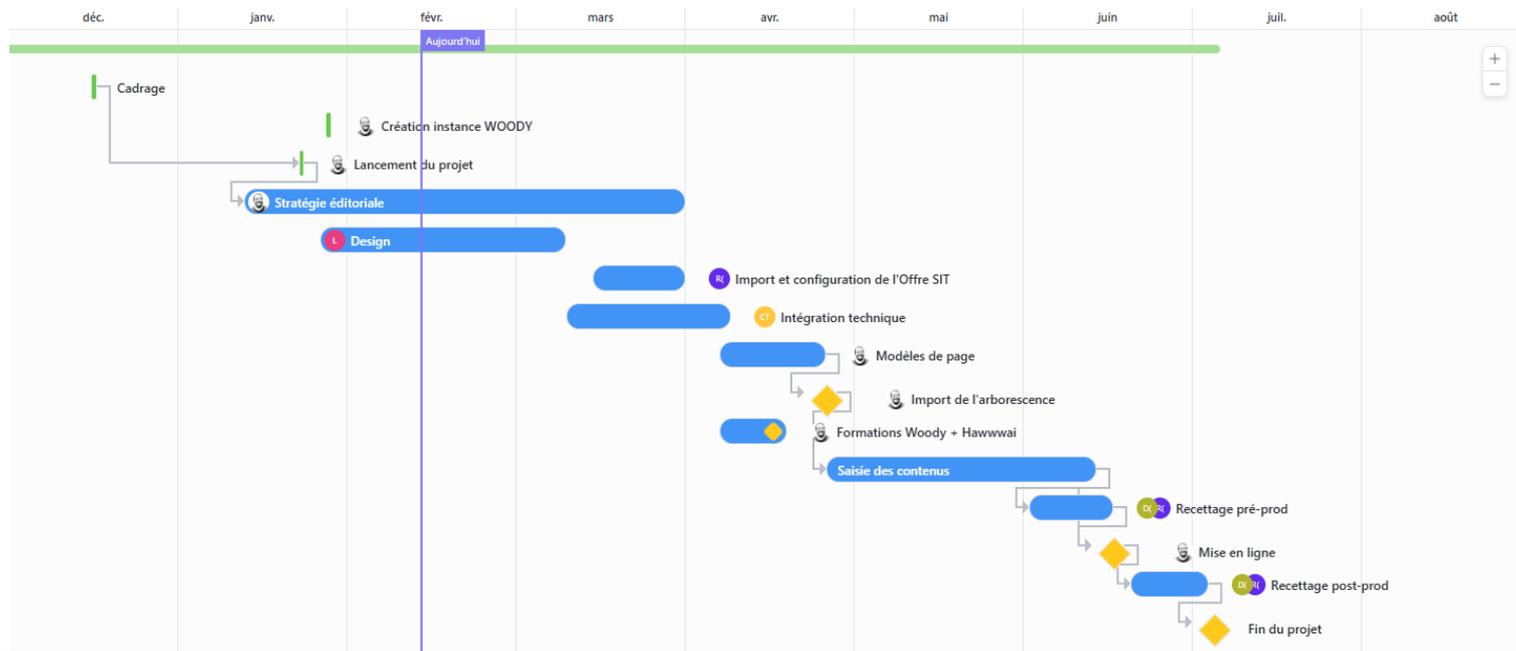
- Mettre en œuvre la refonte du site avec les offices de tourisme de la Riviera Bretonne et la CCPF.
- Créer une arborescence cohérente avec nos objectifs de communication digitale et nos cibles.
- Élaborer une stratégie éditoriale optimale en fonction du parcours client, afin de répondre aux attentes des visiteurs en matière de recherche d'informations.
- Définir le design du site web et les modèles de page tout en maintenant une cohérence visuelle et fonctionnelle avec les quatre autres sites existants.
- Optimiser le référencement naturel (SEO) pendant la création des contenus afin de maximiser le trafic organique sur le site.



