


# ÉVALUATION DU SCHÉMA TOURISTIQUE 2017-2022

# Ecosystème touristique

Les habitants

## Au niveau régional

- Conseil régional : avec la direction régionale du tourisme et des patrimoines
- Comité Régional du tourisme (CRT)
- Observatoire régional du tourisme
- OTB : fédération des Offices de Tourisme de Bretagne : accompagnement des Offices de Tourisme

**Destination Kalon Breizh**

**Destination Baie de Saint-Brieuc - Paimpol Les Caps**

## Au niveau départemental

- Conseil Départemental
- Côtes d'Armor Destination (CAD)
- Observatoire départemental du tourisme : Armorstat
- Chambres consulaires

## Au niveau local

- Agglomération
- Communes
- Office de Tourisme Guingamp-Baie de Paimpol
- Les professionnels du tourisme
- Les associations environnementales, culturelles, sportives, patrimoniales

# Préambule

Lors de la fusion en 2017 des 7 collectivités composant aujourd'hui Guingamp-Paimpol Agglomération, les élus ont souhaité élaborer une politique touristique 2017-2022 en considérant les différentes politiques touristiques en cours avec les ex cdc et les spécificités de chacune d'entre elles.
La stratégie touristique, composée de 108 fiches actions, reprenait par conséquent les « coups partis » des ex cdc et Offices de Tourisme et proposait aussi de nouvelles actions émanant des groupes de travail réunis à cet effet.
Après 5 ans de stratégie éprouvée, il convient aujourd'hui d'évaluer l'action publique touristique et d'en tirer les conclusions nécessaires en vue de l'écriture du second schéma du tourisme et des loisirs, en phase avec les habitants dans un contexte social, sanitaire, touristique et économique mouvant.
Le document **est articulé autour de 3 axes, 11 objectifs soit 108 actions programmées et 35 non programmées.**
**I**l présente les résultats des différentes actions menées depuis 2017 jusqu'à aujourd'hui.
Il expose précisément si les actions ont été réalisées ou non, si elles sont en cours, leurs coûts et les subventions obtenues. Il tient compte aussi des indicateurs qui avaient été prédéterminés et des résultats attendus.

**Les questions évaluatives :**

- Les actions prévues ont-elles été mises en œuvre ?
- Quels en ont été les résultats et effets sur le développement touristique ?
- Quels ont été les moyens mis en œuvre ? Ont-ils permis de contribuer au développement touristique ?
- Les actions ont-elles pu bénéficier de subventions ?
- Quels ont été les freins ?
- Quels ont été les succès ?
- Quelles sont les actions à reconduire ? À arrêter ? À développer ?  A créer ?

# Contexte

Le schéma du tourisme 2017-2022 s'achève dans un contexte que nous pourrions qualifier de surprenant du fait de la crise sanitaire sans précédent que le monde entier vient de traverser ces deux dernières années.

Depuis cette crise débutée en mars 2020, renforcée par la guerre en Ukraine et des catastrophes naturelles (incendies), de nombreux changements se sont opérés dans le domaine du tourisme, notamment concernant le profil, les comportements et les demandes des clientèles. Les professionnels du tourisme ont également été impactés par ses changements, inflation, hausse des prix des marchandises, entrainant des difficultés à maintenir et développer leur activité…

Pour rappel en 2020, dans notre département, 19 millions de nuitées ont été comptabilisés par Côtes d'Armor Destination soit une perte de 20% par rapport aux années précédentes. La chute la plus notoire concerne les nuitées étrangères : la baisse avoisine les 47%. En revanche, on relève un fort succès en 2020 durant la période estivale des activités nautiques, randonnées à vélo et activités de découverte.
En 2021, la clientèle étrangère n'est pas revenue ; 59% des Français sont partis en vacances contre 53% en 2020 et 9 français sur 10 ont privilégié la France et les destinations de proximité. Côtes d'Armor Destination a pu observer une progression marquée des locations en secteur rural, notamment par la clientèle de Gîte de France.
La pandémie du covid-19 a impacté le comportement des touristes dans les domaines suivants :

- L'accentuation des réservations tardives
- Un développement des courts séjours et une baisse des dépenses
- Des recherches de prestations sur internet avec un développement de la réservation en ligne
- Un succès du tourisme expérientiel et du slow tourisme : pêche, sport-nature, savoir–faire, produits locaux, randonnées contées, nature…

# Contexte

En 2022, on a pu observer la reprise touristique tant attendue avec le retour des clientèles étrangères (belges, allemandes, britanniques et néerlandaises), la confirmation de l'engouement pour la randonnée, le tourisme à vélo, la pratique du vélo et le tourisme nature et de plein air en général. L'été aura été marqué par de forts épisodes répétés de canicule et des incendies en France et en Bretagne (Monts d'Arrée). Avec la crise pandémique et climatique, place à la (re)découverte de la nature et de soi. Certains besoins semblent avoir gagné en importance : dépaysement et déconnexion, découverte et enrichissement, convivialité et partage, retour à la nature et prise de conscience de l'environnement et de la grande nécessité de le préserver.

L'inflation et le prix de l'énergie ont pu constituer un frein à la consommation assez marqué (baisse du ticket moyen des restaurants et une baisse de la consommation de l'ordre de 20 à 30 % chez les commerçants en juillet) …
Dans ce contexte en perpétuel mouvement depuis deux ans, générant un sentiment d'incertitude et des changements dans les habitudes de consommation, l'évaluation du 1er schéma indiquera si l'écosystème touristique s'est suffisamment adapté aux nouvelles façons d'expérimenter le territoire, d'y vivre, de l'appréhender , de le découvrir, d'y séjourner.
L'agglomération a-t-elle atteint son ambition définie dès 2017 à savoir « créer une identité touristique pour le territoire afin d'en faire une véritable destination touristique » ? Les infrastructures du territoire sont elles adaptées aux nouveaux besoins des habitants pour leur offre de loisirs, des visiteurs, aux besoin des générations futures face aux enjeux climatiques ? Quelle sera la place de la Bretagne et de Guingamp Paimpol pour « le tourisme de demain »?

Guingamp Paimpol AGGLOMÉRATION

# Les axes stratégiques du schéma 2017 - 2022

## AXE 1

### RENFORCER LES PORTES D'ENTREE DU TERRITOIRE

- Signalétique
- Améliorer certains espaces d'accueil
- Accessibilité (handicap)
- Mobilité
- Numérique
- Labelliser le territoire
- Accompagnement porteurs projets
- Créer des liens entre les équipements et les sites

## AXE 2

### LES DIFFERENTS MODES DE DECOUVERTE DU TERRITOIRE

- Aménager et sécuriser les itinéraires
- Développer les services à destination des randonneurs
- Promouvoir les offres randonnées et aider à la promotion et communication des acteurs environnementaux
- Renforcement des animations sur les bords de saison
- Valorisation des patrimoines et des acteurs (naturel, culturel)
- Création de routes touristiques
- Pêche
- Nautisme

## AXE 3

### DÉVELOPPER LA VALORISATION DES SAVOIR-FAIRE

- Gastronomie : recenser les produits locaux et accompagnement des producteurs
- Artisanat d'art : recenser l'offre artistique et artisanale

# RENFORCER LES PORTES D'ENTREE DU TERRITOIRE

AXE 1

1 2 3 4

Guingamp Paimpol AGGLOMÉRATION

## 1 AMÉLIORER LA QUALITÉ DE L'ACCUEIL DES PORTES D'ENTRÉE

*1.1 Amélioration de la signalétique et accès aux sites*

### RÉALISÉE

- Mise en œuvre de la signalisation directionnelle SIL pour les communes de Ploubazlanec, Plourivo, Plouézec, Belle-Isle-en-Terre, Louargat et Guingamp
- accompagnement des communes de Loc Envel, Plougonver et de Pontrieux (dont SIL du BIT)
- Révision du schéma de signalisation

### NON RÉALISÉE

- Cheminement vers le centre ville depuis la gare de Pontrieux, Guingamp, Paimpol

### EN COURS

- Finalisation de la mise en œuvre de la signalisation locale d'information pour Guingamp
- Accompagnement en ingénierie de Runan (SIL + panneau d'animation routière), lancement du travail avec les communes de Ploumagoar et Kérien
- Lancement du programme des RIS communautaires : Mettre l'accent sur les portes d'entrée et la diffusion des flux = création des panneaux de renvoi d'une porte à une autre + Création de RIS de "séduction" qui seraient implantées principalement au niveau des portes d'entrée touristiques et physiques du territoire

### COÛT GLOBAL DES ACTIONS SUR LA DURÉE DU 1ER SCHÉMA ET SUBVENTIONS OBTENUES. ESTIMATION DES ACTIONS EN COURS

**SIL : 306 000 € , prévu 300 000 €**

- *Subvention conseil départemental* pour aire de camping car + signalétique sil + panneaux Lanleff + signal route des falaises + signal panneaux « festival du chant + photographie (RD7) : 125 000 euros
- *Subvention DETR* (fin octobre 2023) : 20,06% de 285 000 euros : 58 710 €. A ce jour, les dépenses sont de 169 848€ soit une subvention de 34 988,68€

**Panneau d'animation routière de Lanleff : 13 608,072 €**
*Subventions DETR* : inclus dans la sub DETR mentionnée ci-dessus

**RIS : 0 mais 2022-2026, prévu 125 000 €**
*Subventions DETR* : inclus dans la sub DETR mentionnée ci dessus

RENFORCER LES PORTES D'ENTREE DU TERRITOIRE

AXE 1

1 2 3 4

Guingamp Paimpol AGGLOMÉRATION

# 1 AMÉLIORER LA QUALITÉ DE L'ACCUEIL DES PORTES D'ENTRÉE

*1.1 Amélioration de la signalétique et accès aux sites*

## INDICATEURS

**Respect des fondamentaux du schéma signalétique à savoir** : respect de la réglementation routière et des règles de signalisation départementales et nationales et une information homogène sur le territoire, hiérarchisée et accessible à tous.
**Point fort :** accompagnement individualisé des communes, l'agglomération met ses compétences en termes d'ingénierie à disposition des communes pour répondre à une objectif commun, satisfaction des communes
**Frein**: une mission très chronophage et coûteuse, entrainant la révision du dit schéma en 2020. L'agglomération depuis 2020 intervient dans les communes en ingénierie mais n'a plus la maitrise d'ouvrage. En revanche, l'agglomération contribue financièrement à l'amélioration de la signalétique par le biais des fonds de concours aux communes mais aussi en participant financièrement aux lames mentionnant les patrimoines et sites retenus dans le schéma (100% si public, 50% agglo - 50% commune si sites et patrimoines privés)

- **Nombre de réclamations enregistrées à l'Office de Tourisme** : 868 remarques sur la signalétique

- **Taux de fréquentation de quelques sites :**
Maison de l'Estuaire depuis le 20 déc 2018 : 111 506 pers.
La roche aux oiseaux (Ploubazlanec) : depuis mai 2019 - 61 183 pers.
Tour de Kerroc'h : 29 avril 2019 : 35 500 pers
Plouézec – GR34 : 121 370 pers – depuis 2017

## ANALYSE

D'après les retours de l'Office de Tourisme dans le cadre de la procédure qualité, il est à noter que les remarques portant sur la signalétique ont tendance à baisser. Le travail réalisé par l'ex ccpg avant 2017 puis par l'agglomération jusqu'à aujourd'hui a porté ses fruits ; les remarques sont nettement moins nombreuses. Certes, de nombreuses communes de l'agglomération n'ont pu à l'heure actuelle bénéficier de l'ingénierie du service tourisme afin de les accompagner dans cette démarche de refonte ou d'actualisation de leur signalétique par manque de temps et au vu du coût élevé du matériel mais le travail réalisé a aussi très certainement facilité ou tout du moins incité à la visite de certains sites et/ou lieux (cf Les graphiques de la diapo suivante).
Concernant les relais d'informations sur site, le travail est en cours. Ces panneaux permettront non seulement une mise en valeur de la commune et de l'agglomération mais aussi indiqueront l'ensemble de notre potentiel touristique ; cela favorisera les flux sur le territoire.
Globalement, il est certain qu'une signalétique structurée et organisée invite le visiteur à découvrir le potentiel floristique, faunistique, culturel, histoire des communes. Même si la SIL permet de rendre plus lisible l'offre, elle ne permet pas néanmoins d'inciter à la visite des cœurs de villes comme Guingamp, Paimpol et Pontrieux. En revanche, les RIS pourraient jouer ce rôle. Les PIS (Panneaux d'Information sur Site), non encore pris en charge par l'agglomération, pourraient quant à eux apporter une valeur ajoutée à la découverte des sites.

RENFORCER LES PORTES D'ENTREE DU TERRITOIRE

AXE 1

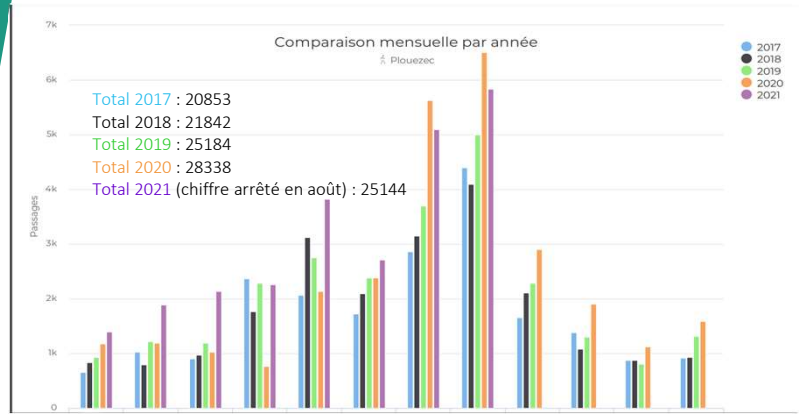
1 2 3 4

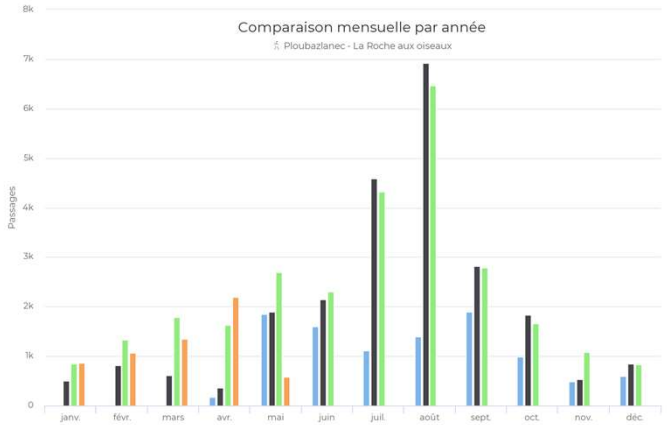
Guingamp Paimpol AGGLOMÉRATION

# 1 AMÉLIORER LA QUALITÉ DE L'ACCUEIL DES PORTES D'ENTRÉE

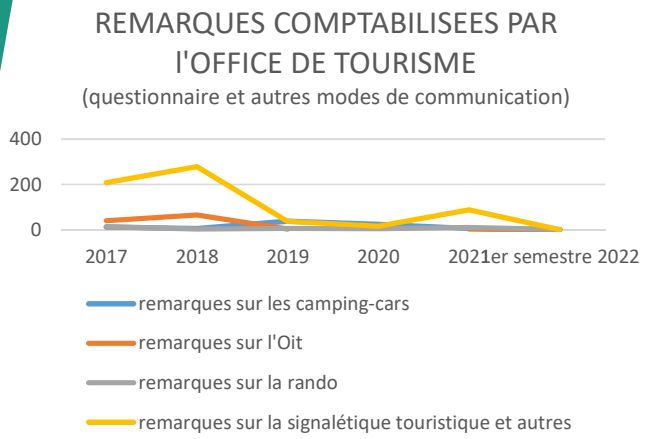
*1.1 Amélioration de la signalétique et accès aux sites*

## ANALYSE




Les deux graphiques ci-dessus révèlent précisément l'essor et la montée en puissance en termes de fréquentation, du GR34 à Plouézec et de la Roche aux oiseaux à Ploubazlanec. Cette croissance s'explique certes par la pose de signalétique indiquant ces lieux mais aussi très certainement en 2020 par l'engouement des Français à s'aérer après le confinement, l'envie de nature et d'air, une tendance qui s'est maintenue voire accrue en 2021 pour se confirmer en 2022. La randonnée, la balade, la découverte de sites naturels restent des activités gratuites plébiscitées de plus en plus par les habitants et touristes du fait d'un pouvoir d'achat affaibli et d'une appétence pour la reconnexion à la nature. (source graphiques: ecovisio)




Le graphique ci-contre témoigne d'une diminution des remarques formulées à l'Office de Tourisme à l'encontre des actions menées par l'agglomération. La tendance est baissière pour la signalétique et concernant les camping-cars et la randonnée, elle pourrait être qualifiée d'anecdotique. (source graphique oit)

RENFORCER LES PORTES D'ENTREE DU TERRITOIRE

# AXE 1

1 2 3 4

Guingamp Paimpol AGGLOMÉRATION

## 1 AMÉLIORER LA QUALITÉ DE L'ACCUEIL DES PORTES D'ENTRÉE

*1.2 Améliorer les espaces d'accueil des portes d'entrée*

### RÉALISÉE

**Amélioration de l'accueil et de la diffusion de l'information pour les portes d'entrée :**

- Mise en place d'une stratégie d'accueil et de diffusion de l'information touristique (SADI)
- Déménagement et modernisation du BIT de Pontrieux (2018)
- Installation d'un accueil mobile saisonnier à la Vallée des Saints depuis 2018
- Accueil mobile en gare de Pontrieux lors de l'arrivée de passagers de la Vapeur du Trieux
- Déménagement temporaire du BIT de Guingamp (2022)
- Mise en place d'un réseau d'ambassadeurs d'accueil depuis 2018 (11 équipements de loisirs en 2022) cf 2.1
- Création d'un parcours de formation en ligne pour les Ambassadeurs et les saisonniers touristiques du territoire « Bienvenue ici »

**Amélioration des accès et services en lien avec la mobilité :**

- Acquisition de racks à vélo pour les communes au nord du territoire et de 4 abris vélos sécurisés à Paimpol, Bégard, Lanleff et Plouézec + 5 abris vélos installés dans les haltes TER, 5 autres dans les haltes bus en lien avec le service mobilité.

