

Bilan d'activité 2016

BRETAGNE⁰⁵

TOUT
commence
en FINISTÈRE

MAISON DU TOURISME BAIE DE MORLAIX MONTS D'ARRÉE

BOTSORHEL — **CARANTEC** — GARLAN — **GUERLESQUIN** — GUIMAËC — HENVIC
LANNÉANOU — LANMEUR — LE CLOITRE SAINT-THÉGONNEC — LE PANTHOU
— LOCQUÉNOLÉ — **LOCQUIREC** — **MORLAIX** — PLEYBER-CHRIST — PLOUÉGAT-
GUERRAND — PLOUÉGAT-MOYSAN — PLOUEZOC'H — **PLOUGASNOU** — PLOUGONVEN
— PLOUIGNEAU — PLOUNÉOUR-MENEZ — PLOURIN-LES-MORLAIX — SAINT-JEAN-
DU-DOIGT — SAINT-MARTIN DES CHAMPS — SAINTE-SÈVE — **SAIN'T-THÉGONNEC-**
LOC EGUINER — TAULÉ



maison du tourisme
Baie de Morlaix
Monts d'Arrée



Les indicateurs d'activité



Ouverture au public

315

jours par an
(sur la base de Morlaix)

11 700

heures d'ouverture au public

- 4 Offices de tourisme ouverts à l'année (Morlaix, Carantec, Plougasnou et Locquirec)
- Saint-Thégonnec ouvert 6 mois
- Guerlesquin et 4 Points «i» (Pleyber-Christ, Plouezoc'h, Plougonven et Plounéour-Menez) ouverts en juillet-août.

Nouveautés

- Nouvel espace d'accueil à Locquirec
- Déplacement à l'Abbaye du Relec du Point «i» et de la location de vélos de Plounéour-Menez

Nos clientèles et leurs demandes

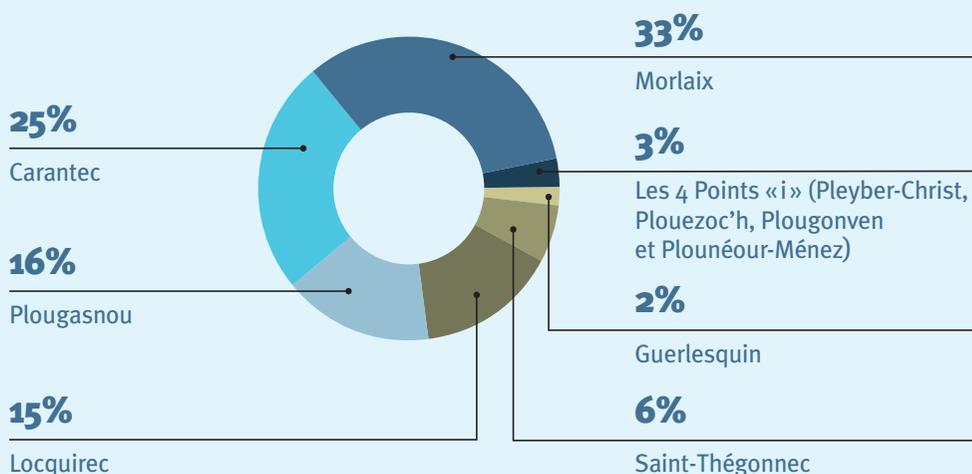
59 200

contacts dans les OT (par téléphone, mail, réseaux sociaux, chats en ligne ou au comptoir) ont généré

138 400

demandes (un visiteur ayant souvent plusieurs demandes)

Répartition des demandes traitées par les Offices de tourisme



Parmi ces demandes, on note :