2 - PROMOUVOIR BENODET EN FRANCE ET A L'ETRANGER (AXES 2 & 6)



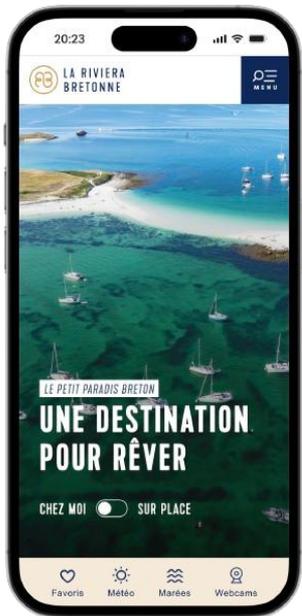
Mission 1 : Promouvoir Bénodet via le web



Plan d'actions 2025

2 - PROMOUVOIR BÉNODET EN FRANCE ET A L'ÉTRANGER (AXES 2 & 6)

Mission 1 : Promouvoir Bénodet via le web



- Se former aux outils utilisés par l'agence Raccourci : le Page Builder Woody et le système d'information touristique Hawwwai.
- Vérifier par un prestataire la **qualité du référencement** et l'optimiser au besoin.
- Mettre en place et prendre en main le **Roadbook**, développé par Raccourci, permettant d'améliorer la rapidité et la personnalisation des réponses aux demandes des visiteurs.



Mission 2 : Promouvoir Bénodet via le digital

- **Nouveau** : Construction d'une stratégie éditoriale pour 2025 avec l'agence conseils My Destination pour Bénodet mais aussi en lien avec la Riviera Bretonne.
- Organiser des campagnes ciblées de **sponsorisation** de posts avec un budget dédié.
- Poursuivre les **jeux concours** avec les partenaires.

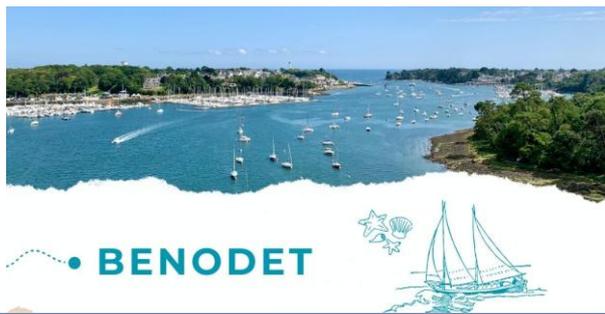


Plan d'actions 2025

2 - PROMOUVOIR BENODET EN FRANCE ET A L'ETRANGER (AXES 2 & 6)

Mission 3 : Enrichir la photothèque

- **Nouveau** : Former l'équipe à la prise de photos.
- Poursuivre les reportages photos et vidéos tout au long de l'année que se soit en interne, par la Riviera Bretonne ou Sensation Bretagne.
- Continuer à qualifier l'outil de la photothèque.



Mission 4 : Développer les relations presse

- **Nouveau** : Accueillir 5 journalistes allemands via le réseau Sensation Bretagne.
- **Nouveau** : Accueillir un voyage de presse autour du bien-être via Tourisme Bretagne.
- Remonter les nouveautés « presse » de Bénodet aux différents partenaires institutionnels.

2 - PROMOUVOIR BÉNODET EN FRANCE ET A L'ÉTRANGER (AXES 2 & 6)



Mission 5 : Promouvoir Bénodet via les campagnes collaboratives

- **Nouveau** : Valoriser Bénodet via des posts collaboratifs avec des OT voisins (Riviera Bretonne, autres OT..).
- **Nouveau** : Accueillir des nano influenceurs avec Sensation Bretagne.
- **Nouveau** : Participer à la campagne digitale menée par Tourisme Bretagne et la Brittany Ferries sur le marché anglais.



Mission 6 : Développer les relations avec des créateurs de contenus

- **Nouveau** : Solliciter des micro-influenceurs et créateurs de contenus pour bénéficier de leurs communautés pour faire rayonner Bénodet autrement et auprès de nouveaux publics.
- Répondre favorablement aux sollicitations des créateurs de contenus selon les opportunités et leur pertinence.

2 - PROMOUVOIR BENODET EN FRANCE ET A L'ETRANGER (AXES 2 & 6)



Mission 6 : Promouvoir Bénodet via le print

- **Rééditer les différents supports** : carnet d'adresses, plans, cartes d'hôtes...
- **Valoriser les itinéraires de randonnées** via les plans et le nouveau Guide du Promeneur.
- **Assurer une diffusion optimisée des supports** : accueil, envois de courriers, diffusion auprès des partenaires, et sur des salons...
- **Nouveau** : Inciter à un réemploi des documents.



