

# Commission thématique TOURISME



*Mardi 30 juin 2015 – 14h*



# Commission thématique

## TOURISME

### *Participants (22)*

<b>ABHERVE Bénédicte</b>	CAD 22	<b>ANDRE Loic</b>	DDTM – UT Guingamp
<b>BARDON Victor</b>	Pays de Guingamp	<b>BERNARD Cinderella</b>	Conseillère départementale Canton de Bégard
<b>BURLOT Jacques</b>	SREN – Conseil départemental	<b>COULAU Philippe</b>	Pays de Guingamp
<b>DIRIDOLLOU Michel</b>	Pays Touristique / Festival Plinn	<b>GUILLOSSOU Julie</b>	CC Bourbriac
<b>GUILLOU Claudine</b>	CC de Bourbriac et Conseillère départementale Callac	<b>LE BAYON Yolaine</b>	CC Belle-Isle-en-Terre
<b>LE CALVEZ Soizic</b>	CC Paimpol Goëlo	<b>LE CALVEZ Marcelin</b>	CC Lanvollon Plouha
<b>LE GALL Hervé</b>	Pays de Bégard	<b>LE GALLIOT Marion</b>	Pays de Guingamp
<b>LE HUIDOUX Pauline</b>	Conseil de développement	<b>MITNIK Laure</b>	CCI22
<b>PRUNAUX Christine</b>	OT Guingamp Communauté	<b>QUERE Isabelle</b>	CC Lanvollon Plouha
<b>RUMIANO Valérie</b>	Conseillère départementale	<b>SAMSON Julie</b>	OT Pays de Belle-Isle-en-Terre
<b>SIRIEYS Elodie</b>	CC Paimpol Goëlo	<b>TANGUY Fanny</b>	OT Pays de Bégard

# Commission thématique TOURISME



1. Le tourisme dans le SCOT
2. Un secteur économique majeur
3. La clientèle
4. L'Offre d'hébergement
5. L'offre touristique
6. AFOM/Enjeux

# 1. Le tourisme dans le SCOT



## Activité transversale

➔ *Impacts en matière d'aménagement, d'économie locale et d'emploi, de déplacements, de cadre de vie...*

Marge de manœuvre limitée en matière de tourisme (ne peut pas être porteur d'une politique de structuration et de promotion de l'offre touristique et des acteurs de la filière)

Il peut cependant contribuer à conforter les réflexions collectives des acteurs et opérateurs sur le volet territorial et spatial des activités touristiques.

# Ce que dit le code de l'urbanisme (Article L.121-1)

Les schémas de cohérence territoriale, (...) déterminent les conditions permettant d'assurer, dans le respect des objectifs du DD :

## 1° L'équilibre entre :

- a) Le renouvellement urbain, le développement urbain maîtrisé, la restructuration des espaces urbanisés, la revitalisation des centres urbains et ruraux ;
- b) L'utilisation économe des espaces naturels, la préservation des espaces affectés aux activités agricoles et forestières, **et la protection des sites, des milieux et paysages naturels ;**
- c) **La sauvegarde des ensembles urbains et du patrimoine bâti remarquables ;**
- d) Les besoins en matière de mobilité. (...)

2° La diversité des fonctions urbaines et rurales et la mixité sociale dans l'habitat, **en prévoyant des capacités de construction et de réhabilitation suffisantes pour la satisfaction, sans discrimination, des besoins présents et futurs de l'ensemble des modes d'habitat, d'activités économiques, touristiques, (...)**

## Traduction dans les SCOT

**DIAGNOSTIC** → mettre en exergue la nécessité de

- préserver et proposer un tourisme valorisant les paysages,
- maintenir une offre marchande diversifiée et plus qualitative.

**PADD du SCOT** → fixer « *les objectifs des politiques publiques (...), de développement économique, touristique et culturel...* » (art. L122-1-3)

**DOO :**

- objectifs liés à la protection et à la mise en valeur des espaces naturels, agricoles, forestiers et des paysages, à la sauvegarde du patrimoine bâti remarquable, à la maîtrise du développement urbain, à la traduction spatiale du projet de développement économique...
- tout projet touristique structurant déjà mûri.
- peut intégrer des orientations précises : intégration paysagère, utilisation des nouveaux matériaux concernant la maîtrise des énergies et l'utilisation des énergies renouvelables, gestion des déchets...