 **7 300** demandes concernent les hébergements

 **5 600** demandes pour les sorties en mer

 **10 200** demandes pour les animations et événements

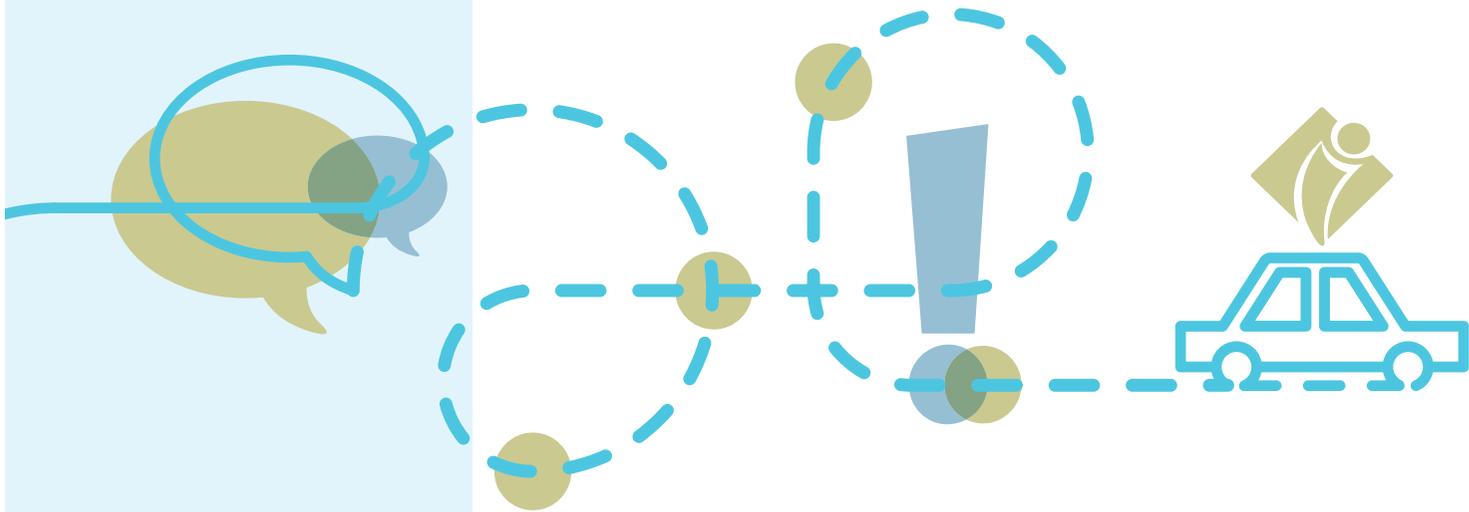
 **1 900** demandes relatives à la restauration

 **19 000** demandes concernent le patrimoine culturel

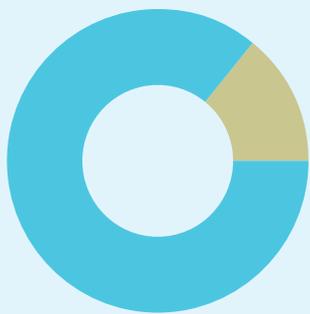
 **3 000** pour le transport

 **9 200** demandes concernent le patrimoine naturel

 **7 500** demandes concernent les randonnées et balades

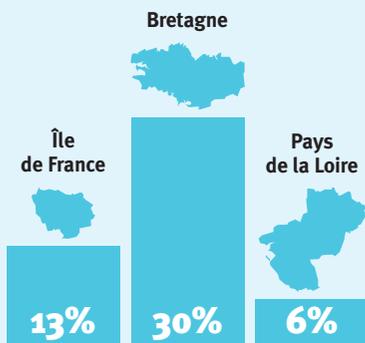


Répartition de la clientèle

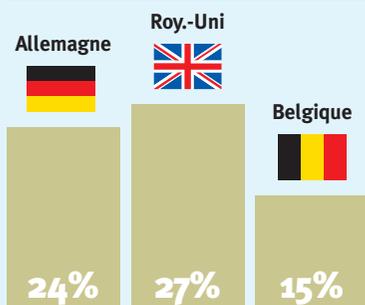


86% de Français
14% d'étrangers

Par régions



Par pays



Particularités

À Plougasnou et Locquirec :
Allemagne arrive en tête

À Saint-Thégonnec : le podium
est Allemagne / Italie / Belgique

L'accueil hors les murs

« Aller à la rencontre du public, là où il ne nous attend pas »

54

sessions d'accueil « hors les murs » en juillet et en août, sur les marchés (Morlaix, Carantec, Locquirec et Lanmeur), sur la chaussée submersible de l'île Callot, au Cairn de Barnenez et au port du Dourduff à Plouezoc'h

1000

contacts

1 700

brochures diffusées

Sur les marchés, la saisonnière rencontrait des **visiteurs** curieux d'activités et de nouveautés, et des **habitants** soucieux de faire découvrir « leur pays » à leurs familles et amis. Les **Morlaisiens** ont fait part de leur intérêt pour la **Maison Penanault**. Sur la chaussée de Callot, l'esprit des vacances était réellement à la détente. Les brochures « Vivez vos expériences » et « Itinéraires et balades » étaient très bien accueillies.