### NON RÉALISÉE

- consignes à bagages
- recharge de vélos électriques à l'embarcadère de Bréhat

### EN COURS

- Réflexion concernant le BIT de Guingamp
- Réflexion concernant le BIT de Plouézec, la commune souhaitant passer en « Station classée de Tourisme » (cf diapo 4.1)
- Actualisation du SADI mutualisé avec Bréhat, pris en charge dans le cadre de « Bréhat site d'exception »
- Accompagnement de la Vallée des Saints sur leur projet de développement

### COÛT GLOBAL DES ACTIONS SUR LA DURÉE DU 1ER SCHÉMA ET SUBVENTIONS OBTENUES. ESTIMATION DES ACTIONS EN COURS

- **BIT Vallée des Saints** : 3 912 €
- **Racks et box vélo sur l'ex ccpg** : 18 620,98€. Dépenses majoritairement sur l'ex ccpg (du fait d'un projet initié par l'ex ccpg avec attribution de subventions) subventions axe 5.1
- **5 box vélos sur l'ensemble du territoire en 2022** : 25 157,08€ dont subvention région tourisme : 10 482 €
- **Modernisation du BIT de Pontrieux**: 18 000 €
- **Modernisation du BIT de Guingamp** : 45 000 € annuels en fonctionnement
- **Micro formation :** 4 860 € en fonct /an dont 1 460€ de prise en charge par la mission locale

RENFORCER LES PORTES D'ENTREE DU TERRITOIRE

AXE 1

1 2 3 4

Guingamp Paimpol AGGLOMÉRATION

# 1 AMÉLIORER LA QUALITÉ DE L'ACCUEIL DES PORTES D'ENTRÉE

*1.2 Améliorer les espaces d'accueil des portes d'entrée*

## INDICATEURS

- **le taux de fréquentation des sites complémentaires autour de la Vallée des Saints :** seul indicateur les landes de Plourac'h : depuis 2017, 15 161 visiteurs ont arpenté les landes de Saint Maudez. A titre comparatif l'écocompteur comptabilise 4 493 visiteurs à Plourac'h en 2021 contre 352 000 visiteurs à la Vallée des Saints
- **l'appréciation des visiteurs : aucune donnée disponible**
- **les chiffres de fréquentation des BIT** : OT Guingamp –Baie de Paimpol, 3ème OT du Département après Perros Guirec et Dinan

  40 320 demandes en 2021 / 30 359 demandes en 2020 (covid) / 54 658 en 2019
  49 376 demandes en 2018 / 50 287 en 2017

## ANALYSE

Afin d'être en mesure d'apporter de l'information à tous et en continu, l'Office de Tourisme a mis en place un réseau d'ambassadeurs fort apprécié par les visiteurs et habitants. Les Ambassadeurs sont un relais lorsque le bureau d'information touristique est fermé. Cela est aussi un moyen de créer du lien entre les équipements qui en plus de diffuser de l'information peuvent échanger, mettre en place des partenariats. L'Office de Tourisme, dans le but d'améliorer la diffusion de l'information et des flux sur le territoire, a d'ailleurs, installé un accueil mobile à la Vallée des Saints ouvert pendant la saison touristique depuis 2018. Cette installation avait pour objectif de garder les visiteurs sur notre territoire plus longtemps et de fournir une information de qualité avec un conseil engagé. Malgré cela et la fréquentation de la Vallée des Saints avoisinant les 350 000 visiteurs annuels, cela ne génère quasiment aucune retombée sur la fréquentation des sites voisins comme par exemple Les landes de Plourac'h, qui n'ont accueilli que 15 161 personnes entre le 1er janvier 2017 et aujourd'hui (juin 2022) ou le musée de l'Epagneul... Ce constat peut s'expliquer par le fait que les visiteurs de la Vallée des Saints ne recherchent pas spécialement à obtenir de l'information sur d'autres lieux ; ils souhaitent principalement s'informer sur le site lui-même.
En revanche, il est possible que ces visiteurs en grand nombre séjournent et donc consomment sur le territoire. D'ailleurs, le travail engagé sur les Relais d'Informations sur Site aura pour vocation d'inciter les visiteurs à découvrir des sites plus confidentiels à partir des grands sites touristiques du territoire sous un angle durable du fait d'un zoom sur une zone de visite d'un rayon d'environ 15km autour du site. Afin de parfaire la connaissance des saisonniers et des ambassadeurs du territoire, l'Office de Tourisme a conçu un outil de micro-formation en ligne en 2022 « bienvenue ici » à laquelle 114 personnes se sont inscrites.

Concernant l'amélioration des lieux d'accueil, une étude avec une assistance à maitrise d'ouvrage pour le BIT de Guingamp est programmée prochainement afin de rendre meilleures les conditions de travail des agents et d'accueil des visiteurs. En attendant, l'Office de Tourisme de Guingamp a été délocalisée à quelques mètres de l'actuel, dans un espace spacieux permettant d'accueillir dans de bonnes conditions.
Un projet est aussi en cours de réflexion à Plouézec, notamment pour relocaliser le BIT et de coupler l'accueil avec un espace scénographique sur l'estran.

L'agglomération tient aussi à améliorer les conditions d'accueil des visiteurs et notamment des cyclos et la qualité de vie des habitants en matière de services liés à la mobilité. Elle a par conséquent investi dans des abri-vélos et des racks positionnés à des endroits clés du territoire.

RENFORCER LES PORTES D'ENTREE DU TERRITOIRE

AXE 1

1 2 3 4

Guingamp Paimpol AGGLOMÉRATION

## 1 AMÉLIORER LA QUALITÉ DE L'ACCUEIL DES PORTES D'ENTRÉE

*1.3 Entamer une démarche d'accessibilité pour tous*

### RÉALISÉE

- Recensement des offres accessibles en partie ou en totalité
- Incitation à l'aménagement de certains lieux prioritaires
- 2022 : Formation d'un agent de l'Office de Tourisme à l'accompagnement des professionnels à l'obtention de la marque « Tourisme & Handicap »

### NON RÉALISÉE

- Promotion et communication de ces sites cf streetco : application qui permet aux personnes à mobilité réduite d'anticiper leurs déplacements

### EN COURS

- Accompagnement des porteurs de projets par le biais du dispositif d'aides touristiques (cf 4.2)
- Labellisation de l'Office de Tourisme et de Milmarin « Tourisme et handicap » prévue en 2023

### COÛT GLOBAL DES ACTIONS SUR LA DURÉE DU 1ER SCHÉMA ET SUBVENTIONS OBTENUES. ESTIMATION DES ACTIONS EN COURS

- Porteurs de projets : pas de subvention spécifique au handicap depuis la création du dispositif. A noter le financement de travaux d'accessibilité dans des projets de création et/ou de rénovation d'hébergement. Suite à des diagnostics de la CCI, 2 dossiers engagés pour l'obtention de la marque « Tourisme & Handicap ».
- Labellisation T & H :
  - Milmarin : investissement prévu : 5 000 € et 2 701€ en fonctionnement

RENFORCER LES PORTES D'ENTREE DU TERRITOIRE

AXE 1

1 2 3 4

Guingamp Paimpol AGGLOMÉRATION

## 1 AMÉLIORER LA QUALITÉ DE L'ACCUEIL DES PORTES D'ENTRÉE

*1.3 Entamer une démarche d'accessibilité pour tous*

### INDICATEURS

● **le nombre d'établissements labellisés handitourisme :** aucun établissement n'est labellisé « Tourisme et handicap » sur le territoire. En revanche, certains établissements sont accessibles en partie ou en totalité par un public en situation de handicap.
- 7 BIT, 7 hôtels, 6 restaurants, 12 équipements, 4 randos et des transports publics

● **le montant des aides versées fléchées « mise aux normes accessibilité » issues du dispositif** :
aucune mais, l'agglomération accompagne plusieurs projets vers la marque T & H en lien avec l'OT et la CCI : création d'un meublé à St Clet (une subvention pourrait être demandée à terme), création d'un autre à Ploëzal (idem possible sollicitation du porteur de projet pour une demande de subvention).

### ANALYSE

Malgré une ambition affichée de qualification de l'offre qu'elle soit du ressort du tourisme handicap ou de l'accueil rando, rando vélo... cette démarche a pris du retard mais a tout de même débuté.
Sur le tourisme handicap, l'Office de Tourisme a recensé l'ensemble des établissements, activités en capacité d'accueillir le public en situation de handicap. Afin de devenir une destination pour tous et de favoriser l'inclusion, l'agglomération et l'Office de Tourisme devront s'atteler à sensibiliser les professionnels et futurs porteurs de projets à ce label . Actuellement, le label destination pour tous, n'est pas du tout envisageable. Néanmoins, la qualification de l'offre accessible est prise en compte dans le plan d'actions de la Destination Touristique Baie de Saint-Brieuc Paimpol Les Caps - le coûts des diagnostics des 2 hébergements cités ci-dessus ont été pris en charge par la Destination (NB. la CCI facture une visite diagnostic T&H 250€)

RENFORCER LES PORTES D'ENTREE DU TERRITOIRE

AXE 1

1 2 3 4

Guingamp Paimpol AGGLOMÉRATION

## 2 FAVORISER LA DIFFUSION DES FLUX SUR LE TERRITOIRE

*2.1 Créer des liens entre les équipements /sites*

### RÉALISÉE

• **Création d'un Office de Tourisme (OIT) harmonisé à l'échelle de la nouvelle agglomération suite à la fusion des 7 territoires :**

- Accompagnement de la montée en compétences de l'équipe, professionnalisation des services de l'Office de Tourisme
- Création d'un pôle interne chargé de l'animation du réseau (350 partenaires) avec plan d'actions annuel et d'un plan de communication ad hoc
- Création d'un service réceptif (vente de séjours créant du lien avec les partenaires) avec autorisation à commercialiser
- Création d'une identité visuelle, d'une marque de territoire et d'un plan de communication annuel
- Création d'une bourse d'échanges de documentation organisée par l'Office de tourisme en 2018 et 2019
- Conduite d'éductours par l'Office de tourisme en 2018 et 2019
- Mise à disposition d'un outil de vente en ligne pour aider les professionnels à se digitaliser (ELLOHA)
- Mise à disposition d'un service de billetterie (au guichet et en ligne) pour les équipements de loisirs, excursions nautiques, organisateurs de manifestations…
- Mise en place d'un réseau d'ambassadeurs d'accueil de l'Office de Tourisme : 11 ambassadeurs essaimés sur la destination ( cf 1.1)
- Partenariat rédactionnel et publicitaire avec PUBLIHEBDOS à destination de la clientèle locale et habitants (depuis 2020) : 32 sujets locaux traités en pleine page par des journalistes et publiés dans 4 hebdos locaux
- Création de 21 expériences impliquant les acteurs locaux du tourisme sur le site internet de l'Office de Tourisme (et traduction en allemand et anglais)

• Création de l'événementiel « les traversées d'été et d'automne » en 2020 au titre de la relance 2020 (Covid 19)

### EN COURS

• Participation au dispositif régional « Vallée des Saints » et « Bréhat » sites d'exception
• Adhésion au programme européen Interreg Expériences de CAD 22
• Développement de la Semaine du tourisme économique et des Savoir Faire (vac de la Toussaint)
• Signalisation d'attractivité : création de RIS agglo couplé avec ceux de la commune lorsque cela est possible
• Création d'un Pass tourisme = carte privilèges ou carte loisirs permettant d'accéder à différents lieux de loisirs du territoire à tarif réduit à destination du grand public.

### NON RÉALISÉE

/

RENFORCER LES PORTES D'ENTREE DU TERRITOIRE

AXE 1

1 2 3 4

Guingamp Paimpol AGGLOMÉRATION

## 2 FAVORISER LA DIFFUSION DES FLUX SUR LE TERRITOIRE

*2.1 Créer des liens entre les équipements /sites*

### COÛT GLOBAL DES ACTIONS SUR LA DURÉE DU 1ER SCHÉMA ET SUBVENTIONS OBTENUES. ESTIMATION DES ACTIONS EN COURS

- coût annuel **Elloha** : 1 080 €
- Coût annuel **we** login (outil de caisse et de billetterie + outil de gestion de l'activité réceptive (groupe, séjours, visites guidées) : 4 600€
- **recettes réalisées au bénéfice du réseau local :** 535 000 € annuels de CA (avant Covid)
- coût estimé des RIS : 125 000 € , Subvention cf axe 1.1 , action amélioration de la signalétique et accès aux sites

RENFORCER LES PORTES D'ENTREE DU TERRITOIRE

AXE 1

1 2 3 4

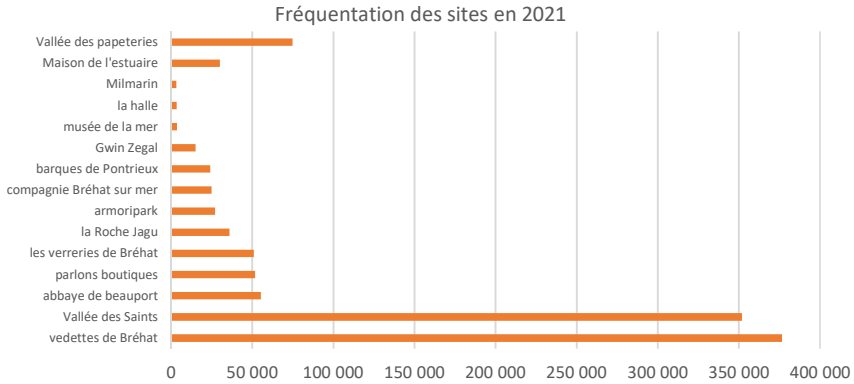
Guingamp Paimpol AGGLOMÉRATION

## 2 FAVORISER LA DIFFUSION DES FLUX SUR LE TERRITOIRE

*2.1 Créer des liens entre les équipements /sites*

### INDICATEURS

- le nombre de pass tourisme vendus ou offerts : le pass n'a pas encore été créé
- la fréquentation des sites (année de référence 2021) :




À ces chiffres s'ajoutent 29 953 visiteurs dans les landes de Saint Maudez à Plourac'h depuis 2011, 1 066 395 visiteurs à la Roche Jagu (chiffre relevé à l'entrée du site) depuis février 2013 et 129 601 personnes à parcourir le chemin de randonnée GR®34 à Plouézec. (source observatoire CAD)

### ANALYSE

Depuis 2017, l'Office de Tourisme et l'agglomération ont mis en œuvre de nombreux projets afin de créer du lien entre les sites et entre les socioprofessionnels. Cela a permis de mailler le territoire, d'effacer les éventuelles frontières des ex cdc, de fédérer les acteurs, et ainsi de rendre le séjour du visiteur plus facile à organiser et d'apporter de nouveaux services et loisirs aux habitants.
Les actions telles la création du pôle d'animation des socioprofessionnels, la bourse d'échanges, les éductours, ont favorisé la mise en œuvre de partenariats, la rencontre et par conséquent l'envie de construire ensemble.
Concernant les actions plutôt numériques, à savoir la mise en place d'outils de réservations et paiements en ligne de l'Office de Tourisme, cela a renforcé la qualité d'accueil du visiteur avant et pendant le séjour car celui-ci peut dorénavant acheter de nombreuses prestations sur le site de l'Office de Tourisme sans avoir à se rendre sur d'autres sites internet. C'est aujourd'hui un mode de consommation très prisé.
Enfin, les actions de communication de l'Office de Tourisme ont eu aussi un impact sur la fréquentation des sites et par conséquent l'incitation à la découverte de l'ensemble du territoire. Les chiffres ci-dessus attestent que les touristes circulent plus ou moins sur l'ensemble du territoire. Deux sites/équipements situés aux extrémités ressortent nettement en termes de fréquentation : les Vedettes de Bréhat, assurant les allers-retours depuis la pointe de l'Arcouest vers Bréhat (+visite autour de l'île), puis la Vallée des Saints, site dont l'accès est gratuit, composé de plus d'une centaine de statues géantes. Les vedettes de Bréhat avaient en 2020 évoqué dans un de leurs magazines la Bréhatine, diffusés aux passagers les atouts touristiques de Belle Isle en Terre; l'action visait clairement à renvoyer sur d'autres lieux touristiques. Quant à la Vallée des Saints, c'est une des raisons pour lesquelles il a semblé opportun d'y installer un accueil mobile.
Avec des chiffres certes plus faibles mais tout aussi importants, l'abbaye de Beauport, Parlons boutiques, les verreries de Bréhat et la Vallée des Papeteries comptabilisent plus de 50 000 passages par an. La répartition des visiteurs est relativement bien essaimée sur l'ensemble de la destination ; tout n'est pas concentré dans une seule zone. Elle reste certes majoritairement ciblée sur les incontournables mais elle démontre que les différentes actions et outils déployés pour diffuser les flux portent leurs fruits dans la durée, ex création de jeux de piste, d'expositions temporaires et pérennes, animations, randonnées… L'agglomération, si elle souhaite continuer à œuvrer dans ce sens, devra se donner tous les moyens avec ses partenaires pour inciter à la découverte. L'effet naturel du ruissellement n'existe pas, il faut le déclencher. Pour cette raison, l'agglomération et l'Office de Tourisme, en lien avec la destination Saint Brieuc Paimpol Les Caps mènent actuellement une réflexion sur la création d'un système numérique permettant de pousser de l'information auprès des habitants et visiteurs en fonction de leur goût, de leur profil, de leur temps de présence sur le territoire. En effet, cet outil serait en mesure d'apporter une solution aux personnes qui veulent détenir l'information sans avoir à la chercher (Une enquête menée auprès des habitants du territoire pendant la période mai- juin 2022 révèle que les habitants et visiteurs se déplaceraient davantage et plus facilement s'ils n'avaient pas à chercher l'information et si celle-ci leur parvenait directement).
Toutes ces actions ont pour effet la création d'une dynamique de réseau qu'il conviendra prochainement de conforter, d' améliorer et de densifier. Attention toutefois à ne pas faire de la diffusion des flux une préoccupation majeure. Le sujet est certes un enjeu mais deux éléments (a minima) importants sont à prendre en compte ; le changement climatique qui n'incite guère aux déplacements excessifs et le contexte social et économique actuellement plutôt défavorable à une utilisation intense de la voiture du fait du coût élevé de l'énergie. Si la diffusion des flux est une priorité, alors il conviendra de proposer des modes de déplacement alternatifs et dans ce domaine, l'agglomération a d'ores et déjà démarré les actions (détaillées diapo 17, cf 2,2.)