**PRESCRIPTIONS:**

- Demande dans les PLU de prendre toute mesure de nature à assurer l'intégration paysagère et environnementale des constructions ou des aménagements en sites touristiques, notamment en termes de traitement des espaces publics et des aires de stationnement et d'intégration des réseaux
- Justification de la localisation des constructions et aménagements
- Évaluation des impacts sur la biodiversité et définition des conditions de la prise en compte de la richesse écologique

**RECOMMANDATIONS**

- Réversibilité des aménagements
- Amélioration de l'accessibilité aux espaces de tourisme et de loisirs pour tous les publics (jeunes, personnes âgées, personnes handicapées,...) par une offre performante de modes doux et de transports collectifs

## 2. Un secteur économique majeur



*Chiffres clé du Tourisme - Comité départemental du Tourisme*  
**« Le tourisme rural en Cotes d'Armor »** - Cotes d'Armor Développement (février 2015)  
*PLAN DEPARTEMENTAL DE DEVELOPPEMENT TOURISTIQUE DES COTES D'ARMOR 2011-2015*

# Poids économique du tourisme en Cotes d'Armor

- 2<sup>ème</sup> secteur d'activité après l'agro-alimentaire
- 10 % du PIB des Côtes d'Armor (7,9% du *PIG régional*)
- **750 millions € de chiffre d'affaire**

## Emplois directs

- 7 060 salariés du tourisme (2012) / **11 170 emplois salariés directs en haute saison**
- 1 773 établissements
- Emploi salarié + 3% entre 2008 et 2012
- 15% des emplois touristiques de Bretagne

26% des emplois sont dans l'hôtellerie et 28% dans la restauration

## Emplois indirects

- À ces emplois salariés s'ajoutent les emplois non-salariés, ainsi que les emplois indirects (secteur du bâtiment, commerces...).
  - **15 000 emplois directs ou indirects** créés par le tourisme dans les Côtes d'Armor
  - Liés aux investissements réalisés pour l'accueil des touristes : construction de résidences secondaires (70%), hôtellerie, résidences de tourisme, infrastructures routières, ports de plaisance...
  - 132M€ d'investissements (moyenne 2010-2012)
  - 19<sup>ème</sup> département français en termes d'investissements touristiques
- 
- 820 millions d'euros de **consommation touristique annuelle** (Dépense moyenne par touriste de **26,50€ par jour**)

## 3 grands postes de dépenses :

1. Hébergement
2. Alimentation
3. Transports et loisirs

## En Bretagne :

4,6 % des salariés bretons soit près de 45000 postes  
12M de séjours accueillis par an (72,4M de nuitées)

# Poids économique du tourisme pour le Pays de Guingamp

Données URSSAF 2013

## L'emploi touristique :

### Pays de Guingamp :

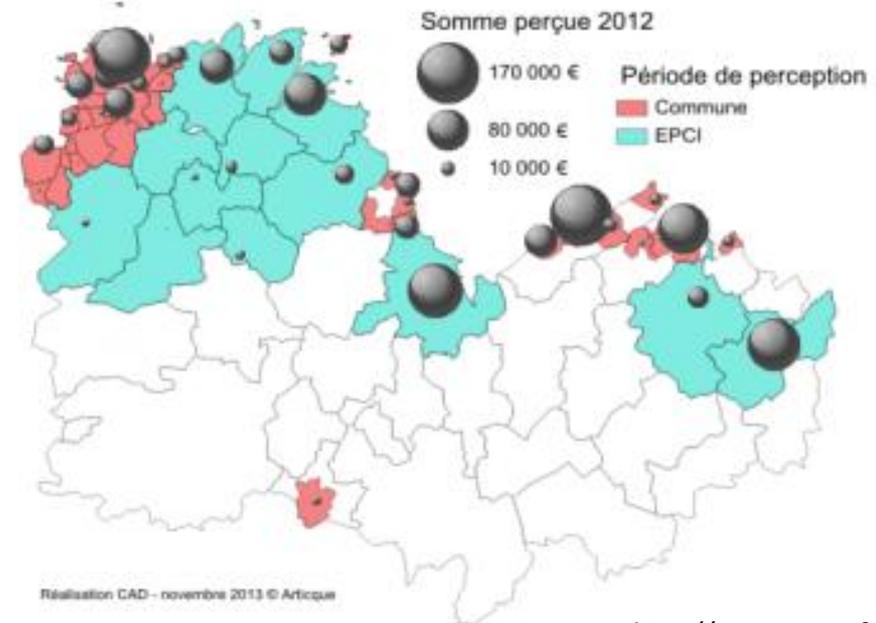
- 249 entreprises et 790 salariés du tourisme
- 5 % de l'emploi salarié du Pays de Guingamp
- En majorité dans la restauration et l'hébergement

### Spécificité - CDC Paimpol-Goëlo :

- 84 entreprises et 259 salariés du tourisme
- 10 % de l'emploi salarié de la CC
- 18 % des entreprises