Initié en 2012, l'**accueil en gare de Morlaix** a été interrompu courant 2016 pour permettre la modernisation de la gare. Nous retrouverons un bel espace dédié à l'accueil touristique dès l'été 2017 et nous développerons de nouveaux accueils animés.



Le wifi

Gratuit et sécurisé pour nos visiteurs

11 000

connexions sur l'année

- 6 accès wifi dans les Offices de tourisme
- 27 600 connexions dans le **groupe de hotspots partenaires** sur le territoire (hôtels, campings, locations, chambres d'hôtes, musées...)
- Chaque utilisateur est dirigé vers sortiramorlaix.bzh, pour accéder à l'**information locale de qualité**

La promotion et la communication

Les éditions, sites Internet et réseaux sociaux répondent à la **stratégie de développement** de la Maison du tourisme. Les **lignes éditoriales** définies valorisent les **atouts de la destination Baie de Morlaix Monts d'Arrée** : sites naturels, culturels, activités et visites, et les professionnels qui travaillent à nos côtés.

Les **contenus originaux** produits par les équipes (articles, interview, photos, vidéos) sont publiés sur les brochures et sur Internet puis relayés par les réseaux sociaux adéquats. La **visibilité des professionnels** est impactée par cette démarche.

Les éditions

Des nouveautés

Journal des activités

«Vivez vos expériences»

- 36 pages – 30 000 exemplaires
- Français-anglais
- 136 annonceurs partenaires

«Itinéraires et balades, circuits de découverte en Baie de Morlaix Monts d'Arrée»

- 28 pages – 45 000 exemplaires
- Français-anglais

Poursuite des documents existants

- Guides des hébergements (15 000 ex.)
- Guides des restaurants (12 000 ex.)
- Plans de villes pour Morlaix, Carantec, Locquirec et Plougasnou (entre 8 000 et 20 000 ex.)
- Agenda «Sortir à Morlaix» (5 docs entre 1 500 et 25 000 ex.)
- Carte touristique avec l'Office de tourisme de Roscoff, Côte des sables, Enclos paroissiaux (30 000 ex.)
- Horaires des marées (12 000 ex.).

À venir

Accord de réalisation d'un Guide du Routard Baie de Morlaix

(sortie en avril 2018)

Sur Internet un éco :



tourisme-morlaix.bzh

Objectif de séduction des clientèles et déclenchement de la réservation

- **240 000 visites** pour 190 000 visiteurs uniques
- 88% de visiteurs Français ; les principales régions françaises : Bretagne, Île de France et Pays de la Loire
- Podium des visiteurs étrangers : Belges, Allemands, Britanniques
- Tendance majeure : **40%** des visites de l'année sont faites depuis un smartphone ou une tablette
- Webcams **21 600 vues** sur le site (de juillet à décembre)



sortiramorlaix.bzh

Valorisation de l'activité locale

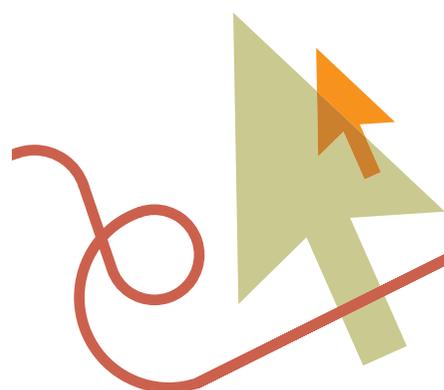
- **68 400 visiteurs uniques** pour **105 000 visites**
- Pages les plus consultées : agenda des événements, restaurants et commerces



blog

baiedemorlaix.wordpress.com

- Publication d'articles thématiques pour une visibilité sur les activités (pêche en mer, randonnée...)
- **47 500 visites** pour 25 600 visiteurs uniques
 - 46 articles rédigés et publiés



un système complet



facebook

- **Stratégie éditoriale** pour chacune des 6 pages gérées par les Offices de tourisme
- 15 000 fans au global en fin d'année
- **Promotion du dynamisme local** (événements, loisirs, actualité...) et de l'actualité des partenaires (commerces, restaurants...)
- **Relais d'opérations commerciales** (cadeaux de Noël, Menus de réveillons, Saint-Valentin...) initiées par la Maison du tourisme



Instagram

@baiedemorlaixtourisme

- 970 abonnés en fin d'année
- **Stratégie de veille** et de sélection des **mots-clés porteurs de visibilité**



webcams

- 3 caméras à Carantec, Locquirec et Plougasnou, **250 000 visionnages** (tous supports confondus) depuis l'installation en été 2016 (maîtrise d'ouvrage de Morlaix Communauté)



chaîne YouTube

- **27 000 visionnages** sur l'année 210 000 vues depuis sa création



Galerie photos flickr

- 1800 photos en ligne



Pinterest

- 450 «épingles» sur 21 tableaux

La presse

Des relations privilégiées

Comment ça se passe ?