RENFORCER LES PORTES D'ENTREE DU TERRITOIRE

AXE 1

1 2 3 4

Guingamp Paimpol AGGLOMÉRATION

## 2 FAVORISER LA DIFFUSION DES FLUX SUR LE TERRITOIRE

*2.2 Améliorer la mobilité sur le territoire (comment peut on mieux se déplacer?)*

### RÉALISÉE

- Révision des RIS camping-cars sur le territoire de l'ex CCPG
- Mise en place de navettes retour ou aller pour les itinérants du GR®34
- Mise en place de navettes estivales depuis le lieu de séjour ou le domicile aux sites touristiques AXEO (1€)
- Mise à disposition de voitures pour développer l'autopartage, dispositif non accessible aux touristes
- Opération scoot n'job : mise à disposition d'une dizaine de scooters pour les travailleurs saisonniers de Paimpol
- Mise en place du service Axeo Vélo par Axeo : location de 180 vélos mis à disposition des habitants
- Actions incitatives au covoiturage régulier : création de la plateforme ouestgo.fr à l'échelle du grand ouest. L'agglomération est adhérente depuis 2020

### NON RÉALISÉE

- étude de mobilité par CAD et sa mise en œuvre
- mise en place d'un moyen de locomotion permettant de relier la VDS à la gare de Carnoët
- développement partenariat avec la SNCF

### EN COURS

- Faciliter l'accès à l'île de Bréhat : réflexion engagée avec la Région, le Département et les communes concernées pour améliorer l'accueil des visiteurs et initier un plan de mobilité

- Lancement d'une étude par le service Mobilité de l'agglomération pour la création d'un schéma vélo pour le vélo au quotidien et le vélo tourisme

### COÛT GLOBAL DES ACTIONS SUR LA DURÉE DU 1ER SCHÉMA ET SUBVENTIONS OBTENUES. ESTIMATION DES ACTIONS EN COURS

- coût Scoot'n job : 13 867 €, subvention : 9 707. Le coût pour l'agglomération s'élève à 4 160€

RENFORCER LES PORTES D'ENTREE DU TERRITOIRE

AXE 1

1 2 3 4

Guingamp Paimpol AGGLOMÉRATION

## 2 FAVORISER LA DIFFUSION DES FLUX SUR LE TERRITOIRE

*2.2 Améliorer la mobilité sur le territoire (comment peut on mieux se déplacer?)*

### INDICATEURS

• le nombre de séjours vendus « la Bretagne, sans ma voiture » : 42 escales gourmandes (produit composé de 2 nuits à l'hôtel, un repas, deux pique nique, une visite, découverte de Bréhat, une location de vélos et 2 pauses iodées (composé de 2 nuits à l'hôtel, deux diners, un soin, visite de Bréhat)

• le nombre de nouvelles entreprises créées en lien avec les transports : 1 entreprise créée et deux autres sont actuellement accompagnées par l'agglo

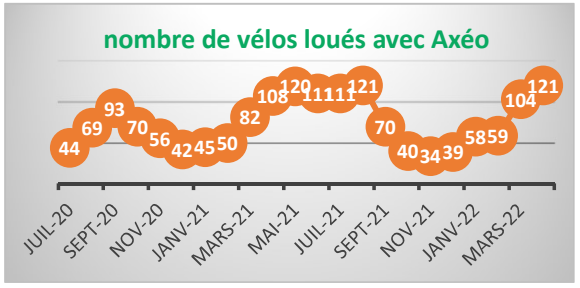
• la fréquentation de la ligne 24 pour se rendre sur le GR®34 : actuellement il n'est pas possible de dissocier les personnes utilisant cette ligne pour se rendre sur le GR®34 et celles qui l'utilisent à d'autres fins.

• le nombre de réservations de la navette été 2021 : 6 réservations pour 10 personnes. En 2022, le service a été utilisé par 54 personnes afin de se rendre majoritairement à Armoripark à Bégard, à Pontrieux et à la plage de la Tossen à Paimpol.

• le nombre de plaintes enregistrées à l'Office de Tourisme concernant les « embouteillages/encombrements » : toutes les plaintes ne sont pas spécialement enregistrées. En effet, les visiteurs se rendant à Bréhat ne repassent pas à l'Office de Tourisme pour faire part de leur mécontentement quant aux embouteillages et à l'attente. Ceci dit, en 2018, l'Office de Tourisme a enregistré 7 remarques (et de nombreuses insatisfactions non notées le week-end du 8 mai), 1 en 2019 et 4 en 2020.

• les recettes du parking « pointe de l'Arcouest » : Afin de rendre cet indicateur plus lisible et plus explicite, le choix a été fait de communiquer sur les chiffres de fréquentation des parkings. Entre 2017 et 2020, de mars à novembre, une moyenne de 49 848 voitures (médiane 51 384 ) et 3 773 camping-cars ( médiane 3 681) ont stationné sur les parkings de la pointe de l'Arcouest .

• le nombre de locations de vélos : courbe sinusoïdale illustrant la saisonnalité de l'activité. Des pics au Printemps et en été et des creux en automne et en hiver.



RENFORCER LES PORTES D'ENTREE DU TERRITOIRE

1

1 2 3 4

Guingamp Paimpol AGGLOMÉRATION

## 2 FAVORISER LA DIFFUSION DES FLUX SUR LE TERRITOIRE

### *2.2 Améliorer la mobilité sur le territoire (comment peut on mieux se déplacer?)*

### ANALYSE

L'agglomération a beaucoup œuvré ces dernières années dans le domaine de la mobilité en mettant en place de nombreux services à destination des habitants et touristes. Il est certain que notre territoire pourra difficilement desservir toutes les communes, toute l'année, à toute heure avec un service de transport collectif du fait de sa superficie mais aussi des coûts que cela engendrerait. En revanche, l'enjeu est de faire en sorte que des habitudes « plus vertes » s'installent grâce à une offre multimodale : par exemple, prendre un vélo à un endroit et le remettre à un autre, développer l'autopartage en pratiquant des tarifs un peu plus attractifs qu'ils ne le sont actuellement, sont des pistes d'amélioration…

Les produits « sans ma voiture » commercialisés par l'Office de Tourisme attestent néanmoins de la possibilité de venir et séjourner sur le territoire sans voiture ; il reste malgré tout de la marge avant que cela ne devienne une habitude.

La mobilité des saisonniers et des jeunes en général est un sujet sur lequel l'agglomération s'est aussi penchée avec ses partenaires et notamment la mission locale. Peut être serait il possible d'utiliser davantage les navettes AXEO et le TER (colonne vertébrale du territoire) en adaptant davantage les horaires et en permettant d'y charger un autre moyen de déplacement comme le vélo ou la trottinette. Trop souvent, actuellement, le vélo ne peut être embarqué dans ces modes de transport et c'est problématique pour développer la mobilité douce. S'il est possible de se rendre à Paimpol de Carnoët ou de Plougonver pour par exemple aller faire du maraichage, comment le travailleur saisonnier ou le jeune atteint les zones de maraichage de Ploubazlanec. Le vélo pourrait être une solution.

La mobilité sur le territoire c'est aussi une prise en compte des problématiques d'embouteillages récurrents à Paimpol principalement en été afin de se rendre à Bréhat. Sur ce sujet précis, dans le cadre de la démarche de qualification de Bréhat en site d'exception, une réflexion est en cours afin de missionner un cabinet pour l'écriture d'un plan de mobilité.

L'agglomération a aussi pour projet imminent la réalisation d'un plan vélo communautaire afin d'offrir une alternative concrète à la voiture personnelle en indiquant des itinéraires cohérents et des trajets sécurisés quand cela est nécessaire. Cela vient en complémentarité des projets communaux (ex. des communes de Ploubazlanec, Paimpol et Plourivo) dont l'objectif commun est d'équiper le territoire d'un maillage concerté de cheminements.

RENFORCER LES PORTES D'ENTREE DU TERRITOIRE

AXE 1

1 2 3 4

Guingamp Paimpol Agglomération

## 3 RENFORCER LA STRATÉGIE NUMÉRIQUE DE TERRITOIRE

*3.1 Améliorer les outils numériques et développer la e-réputation*

### RÉALISÉE

- Création du site internet de l'Office de Tourisme (156 000 visiteurs uniques en 2021) et mise en place d'une boutique de vente en ligne
- Valorisation de la destination au travers de 6 pages Facebook et une page Instagram et d'une page LinkedIn.
- Promotion du dispositif d'aides touristiques sur le site internet de l'agglomération

### NON RÉALISÉE

- Étude technique du wifi territorial
- Modernisation de la borne du BIT de Belle Isle en terre .

### EN COURS

- Mise en place d'un outil de push marketing par la Destination touristique Baie de Saint Brieuc Paimpol Les Caps
- Mise en place d'un outil de Gestion de la Relation Client : accompagnement en cours par E. Breizh Connexion (80% de prise en charge)

### COÛT GLOBAL DES ACTIONS SUR LA DURÉE DU 1ER SCHÉMA ET SUBVENTIONS OBTENUES. ESTIMATION DES ACTIONS EN COURS

- coût site internet : 15 000 €
- coût modules transactionnels : cf diapo 2.1 (fonctionnement Elloha et we login : 5 680 € /an)
- coût outil numérique push marketing de la Destination : 120 000 € (à la charge de la Destination à laquelle l'agglomération apporte annuellement une contribution financière au prorata du nombre d'habitants et de lits touristiques). À cela s'ajoute le coût de fonctionnement annuel : 6 072€.

RENFORCER LES PORTES D'ENTREE DU TERRITOIRE

AXE 1

1 2 3 4

Guingamp Paimpol AGGLOMÉRATION

# 3 RENFORCER LA STRATÉGIE NUMÉRIQUE DE TERRITOIRE

## *3.1 Améliorer les outils numériques et développer la e-réputation*

### INDICATEURS

- **Le nombre de connexions wifi** : aucune en lien avec les spots wifi initialement prévus car le projet a été abandonné. En revanche, l'Office de Tourisme a enregistré en 2021 **380** connexions (plantage du boitier wifi février à août), en 2020-**864** connexions ; en 2019 -**3443** connexions ; en 2018 - **2804** connexions ; en 2017 -**2451** connexions
Pour les autres bureaux (une seule année de référence : 2021, wifi installé au printemps 2021), BIET : **168** connexions ,BEGARD : **67** connexions, PONTRIEUX : **329** connexions, GUINGAMP : **411** connexions. Pour 2022, pour l'instant **1929** connexions ont été enregistrées sur les 5 bureaux.

- **Le nombre de visites du site de l'Oit** : 155 769 visiteurs en 2021, 124 420 visiteurs en 2020, 115 398 visiteurs en 2019. De plus environ 10 500 abonnés pour une portée de 250 000 comptes ont vu les publications de l'Office de Tourisme sur FB.

- **le nombre de ventes par le biais du site de l'Oit :** Le chiffre d'affaires réalisé via la boutique en ligne de l'Office de Tourisme est de 2 283€ (depuis début juin 2022 au 01/08)

### ANALYSE

Les différents outils numériques mis en place par l'Office de Tourisme sont indispensables à la diffusion de l'information mais aussi à la commercialisation. L'Office s'est récemment doté d'outils performants au service de la clientèle de façon à ce que la personne n'ait pas plusieurs sites à parcourir pour réaliser son achat. Le site internet de l'Office de Tourisme est l'outil incontournable à disposition de tous pour découvrir l'ensemble de l'offre du territoire.
Pour cette raison, les RIS d'attractivité qui seront prochainement placés stratégiquement sur le territoire permettront de favoriser la consultation du site internet de l'Office de Tourisme (via un QR code) = l'objectif est d'attirer le visiteur grâce à un visuel accrocheur et volontairement synthétique et ensuite de l'inciter à se renseigner sur le site web.

Afin d'améliorer le parcours du visiteur, l'Office dans le cadre de la stratégie portée par la destination, s'est tourné vers un outil innovant et en phase avec les nouveaux besoins ; un outil de push marketing. C'est au profit de la création de cet outil que le projet d'installation de spot wifi a été abandonné. En effet, le projet paraissait désuet au regard des nouvelles pratiques numériques et surtout du fait que la plupart des visiteurs ont un téléphone avec un abonnement internet.
Le visiteur découvrira instantanément l'offre se trouvant autour de lui et dans les environs en fonction de son profil. Il recevra des informations ciblées sans même avoir à les chercher (en fonction de son accord).

C'est aussi pour cette raison (l'acquisition d'un outil push) que la borne interactive positionnée sur la devanture du bit de Belle-Isle-en-Terre n'a pas été renouvelée. Le nouvel outil Push , en plus des informations diffusées par les restaurateurs, commerçants, équipements de loisirs tels que l'aquarium (ambassadeur de l'Oit) permettront un accès à l'information facile. L'information touristique est aujourd'hui disponible en mobilité.

RENFORCER LES PORTES D'ENTREE DU TERRITOIRE

AXE 1

1 2 3 4

Guingamp Paimpol AGGLOMÉRATION

# 4 FAVORISER LA DIFFUSION DES FLUX SUR LE TERRITOIRE

*4.1 Labelliser le territoire*

## RÉALISÉE

• Obtention de la dénomination « commune touristique » pour l'ensemble du territoire
• Obtention de la marque Qualité Tourisme pour l'Office de Tourisme en 2019
• Obtention du classement Catégorie I pour l'Office de Tourisme en 2021 (catégorie supérieure)
• Obtention du label « Tourisme équitable et solidaire » pour l'Office de Tourisme en 2022

## NON RÉALISÉE

• obtention du label destination rando : le label n'existe plus.

## EN COURS

• Accompagnement de la commune de Plouézec dans sa candidature au classement "Station classée de Tourisme » par le biais du projet BIT + espace scénographique de l'estran

## COÛT GLOBAL DES ACTIONS SUR LA DURÉE DU 1ER SCHÉMA ET SUBVENTIONS OBTENUES. ESTIMATION DES ACTIONS EN COURS

• Les actions de cet axe sont principalement imputables à des dépenses d'ingénierie

RENFORCER LES PORTES D'ENTREE DU TERRITOIRE

AXE 1

1 2 3 4

Guingamp Paimpol AGGLOMÉRATION

# 4 FAVORISER LA DIFFUSION DES FLUX SUR LE TERRITOIRE

*4.1 Labelliser le territoire, les communes (station verte, village étape, commune fleurie, station classée… port patrimonial)*

## INDICATEURS

- nombre de communes accompagnées : toutes (57) pour la dénomination « commune touristique » pour l'ensemble du territoire

- labels obtenus : aucun car l'agglomération n'a accompagné aucune commune sur l'obtention d'un label. En revanche, l'agglomération a pris part à des groupes de travail pour le label port patrimonial de Loguivy, station de tourisme pour Plouézec – de plus, des actions de l'agglomération permettent de renforcer les labels existants ; tel est le cas pour les communes de Louargat (Label Villes et Villages Fleuris) et de Belle-Isle-en-Terre (Village Etape) grâce au programme de signalisation touristique mené par l'agglomération.

- indicateurs sur le nombre de labels et la qualité des labels relevés par le stagiaire : la mission n'a pas été réalisée du fait d'une repriorisation des actions de la feuille de route du service

## ANALYSE

L'obtention de labels n'est pas une fin en soi ; en revanche elle permet de se distinguer par rapport à d'autres communes ou territoires qui n'en n'auraient pas

⇨ ***Le label est en quelques sortes une plus value différenciante***

Le label permet également de s'inscrire dans un réseau propice au développement des partenariats et peut parfois favoriser l'obtention d'aides financières.