### La taxe de séjour :

- 6 EPCI du Pays de Guingamp perçoivent la taxe de séjour
  - Perception de 117 400 € ( 9,5% du département)
- Dont Paimpol-Goëlo : 80 400€ perçus en 2012



Sources : <http://www.acoss.fr/>

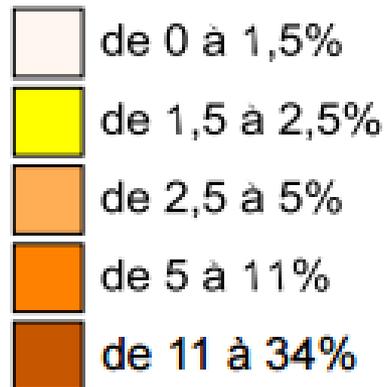
# Fréquentation touristique en Cotes d'Armor 1/3

- **300 000 touristes/jour en haute saison**, environ 3 millions de touristes par an
- **14ème destination touristique de la clientèle française**
- **23 millions de nuitées touristiques annuelles, dont 55% en juillet et août.**
- **300 000 nuitées/jour en haute saison** (*Bretagne : 100 millions de nuitées*)
- **2,5 millions de touristes + 3,2 millions d'excursionnistes**
- 65% des habitants estiment que le tourisme est un des principaux atouts économiques du département ; 82 % des élus le citent comme l'un des principaux atouts du département
- Zones littorales = zones les plus fréquentées ; et intérieur du département est « sous-exploité »
- **1,7 million de visiteurs annuels dans les sites et équipements culturels et de loisirs, soit** une progression de 8% depuis 2002 due à la création de nouveaux sites
- Près de **35 manifestations événementielles (culturelles, traditionnelles, sportives...)** de plus de **10 000 visiteurs**

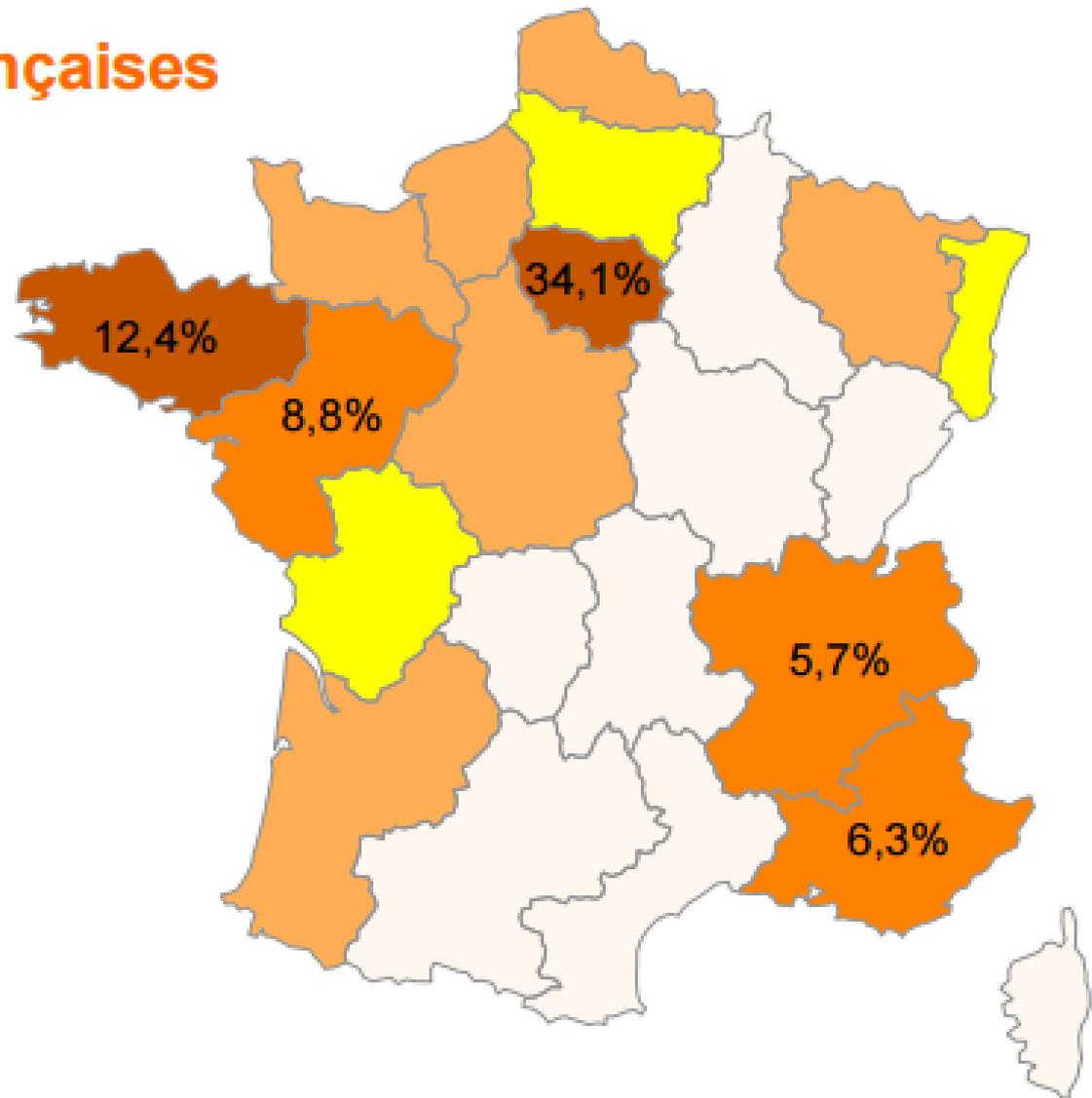
# Fréquentation touristique en Cotes d'Armor 3/3