En direct, via Sensation Bretagne ou Finistère Tourisme. Accueil de journalistes sur place ou transmission de contenu sur demande (texte ou photos) pour la rédaction d'articles souvent thématiques (gastronomie, VTT, les îles, les enclos paroissiaux...)

43

contacts avec la presse nationale et sur le web

- **5 accueil presse sur place** (dont un passage au journal de 20 heures de TF1, France3)
- Publications identifiées : **15 en presse écrite** et **10 publications** sur le web ou reportages TV

Les professionnels

Une collaboration au quotidien

538

partenaires dont **280 liés à l'hébergement**, **258 commerces, restaurants et activités de loisirs**

105 000 €

de Chiffre d'affaires généré. Une progression de **21%** par rapport à 2015

- **Animation du réseau des partenaires**
3 rencontres thématiques avec hôteliers, restaurateurs, hébergeurs
- **Qualification du parc locatif**
67% d'hébergements meublés classés ou labellisés (Clévacances ou Gîtes de France)
64% des chambres d'hôtes référencées (Chambres d'hôtes de Bretagne) ou labellisées (Clévacances ou Gîtes de France)
- **Rest'Open**
Chaque mois **55 restaurants** sont interrogés pour connaître leurs **jours d'ouverture et heures de services**. L'information est affichée dans les OT, visibles de l'extérieur
- Chaque jour en été, à partir de 16h, **84 hébergements** sont interrogés pour connaître leurs **disponibilités le soir même** (hôtels, chambres d'hôtes, campings et gîtes d'étape). **Les chambres libres en dernière minute** sont affichées à la fermeture des OT, visibles de l'extérieur
- En été et pendant les vacances scolaires, **diffusion de la documentation** Maison du tourisme, chez les partenaires hébergeurs et commerçants, à destination de leurs clientèles

Les pots d'accueil estivaux



6
Plougasnou
avec 6 à 7 partenaires

8
Morlaix
avec 8 partenaires

6
Carantec
avec la participation d'une dizaine de partenaires + tirage au sort avec lots offerts par une quinzaine de partenaires

7
Locquirec
avec 7 partenaires

2
Saint-Thégonnec
avec 5 partenaires

La commercialisation

292 000 €

de ressources propres
(partenariats, billetterie,
boutique, locations de vélos,
île Louët, groupes...)



Une destination vers la qualité



QUALITÉ
TOURISME

Dispositif de suivi de la satisfaction- client

Nous prenons en compte les avis des clients et enregistrons en 2016 sur l'ensemble de nos sites **471 retours d'avis clients** desquels ressortent **12 réclamations** qui ont fait l'objet d'un suivi par les responsables des Offices de Tourisme ; **324 remarques et suggestions** et **135 formules de satisfaction** du public. Toutes ces informations sont consignées et permettent d'ajuster les services selon les cas.



Avis clients sur Tripadvisor

Après leur passage, les visiteurs rédigent régulièrement un avis sur les services des Offices de tourisme sur la plateforme Tripadvisor. Chaque Office de tourisme gère cet **espace de relation-client** et prend soin de répondre aux avis déposés par les utilisateurs de la plateforme. La Maison Penanault a reçu le **Certificat d'Excellence** pour la qualité de ses services et prestations.

Billetterie

112 000 €

de chiffre d'affaires en 2016 dont

4 150 €

pour les **visites guidées**
(1200 visiteurs)

Maison Penanault (et ateliers), ville de Morlaix, les églises de Plougasnou et Saint-Jean du Doigt, Lanmeur, nocturne à Guerlesquin, visites ostréicoles à Carantec

95 300 €

pour les **sorties en mer**
(Château du Taureau, À fer et à flots, île de Batz, les 7 îles, Finist'Mer)

- La Maison du tourisme est **apporteur d'affaires** pour le territoire : 16 offres de loisirs revendues dans les OT
- L'installation du logiciel **Ingénie** a permis de professionnaliser l'acte de vente et la gestion des caisses.