Il incite aussi les socio-professionnels à s'inscrire dans une démarche de progrès en qualifiant et diversifiant leur offre .

⇨ ***Le label est aussi un levier de valorisation et de développement***

Quelques labels peuvent parfois aussi permettre d'attirer de nouveaux touristes car le label reflète la volonté de la collectivité à protéger, valoriser et transmettre ses patrimoines (naturels et culturels)

⇨ ***Le label est gage de qualité et d'accueil***

Enfin, l'obtention de la **dénomination touristique** en mars 2021 pour les 57 communes de l'agglomération formalise le caractère touristique de l'ensemble du territoire. Cette distinction nationale, délivrée par arrêté préfectoral, matérialise bien le souhait de Guingamp-Paimpol Agglomération de fédérer toutes les communes autour d'un projet cohérent et porteur.

RENFORCER LES PORTES D'ENTREE DU TERRITOIRE

AXE 1

1 2 3 4

Guingamp Paimpol AGGLOMÉRATION

# 4 FAVORISER LA DIFFUSION DES FLUX SUR LE TERRITOIRE

*4.2 accompagner les porteurs de projets*

## RÉALISÉE

- Renforcement du partenariat entre la ville de Bégard et l'agglomération pour combiner une offre entre Armoripark et le camping du Donant (Bégard) , 2020
- Elaboration d'une étude en matière de développement, de dépenses maitrisées et de stratégie d'investissements pour le camping du Donant → étude réalisée par la SCET en 2021, vente de l'équipement à un privé mars 2022.
- Création d'un lieu insolite avec restauration à l'Abbaye de Beauport → ouverture de « L'herbe folle », restaurant/salon de thé et espace de création collective du patrimoine, en avril 2020.

## NON RÉALISÉE

/

## EN COURS

- Développement et qualification du produit Vapeur du Trieux → définition d'un projet de principe en cours / passage de la proposition en conseil d'agglomération d'octobre
- Accompagnement des porteurs de projet en lien avec la stratégie de l'agglomération → de 2017 à août 2022, accompagnement de 191 porteurs de projets touristiques dont 26 dossiers financés par l'agglomération via le dispositif d'aide au tourisme et le PASS commerce artisanat (co-financement régional)

## EN PLUS

Actions supplémentaires mises en œuvre :

- Accompagnement des porteurs de projets → accompagnement ciblé dans le cadre de la crise sanitaire (en partenariat avec le service développement économique) et relai du dispositif d'aide de l'Agglomération spécifique à la relance post-covid
- Gestion du gîte de Coat Ermit (Plourivo) → mise en place d'un partenariat entre le Conservatoire du littoral, Plouharmor et Guingamp-Paimpol Agglomération

## COÛT GLOBAL DES ACTIONS SUR LA DURÉE DU 1ER SCHÉMA ET SUBVENTIONS OBTENUES ESTIMATION DES ACTIONS EN COURS

- Camping du Donant → travaux réalisés par l'agglomération en 2018 pour un montant de 120 783€ HT
- Vapeur du Trieux → 10 000€ (8 k€ en 2019 + 2 k€ en 2020) de dépenses de fonctionnement pour les animations culturelles lors des haltes à la maison de l'Estuaire
- Porteurs de projets → 400 000€ d'aides versées au secteur privé (26 dossiers de demande de subvention traités)
- Gîte de Coat Ermit → 19 575,63 réservés aux investissements de l'équipement

## INDICATEURS

Le camping du Donant et Armoripark :

- ↳ Le camping (ancien équipement de l'agglomération) a fait l'objet d'une restructuration de 2017 à 2020 : travaux, amélioration des conditions d'accueil et de service, réduction des charges (ouverture sur 7 mois au lieu de 12 mois, révision des tarifs avec intégration de l'entrée d'Armoripark dans le tarif du camping)
- ↳ En 2020 : étude menée par la SCET pour définir des propositions sur le devenir de l'équipement
- ↳ En mars 2022 : vente de l'équipement à des privés
- ↳ Partenariat avec Armoripark : depuis 2019, 338 pass ont été remis aux clients du camping

RENFORCER LES PORTES D'ENTREE DU TERRITOIRE

AXE 1

1 2 3 4

Guingamp Paimpol AGGLOMÉRATION

# 4 FAVORISER LA DIFFUSION DES FLUX SUR LE TERRITOIRE

*4.2 accompagner les porteurs de projet*

## INDICATEURS

La Vapeur du Trieux :

- Nombre de billets Vapeur du Trieux vendus en 2020 : 7 417
- Nombre de ventes de billets combinés en 2020 : 750 (vapeur + barques) / 652 (vapeur + visites guidées Office de Tourisme)
- Satisfaction des visiteurs : équipement apprécié mais tarif relativement élevé pour une famille de 4/5 personnes, le produit aller-retour reste insuffisant, la halte est parfois jugée trop courte à la maison de l'estuaire et trop longue à Pontrieux
- Les partenariats pour la dégustation de produits locaux n'ont pas été mis en place

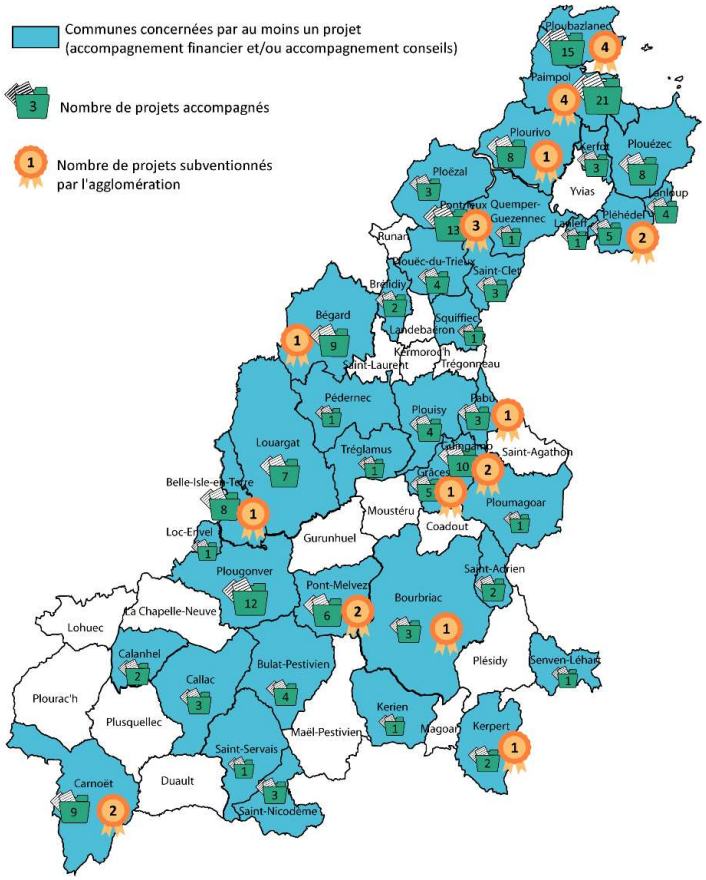
## ANALYSE

Malgré la volonté de l'agglomération à résorber le déficit du camping, l'agglomération a fait le choix fin 2021 de céder le camping à un privé. En effet, la gestion d'un tel équipement relève de la sphère privée (capacité d'investissement et gestion du fonctionnement). Avant cela, les actions inscrites au schéma ont toutes été menées jusqu'au bout et ont nettement amélioré le confort et le fonctionnement du camping bien que les deux années covid n'ont pas facilité son fonctionnement.

Quant à la Vapeur du Trieux, équipement emblématique du territoire, celui-ci a aussi dû faire face aux aléas de la crise sanitaire puis à l'obligation d'un contrôle technique suivi de travaux (non encore réalisés) pour la somme estimée à 150 000€.
Depuis maintenant deux ans , la vapeur ne circule plus. Cet arrêt, non voulu, a, malgré tout, permis à l'association en charge de la vapeur et à ses partenaires dont l'agglomération fait partie, de requestionner la raison d'être de la Vapeur, son positionnement, son développement et son modèle économique. En fonction des conclusions issues des réflexions actuellement menées, l'agglomération se positionnera en octobre sur sa volonté à soutenir le projet de la Vapeur du Trieux.

L'accompagnement des porteurs de projets connait une montée en puissance depuis la création des dispositifs d'aides. L'ensemble du territoire est concerné.
Le dispositif spécifique au développement touristique évoluera en fonction de la nouvelle stratégie.

**Accompagnement des professionnels du tourisme de 2017 à août 2022**



# Axe 1 : Préconisations

- Accompagner davantage la qualification de l'offre hébergements
  - Professionnalisation des hébergeurs
  - Facilitation de l'organisation des séjours des visiteurs notamment des cyclotouristes et randonneurs.

- Renforcer les services auprès des randonneurs (portage bagage, abri vélo, station de réparation de vélos, panier pique nique, transport de vélos dans les transports en commun)

- Communiquer davantage sur les services / améliorer la visibilité de l'offre du territoire

- Développer des outils permettant la maitrise de la gestion des flux

- Rendre accessible notre destination

- Renforcer les liens entre les professionnels

- Animer davantage le réseau d'acteurs et renforcer l'accompagnement (ainsi qu'aux porteurs de projet )

- Développer les mobilités actives

DÉVELOPPER LES DIFFERENTS MODES DE DECOUVERTE DU TERRITOIRE

AXE 2

5 6 7 8 9

Guingamp Paimpol AGGLOMÉRATION

# 5 STRUCTURER, QUALIFIER ET VALORISER UNE OFFRE RANDONNEE MULTI ACTIVITES ET SPORT NATURE

*5.1 aménager et sécuriser les itinéraires*

## RÉALISÉE

**Ingénierie**

• Réalisation d'un diagnostic sport nature

•Validation du schéma communautaire d'entretien, d'aménagement et de valorisation de la randonnée pédestre en mars 2020

•Renforcement des démarches administratives autour de la randonnée : aide à l'inscription au PDIPR et à la mise à jour des conventions de passage

**Aménagement et services**

• Accompagnement du projet tro breizh

• Rebalisage des circuits PR

• Investissement travaux sur l'ensemble du territoire (Pabu, St-Servais, Louargat, La chapelle neuve, Duault, Callac, etc...)

• Acquisition d'écocompteurs pour la maison de l'estuaire (pédestre) et pour le Lédano (pédestre et cyclo)

**Création de circuits**

• Création d'une liaison vélo Penhoat Lancerf

• Création de 4 parcours trail (destination Kalon Breizh)

• Création de 8 randos labellisées FFRP, couronne guingampaise

## NON RÉALISÉE

• Mise en place d'un bac entre coat ermit et la Roche Jagu

• Créer du lien avec les EPCI voisins pour qu'il n'y ait pas de rupture de services entre territoire administratif (ex louer un vélo à Saint-Brieuc et le restituer à Paimpol)

• Création d'aires de repos le long des itinéraires

• création d'une passerelle himalayenne sur le Trieux

## EN COURS

• Poursuite de la qualification de la rando pédestre avec la réalisation de carrefours et de panneaux d'entrée de boucles

• Consolidation de la base de données pour la gestion de la randonnée

• Appui auprès du CDRP pour le projet de transformation du GR®34A en GRP notamment le lien avec les communes et les conventions de passage

• Dépôt de 6 dossiers France vue sur mer pour des études et des travaux « aménagement GR®34 et estuaire ». Trois dossiers validés « cheminement La Roche Jagu-Pontrieux », érosion tour de Kerroc'h, et accessibilité roc'h hir

• Création de la véloroute Ploubazlanec-Carhaix

• Etude et mise en œuvre de 4 nouveaux circuits trail, secteur Bourbriac – Magoar, Plouisy, kerien, Kerpert

## COÛT GLOBAL DES ACTIONS SUR LA DURÉE DU 1ER SCHÉMA ET SUBVENTIONS OBTENUES

Etudes :

• Étude AGAP en cours (France vue sur mer) : coût 14 340€ (dont 5 700€ versés l'agence AGAP) pour l'étude sur le cheminement Pontrieux, la Roche Jagu ; 5 000 € de subvention par France vue sur mer pour l'étude estimée à 20 000€ et 25 000 € pour les travaux estimés à 150 000 €

• Études kerroch et roch'hir, cahier des charges en cours : 5 000 € de subvention accordée par France Vue sur Mer pour l'étude de Roch 'hir estimée à 10 000€ et 1 500 € pour Kerroc'h (montant estimé 3 500€)

**<u>Travaux et aménagements</u>**

• Création du projet randonnée cyclo et pédestre : travaux, balisage, écocompteur, communication (ex ccpg) d'un montant de 128 893,50 € : 8 862 € subvention DETR + subventions contrat de territoire 38 967 € et Région 29 347 €: 68 044 €

• Totem et carrefours : 2 879, 64€ (inclus dossier de subvention sport nature département 40k€ + axe pêche)

• 4 parcours trail : financés par la contribution à la destination (entre 6000 et 7000 € par an).

• Entretien des chemins de randonnée : 399 213,04 € (2022 inclus)

• création de 8 Randonnées FFRP couronne guingampaise (communication incluse) : 25 652,16€

## ESTIMATION DES ACTIONS EN COURS

• Nouveaux parcours trail : 27 625 € et 9 586.5€ € subvention région

• étude de jalonnement de la véloroute : estimée à 20 000 €

• totems et carrefours : 7 500 €

DÉVELOPPER LES DIFFERENTS MODES DE DECOUVERTE DU TERRITOIRE

AXE 2

5 6 7 8 9

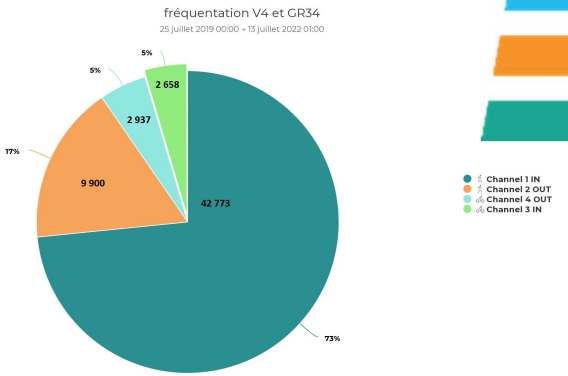
Guingamp Paimpol AGGLOMÉRATION

# 5 STRUCTURER, QUALIFIER ET VALORISER UNE OFFRE RANDONNEE MULTI ACTIVITES ET SPORT NATURE

*5.1 aménager et sécuriser les itinéraires*

## INDICATEURS

- le nombre de passages relevés sur l'écocompteur : cf diapo 2.1 + relevé du Lédano
- le pourcentage de clientèle famille : donnée inconnue
- le temps dédié au balisage et à l'entretien : les sentiers sont entretenus au printemps et après l'été. Il est difficile de quantifier le temps ; cela dépend du nombre de mètre linéaire à entretenir et de l'état des sentiers. Le balisage est réalisé selon les besoins et a été refait sur certains sentiers en 2021. En moyenne et en fonction de la distance du circuit (si 10 kms), le temps de balisage est de minimum une journée.
- la fréquentation des sites comme la Roche Jagu, la Maison de l'Estuaire : diapo 2.1
- le nombre de création de commerces/services en lien avec la thématique abordée : 2 dont 1 qui n'a pas abouti.




## ANALYSE

Depuis la création de l'agglomération en 2017, de nombreuses actions ont été menées pour structurer la randonnée. La randonnée est un des premiers loisirs des visiteurs et est aussi un sport pratiqué par les habitants du territoire. Les chiffres des écocompteurs sont éloquents. Si au départ, la randonnée était une compétence exercée par quasiment l'ensemble des ex cdc à un niveau d'investissement variable (pas seulement financier), elle est aujourd'hui une thématique majeure du territoire et est inscrite en tant que compétence facultative dans les statuts de l'agglomération. Cette filière, au fil des années, se structure et se renforce et c'est d'ailleurs à ce titre qu'un poste de chargé-e de missions sport nature a été créé dès 2018. Force est de constater que, même s'il reste des actions à mettre en place, comme le maillage entre les sentiers, la mise en tourisme (création de services), la sécurisation des tracés… L'agglomération y consacre des moyens humains et financiers notables.

Cette thématique transversale à d'autres services de l'agglomération et notamment pour le vélo est aussi abordée sous l'angle de la mobilité. Dans tous les cas, le traitement qui lui est consacré permet de renforcer les moyens humains et financiers et de mener des projets plus ambitieux.

À ce titre, le service mobilité lancera prochainement une consultation à deux volets : le premier, axé sur l'élaboration d'un plan vélo communautaire dont l'objectif sera de créer un réseau structurant depuis les centres bourg aux communes voisines dit en étoile puis un réseau secondaire reliant l'ensemble des centres bourgs à l'échelle de chaque secteur. Le second volet sera quant à lui axé sur une étude de jalonnement d'une véloroute reliant l'Arcouest à Carnoët.

Ces études, étape préalable aux travaux d'aménagement, permettront aux habitants mais aussi aux visiteurs de sillonner le territoire en empruntant des itinéraires identifiés, sécurisés (pas spécialement en site propre), et de pouvoir stationner sur des lieux générateurs de déplacements, lieux de visite, de services…

Malgré tout l'investissement et l'intérêt portés sur ce sujet, l'agglomération peut, en revanche, difficilement empêcher l'érosion du GR®34, sentier pédestre longeant l'ensemble du littoral breton. L'érosion et par conséquent la sécurisation du sentier est l'un des sujets phares à court et moyen termes. Comment continuer à emprunter le sentier du littoral tout en préservant le trait de côte, et sans risquer de détériorer le milieu naturel ? Ce sentier est prisé de tous du fait de la beauté et de la diversité des paysages qu'il propose, l'histoire qu'il en émane, l'émotion qu'il s'en dégage et les projets qu'il pourrait s'y réaliser notamment avec la Région et d'autres partenaires par le biais du Ti hub.