## Part des nuitées françaises par région en 2011

Part des nuitées (%)



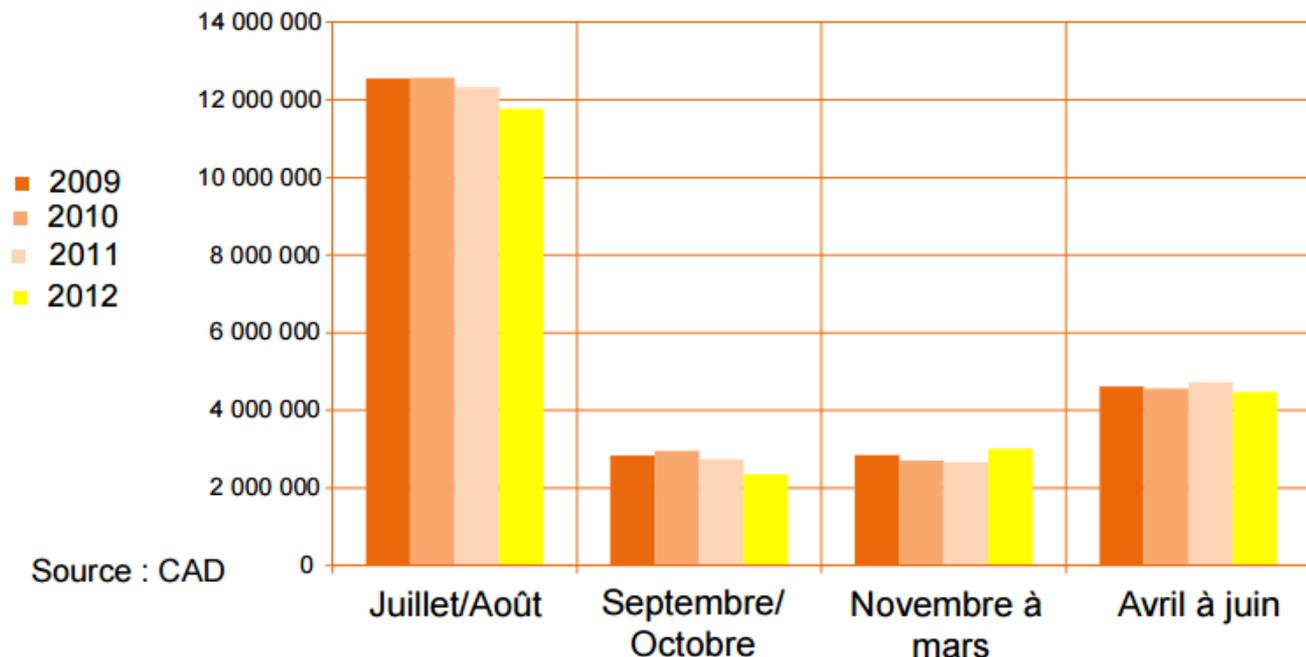
Source : CAD



# Fréquentation touristique en Cotes d'Armor 2/3

- Fréquentation touristique en baisse (recul de 5% entre 2012 et 2000)
- Relatif maintien des clientèle hexagonales (surtout baisse des touristes britanniques)
- Fréquentation fractionnée :
  - de Pâques à fin octobre ;
  - juillet aout = 54% des nuitées seulement ; 25% fréquentation sur les 15 premiers jours d'août
  - fréquentation stable sur les mois hors saison (novembre-mars) ; 3
  - 4% en bord de saison et fréquentation qui se maintient ;

