

5 Objectifs prioritaires

- Développer la notoriété et l'image de la station littorale de Névez
- Accroître la fréquentation en avant et arrière saison
- S'engager activement dans la démarche qualité nationale vers la Marque Qualité Tourisme
- Renforcer la communication interne à la station : population locale + collectivité
- Renforcer les projets de développement touristique

Un plan d'actions détaillé sera mis en œuvre chaque année afin d'atteindre les objectifs fixés. L'analyse des actions réalisées se fera au travers des indicateurs mis en place ; elle sera détaillée dans le bilan annuel.



1- Notoriété et Image de la station

- Renforcer les actions de promotion et communication pour ancrer le positionnement marketing de la destination et en accroître la fréquentation :
Névez : Destination littorale, sauvage, dotée de grands espaces, nature préservée
Les actions seront réalisées majoritairement dans le cadre du réseau Sensation Bretagne
Opérations grand publics, salons thématiques et salons touristiques grand public
- Développer les éditions dans ce sens et proposer des versions en langues étrangères pour se faire, la régie publicitaire réalisée en interne sera développée autant que faire se peut
- Refonte totale du site Internet en français et anglais, une version allemande sera développée par la suite
Le site sera un outil majeur pour la promotion de la station,
- Accentuer les relations presse par des accueils ciblés

Le dossier de presse sera entièrement revu et envoyé à des journalistes par l'intermédiaire de l'attachée de presse du réseau Sensation Bretagne

Homogénéiser les chartes graphiques du site Internet et des éditions papier qui fera la part belle au turquoise

Obtention de la marque « Tout commence en Finistère » qui figurera systématiquement sur les éditions

Accentuer les collaborations au sein du réseau Sensation Bretagne, présence du logo sur les éditions et le site

Renforcer le développement de l'espace boutique avec des produits griffés et marqués « Névez », véritable vecteur de la destination

2- Accroître la fréquentation en avant et arrière saison

- Par le développement de la cible groupe

Réalisation de séjours « groupe » clé en main en partenariat avec l'Offre locale et proposition de la visite groupe « sèche »

Prospection et commercialisation de séjours vers la clientèle des autocaristes
Alimenter la page web groupe sur notre site et les sites portail (réseau Sensation Bretagne - ADT - CRT)
Insertion de produits clé en main sur la brochure groupe de l'ADT 29

- Par le développement de la cible randonneurs

Refonte du document randonnées
Participation à des actions ciblées « randonnée »
Montage de séjours et d'opération presse thématique « randonnée »
Alimenter les pages web randonnées sur notre site et les sites portail (réseau Sensation Bretagne - ADT - CRT)

- Par le développement des courts séjours thématiques « clé en main »

Développer les rendez vous calendaires type « week end fête des mères »
Concevoir des séjours thématiques affinitaires : gastronomiques, détente
Relancer les séjours moto qui se commercialisent particulièrement sur le printemps

- Par une politique tarifaire alléchante en avant et en arrière saison

L'Office mobilisera ses socioprofessionnels afin que des tarifs soient proposés sur les mois d'avril mai juin et septembre à la clientèle individuelle

Ces offres seront mises en ligne sur le site internet dans la rubrique « bons plans » et largement promues lors des salons grands publics

3- Marque Qualité Tourisme

L'Office de tourisme est l'interface entre la collectivité, les socioprofessionnels et les visiteurs ; il se doit d'être le fer de lance en terme de qualité d'accueil touristique afin d'ancrer sa légitimité face aux acteurs touristiques et de valoriser ses actions.

La Politique Qualité de l'Office de Tourisme de Névez s'articulera autour de 4 axes qui s'articulent en toute logique autour des 4 publics, acteurs du tourisme :

1. les visiteurs –vacanciers : clientèle prioritaire
2. les socioprofessionnels : poumon économique
3. les élus : force incontournable du développement local
4. la population locale : ambassadeurs de la destination

- La référente qualité, Valérie Tonal nommée le 6 avril 2012 mettra en œuvre le manuel qualité, les fiches de procédures et les outils adéquates
- Création d'un GTL , groupe de travail local qui sera en charge de faire remonter les informations collectées par le biais de s questionnaires et des problèmes soulevés par les différents acteurs du tourisme local

L'objectif étant d'entrer dans la démarche qualité d'ici fin 2012 et d'obtenir autant que faire ce peut la Marque Qualité tourisme avant fin novembre 2013

4- Renforcer la communication interne à la station : Population locale + collectivité

Renforcer notre communication interne envers la population locale :

- Par le développement de la lettre touristique dans le bulletin municipal

4 pages dédiées au x actions de l'Office de tourisme seront insérées dans chaque édition du bulletin municipal afin de communiquer l'activité de la structure à la population locale

- Communication fréquente dans la presse quotidienne régionale sur les actions de l' OT
- Conception de kits loueurs remis systématiquement aux loueurs de meublés
- Par une communication ciblée sur notre site Internet et un paragraphe consacré à la démarche qualité

Renforcer notre communication interne envers la collectivité :

- Organisation de réunions thématiques avec les élus

Des réunions seront organisées sur les actions du réseau Sensation Bretagne, ainsi que sur des problématiques propres à la collectivité comme l'accueil des campings cars

- Le bilan d'activités présenté chaque année au comité de direction sera dorénavant remis également à l'ensemble des élus municipaux

5-Renforcer les projets de développement touristique

- Aide et conseils aux porteurs de projets par la tenue de statistiques de fréquentation et de fonds documentaires.
- Organisation des projets de mise en valeur du patrimoine

Organisation de 2 visites guidées thématiques chaque semaine en haute semaine sur les particularités patrimoniales de la commune pour les individuels

Organisation des journées du patrimoine

Promotion et aide à la commercialisation des sorties « patrimoine naturel »

Proposition de nouvelles sorties nature pour le public enfant

- Mise en réseau des partenaires culturels des 3 festivals ayant lieu sur la commune
Aide à la promotion et à la commercialisation (billetterie)
- Assistance tous les mercredis sur place à l'organisation du Festival « Place aux mômes »
Accueil des artistes et présentation du spectacle au public
- gestion du calendrier des fêtes

L'Office de tourisme coordonnera la mise en œuvre du calendrier des fêtes et manifestations en collaboration avec les associations locales

Il en assurera la création et la diffusion sur les supports papier mais aussi numériques

Il sera l'interface pour la base de donnée régionale et renseignera la base de données tourinsoft pour le compte des associations locales organisant de l'évènementiel