DÉVELOPPER LES DIFFERENTS MODES DE DECOUVERTE DU TERRITOIRE

AXE 2

5 6 7 8 9

Guingamp Paimpol AGGLOMÉRATION

## 5 STRUCTURER, QUALIFIER ET VALORISER UNE OFFRE RANDONNEE MULTI ACTIVITES ET SPORT NATURE

*5.2 développer les services à destination des randonneurs*

### RÉALISÉE

• Création de la station sport nature à Belle-Isle-en-Terre avec la possibilité de location de vélos, animation tir à l'arc, course d'orientation, gymkhana (axe 6.1) sur l'ensemble de l'agglomération

### NON RÉALISÉE

• Développement d'un partenariat avec l'Association des Cavaliers d'Extérieur des Côtes d'Armor

• Mise en place d'un service de transport de bagages (non réalisée par l'agglo mais par un prestataire privé)

### EN COURS

•Accompagnement et sensibilisation des pros pour l'obtention des labels Accueil Vélo, Rando Accueil, du référentiel régional « Etape Rando Bretagne »

• Contribution au projet régional Ti Hub : valoriser le GR®34 par les émotions, l'histoire, l'Art…

• Poursuite de la valorisation de la station sport nature (nouvelles courses d'orientation, acquisition de vélos électriques)

### COÛT GLOBAL DES ACTIONS SUR LA DURÉE DU 1ER SCHÉMA ET SUBVENTIONS OBTENUES / ESTIMATION DES ACTIONS EN COURS

• Fonctionnement station sport nature : 22 000 € / an : convention de prestation avec le Centre Régional d'Initiation à la Rivière depuis 2019
• Investissement pour la station sport nature : 37 726,93 € dont une subvention du conseil départemental pour un appel à projet sport nature de 17 500€.
• Recrutement d'une chargée de mission de 9 mois par l'Office de Tourisme pour accompagner les professionnels dans la qualification de l'offre de randonnée : 18 852 € (le poste n'est pas intégralement dédié à la qualification de l'offre ; il l'est toutefois majoritairement)
• Dépense d'investissement estimée dans la station sport nature en 2022 : 5 000 € pour la création de courses d'orientation pérennes

DÉVELOPPER LES DIFFERENTS MODES DE DECOUVERTE DU TERRITOIRE

AXE 2

5 6 7 8 9

Guingamp Paimpol AGGLOMÉRATION

# 5 STRUCTURER, QUALIFIER ET VALORISER UNE OFFRE RANDONNEE MULTI ACTIVITES ET SPORT NATURE

*5.2 développer les services à destination des randonneurs*

## INDICATEURS

- le nombre de services créés autour de la randonnée : les box vélos, les racks, les navettes estivales vers le GR34
- le nombre de chemins inscrits au PDIPR : voir carte ci après, l'inscription pour l'ensemble des circuits est en cours
- le nombre de prestataires labellisés : 3 campings sur 9, 4 hôtels labellisés sur 18, 5 chambres d'hôtes labellisées sur 26
- le nombre de nouveaux porteurs de projets avec une offre adaptée : depuis 2017, un camping et 2 gîtes de groupes spécialisés dans l'accueil des randonneurs ont bénéficié des aides de l'agglomération via son dispositif d'aides. La mission d'accompagnement/conseil à la qualification de l'offre par le service tourisme et sport et l'Office de Tourisme ont également permis de labelliser 2 nouveaux hébergements ERB : Maison d'hôtes de Kervor à Plouézec et les cabanes du Jardin de Pierre à Pléhédel, 1 nouvel Accueil Vélo : Les Cabanes du Jardin de Pierre (qui a donc obtenu les 2 labels) et 1 confirmation ERB pour l'hôtel de la Baie à Ploubazlanec (Revisite suite à un changement de propriétaire)

## ANALYSE

Même si les moyens déployés restent insuffisants, les différentes actions menées dans cet axe ont concouru aux résultats attendus à savoir le développement des services à destination des randonneurs. Une des missions majeures dans la structuration de l'offre des services concerne la qualification et notamment des hébergements. Par conséquent, l'Office de Tourisme a recruté une chargée de mission (9 mois) dont l'objectif est de prendre contact avec l'ensemble des hébergements se trouvant à proximité de la Vélomaritime et du GR®34 afin de les sensibiliser aux labels accueil vélo et Etape Rando Bretagne.
En complément de cette action et au vu de l'augmentation de la fréquentation des axes cyclo, l'agglomération a trouvé opportun, par le biais de prestataires, de permettre la location de vélos, électriques ou pas, aux habitants et aux visiteurs. Pour autant l'offre actuellement présente sur le territoire reste insuffisante. Il conviendrait de développer des partenariats avec les loueurs de meublés, les campings et pour aller plus loin, il serait intéressant à moyen terme de réfléchir à un système permettant d'emprunter un vélo à un endroit et de pouvoir le laisser à un autre endroit ; cela facilitant l'itinérance.

D'autres prestataires, comme la malle postale, facilite aussi le séjour de l'itinérant en proposant un transport de bagages.

Enfin et dans un souci de cohérence, l'agglomération œuvre depuis 5 ans à valoriser la randonnée pédestre, cyclo et vététiste, car dans ses statuts, seules ses trois filières y figurent. Dans la prochaine stratégie, la randonnée équestre pourrait être un nouvel axe à structurer ; le territoire possède de nombreux sentiers équestres. Il serait alors pertinent de réfléchir à un partenariat avec l'ACECA. La solution web cirkwi pourrait être enrichie des tracés équestres, valeur ajoutée pour le territoire.

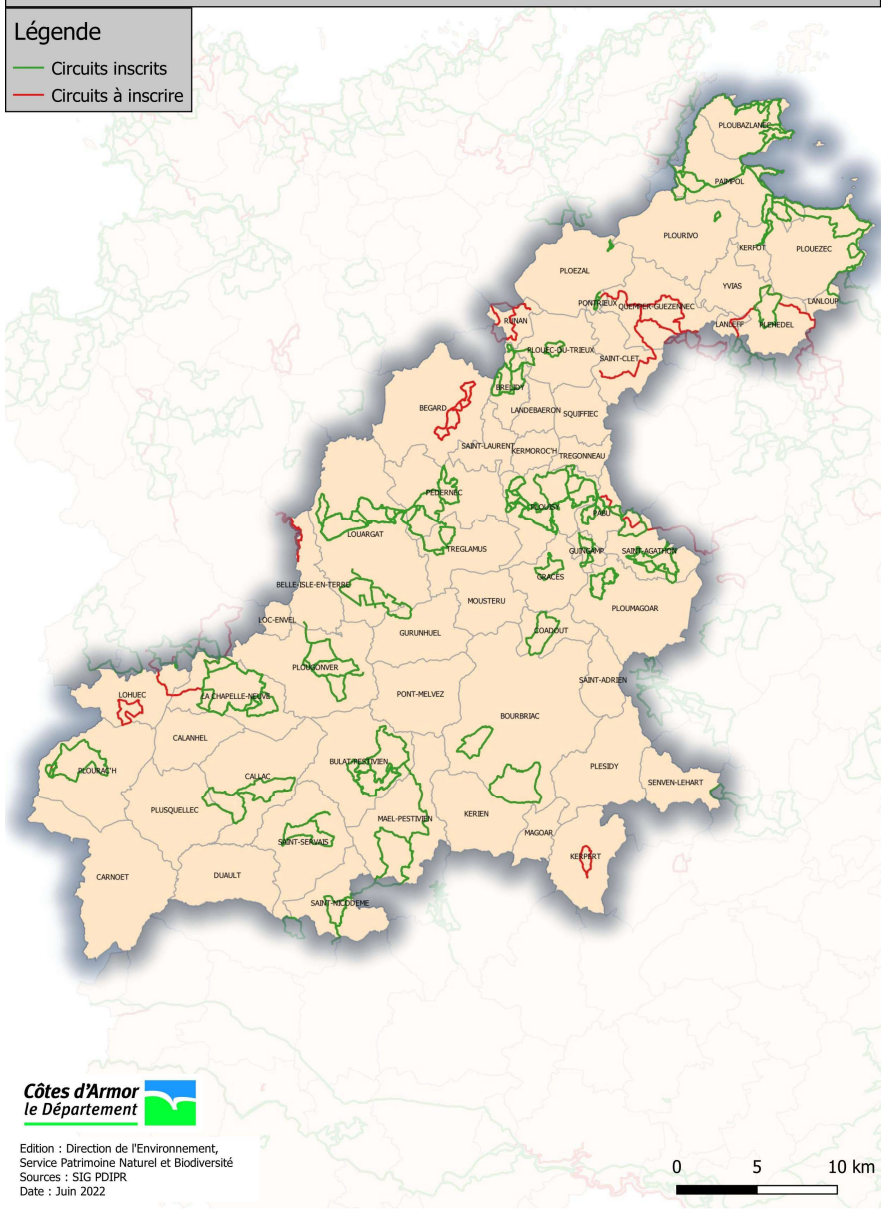
# DÉVELOPPER LES DIFFERENTS MODES DE DECOUVERTE DU TERRITOIRE

## AXE 2

5 6 7 8 9

Guingamp Paimpol AGGLOMÉRATION

GUINGAMP PAIMPOL AGGLOMERATION - CIRCUITS AU PDIPR - 2022



DÉVELOPPER LES DIFFERENTS MODES DE DECOUVERTE DU TERRITOIRE

AXE 2

5 6 7 8 9

Guingamp Paimpol AGGLOMÉRATION

## 5 STRUCTURER, QUALIFIER ET VALORISER UNE OFFRE RANDONNEE MULTI ACTIVITES ET SPORT NATURE

*5.3 Promouvoir les offres randonnée*

### RÉALISÉE

- Développement d'outils de communication pour la Station Nature (site internet dédié, brochure d'information…)
- Création du guide randonnée pédestre et cyclo
- Création (via le SIGD) d'une solution web dédiée à la randonnée pédestre, cyclo, et trail «Cirkwi »
- Reportages photos et campagnes de communication dématérialisées
- Création d'offres de séjours clés en main autour de la randonnée (pédestre et vtt)

### NON RÉALISÉE

•/

### EN COURS

•/

### COÛT GLOBAL DES ACTIONS SUR LA DURÉE DU 1ER SCHÉMA ET SUBVENTIONS OBTENUES / ESTIMATION DES ACTIONS EN COURS

- Guide rando : 11 761,26 €
- Solution web : 15 579 € (sub CD22 dans le cadre du dossier boucles cyclo et pédestres 5.1)
- Les outils de communication pour la station sport nature ont été intégralement pris en charge par le centre régional d'initiation à la rivière

DÉVELOPPER LES DIFFERENTS MODES DE DECOUVERTE DU TERRITOIRE

AXE 2

5 6 7 8 9

Guingamp Paimpol AGGLOMÉRATION

# 5 STRUCTURER, QUALIFIER ET VALORISER UNE OFFRE RANDONNEE MULTI ACTIVITES ET SPORT NATURE

## *5.3 Promouvoir les offres randonnée*

### INDICATEURS

Le nombre de locations de VTT : 200 locations depuis l'été 2019 (2022 non inclus)
le nombre de pages rando visitées sur les sites internet de l'Office de Tourisme : 2021, 16 639 pages vues, 12 807 visiteurs uniques
2022 (au 31/08), 11 625 pages vues 9 170 visiteurs uniques.
le nombre de guides diffusés : 3 000
le nombre d'applications téléchargées : l'application n'a pas été créée, il s'agit d'une solution web incrustée au site internet de l'office de tourisme
La qualité et la quantité des remarques formulées par les randonneurs : depuis 2017, les remarques concernant la randonnée ont nettement diminué. Nous passons de 14 remarques en 2017 à 2 en 2022. Le travail de structuration mené depuis 2019 semble avoir porté ses fruits. Il subsiste néanmoins quelques problématiques de balisage, de zones dites boueuses, d'aménagements à refaire, cela reste toutefois anecdotique. En revanche, le manque de rando vélo en site propre est régulièrement évoqué. Les bureaux d'informations touristiques regrettent aussi l'absence de document papier pour promouvoir la randonnée.

### ANALYSE

Deux outils de promotion ont été créés pour la randonnée pédestre et cyclo, un guide papier en 2019 et une solution web fin 2020. Le guide papier a été réalisé avant le schéma communautaire de la randonnée pédestre, il ne reprend pas forcément les sentiers aujourd'hui inscrits au schéma. En revanche, c'est un document en vente à l'Office de Tourisme au tarif de 3 euros que les randonneurs apprécient. En effet, nombreux sont ceux qui privilégient le papier au tout numérique, plus lisible et surtout plus sécurisant si la randonnée se trouve sur une zone blanche. Malgré cela, la solution web est un outil aujourd'hui incontournable. Elle propose 88 circuits téléchargeables (pédestre, cyclo et vtt) et présente les tracés ponctués de quelques éléments patrimoniaux (données froides). Pour répondre entièrement à la demande client et faciliter le séjour, la solution web mériterait d'être améliorée en y précisant les services de type hébergement, restauration, ravitaillement, les modes de transport...

D'ailleurs à l'échelle régionale, cette action a d'ores et déjà été menée par une start up, dirigée par Emmanuel Le Maitre. En effet, ce dernier a créé un site internet répertoriant l'ensemble des services le long du GR®34. Il s'agit du site internet « itirando.bzh ». Il présente le tracé et l'ensemble des prestataires présents sur le GR®34, prêts à accueillir le randonneur. Les prestataires ont été sélectionnés par le concepteur du site web et proposent du transport de personnes et de bagages, les visites à ne pas manquer et les lieux de restauration et de ravitaillement ainsi que les hébergements. Une personne souhaitant faire de l'itinérance sur cet axe peut aujourd'hui relativement aisément organiser son périple.
Pour la vélomaritime, il en est de même, le site suivant répertorie l'ensemble des prestataires en mesure d'accueillir le cyclo.
https://www.lavelomaritime.fr/infos-pratiques/guides-et-cartes
Au vu de la fréquentation exponentielle des voies cyclables, du succès de la randonnée pédestre, des projets autour du GR®34 avec Ti hub, du potentiel de notre territoire en matière de sport nature, l'amélioration de la solution web est inévitable et souhaitable.

DÉVELOPPER LES DIFFERENTS MODES DE DECOUVERTE DU TERRITOIRE

AXE 2



Guingamp Paimpol AGGLOMÉRATION

# 6 SOUTENIR ET STRUCTURER L'ATTRACTIVITE DU TERRITOIRE

*6.1 Etendre les animations sur les bords de saison et les répartir sur l'ensemble du territoire*

## RÉALISÉE

- Organisation d'un événement phare d'envergure en mars : festival de la gastronomie (cf axe 10.1)
- Traversées d'été et d'automne : projet expérimental mis en place dans le cadre de l'urgence de la relance touristique et culturelle estivale : traversées festives, photographiques et à la rencontre de la nature
- Participation à la Semaine du Tourisme Économique et des savoir-faire de Bretagne
- Organisation d'animations sport nature par la station nature et contribution de la station à quelques événementiels du territoire

## NON RÉALISÉE

- Renforcement de l'événementiel hors saison avec la mise en place de critères d'octroi de subventions
- Itinérance photographique

## EN COURS

- Création de nouvelles animations pérennes sport nature réalisables toute l'année par le biais de la station sport nature

## COÛT GLOBAL DES ACTIONS SUR LA DURÉE DU 1ER SCHÉMA ET SUBVENTIONS OBTENUES / ESTIMATION DES ACTIONS EN COURS

- Festival de la gastronomie : 50 000 € (cf 10.1)
Dont la subvention de l'Etat : 10 000 €
- Traversées d'été et d'automne : 15 000 dont 8 000 € pour les expositions

DÉVELOPPER LES DIFFERENTS MODES DE DECOUVERTE DU TERRITOIRE

AXE 2

5 6 7 8 9

Guingamp Paimpol AGGLOMÉRATION

# 6 STRUCTURER, QUALIFIER ET VALORISER UNE OFFRE RANDONNEE MULTI ACTIVITES ET SPORT NATURE

*6.1 Etendre les animations sur les bords de saison et les répartir sur l'ensemble du territoire*

## INDICATEURS

• la fréquentation des animations : environ 1 500 au festival de la gastronomie. Pour les traversées, pas de données collectées. Concernant la station sport nature, en 2019, 33 animations ont été mises en place avec une fréquentation de 128 personnes, en 2020, 49 animations, pour 378 personnes, en 2021 51 animations pour 987 personnes et en 2022 (chiffres non définitifs), 32 animations pour 1 158 personnes
• le nombre de nuitées hors saison : en 2019 de janv à juin, on comptabilise 6 805 nuitées/jour, en 2020 (covid) 2 947 nuitées, en 2021, 3 990 nuitées, en 2022, 4 955 nuitées/jour. Même si les chiffres 2021 et 2022 n'atteignent pas ceux de 2019, la tendance est plutôt haussière depuis l'après covid. Les nuitées hors saison ont augmenté de 24% entre 2021 et 2022.
• le montant de subventions octroyé aux associations répondant au critère « hors saison » : Lors de la fusion des 7 collectivités, une étude sur la critérisation des subventions aux associations organisant des événementiels avait été évoquée. L'un des critères suggéré était de valoriser le montant de la subvention versée aux associations développant l'événementiel hors saison. Cela n'a pas été mis en place.
• le nombre de partenaires : près de 350 partenaires accompagnés et valorisés sur les supports de communication de l'Office de Tourisme

## ANALYSE

Les chiffres présentés ci-dessus attestent clairement que l'activité touristique existe toute l'année sur la destination Guingamp - Baie de Paimpol à plus ou moins grande échelle en fonction des périodes et des lieux. Le nombre de nuitées est révélateur d'un territoire vivant sur lequel les visiteurs viennent séjourner plus ou moins longtemps et cela de janvier à décembre. Pour indication, en 2021, (hors juillet et août), l'Oit a recensé la programmation de 881 animations et en 2022, 1202 ; le territoire n'est pas en reste en termes d'animations.