## Evolution de la répartition des nuitées



# L'organisation de l'accueil touristique sur le Pays de Guingamp

Le Pays de Guingamp : 45 000 demandes d'informations par an dont > 25 000 demandes sur la CCPG



OT de la CC de Belle-Isle-En-Terre (SPA)



OT de Pontrieux Communauté (SPA)



OT de Le Leff Communauté (SPA)



OT de Guingamp (SPA depuis 1<sup>er</sup>/06/2015)



OT de la CDC du Pays de Bégard (SPA)



Point I de la CDC de Bourbriac



OT Falaises d'Armor – CC Lanvollon Plouha Lanvollon (SPA depuis le 1<sup>er</sup>/04/15)



OT de Paimpol Goëlo (EPIC)



Pays Touristique Terres d'Armor

Représente le territoire au sein de 3 Destinations Régionales :

1. Cœur de Bretagne - Kalon Breizh
2. Baie de Saint Briec - Paimpol - Les Caps
3. Côte de Granit rose - Baie de Morlaix,

Co-préside le site emblématique départemental Guingamp-Argoat.

Est devenu évaluateur délégué de la marque « Accueil Vélo » sur son territoire

- Conseil & assistance technique aux porteurs de projets touristiques publics (collectivités) et privés
- Accompagnement des projets **de création/développement** d'activité touristique
- Etudes et diagnostics également réalisés à la demande sur tout projet touristique lié à l'**aménagement** du territoire : signalétique, accessibilité, circuits de randonnée, itinéraires vélo, aide à l'accueil des camping-cars,...