Location de vélos

24 000 €

de chiffre d'affaires
pour 1025 vélos loués

6

points de location, dont 4 ouverts toute l'année, depuis le lancement à Locquirec en juin 2016

Boutique

6 400 €

de chiffre d'affaires global

- Librairie, Produits dérivés
- Nos meilleures ventes : topoguides de randonnée à pied et VTT, sacs à dos et t-shirts

Développement de l'offre vers les groupes

11 820 €

de chiffre d'affaires

- La Maison du tourisme est **apporteur d'affaires pour ses partenaires**
- 123 contacts de groupes
- 62 dossiers ont abouti (visites de la Maison Penanault, visites de ville à Morlaix, visites d'enclos paroissiaux, journées combinées...)

- 9 rendez-vous avec les professionnels pour la **présentation** du principe de la convention de commercialisation
- Contact avec des agences réceptives et **Fédération Régionale**
- Accompagnement dans la définition de la **stratégie de commercialisation de la Maison du tourisme**

orientée



Le baromètre image

782

questionnaires Qualité recueillis sur l'ensemble des OT

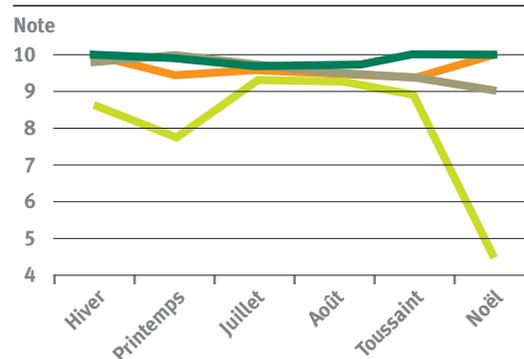
- Les baromètres images sont des indicateurs qui nous permettent de connaître la **satisfaction des visiteurs** lors de leur passage dans nos offices de Tourisme sur 4 critères principaux qui concernent **l'accès, les locaux, l'attitude et la compétence du personnel**.
- Ces questionnaires ont été traités et analysés lors des **groupes GTL** des Offices de tourisme (Groupe de Travail Local) et nous ont permis de **mener des actions correctives** afin d'améliorer la qualité de l'accueil de la destination et de progresser continuellement dans la qualité.
- Les sujets relevés le plus souvent sont : la signalétique, les transports, les aires de camping-cars, les hébergements, la propreté.
- Exemples de sujets traités : le GR34 (réunion avec Morlaix Communauté), la signalétique de la Maison Penanault traitée avec la Ville de Morlaix et Morlaix Communauté

Observation régionale

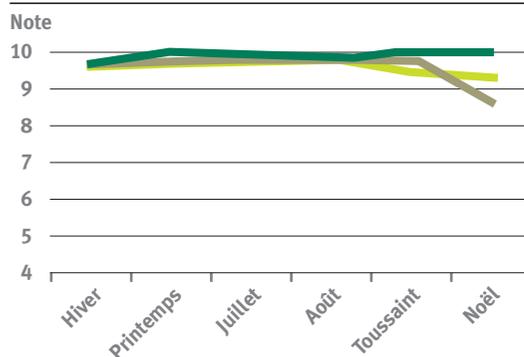
Participation aux enquêtes « Reflets » (496 questionnaires collectés sur 4 Offices de tourisme) et des Cités d'Art de Bretagne (780 questionnaires) avec mise en jeu de 2 séjours à Morlaix à gagner