Un des objectifs de l'agglomération en matière touristique est de favoriser l'allongement de saison, de permettre une découverte du territoire à d'autres moments que celui de la période estivale, de rendre le territoire accueillant pour bien y vivre et/ y séjourner ; ceci afin de satisfaire le touriste ainsi que l'habitant. Alors la mise en œuvre de projets tels la création de parcours trail, archéologiques, initiés par la destination Cœur de Bretagne, la course d'orientation par la station sport nature et autres projets contribuent aussi à l'allongement de la saison et/ou à la désaisonnalisation.

Ces activités praticables toute l'année sont incontestablement plébiscitées par les habitants et les visiteurs et ont vocation à être accessibles à tous en matière tarifaire (soit gratuites, soit à faible coût). L'engouement pour ces activités n'est pas seulement pécuniaire ou du fait du contexte social et économique actuel (baisse du pouvoir d'achat) ; il est aussi révélateur d'un intérêt grandissant pour les activités respectueuses de l'environnement (prise en compte des effets du réchauffement climatique) et du besoin accru de ressourcement. Enfin ces activités permettent aussi d'allier le sport, la santé et le bien être, véritable enjeu de territoire pour réduire les inégalités sociales d'accès à la pratique d'activité physique et sportive.

DÉVELOPPER LES DIFFERENTS MODES DE DECOUVERTE DU TERRITOIRE

AXE 2

5 6 7 8 9

Guingamp Paimpol AGGLOMÉRATION

# 6 STRUCTURER, QUALIFIER ET VALORISER UNE OFFRE RANDONNEE MULTI ACTIVITES ET SPORT NATURE

*6.2 Valoriser le patrimoine culturel matériel autour de thématiques identitaires*

## RÉALISÉE

- Réalisation d'un inventaire du patrimoine par un service civique
- Expos photos sur l'ensemble du territoire dans le cadre des traversées
- Création d'1 jeu de piste à Pontrieux, la découverte de la ville
- Création d'un coffret de jeux de piste (12)
- Accompagnement de la création des jeux de piste « Les Mystère Abgrall » initié par le label « Petite Cité de Caractère » sur Pontrieux et Guingamp
- Création d'une fiche thématique sur le patrimoine pour les fonds de concours aux communes
- Création d'une solution randonnée avec l'indication d'éléments patrimoniaux

## NON RÉALISÉE

- Schéma de valorisation du patrimoine
- La mise en place d'une signalétique de renvoi sur les circuits de randonnée et de PIS (panneaux d'information sur site)

- Dépôt d'un dossier interreg France Angleterre pour l'élaboration d'un projet walking et cycling
- Projet de valorisation patrimoniale d'un tronçon du GR®34 par un service civique

## EN COURS

- valorisation des sites archéologiques en lien avec la destination KB :
-stèle gauloise de Crech Even –Louargat
-Menhir de Pergat – Louargat
-Menhir de Kailouan Plésidy
-Motte Castrale de Carnoët

## COÛT GLOBAL DES ACTIONS SUR LA DURÉE DU 1ER SCHÉMA ET SUBVENTIONS OBTENUES / ESTIMATION DES ACTIONS EN COURS

Projet de valorisation de sites archéologiques : 6 000 €
Collection de Jeux de piste : 28 817 €
Expositions photographiques : 8 465 euros (location + remise en état de quelques expositions par GwinZegal)
Jeu de piste de Pontrieux : temps agent, impression réalisée par la commune

DÉVELOPPER LES DIFFERENTS MODES DE DECOUVERTE DU TERRITOIRE

AXE 2

5 6 7 8 9

Guingamp Paimpol AGGLOMÉRATION

# 6 STRUCTURER, QUALIFIER ET VALORISER UNE OFFRE RANDONNEE MULTI ACTIVITES ET SPORT NATURE

## *6.2 Valoriser le patrimoine culturel matériel autour de thématiques identitaires*

### INDICATEURS

• Mise en œuvre d'actions issues du diagnostic patrimoine : le schéma d'interprétation et de valorisation du patrimoine n'a pas encore été réalisé, à prévoir en 2023.
• Fréquentation des sites patrimoniaux : voir axe 2.1
• Nombre de demandes pour les parcours thématiques : La collection de jeux de piste est en vente depuis le 12 juillet 2022. 149 coffrets ont été vendus depuis le 12 juillet jusqu'au 23 août.
Pour le jeu de piste de Ploubazlanec (hors coffret) : 2020, 2021, 2022, environ 120 cartes ont été distribuées (268 participants) pendant les événementiels.
En autonomie de 2020 à 2022 : environ 260 distribuées

• Nombre de téléchargements de la future application rando : l'agglomération a opté pour la création d'une solution web. Les chiffres de connexions pour cette solution sont mentionnés dans l'axe 5.3

### ANALYSE

L'agglomération n'a certes pas encore réalisé de schéma de valorisation et d'interprétation du patrimoine mais elle a nettement contribué à la mise en lumière de celui-ci ; celui qui notamment est plus confidentiel, moins connu, moins visité, moins promu mais qui lorsque les visiteurs le découvrent, le définissent telle une pépite. Cela n'enlève en rien l'intérêt pour les incontournables, au contraire, l'offre patrimoniale est riche et diversifiée et c'est cette diversité qui plait aux visiteurs.
Le patrimoine vernaculaire a été mis en lumière dès 2020 grâce à la mise en place de deux jeux de piste, l'un à Ploubazlanec , le second à Pontrieux. En juillet 2022, c'est un coffret de 12 jeux de piste qui a été mis en vente à l'Office de Tourisme et dans quelques communes. Les objectifs de ce support étaient multiples ; valoriser des lieux insoupçonnables, inciter à la découverte de façon ludique et sortir des sentiers battus. Le coffret invite aussi à voyager sur l'ensemble de la destination et permet aussi de découvrir ce qui nous entoure, d'être informé sur l'histoire locale et patrimoniale.

En complément de ce moyen de découverte, l'agglomération s'est aussi engagée dans la valorisation de sites archéologiques ; en effet , le territoire est doté d'un fort potentiel en la matière qu'il convient de mettre en valeur.
Le patrimoine, au même titre que les sports nature, est une thématique marqueur de la destination Guingamp-Baie de Paimpol ; le schéma de valorisation du patrimoine confortera l'idée que le patrimoine peut être un moyen d'enrichir l'itinérance mais peut aussi la susciter.
Dans le prochain schéma du tourisme et des loisirs et pour cette thématique en particulier, l'inclusion des habitants serait judicieuse et pertinente. En effet, ces derniers sont les plus grands prescripteurs et ambassadeurs du territoire ; qui mieux que les habitants peut parler de son lieu de vie ?

L'investissement de l'agglomération ne se cantonne pas à ces actions de valorisation ; l'agglomération, par le biais de fonds de concours, apporte un financement aux communes concernant des travaux en lien avec le patrimoine, (réfection de toitures d'église notamment)

DÉVELOPPER LES DIFFERENTS MODES DE DECOUVERTE DU TERRITOIRE

AXE 2

5 6 7 8 9

Guingamp Paimpol AGGLOMÉRATION

# 7 LA MISE EN TOURISME DES PAYSAGES ET SITES NATURELS DU TERRITOIRE

*7.1 Valoriser le territoire en tant que Destination Nature*

## RÉALISÉE

• Routes des Falaises : finalisation du programme de signalisation, création d'une affiche et d'une carte touristique dédiée (partenariat avec Leff Armor Communauté et la commune de Tréveneuc mis en place pour cette opération)
• Exposition permanente sur le site des Papeteries Vallée + mise en place d'une palissade pour les futures expositions temporaires
• Obtention du label « Tourisme Équitable et solidaire » par l'Office de Tourisme
• Soutien à l'aménagement de quelques sites naturels (penhoat lancerf, papeteries Vallée, forêt coat an noz-coat an hay

## NON RÉALISÉE

• Accompagnement à la création d'une route touristique allant de Perros à la Vallée des Saints (projet porté par Côtes d'Armor Développement)
• Mise en place d'une signalétique de renvoi

## EN COURS

• Valorisation des richesses patrimoniales de l'étang du Blavet via un projet pêche découverte
• Réflexion engagée autour d'un projet de valorisation sources du Léguer et Blavet
• Soutien à l'aménagement et aux équipements (papeteries Vallée, ONF)
• Création de deux panneaux à l'entrée du site de la vallée des papeteries ( un panneau à vocation environnemental et un second à vocation tourisme et sport nature)

## COÛT GLOBAL DES ACTIONS SUR LA DURÉE DU 1ER SCHÉMA ET SUBVENTIONS OBTENUES / ESTIMATION DES ACTIONS EN COURS

- Route des falaises : coût pour l'agglo : 31 616,93 €
- Exposition papeteries : 7 890€
- Onf (participation à l'accueil du public en forêt) : 24 000€ (sur 5 ans)
- 2 nouveaux panneaux aux papeteries : 2 000 €

DÉVELOPPER LES DIFFERENTS MODES DE DECOUVERTE DU TERRITOIRE

AXE 2

5 6 7 8 9

Guingamp Paimpol AGGLOMÉRATION

# 7 LA MISE EN TOURISME DES PAYSAGES ET SITES NATURELS DU TERRITOIRE

*7.1 Valoriser le territoire en tant que Destination Nature*

## INDICATEURS

Nombre de passages relevés sur les écocompteurs : Maison de l'Estuaire 2019-47 949 ; 2020 – 33 528 et en 2021 30 029
Pointe de Guilben : 2019-76339, 2020 – 100 992; 2021-108 297
Nombre de demandes concernant l'événementiel : indicateur inapproprié
Enquête de satisfaction : non réalisée

## ANALYSE

Doté d'un fort potentiel naturel (la mer, les paysages, les rivières, les forêts, la faune, la flore), le territoire Guingamp-Baie de Paimpol est par définition une destination nature, sans compter le fait qu'une partie du territoire se trouve en zone natura 2000.

Jusqu'en 2022, l'agglomération n'avait pas, à proprement parler, mené d'actions de mise en tourisme des sites naturels du territoire mais elle a contribué fortement à la valorisation des richesses patrimoniales naturelles par le biais des sports nature notamment, des expositions, des animations.

En revanche depuis 2022, l'agglomération a démarré une réflexion sur le positionnement et le potentiel de développement du site de la maison de l'Estuaire ; à voir si les préconisations de l'étude confirmeront ou infirmeront l'indispensable mise en tourisme du massif de Penhoat Lancerf. Ce site l'est malgré tout à plusieurs titres, présence d'un jeu de piste, de sentiers de randonnées, d'animations nature, halte de la vapeur, projet de création de ponton pour les kayaks, amélioration de l'espace muséographique… Les chiffres l'attestent la maison de l'estuaire même isolée, attire des visiteurs.

Des actions sont aussi en réflexion avec la Région sur la valorisation historique, patrimoniale, culturelle, artistique, paysagère du GR®34 dans le cadre du projet ti hub.

Tout l'enjeu d'aujourd'hui et de demain consiste à permettre l'accès aux sites naturels, aux habitants et touristes tout en préservant l'écosystème ; d'où l'intérêt de sensibiliser le public à la fragilité du patrimoine et aux mesures de prévention indispensables pour pérenniser sa conservation. Les chiffes ci-dessus et sur d'autres diapositives indiquent que la fréquentation des sites est dense voire très dense à certains endroits du territoire. Dire que cette fréquentation n'a aucun impact sur le territoire serait un leurre, mais dire que le territoire est concerné par le surtourisme aussi. Il convient malgré tout de mettre en place des actions préventives pour éviter non seulement la dégradation paysagère, le dérangement de l'écosystème et la non acceptation des touristes par les habitants.

DÉVELOPPER LES DIFFERENTS MODES DE DECOUVERTE DU TERRITOIRE

AXE 2

5 6 7 8 9

Guingamp Paimpol AGGLOMÉRATION

# 7 LA MISE EN TOURISME DES PAYSAGES ET SITES NATURELS DU TERRITOIRE

*7.2 Aider à la promotion et à la communication des acteurs environnementaux*

## RÉALISÉE

• Promotion des éco gestes en vacances : incitation à la pêche à pied durable, incitation à la pêche en rivière en « no kill », à la charte Respect pour les camping-cars, incitation à l'économie des fluides et de la ressource en eau incitation aux éco gestes dans le programme de formation au territoire « Bienvenue ici »

• Former les ambassadeurs du territoire aux écogestes

• Adhésion du territoire à la Charte bretonne du voyageur

## NON RÉALISÉE

• Soutenir les acteurs environnementaux en lien avec les maisons nature en créant des guides de sortie nature, en communiquant spécifiquement sur leurs activités…

• Actions de promotion communication spécifiques aux actions nature

## EN COURS

• /

## COÛT GLOBAL DES ACTIONS SUR LA DURÉE DU 1ER SCHÉMA ET SUBVENTIONS OBTENUES / ESTIMATION DES ACTIONS EN COURS

• **Micro formation: bienvenue ici (axe 1.2) :** 4 860 € en fonct /an dont 1 460€ de prise en charge par la mission locale

DÉVELOPPER LES DIFFERENTS MODES DE DECOUVERTE DU TERRITOIRE

AXE 2

5 6 7 8 9

Guingamp Paimpol AGGLOMÉRATION

# 7 LA MISE EN TOURISME DES PAYSAGES ET SITES NATURELS DU TERRITOIRE

*7.2 Aider à la promotion et à la communication des acteurs environnementaux*

## INDICATEURS

nombre de participants aux sorties natures : environ 316 personnes pour 23 sorties nature (crir), soit une augmentation de 3% par rapport à 2021, ; Pour le CFB, la moyenne de participants par sortie est la même que pour le crir soit 15 personnes par sortie
nombre de guides des sorties nature distribués : 5000 flyers
nombre de pages lues sur le site internet : 1017 connexions en 2020 de la page https://www.guingamp-paimpol.com/bienvenue-chez-nous/terra-natura : 12 sept 2022 : 515, 2021 : 706, 2020 : 1017, 2019 : 1161, 2018 : 121

## ANALYSE

L'aide à la promotion et la communication des acteurs environnementaux n'a pas été un axe fort de cette stratégie, cela a plutôt été l'inverse. Pourtant, les acteurs environnementaux souffrent d'un déficit de communication comme le révèlent les conclusions du questionnaire tourisme réalisé en juin auprès des habitants. Ces derniers ont certes une appétence pour l'environnement et le souci de le préserver mais la moitié des sondés ne connaissait pas l'existence des maisons nature, un des acteurs environnementaux du territoire.
D'autres études et questionnaires réalisés par l'agglomération pointent du doigt le manque de communication générale de l'agglomération.
Par conséquent, il semble indispensable que l'Office de Tourisme et l'agglomération, dans la future stratégie touristique, mènent, une réflexion sur la communication en général, mais aussi davantage ciblée sur les acteurs environnementaux. Quel accompagnement peut on apporter aux acteurs environnementaux afin qu'ils soient en mesure d'élaborer leur propre plan de communication ? Comment relaie-t-on leurs actions ? Si la destination est une destination par nature 'terra natura', alors quels moyens se donne -t-on pour illustrer ce positionnement ? Dans le cadre du pack commercialisé par l'Oit, peut on y intégrer un service plus ? Plutôt que de multiplier les supports papier, à l'image d'autres collectivités, peut-on réunir les actions de ces acteurs dans un seul et même guide ? …

DÉVELOPPER LES DIFFERENTS MODES DE DECOUVERTE DU TERRITOIRE

AXE 2

5 6 7 8 9

Guingamp Paimpol Agglomération

# 8 DEVELOPPEMENT DE L'OFFRE PÊCHE

*8.1 aménager et équiper le territoire*

## RÉALISÉE

• Participation à l'élaboration de la convention Pêche entre la Fédération et GPA

## NON RÉALISÉE

• Capitaliser sur un parcours no kill sur le Trieux ou le Jaudy

## EN COURS

• Développement d'équipements et aménagements spécifiques pour la pêche : Création du circuit pêche de Pabu

• Renforcement du partenariat avec la Fédé de pêche : suivi et participation financière des projets sur GPA (Belle-Isle en Terre, Callac…)

## COÛT GLOBAL DES ACTIONS SUR LA DURÉE DU 1ER SCHÉMA ET SUBVENTIONS OBTENUES / ESTIMATION DES ACTIONS EN COURS

Parcours pêche : 8 000 €

DÉVELOPPER LES DIFFERENTS MODES DE DECOUVERTE DU TERRITOIRE

AXE 2

5 6 7 8 9

# 8 DEVELOPPEMENT DE L'OFFRE PÊCHE

*8.1 aménager et équiper le territoire*

## INDICATEURS

nombre d'utilisateurs du parcours no kill : 2021 : 255, 2020 : 198, 2019 : 234, 2018 : 272, 2017 : 283. En 2022, 272.
nombre de demandes pour des parcours spécifiques : donnée non disponible à l'Office de Tourisme. En revanche, les pêcheurs passionnés se renseignent directement à la fédération de pêche sans passer par l'Office de Tourisme, comme le feraient des passionnés de catamaran auprès du pôle nautique.
nombre de pages lues sur le site internet : https://www.guingamp-paimpol.com/bienvenue-chez-nous/espace-mer-et-riviere/peche-en-riviere-et-sur-les-plans-d-eau .Au 12 sept 2022 : 439 , 2021 : 821 , 2020 : 876 , 2019 : 473 , 2018 : 23

## ANALYSE

La pêche en rivière et en étang est une thématique pilotée par la fédération de pêche des Côtes d'Armor qui est un acteur incontournable et expert dans ce domaine. L'agglomération et les communes ont quant à elles un rôle d'accompagnement et de soutien financier. Elles s'assurent aussi que le projet s'intègre dans son environnement et dans une stratégie et qu'il répond aux besoins.