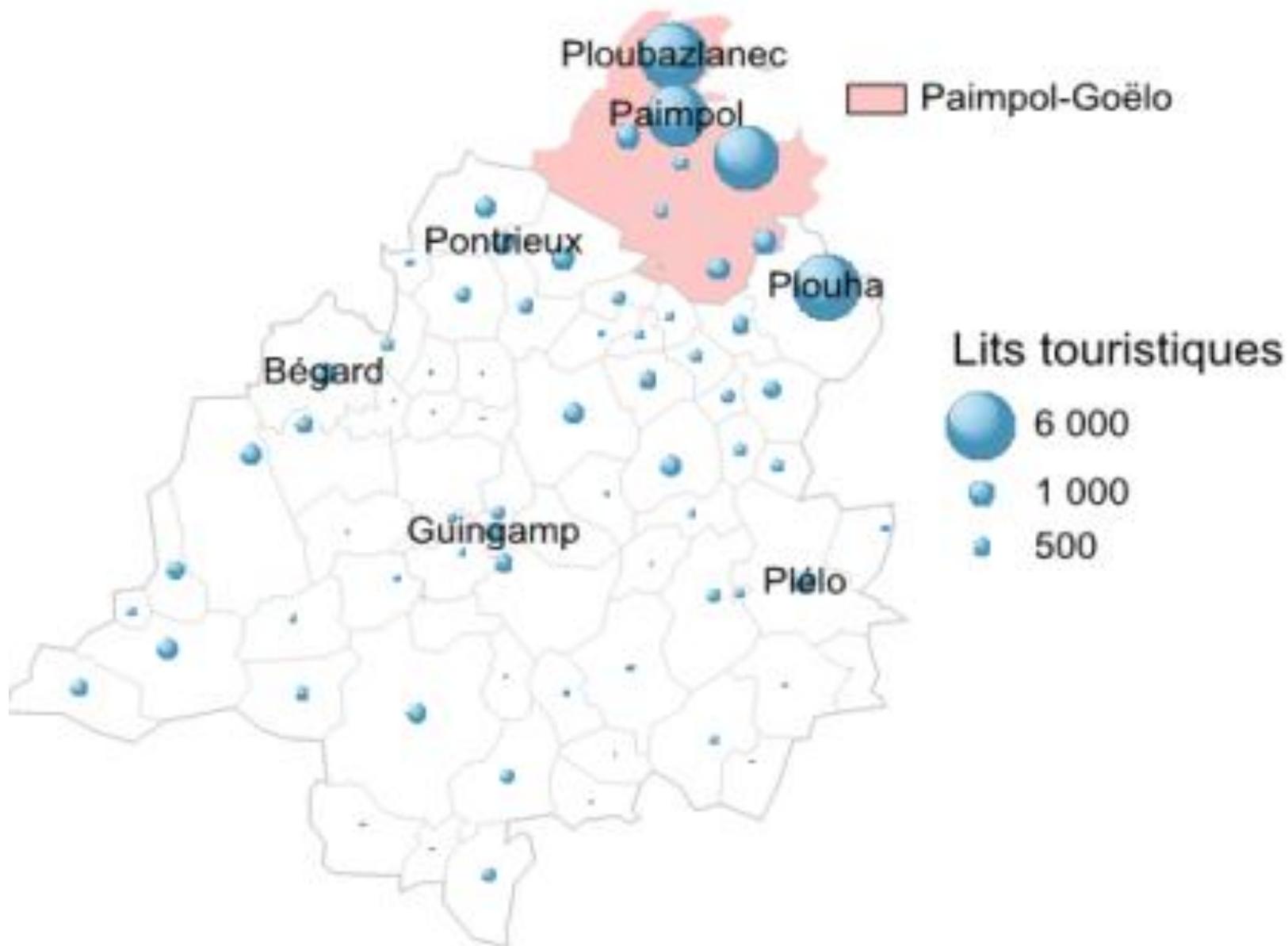
# 4. L'offre touristique



# L'offre d'hébergement

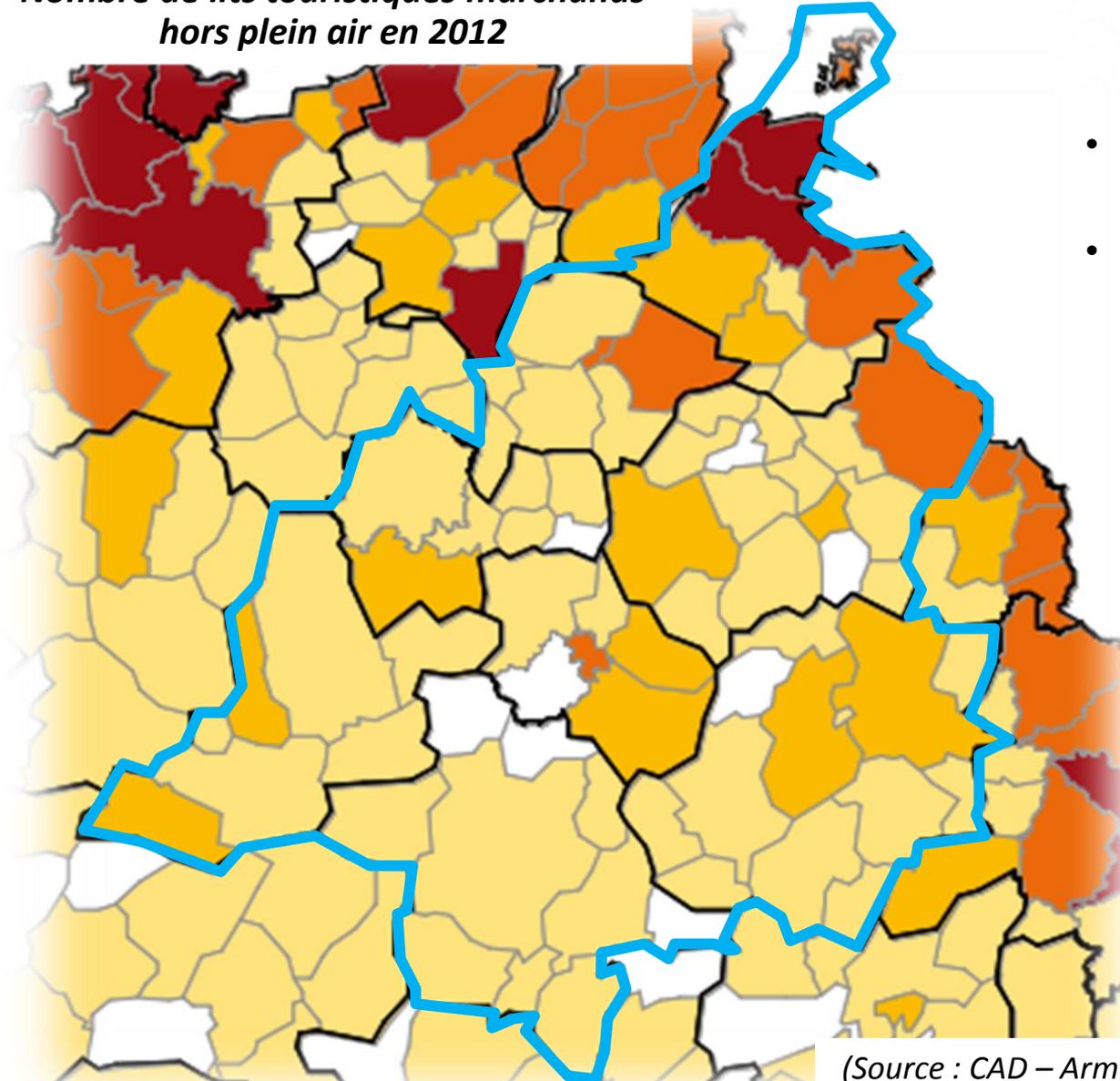


# LE PARC D'HEBERGEMENTS TOURISTIQUES

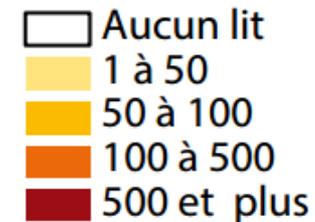