- Accès
- Locaux
- Attitude du personnel
- Compétence du personnel

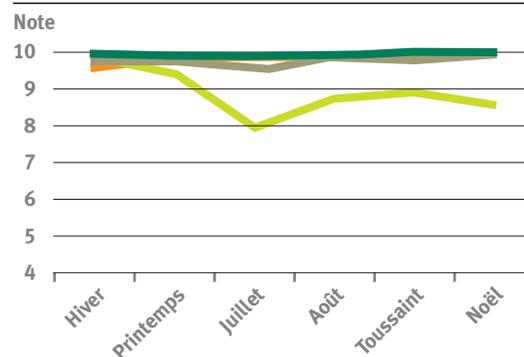
Morlaix



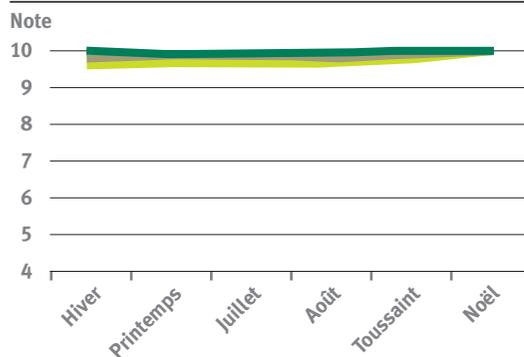
Carantec



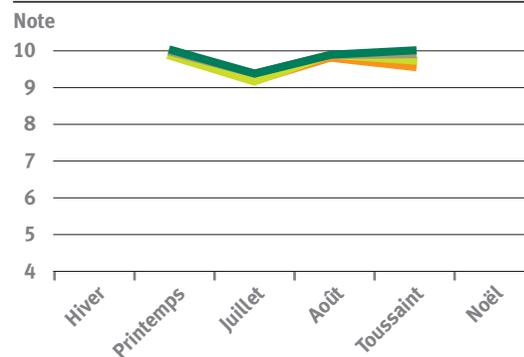
Locquirec



Plougasnou



Saint-Thégonnec



Ingénierie de développement

Le développement touristique se déploie par des partenariats multiples, dans le cadre d'**actions publiques** et par l'**initiative privée**. Notre établissement, au delà des actions classiques d'accueil et de promotion, accompagne de nombreux interlocuteurs dans leurs projets, parfois ponctuellement, parfois de façon récurrente.

Il est aussi l'**interface entre les socio-professionnels et les programmes publics** et il est de plus en plus sollicité pour **coordonner des actions collectives**, notamment régionales. L'ingénierie touristique présente un panel large d'interventions, **de la réflexion prospective à la mise en marché des offres**.



Morlaix Communauté

- Convention d'objectifs : signée en juin 2016 pour 3 ans
- Réflexion « tourisme » : projet de territoire « Trajectoire 2025 »
- Implantation de l'information touristique au Pôle d'Échanges Multimodal (stand et dalles tactiles en Gare de Morlaix)
- Espace VTT : extension vers Guerlesquin et Saint-Thégonnec
- Accompagnement des services sur la taxe de séjour
- Renforcement de la signalétique de la Maison Penanault (en lien avec la Mairie)
- Schéma Vélo
- Comité de suivi de l'Auberge de Jeunesse
- Réflexion : moins de gaspi au resto
- Réflexion sur la création d'un espace de co-working
- 520 envois / docs nouveaux habitants

BRETAGNE^{BE}

Région Bretagne

Coordination de la destination « Côte de Granit Rose Baie de Morlaix »

- Mise en œuvre des actions vers la clientèle britannique
- Partenariat avec Brittany Ferries
- Partenariat avec Produit en Bretagne
- Réflexion sur la stratégie de la destination
- Montage financier des opérations à mener

Réunion régionale des destinations (1 par trimestre)

Actions régionales

- e-Breizh Connexion
- Bretagne sans ma voiture
- Club Rando
- Club « Voyagez responsable »
- Comité de rédaction de tourisme.bretagne.com
- Club « familles »
- Expériences bretonnes
- Projet de carte touristique

Préparation de la campagne LGV 2017 (Ligne à Grande Vitesse)

TOUT commence en FINISTÈRE

Finistère

Partenariat avec l'EPCC Chemins du Patrimoine pour le déplacement du Point « i » au Relec

Réflexions communes

- Optimisation de la taxe de séjour
- Schéma de randonnée départemental
- Espace Mer « Baie de Morlaix »
- Améliorer la GRC (Gestion de la Relation Client)

Membre du bureau du réseau OT29

Comité technique « Tourinsoft » 3 réunions

À fer et à flots

L'association « À fer et à flots » est hébergée à la Maison Penanault, aux côtés de l'Office de tourisme de Morlaix

Notre travail en commun

- Commercialisation du produit à l'accueil des Offices de tourisme
- Réflexion sur la stratégie de commercialisation
- En 2016, négociation commune en lien avec Morlaix Communauté auprès des responsables « transport » de la Région Bretagne, de la SNCF et du service TER Bretagne

à fer et à flots



Sensation Bretagne

Réflexion sur une nouvelle organisation : 4 commissions « stratégie »

Participation au salon « Destination Nature » à Paris en mars 2016

Interventions sur les communes membres du réseau Carantec, Locquirec et Plougasnou :

- Implantation d'une webcam : maîtrise d'ouvrage Morlaix Communauté, aide régionale à l'installation
- Reportage « photos », avec présence de figurants, plus de 500 photos réalisées

Réunions régulières

Réunions réseau, réunion des équipes, Commissions numérique, « animations », promotion-communication et relations-presse

CCI de Morlaix

- Accompagnement de Morlaix Communauté autour de la nouvelle convention « Château du Taureau »
- Opération « Ma Bretagne, c'est par ici » : fourniture des films « Sensation Bretagne » réalisés à l'aide d'un drone