À ce titre, un projet est actuellement en cours à Pabu avec l'installation d'une zone de stationnement, un espace pique-nique, des escaliers de mise à l'eau, des panonceaux…

Le territoire est relativement prisé par les pêcheurs à la mouche de par la présence de la rivière le Léguer, rivière classée rivière sauvage, mais aussi du fait de la présence d'un parcours no kill. Cela reste néanmoins un loisir « de niche » commercialisé par l'Office de Tourisme. Les chiffres ci-dessus indiquent une certaine stabilité dans la fréquentation.

D'autres projets pourraient être engagés avec LTC et LAC, dans le cadre des deux ententes, de façon à avoir un projet d'envergure et surtout cohérent. Le Léguer, le Trieux et le Jaudy traversent LTC et le Leff traverse LAC. Afin de proposer un projet sans rupture et comme le pêcheur ne porte aucun intérêt aux limites administratives, une réflexion pourrait être menée entre les trois collectivités, la fédération et les AAPPMA.

La pêche en mer et la pêche à pied ne requièrent pas spécialement d'aménagement et / ou d'équipements mais les touristes aiment à recevoir des informations à ce sujet .
Pour la pêche en mer, l'information est divulguée par les prestataires- guides de pêche mais aussi par le biais de l'espace mer de l'Office ; concernant la pêche à pied, l'Office de Tourisme en partenariat avec Vivarmor diffusent la bonne information aux pêcheurs afin que la réglementation soit respectée.

DÉVELOPPER LES DIFFERENTS MODES DE DECOUVERTE DU TERRITOIRE

AXE 2

5 6 7 8 9

Guingamp Paimpol AGGLOMÉRATION

# 8 DEVELOPPEMENT DE L'OFFRE PÊCHE

*8.2 Développer les services autour de la pêche*

## RÉALISÉE

- Création d'un offre de séjour clé en main sur la thématique pêche
- Déploiement de la billetterie de vente de cartes de pêche (AAPMA du Léguer et du Trieux ) à l'Office de Tourisme

## NON RÉALISÉE

- Renforcer les visites sur site des fermes ostréicoles et conchylicole
- Permettre la location de matériel de pêche et appâts afin de rendre la pêche accessible à tous

## EN COURS

- Partenariat avec la Fédération Départementale de Pêche pour accompagner les professionnels à qualifier l'offre « gîte de pêche »

## COÛT GLOBAL DES ACTIONS SUR LA DURÉE DU 1ER SCHÉMA ET SUBVENTIONS OBTENUES / ESTIMATION DES ACTIONS EN COURS

Coût : temps agents

DÉVELOPPER LES DIFFERENTS MODES DE DECOUVERTE DU TERRITOIRE

AXE 2

5 6 7 8 9

Guingamp Paimpol AGGLOMÉRATION

# 8 DEVELOPPEMENT DE L'OFFRE PÊCHE

## *8.2 Développer les services autour de la pêche*

### INDICATEURS

nombre d'hébergements labellisés pêche : 3
nombre de cartes de pêche vendues : 1683€ en 2021 pour 35 cartes, 590€ en 2020 pour 27 cartes
recettes générées par la location de matériel : action non réalisée
nombre de participants aux visites de la ferme conchylicole : action non réalisée
nombre de socioprofessionnels conseillés :

### ANALYSE

Le travail qui est engagé depuis 3 ans par l'agglomération concerne majoritairement l'aménagement de parcours pêche et non le développement des services.
Les services seront mis en place lorsque l'offre sera davantage développée. Actuellement le territoire ne possède que trois gites labellisés pêche, ce qui ne signifie pas que d'autres gites non labellisés ne peuvent pas accueillir les pêcheurs. Cela signifie que seuls trois hébergeurs sont équipés selon les critères de la fédération de pêche et que la fédération l'a vérifié.
Aux hébergements s'ajoutent les services des prestataires tels que les guides de pêche dont le travail est à la fois un travail d'initiation, de sensibilisation et de perfectionnement auprès du grand public.
Globalement nous pouvons dire que la structuration de l'offre pêche est en cours, des services existent et fonctionnent mais il reste malgré tout à en renforcer quelques uns voire à en créer : ex les magasins de pêche ou d'autres lieux dans lesquels les visiteurs ou habitants pêcheur d'un jour pourrait découvrir ce loisir en louant le matériel. Un novice souhaitant découvrir la pêche est contraint de faire l'acquisition de tout le matériel car aujourd'hui aucune structure ne peut faire de prêt, ce qui est clairement dissuasif.

Quant aux chiffres concernant le nombre de cartes de pêche vendues, ils sont quasiment inexploitables en l'état du fait du contexte sanitaire de 2020 nous obligeant à rester confiner au démarrage de la saison de pêche.

À plus long terme, il serait intéressant d'étendre la thématique pêche sur l'ensemble du territoire afin de ne pas mettre de côté la pêche en mer, la pêche à pied ou la chasse sous-marine qui a aussi son public…

Enfin, pour le développement de ce loisir, il conviendra de réfléchir aussi aux autres membres de la famille, même si le pêcheur reste notre principale cible. En effet, lorsqu'un pêcheur ou pêcheuse ne vient pas seul(e), un des principaux enjeux est de trouver des occupations pour les membres de la famille qui ne pratiquent pas.

DÉVELOPPER LES DIFFERENTS MODES DE DECOUVERTE DU TERRITOIRE

AXE 2

5 6 7 8 9

Guingamp Paimpol AGGLOMÉRATION

## 8 DEVELOPPEMENT DE L'OFFRE PÊCHE

*8.3 Renforcer la promotion et la communication autour de la pêche*

### RÉALISÉE

- Reportage photos sur la thématique pêche
- Formation du personnel de l'OIT à tout type de pêche (étang, rivière, mer…) afin d'être en capacité de donner un premier niveau d'information
- Participation de l'Office de Tourisme au salon de la pêche à la mouche en Bretagne
- Création d'une vidéo promotionnelle sur la thématique de l'ostréiculture dans le cadre des actions de la Destination BSPLC
- Création d'une vidéo sur la pêche dans le Léguer

### NON RÉALISÉE

- Création d'une application avec les parcours géolocalisés combinés à un geocashing invitant ainsi le reste de la famille à faire une activité en même temps
- Soutien à la promotion d'événementiels comme une sortie «remontée du Saumon », démonstrations et ateliers pêche à la mouche, comment cuisiner une truite (cf fiche action animations savoir-faire)

### EN COURS

- Mise en place de RIS informant du parcours pêche - opération en lien avec les projet pêche en cours sur les communes de Pabu, Belle-Isle-en-Terre et Callac

### COÛT GLOBAL DES ACTIONS SUR LA DURÉE DU 1ER SCHÉMA ET SUBVENTIONS OBTENUES / ESTIMATION DES ACTIONS EN COURS

Coût de la participation au salon de la pêche à la mouche : 300 €
Reportage photos :
Création d'une vidéo promotionnelle destination :
Création d'une vidéo sur la pêche dans le Léguer :

DÉVELOPPER LES DIFFERENTS MODES DE DECOUVERTE DU TERRITOIRE

AXE 2

5 6 7 8 9

Guingamp Paimpol AGGLOMÉRATION

# 8 DEVELOPPEMENT DE L'OFFRE PECHE

*8.3 Renforcer la promotion et la communication autour de la pêche*

## INDICATEURS

nombre de participants aux animations : actions non mises en place
nombre de renseignements pris à l'Oit :
nombre de pages pêche visitées : https://www.guingamp-paimpol.com/bienvenue-chez-nous/espace-mer-et-riviere/peche-en-riviere-et-sur-les-plans-d-eau .
au 12 sept 2022 : 439, 2021 : 821 , 2020 : 876 , 2019 : 473 , 2018 : 23

## ANALYSE

La promotion de la pêche est une action qui a été rondement menée par l'Office de Tourisme et qui continue de l'être. La création de vidéos et de reportage photos sont des outils indispensables afin de rendre ce loisir visible et attractif.
Peut être serait il intéressant de réfléchir à la mise en place d'animations autour de la pêche accessible au grand public de façon à attirer des néopratiquants ?

La pêche comme la randonnée est un bon moyen de découvrir le territoire et ses vallées.

DÉVELOPPER LES DIFFERENTS MODES DE DECOUVERTE DU TERRITOIRE

AXE 2

5 6 7 8 9

Guingamp Paimpol AGGLOMÉRATION

# 9 STRUCTURER L'OFFRE NAUTIQUE

*9.1 Améliorer l'accueil nautique*

## RÉALISÉE

- Développement du kayak par le biais d'expérience bretonne « balade au phare de la Croix » sur le site de l'OIT (partenariat Nautisme en Bretagne)
- Maintien du concept d'espace mer à l'OIT (organisation à l'échelle de la Destination touristique Baie de Saint-Brieuc-Paimpol Les Caps)
- Soutenir les équipements financièrement avec du matériel à la pointe afin de les moderniser et de s'en servir comme produit d'appel : Amélioration du développement de l'offre locative de matériels nautiques

## NON RÉALISÉE

- Mise en place d'un éductour entre les professionnels et les hébergeurs
- Identifier les spots de pratique (SIL – le centre nautique de Loguivy et de Coz Castel on été signalés via le programme sur Ploubaz – une continuité du cheminement devrait être assurée entre Ploubaz et Paimpol) et y développer des espaces conviviaux (détente, restauration rapide, …) + mettre en place une signalétique indiquant les services de proximité

## EN COURS

- Aménagement de cales / pontons de mise à l'eau en limitant l'impact sur les milieux (maison de l'Estuaire)
- Formaliser et créer une réelle dynamique autour du projet nautique intégré :

Axes de travail :

- Rénovation/extension des Infrastructures existantes
- Améliorer la gestion des flux de véhicules
- Nouvelles offres de rééquilibrage territorial
- Performance socio-économique du centre nautique

## COÛT GLOBAL DES ACTIONS SUR LA DURÉE DU 1ER SCHÉMA ET SUBVENTIONS OBTENUES / ESTIMATION DES ACTIONS EN COURS

- Renouvellement flotte : 55 000 € par an soit depuis 2017 une dépense de 157 847 €
- Projet nautique intégré : montant estimé 800 000 € (études incluses)
- Ponton : octroi d'une subvention de 90 000€ au conservatoire du littoral pour la création du ponton

DÉVELOPPER LES DIFFERENTS MODES DE DECOUVERTE DU TERRITOIRE

AXE 2

5 6 7 8 9

Guingamp Paimpol AGGLOMÉRATION

# 9 STRUCTURER L'OFFRE NAUTIQUE

*9.1 Améliorer l'accueil nautique*

## INDICATEURS

nombre de porteurs de projets conseillés : 2
montant des investissements réalisés : 324 130 € (pour les deux)
nombre de demandes enregistrées à l'OIT grâce à l'espace mer : cet indicateur n'étant pas pertinent, il a semblé préférable de communiquer le chiffre d'affaires réalisé par l'Office de Tourisme au profit des partenaires de l'offre nautique du territoire : 144 000 en 2021

## ANALYSE

Le nautisme est une thématique majeure de l'agglomération. En effet, la portion du littoral allant de Ploubazlanec à Plouézec en passant par Paimpol est un spot incontournable pour les sports nautiques, l'atteste la présence de l'association « les Glénans », le centre nautique de Bréhec et le pôle nautique de l'agglomération, soit trois centres nautiques sur 46 km de littoral.
Afin d'enrichir l'offre et de permettre l'accueil du plus grand nombre, il existe une convention entre les Glénans et l'agglomération pour l'organisation de stages d'optimist ( 4-6 ans) à l'étang de Poulafret ; le pôle nautique n'ayant pas suffisamment de moyens humains pour assurer ces prestations, il prête le matériel et le bâtiment aux Glénans pour le bon déroulement des séances.
L'offre nautique ne se cantonne pas seulement au littoral, elle est aussi très présente sur le Trieux avec le club nautique de Pontrieux, les barques, le passeur du Trieux, les « ptits bâteaux » de Pontrieux…
Toujours dans un souci d'améliorer l'accueil nautique, l'agglomération a contribué à la réalisation d'un ponton à la maison de l'estuaire et envisage de mener une réflexion dans le cadre de ti hub pour améliorer le développement de l'offre locative de matériels nautiques (ex nautic lib). L'agglomération investit aussi chaque année dans du matériel de qualité afin de satisfaire la clientèle.
Enfin dans l' objectif de rendre accessible les sports nautiques, l'Office de Tourisme, grâce à la mise en place de ses espaces mer, contribue également à un meilleur accueil. En effet, l'enquête auprès des habitants révèle que les conseils avisés des agents de l'Oit au sein de l'espace mer déclenchent quasi automatiquement la pratique d'une activité nautique ; en revanche, il est important de noter que moins de la moitié des personnes sondées franchit la porte d'entrée de l'Office de Tourisme.

DÉVELOPPER LES DIFFERENTS MODES DE DECOUVERTE DU TERRITOIRE

AXE 2

5 6 7 8 9

Guingamp Paimpol AGGLOMÉRATION

## 9 STRUCTURER L'OFFRE NAUTIQUE

*9.2 Développer/faciliter l'accès aux sports nautiques pour tous*

### RÉALISÉE

- Candidature projet Nautique intégré (PNI) retenu par la Région (cf 9.1)

### NON RÉALISÉE

- Instaurer une journée à prix réduit ou gratuite, pour découvrir la mer et ses activités (par exemple lors des stages voile)

### EN COURS

- Mise en œuvre du PNI avec la création d'un événementiel nautique, un pass avec des avantages tarifaires, création d'une offre favorisant la diffusion des flux sur l'ensemble du territoire ..(cf 9.1)

### COÛT GLOBAL DES ACTIONS SUR LA DURÉE DU 1ER SCHÉMA ET SUBVENTIONS OBTENUES / ESTIMATION DES ACTIONS EN COURS

- Projet nautique intégré : montant estimé 800 000 € HT (études incluses)

DÉVELOPPER LES DIFFERENTS MODES DE DECOUVERTE DU TERRITOIRE

AXE 2

5 6 7 8 9

Guingamp Paimpol AGGLOMÉRATION

# 9 STRUCTURER L'OFFRE NAUTIQUE

*9.2 Développer/faciliter l'accès aux sports nautiques pour tous*

## INDICATEURS

nombre de pass vendus : aucun pass n'a été créé
fréquentation de l'événementiel : l'événementiel n'a pas été organisé
nombre de stages nautiques programmés avec les écoles : Manquant de pertinence, cet indicateur a été remplacé par le nombre de scolaires accueillis pendant une année scolaire : 2020-2021 1682 éléves ont bénéficié d'une classe mer. En 2021-2022, 2 660 élèves ont été accueillis.

## ANALYSE

Dans le cadre du Projet Nautique Intégré, l'agglomération a la volonté de, non seulement rénover les infrastructures existantes pour améliorer la qualité de l'accueil, l'accessibilité et la visibilité du pôle, pour mettre aux normes ERP et PMR les bâtiments, mais aussi mettre en place des mesures incitatives pour les classes du territoire qui, pour nombreuses d'entre elles, ne sont jamais venues.
Pourquoi ne pas s'inspirer de l'action réalisée par le service biodiversité en lien avec les maisons nature auprès des écoles ? A savoir la participation financière de l'agglomération au transport des élèves et aux prestations des maisons nature ? Avec cette formule, le coût pour l'école est moindre et n'est par conséquent plus un frein.
Pour les classes de mer, l'agglomération pourrait pratiquer de la sorte ; cela aiderait notamment les écoles les plus éloignées du pôle. N'oublions pas que la pratique nautique est aussi un moyen et/ou un levier pour faire prendre conscience aux élèves de la fragilité du milieu dans lequel ils évoluent et l'importance à le préserver, sans compter qu'en termes de santé et d'apprentissage de valeurs humaines, la pratique sportive est très bénéfique.

En complément de ces actions, l'agglomération envisage de mener une réflexion sur la création d'une carte privilège à destination du grand public afin de faciliter l'accès aux sports nautiques.

Enfin au même titre que le festival de la gastronomie, la collectivité souhaiterait l'organisation d'un festival nautique : ce festival permettrait de sensibiliser de nouveaux pratiquants aux sports nautiques et d'inciter par ce biais à la découverte du territoire.