# Un hébergement concentré sur le littoral

**Nombre de lits touristiques marchands  
hors plein air en 2012**

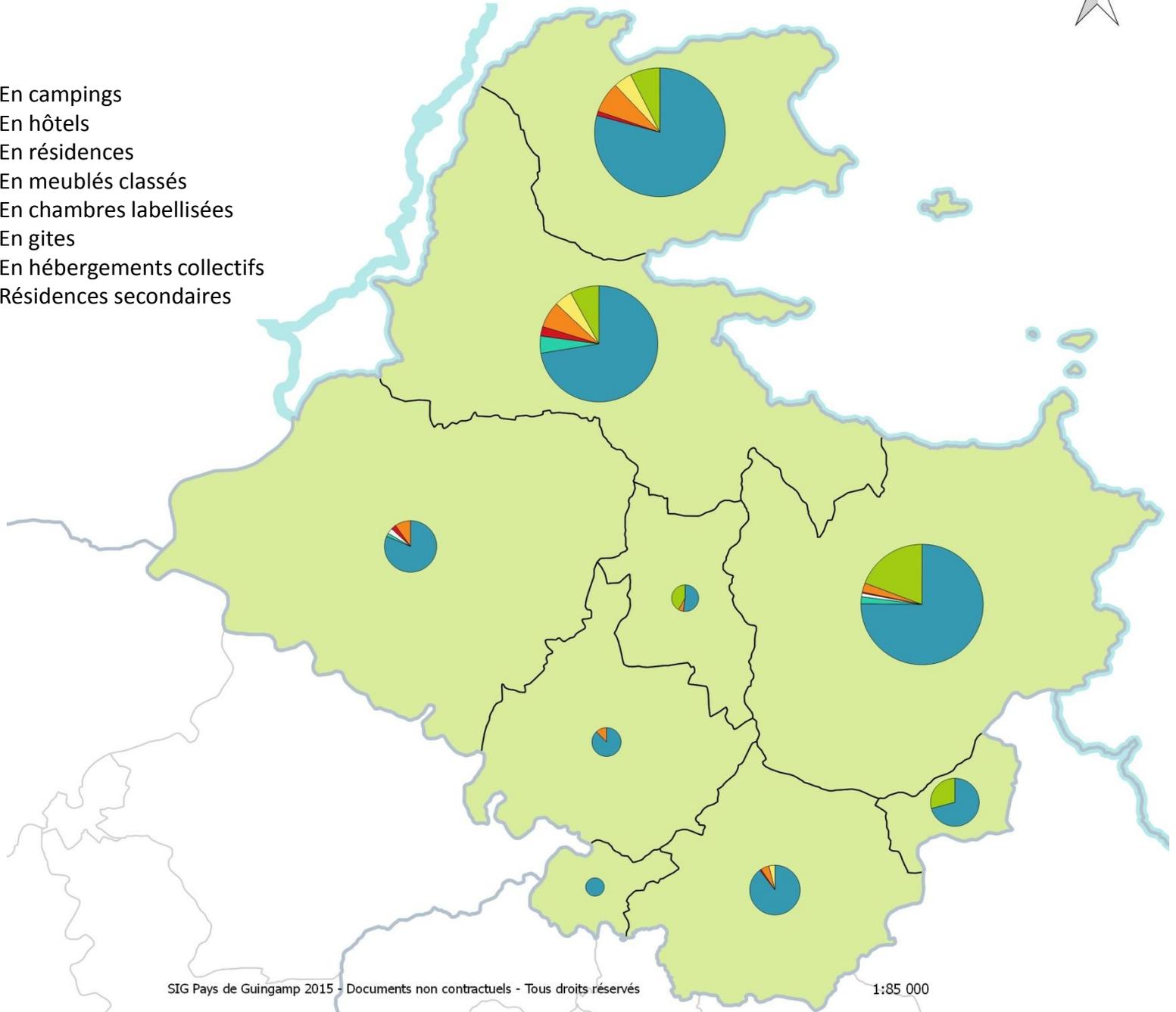
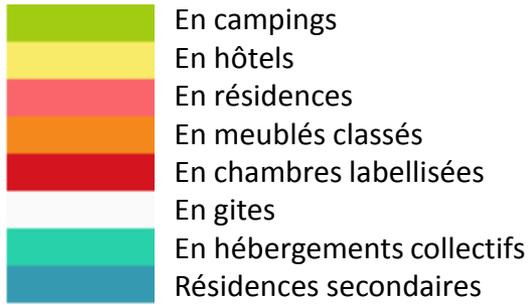