Communauté
numérique
du Pays de Morlaix

Communauté Numérique du Pays de Morlaix

- «Semaine des usages numériques»: événements de sensibilisation au numérique à destination des socio-professionnels, élus, monde éducatif et associatif
- Rapprochement vers la French Tech Brest+
- Déploiement du wifi territorial
- 8 réunions dans l'année

Open Data DataTourisme national et DataTourisme Bretagne

- Commission des experts DataTourisme, Paris
- Rencontres DataTourisme: FrenchTech, Ouest-France, Brittany Ferries
- Échanges avec l'Open Data «DataTourisme Bretagne» (via Finistère Tourisme)

Appui aux projets

Les projets privés

Partenariats et réflexions spécifiques

- Contact avec «Hop!» pour une réflexion «tourisme»
- Mise en relation entre AFPA et les hôteliers pour une formation en hôtellerie
- Échanges avec les nouvelles «conciergeries»: proposition de partenariat

Accompagnement au montage de projets touristiques structurants

(Domaine de Treuscoat, hôtels, gîtes de groupe)
7 projets suivis

Conseils avant mise en marché de locations meublées ou chambres d'hôtes

9 projets

Projets associatifs

À mi chemins et AAPPMA de Morlaix

Incitation à la labellisation

- «Tourisme et Handicap»
- «Accueil vélos» - 10 labellisés

Études numériques

- dossier de financement de nouveaux sites Internet par le chèque numérique départemental
- réalisation de 3 audits de sites internet par l'outil départemental Diag 29

Les projets des communes

Aménagement et circulation «douce»

création de sentier accessible à Taulé, création d'un circuit vélo à Plouigneau et à Carantec, création d'un cheminement doux à Lanmeur et à Locquirec, balades «rando poussettes» avec le RPAM (relais parents assistants maternels)

Réflexions des communes

- Contact avec le cabinet d'étude SAFI pour l'étude «urbanisme» sur Guerlesquin
- Approche «tourisme» à Plougasnou (en lien avec Finistère Tourisme)
- Accompagnement de l'étude des paysages avec l'UBO section Géoarchitecture sur Plougasnou, St-Jean du Doigt et Plouezoc'h

Hébergements touristiques

- Projet de gîte à l'Île Callot à Carantec
- Réflexion sur le camping municipal de Plougasnou avec Finistère Tourisme
- Réflexion sur le tourisme pêche à Plougonven

Équipements

- Réflexions sur l'Écomusée de Plouigneau
- Réflexions sur la communication du Golf de Carantec

Support de communication

co-production d'une vidéo promotionnelle avec Plougonven et Le Cloître-St-Thégonnec

Travaux spécifiques sur Carantec

- Suivi et commercialisation de l'Île Louet
- Programmation, coordination et mise en place du programme d'animations
- Accueil des artistes
- Nouvelle méthode de travail avec la Mairie

Relations extérieures



La Maison du tourisme Baie de Morlaix Monts d'Arrée, c'est...

Après Vannes, Quimperlé,
Saint-Denis-en-l'Île, **accueil
d'une délégation** de Pontivy
à la Maison Penanault

Interventions à l'extérieur

- Sur le fonctionnement d'un ÉPIC auprès du CRT Auvergne (juin 2016, Clermont-Ferrand)
- Sur la stratégie d'un OT multi-sites, auprès de la MOPA Aquitaine (Septembre 2016, Royan)
- Sur la production de données ouvertes par un Office de tourisme, auprès de French Tech Brest + (avec Tourisme et Territoires, Octobre 2016, sur le Pont-Aven en Baie de Morlaix)
- Sur l'organisation d'un Office de tourisme « fusionné » auprès des directeurs des offices de tourisme du réseau Offices de tourisme de Bretagne (Carantec, octobre 2016)
- Sur la communication numérique auprès des hébergeurs de Plougonven et des communes voisines (Plougonven, printemps 2016)

- Type : Office de tourisme communautaire en EPIC (établissement public industriel et commercial)
- Création : 2008
- Localisation : les 27 communes de Morlaix Communauté, sur le Pays de Morlaix, labellisé Pays d'Art et d'Histoire.
- Distinctions : Marque Qualité tourisme (2014), Classement Catégorie 1 (2015)