Il est important de retenir que la France recense 15 millions de pratiquants, et près d'un tiers d'entre eux le sont de façon régulière. Cette activité attire de néo pratiquants chaque année et cela s'est accéléré depuis la crise sanitaire. Développer l'accès aux sports nautiques impliquent nécessairement de mettre en œuvre des actions permettant de sensibiliser et d'éduquer au respect de l'environnement.

# Préconisations

- Développer les pistes cyclables
- Communiquer davantage sur l'offre du territoire
- Faciliter l'accès aux sports nautiques à tous : inciter davantage les scolaires à venir
- Désaisonnaliser la pratique des sports nautiques
- Sensibiliser les usagers nautiques aux  pratiques responsables
- Soutenir et développer des pratiques adaptées aux enjeux des milieux naturels
- Mettre en lumière le patrimoine et en faire un moyen de découverte du territoire
- Garantir la qualité des circuits de randonnées et développer les services
- Enrichir l'offre avec les habitants

DÉVELOPPER LA VALORISATION DES SAVOIR-FAIRE

AXE 3

10 11

Guingamp Paimpol AGGLOMÉRATION

# 10 DEVELOPPER L'IMAGE DE MARQUE DU TERRITOIRE A TRAVERS LA GASTRONOMIE

*10.1 Recenser les produits locaux et accompagner les producteurs et les transformateurs*

## RÉALISÉE

- Etat des lieux en lien avec le service économie, emploi, agriculture afin d'inventorier les produits locaux
- Festival de la gastronomie
- Depuis 2017, 6 dossiers touristiques accompagnés via le Pass Commerce Artisanat : restaurant et hôtel-restaurant
- Depuis 2018, 113 dossiers agriculture accompagnés

## NON RÉALISÉE

- Le diagnostic, les enjeux et potentiels de valorisation

## EN COURS

- Création d'un circuit gourmand en partenariat avec l'uco : action engagée en 2021 et reconduite sur 2022
- Réflexion engagée pour la seconde édition du festival de la gastronomie pour 2023

## COÛT GLOBAL DES ACTIONS SUR LA DURÉE DU 1ER SCHÉMA ET SUBVENTIONS OBTENUES / ESTIMATION DES ACTIONS EN COURS

- festival de la gastronomie : 55 000 € dont 10 000 € de subvention de l'Etat
- 36 500€ de subvention accordées pour soutenir l'hôtellerie-restauration

DÉVELOPPER LA VALORISATION DES SAVOIR-FAIRE

AXE 3

10 11

# 10 DEVELOPPER L'IMAGE DE MARQUE DU TERRITOIRE A TRAVERS LA GASTRONOMIE

*10.1 Recenser les produits locaux et accompagner les producteurs et les transformateurs*

## INDICATEURS

nombre de questionnaires reçus pour l'élaboration du diagnostic : le diagnostic n'a pas été réalisé
nombre de producteurs accompagnés : 113 agriculteurs depuis 2018
nombre de prestations créées : 1 le festival de la gastronomie

## ANALYSE

Cette action « accompagnement des producteurs et transformateurs » est finalement du ressort du service économie-emploi-agriculture et notamment dans le cadre de la mise en œuvre du Projet Alimentaire Territorial. Lors de l'écriture du premier schéma touristique, l'agglomération ne s'était pas encore engagée dans ce projet de PAT, d'où la présence de cette action dans cette stratégie.
Malgré cela, le recensement des produits locaux a été réalisé notamment lors du confinement, afin d'informer, les habitants, des producteurs présents dans un périmètre restreint.
Cette base de données a pu être de nouveau utilisée dans le cadre de l'organisation du festival de la gastronomie ; ce qui a permis de valoriser les producteurs et transformateurs mais aussi de faire découvrir au grand public les produits du territoire.
Le festival de la gastronomie est d'ailleurs un événementiel qui, d'après l'enquête menée en juin, est un bon moyen de valoriser les produits et savoir-faire locaux ; il pourrait aussi jouer le rôle de facilitateur entre les restaurateurs et producteurs, ou producteurs et consommateurs dans l'objectif de consommer plus local. (produits du territoire et de saison, moins de transport (circuits courts), coût moindre). Enfin , le festival peut contribuer « au bien manger » sur le volet santé.

DÉVELOPPER LA VALORISATION DES SAVOIR-FAIRE

AXE 3



Guingamp Paimpol AGGLOMÉRATION

## 11 STRUCTURER ET PROMOUVOIR LA FILIÈRE ARTS ET ARTISANAT D'ART

*11.1 Recenser l'offre artistique et artisanale (d'Art)*

### RÉALISÉE

- Prise de contact avec quelques artistes
- le recensement des artistes et des artisans d'art dans le cadre du projet culturel de territoire
- Accompagnement et financement de projet d'artistes et artisans d'Art ( Pontrieux et Ploubazlanec )
- Visite guidée sur la thématique des métiers d'art à Paimpol conduite par l'Office de Tourisme

### NON RÉALISÉE

- La mise en œuvre d'actions marketing

### EN COURS

- Le projet culturel de territoire
- Réflexion engagée avec Pontrieux pour valoriser les artistes et artisans d'art via une signalisation appropriée
- Réflexion engagée pour favoriser la mise en relation entre les artistes et artisans d'art présents sur le territoire

### COÛT GLOBAL DES ACTIONS SUR LA DURÉE DU 1ER SCHÉMA ET SUBVENTIONS OBTENUES / ESTIMATION DES ACTIONS EN COURS

- 8 253 € de subvention accordées au soutien des artistes et artisans d'art

DÉVELOPPER LA VALORISATION DES SAVOIR-FAIRE

AXE 3

10 11

# 11 STRUCTURER ET PROMOUVOIR LA FILIÈRE ARTS ET ARTISANAT D'ART

*11.1 Recenser l'offre artistique et artisanale (d'Art)*

## INDICATEURS

Nombre d'artistes et d'artisans d'art recensés : 172
Nombre de lieux répertoriés : 77
Nombre de réponses obtenues lors de l'enquête : l'enquête n'a pas été menée

## ANALYSE

Même si cet axe du schéma touristique n'a pas été exploité autant que les deux premiers (manque de temps, de moyens humains et priorisation politique sur d'autres sujets), l'agglomération accompagne néanmoins cette filière par le biais du dispositif tourisme, à titre d'exemple, le projet de galerie d'art et de résidence d'artistes à Ploubazlanec.
De plus, depuis le 3 mars 2020, l'agglomération, dans le cadre du pacte culturel avec le Département, s'est engagée à agir dans trois domaines, à savoir construire une communauté d'acteurs, apporter un soutien aux patrimoines immatériels et soutenir la dynamique d'éducation artistique et culturelle sur le territoire. Depuis trois ans, l'agglomération participe aussi financièrement à des projets EAC en lien avec les écoles du territoire et finance une partie d'une classe CHAT (classe à horaires aménagés Théâtre).

Au-delà du recensement de l'offre artistique et de l'artisanat d'art réalisé en 2021, la collectivité n'a certes pas encore élaboré son projet culturel de territoire mais participe financièrement et techniquement au développement de projets culturels.

Depuis le 1er janvier 2022, un service culture a été créé au sein de l'agglomération, c'est dorénavant en lien avec ce service qu'il conviendra de structurer cette filière et de mettre en exergue les synergies avec le tourisme.

# Préconisations

- Développer et valoriser les circuits courts
- Adapter-élargir le dispositif touristique au tourisme culturel
- Organiser davantage d'événementiels créateurs de liens sur le territoire

# Préconisations supplémentaires

- Améliorer les conditions de logement des salariés saisonniers
- Sensibiliser les professionnels du tourisme et les visiteurs aux changements climatiques
- Prendre en compte des nuisances dites touristiques et rechercher de solutions à la gentrification des centres villes, à la hausse des prix, aux difficultés pour trouver un logement, pour circuler, pour se garer...) afin de préserver la qualité de vie des habitants.
- Inclure les habitants dans les projets pour en faire des ambassadeurs
- Accroitre l'intérêt et le soutien pour les espaces protégés et /ou naturels
- Croiser les besoins des habitants et ceux des visiteurs
- Co construire avec les communes
- Engager des partenariats avec les privés, associations...

# Récapitulatif financier

| | Axe 1 | Dépenses de fonctionnement 2017-2022 | Subventions de fonctionnement | Dépenses d'investissement 2017-2022 | Subventions d'investissement |
|---|---|---|---|---|---|
| Axe 1.1 | Signalétique | / | / | 306 000 | 155 988 € dont 125 000 € de subventions à ventiler sur l'axe de 2.1 |
| Axe 1.2 | Améliorer les espaces d'accueil | 49 860€ annuel (depuis 2022) | 1 460 € (une seule fois) | 65 690 | 70 482€ |
| Axe 1.3 | Accessibilité pour tous | / | / | / | / |
| Axe 2.1 | Créer des liens entre les sites et les équipements | 5 680€ annuel (depuis 2021) | / | 125 000 € | Inclus dans la subvention de l'axe 1.1 |
| Axe 3.1 | Améliorer les outils numériques | 4 860 € axe 7.2 (depuis 2022) | / | 15 000 € axe 5.3 | Inclus dans la subvention de l'axe 1.1 |
| Axe 4.1 | Labelliser le territoire | / | / | / | / |
| Axe 4.2 | Accompagner les porteurs de projets | 10 000 € sur deux ans (en 2019 et 2020) | / | 564 514€ | / |
| Total | | 65 540 € | 1 460 € | 1 061 204 € | 226 470 € |

43 fiches actions programmées , 10 non réalisées, 33 réalisées et/ou en cours, 15 supplémentaires réalisées, 5 supplémentaires en cours.
Taux de réalisation : 76 % . À noter 20 actions supplémentaires programmées.
Soit un total de 63 fiches

# Récapitulatif financier

| | Axe 2 | Dépenses de fonctionnement 2017-2022 | Subventions de fonctionnement | Dépenses d'investissement 2017-2022 | Subventions d'investissement |
|---|---|---|---|---|---|
| Axe 5.1 | Aménager et sécuriser les itinéraires | 399 213 € | / | Etudes : 27 840 €<br>Travaux : 157 424 € | Études : 11 500 €<br>Travaux : 76 906 € |
| Axe 5.2 | Développer les services à destination des randonneurs | 106 852 € | / | 37 726€ | 17 500 € |
| Axe 5.3 | Promouvoir les offres randonnées | / | / | 27 340 € | Subvention de l'axe 1.1 |
| Axe 6.1 | Etendre les animations sur les bords de saison et les répartir sur l'ensemble du territoire | 65 000€ axe 10.1 pour 55 000 € | 10 000€ axe 10.1 | / | / |
| Axe 6.2 | Valoriser le patrimoine culturel matériel autour de thématiques identitaires | 39 665 € | / | 3 600€ | |
| Axe 7.1 | Paysages : Valoriser le territoire en tant que destination nature | 24 000 € | / | 41 506 € | Subvention axe 1.1 sur 31 916€<br>Reversement part LTC sur 9 890€ soit 5 736€ |
| Axe 7.2 | Aider à la promotion et à la communication des acteurs environnementaux | 4 860 € / an axe 3.1 depuis 2022 | 1 460€ axe 3.1 | / | / |
| Axe 8.1 | Pêche : Aménager et équiper le territoire | / | / | 8 000 € | Arrêté de subvention du département obtenu. Inclus dans un appel à projet sport nature d'un montant de 93 000 € avec à la clé 40 000 € du département |
| Axe 8.2 | Développer des services autour de la pêche | / | / | / | / |
| Axe 8.3 | Renforcer la promotion et la communication autour de la pêche | | / | / | / |
| Axe 9.1 | Améliorer l'accueil nautique | / | / | 247 847 € | / |
| Axe 9.2 | Développer/faciliter l'accès aux sports nautiques pour tous | / | / | Aucune dépense mais projet en cours | Accord de subventions de la Région 200 000 € |
| Total | | 584 590 € | Ventilés sur d'autres lignes | 539 387 € | 111 642 € |

62 fiches actions programmées dont 24 non réalisées, 38 en cours et/ou réalisées, 6 supplémentaires réalisées, 6 supplémentaires en cours.
Taux de réalisation : 61 % réalisées ou en cours. À noter 12 actions supplémentaires ont été programmées
Soit un total de 74 fiches

# Récapitulatif financier

| | Axe 3 | Dépenses de fonctionnement | Subventions de fonctionnement | Dépenses d'investissement 2017-2022 | Subventions d'investissement |
|---|---|---|---|---|---|
| **10.1** | Recenser les produits locaux et accompagner les producteurs et les transformateurs | 55 000 € | 10 000 € | 36 500 € | / |
| **11.1** | Recenser l'offre artistique et artisanale (d'Art) | / | / | 8 253 € | / |
| **Total** | | 55 000 € | 10 000 € | 44 500 € | |

4 fiches actions programmées, deux non réalisées, deux réalisées et / ou en cours, 2 supplémentaires réalisées, 1 supplémentaire en cours :
Taux de réalisation sur les actions programmées : 50% (inclus les « en cours »). À noter la mise en œuvre de 3 nouvelles actions non programmées
Soit un total de 7 fiches actions

# Récapitulatif

TAUX DE REALISATION DE LA STRATEGIE : 67 % soit 73 fiches actions programmées sur 108 mais en tout 108 actions sur 143 (75%) ont été menées en intégrant celles qui n'étaient pas inscrites au plan d'actions

TOTAL DEPENSES D'INVESTISSEMENT : 1 643 091 € pour 336 952 € de subventions soit 20,5% d'actions financées

TOTAL DEPENSES DE FONCTIONNEMENT : 705 130€ pour 11 460€ de subventions soit 1,6% d'actions financées

# Conclusion

Dans le cadre de la mise en œuvre de la stratégie touristique, nous pouvons retenir 3 postes de dépenses majeures :

- La signalétique
- Les sports nature
- L'accompagnement des porteurs de projets

En effet, l'agglomération a consacré une part conséquente de son budget à la structuration de ces actions et à leur mise en œuvre, à commencer par la signalétique. Régulièrement les visiteurs formulent des remarques négatives sur la signalétique estimant qu'elle est souvent, peu lisible, mal placée et n'est pas à jour. Mais le travail engagé par l'ex CCPG depuis 2015 et repris par l'agglomération a permis d'équiper quelques communes d'une signalétique organisée, intégrée au paysage et surtout valorisante quant à l'offre touristique du territoire. Notons aussi que la signalétique a certes un coût mais est très souvent éligible aux subventions.

La thématique des sports nature, thématique majeure du territoire, avec ses randonnées, le nautisme, la pêche, le vélo , le trail est un domaine dans lequel l'agglomération œuvre depuis la fusion, en 2017. Consciente du riche potentiel du territoire, elle s'est donnée les moyens d'aménager, de créer, de promouvoir, d'entretenir pour proposer aux visiteurs et habitants, des offres de qualité et éclectiques. En effet, les sports nature sont non seulement un moyen de découvrir le territoire mais aussi la raison pour laquelle les touristes viennent découvrir la destination Guingamp-Baie de Paimpol. Il subsiste malgré tout un bémol : le coût élevé de l'entretien et des aménagements des sentiers de randonnée. Afin de conserver une offre de qualité et au vu des changements climatiques dont les répercussions sont d'ores et déjà visibles sur le littoral, il conviendra de mener une réflexion pour d'une part, anticiper l'érosion et par conséquent la dangerosité de certaines portions et d'autre part mettre en place des mesures de préservation de l'environnement.

Troisième poste de dépenses : l'accompagnement des porteurs de projets. L'agglomération Guingamp-Paimpol a été précurseur en matière de dispositifs d'aide ; à notre connaissance, aucun EPCI n'avait mis en place ce type de dispositifs, cela était plutôt du ressort des régions et des départements. Depuis quelques EPCI comme Carhaix Communauté ont souhaité s'en inspirer.
Bien que le dispositif version 2018 permette d'accompagner un nombre important de porteurs de projets, celui-ci doit aujourd'hui évoluer à l'aune des transitions, à savoir un dispositif dont les porteurs de projets auraient à répondre à des objectifs durables

En conclusion, nous retiendrons que la stratégie touristique 2017-2022 a atteint un taux de réalisation de 67 % soit 73 actions sur 108 actions programmées. Si l'on inclut les actions supplémentaires soit 35, le taux de réalisation est 75% pour un montant de 2,3 k€. Ces chiffres et réalisations démontrent clairement la volonté de l'EPCI de « *rendre l'agglomération accueillante et innovante pour bien y vivre et d' offrir un service équitable et de qualité à tous les habitants du territoire* ».
Certes dans cette stratégie, l'axe 3 concernant les savoir-faire a été quelque peu minoré ; en effet, dédier un axe entier sur ce thème n'était pas judicieux ; la thématique aurait pu être traitée dans l'axe 2 , au même titre que la pêche, le trail ... Mais l'agglomération s'est attelée à une thématique d'envergure, les sports nature, durant ces 5 années , ne laissant finalement que peu de temps pour le reste. En revanche, l'agglomération a fourni et financé un travail colossal sur la structuration des sports nature et en particulier sur la randonnée . La Thématique des savoir-faire sera très probablement un enjeu dans la prochaine stratégie.
Plus globalement, cette évaluation « touristique » aura permis de faire la lumière sur le travail engagé depuis 2017 par l'agglomération en matière de tourisme durable . L'agglomération ne part effectivement pas d'une feuille blanche ; la majorité des actions menées avait déjà comme préalables le souci de l'environnement, le bien être des habitants et des visiteurs et la volonté d'agir en faveur de l'activité locale.
La nouvelle stratégie devrait conforter et asseoir ce positionnement.