Mission 7 : Participer à des salons grand public

- **Nouveau** : Participer au salon « Destination Nature » de Paris (salon organisé en parallèle du Salon Mondial du Tourisme) avec Sensation Bretagne et 13 Offices de Tourisme du réseau.

2 - PROMOUVOIR BENODET EN FRANCE ET A L'ETRANGER (AXES 2 & 6)

Mission 8 : Organiser des événements majeurs

- **Nouveau** : participer à l'opération régionale des Semaines du Tourisme Economique et des savoir-faire.
- **Co-financer l'organisation du feu d'artifice du 14 juillet et financer le feu d'artifice de Noël à Bénodet** et une partie des « féeries de Bénodet »
- **Relayer la promotion de ces événements largement.**



Mission 9 : Valoriser les événements de « Bénodet en fête » et les autres événements

- **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 les réseaux sociaux via des stories de teasing, etc.
- **Bien relayer les animations des associations.**

3. LES RELATIONS AVEC LES PARTENAIRES ET LA POLITIQUE DE DEVELOPPEMENT TOURISTIQUE



Plan d'actions 2025



3. LES RELATIONS AVEC LES PARTENAIRES ET LA POLITIQUE DE DEVELOPPEMENT TOURISTIQUE (AXES 3 & 7)



Plan d'actions 2025

3. LES RELATIONS AVEC LES PARTENAIRES ET LA POLITIQUE DE DEVELOPPEMENT TOURISTIQUE (AXES 3 & 7)



Les structures destinées à promouvoir un territoire et à développer l'attractivité touristique.

- Sensation Bretagne
- Tourisme Bretagne
- Riviera Bretonne
- Quimper Cornouaille Développement
- Tout Commence en Finistère

- Actions de promotion et des outils communs
- Les relations presse
- Les réunions thématiques, réunions de travail, AG.

Les fédérations destinées à représenter les intérêts des offices de tourisme et à valoriser leurs actions.

- OT 29
- Offices de Tourisme de Bretagne
- ADN Tourisme

- Outils métiers
- Démarches de progrès
- Veilles juridiques
- Evolutions sociales et conventionnelles.

3. LES RELATIONS AVEC LES PARTENAIRES ET LA POLITIQUE DE DEVELOPPEMENT TOURISTIQUE (AXES 3 & 7)



Mission 1 : Renforcer les liens avec les partenaires, connaître leur offre et les valoriser

- **Rencontrer les partenaires** (tournées de diffusion de documentation, éductours, rendez-vous à la demande, réunions, newsletters..).
- **Les valoriser par différents biais** : accueil, outils print et digitaux de l'OT, relations presse, jeux concours...



Mission 2 : Développer et renforcer la qualité de l'offre sur Bénodet

- **Sensibiliser les loueurs à l'intérêt du classement** et leur transmettre les outils nécessaires.
- **Faciliter les démarches pour les hébergeurs.**
- **Proposer un conseil personnalisé et gratuit** pour améliorer l'offre de location et de services.

Plan d'actions 2025

3. LES RELATIONS AVEC LES PARTENAIRES ET LA POLITIQUE DE DEVELOPPEMENT TOURISTIQUE (AXES 3&7)



Mission 3 : Proposer des événements B to B

- **Nouveau** : Organiser un premier éductour chez un partenaire. Les partenaires de l'Office de Tourisme pourraient ainsi découvrir un prestataire de Bénodet.



Mission 4 : Organiser des réunions thématiques

- **Nouveau** : Organiser une plénière à l'automne pour dresser le bilan de l'OT et une conférence sur un sujet d'actualité ou d'intérêt majeur.
- **Nouveau** : Réunions thématiques : le digital, la relation-client...
- Relayer l'atelier de sensibilisation au tourisme durable organisé par la Riviera Bretonne.