Ressources humaines

18

ETP (équivalents temps plein)
+ 3 agents mis à disposition

13

saisonniers

14

stagiaires accueillis

15

formations suivies,
soit 285 heures de formation

- Professionnalisation de la gestion des caisses et de l'acte de vente par l'acquisition du logiciel Ingénie

Pilotage

- Signature de la convention d'objectifs avec Morlaix Communauté
- Comité directeur, composé d'élus et de socio-professionnels (21 membres), réuni à 6 reprises
- 12 commissions locales réunies à Morlaix, Carantec, Locquirec, Plougasnou, Guerlesquin, Saint-Thégonnec, avec groupe de travail Qualité (GTL)

Audits et analyses

- Réflexion sur le Document unique de Prévention des risques (réalisation 2017)
- Audit informatique - Téléphonie - internet par Novasys
- Étude de carte carburant





Les membres du Comité directeur

**Il est composé de 21 membres :
élus (11) et socio-professionnels (10)**

Le Bureau est composé du Président, des Vice-Présidents et des référents.

Élus - titulaire / suppléant(e)

Yves Moisan (Président) / Nathalie Bernard
Clotilde Berthemet (référente Carantec) /
Marie-Pierre Guivarch
Efflam Mahé (référent Locquirec) / Margot Borgne
René Le Tallec (référent Plougasnou) / Chantal Morvan
Annie Piriou (Vice-Présidente et référente Morlaix) /
Christiane Léon
Martine Girault / Marc Rousic
Madeleine Corre / Jean-Luc Jeffroy
Marylaure Pouliquen (référente Saint-Thégonnec) /
Joseph Irrien
Jean-Michel Parcheminal / Véronique Pereira
Gildas Juiff (référent Guerlersquin) /
Rolande Le Houerou
Thierry Piriou / José Guével

Socio-professionnels, par secteur d'activité titulaire / suppléant(e)

Découverte touristique

Caroline Leroy-Daniel / Michel Clec'h
Loïc Quemener / Yvon Tallec

Hébergements

Catherine Galichet / Guillaume Pellerin (Vice-Président)
Yann Hamon / Danielle Mugnier
Stéphanie Pinçon / Sylvie Lucienne
Yvette Le Moal / Jeanne Moreau

Loisirs & sports

Ernest Le Bris / Gaël Le Cleac'h

Équipements touristiques

Jean-Yves Teurnier / Jean-Pierre Corre
Claire Prijac / Fabien Lezec

Restauration & commerces

Alain Scarella / Isabelle Conseil

Engagements vers une entreprise durable

**La Maison du tourisme s'engage
dans son fonctionnement et envers
ses partenaires pour une destination
touristique préservée.**

- Choix d'un véhicule de service hybride (essence - électrique), incitation du covoiturage
- Impression des documents de promotion sur du papier certifié PEFC (gestion durable des forêts)
- Concours au déploiement d'actions régionales en faveur des déplacements doux et/ou sans voiture
- Sensibilisation des professionnels aux actions de développement durable (tri des déchets dans les campings, eco-label dans les hôtels...)
- Tri des brochures et démarche solidaire pour le recyclage des reliquats
- Tri des déchets (cartons, piles, verres...), recyclage des cartouches d'encre usagées
- Achats responsables
- Économies d'énergie et de ressources
- Démarche de labellisation « Tourisme et Handicap »

Une équipe à votre service



NOUS CONTACTER

Offices de tourisme

Morlaix

Maison Penanault
T 02 98 62 14 94
morlaix@tourisme-morlaix.bzh
f MorlaixTourisme

Carantec

T 02 98 67 00 43
carantec@tourisme-morlaix.bzh
f CarantecTourisme

Locquirec

T 02 98 67 40 83
locquirec@tourisme-morlaix.bzh
f LocquirecTourisme

Plougasnou

T 02 98 67 35 46
plougasnou@tourisme-morlaix.bzh
f PlougasnouTourisme

Saint-Thégonnec (avril à octobre)

T 02 98 79 67 80
stthegonnec@tourisme-morlaix.bzh
f SaintThegonnecTourisme

Guerlesquin (juillet et août)

T 02 98 72 84 20
guerlesquin@tourisme-morlaix.bzh
f GuerlesquinTourisme

Services Développement et Communication

Maison du tourisme
Baie de Morlaix Monts d'Arrée
5 allée Saint-François
29600 Saint-Martin-des-Champs
T 02 98 79 92 92
bienvenue@tourisme-morlaix.bzh

pro.tourisme-morlaix.bzh



maison du tourisme
**Baie de Morlaix
Monts d'Arrée**

tourisme-morlaix.bzh