4. LES DÉMARCHES DE PROGRÈS



Plan d'actions 2025

4 - S'ENGAGER DANS DES DEMARCHES DE PROGRES (AXES 1 & 3)

Mission 1 : Destination d'Excellence

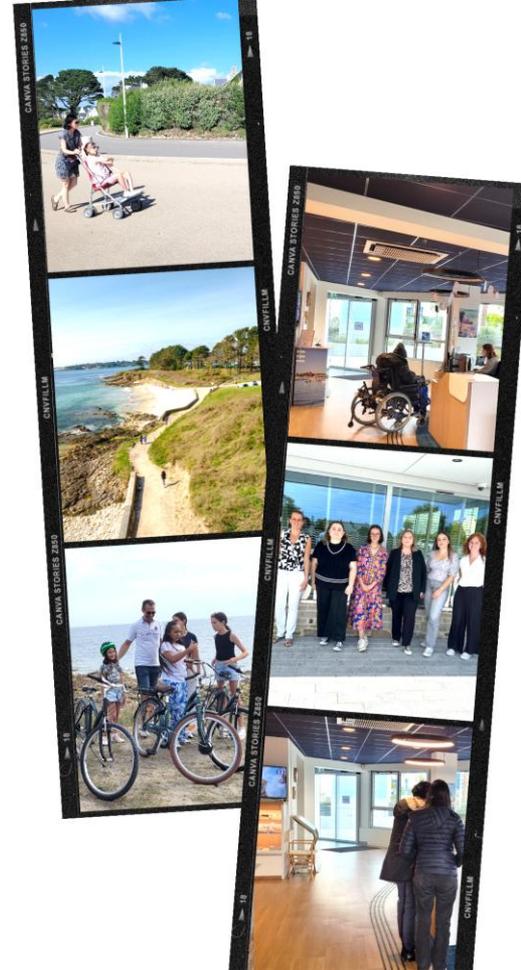
- Engager toutes les actions nécessaires pour répondre aux nouveaux critères.
- Engager l'équipe pour une performance globale.
- Organiser des actions internes et vers les professionnels et préparer l'audit mystère de 2026.

Mission 2 : Tourisme et Handicap

- Former toute l'équipe à l'accueil des publics en situation de handicap.
- Finaliser le recensement de l'offre sur les outils print et web

Mission 3 : Accueil Vélo

- Sensibiliser l'équipe aux exigences du référentiel.
- Recenser les partenaires avec une offre vélo.
- Valoriser davantage le cyclotourisme sur Bénodet.



5. L'ACCOMPAGNEMENT DES MEUBLÉS ET LE SUIVI DE LA TAXE DE SÉJOUR



Plan d'actions 2025

5 - L'ACCOMPAGNEMENT DES MEUBLÉS ET LE SUIVI DE LA TAXE DE SÉJOUR (AXES 4 & 5 & 7)



Mission 1 : conseils aux meublés de tourisme

- Réaliser une veille très active et actualiser les supports d'information.
- Être **expert** en premiers conseils pour les meublés.

Mission 2 : Faire connaître les missions de l'OT

- Accueillir les loueurs et les accompagner dès leurs premières démarches via une boîte à outils.
- Avoir une action plus pro-active pour les partenariats.

Mission 3 : Gérer la plateforme taxe de séjour

- Avoir toujours 2 personnes ressources en interne pour le conseil et l'accompagnement.
- Avoir une gestion rigoureuse des déclarations et des relances jusqu'à la taxation d'office.



GUIDE DU PARTENAIRE DE L'OFFICE DE TOURISME DE BÉNODET



Devenez partenaire de notre office de tourisme !



@BENODETOURISME

@TOURISME.BENODET



BENODET
LA STATION Cinq Étoiles

WWW.BENODET.FR

Plan d'actions 2025



6. ETUDIER LES PRATIQUES ET ANALYSER L'IMPACT DU TOURISME A BENODET



Plan d'actions 2025

6. ETUDIER LES PRATIQUES ET ANALYSER L'IMPACT DU TOURISME A BENODET (AXES 1 & 3)



Mission 1 : Etudier les pratiques tarifaires

- **Nouveau** : Participer à l'action proposée par Tourisme Bretagne et coordonnée par Sensation Bretagne sur le « positionnement prix » de la Bretagne par rapport à d'autres régions touristiques.

Mission 2 : Connaître le profil des clientèles

- **Nouveau** : S'inscrire dans l'opération d'observation des clientèles proposée par Tourisme Bretagne via l'outil Flux Vision (données Orange).
- Analyser les données pour mieux connaître les profils de nos visiteurs.

Mission 3 : Etudier l'activité touristique

- Analyser les enquêtes de saison auprès des partenaires.
- Analyser l'observatoire Headlight et le nombre de nuitées via la taxe de séjour.





Crédits photos : OT Bénodet, T.PORIEL, A. LAMOUREUX

Plan d'actions 2025