- Une capacité en lits marchands de **8 848 lits** concentrée sur le littoral
- Faiblesse dans les communes « rétro-littorales »
- Répartie principalement sur 6 communes littorales :
  - Ploubazlanec
  - Paimpol
  - Plouezec
  - Plouha
  - Ile de Bréhat
  - Plourivo



(Source : CAD – Armorstat – Avril 2013)

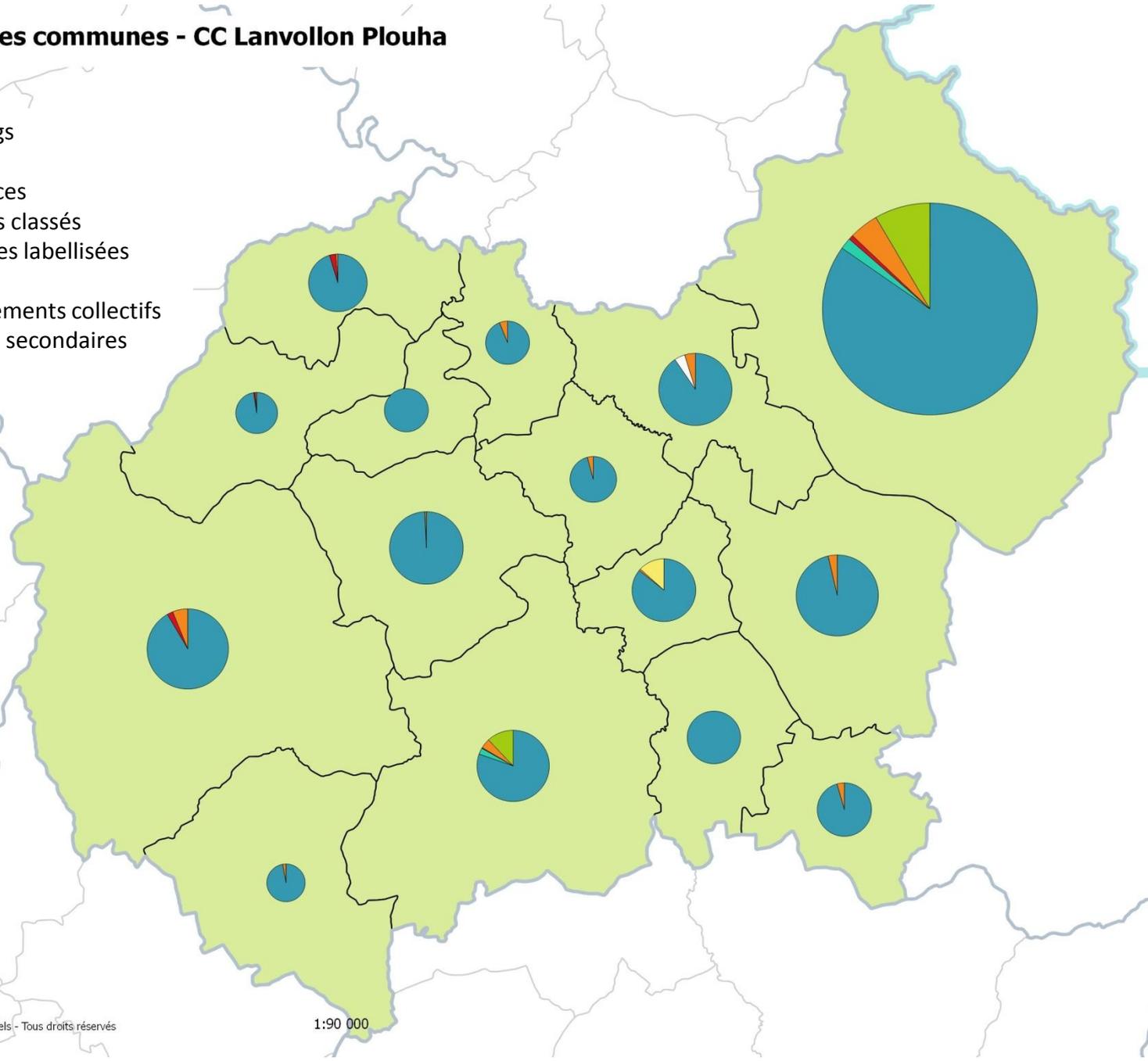
# Capacité d'accueil des communes - CC Paimpol Goëlo



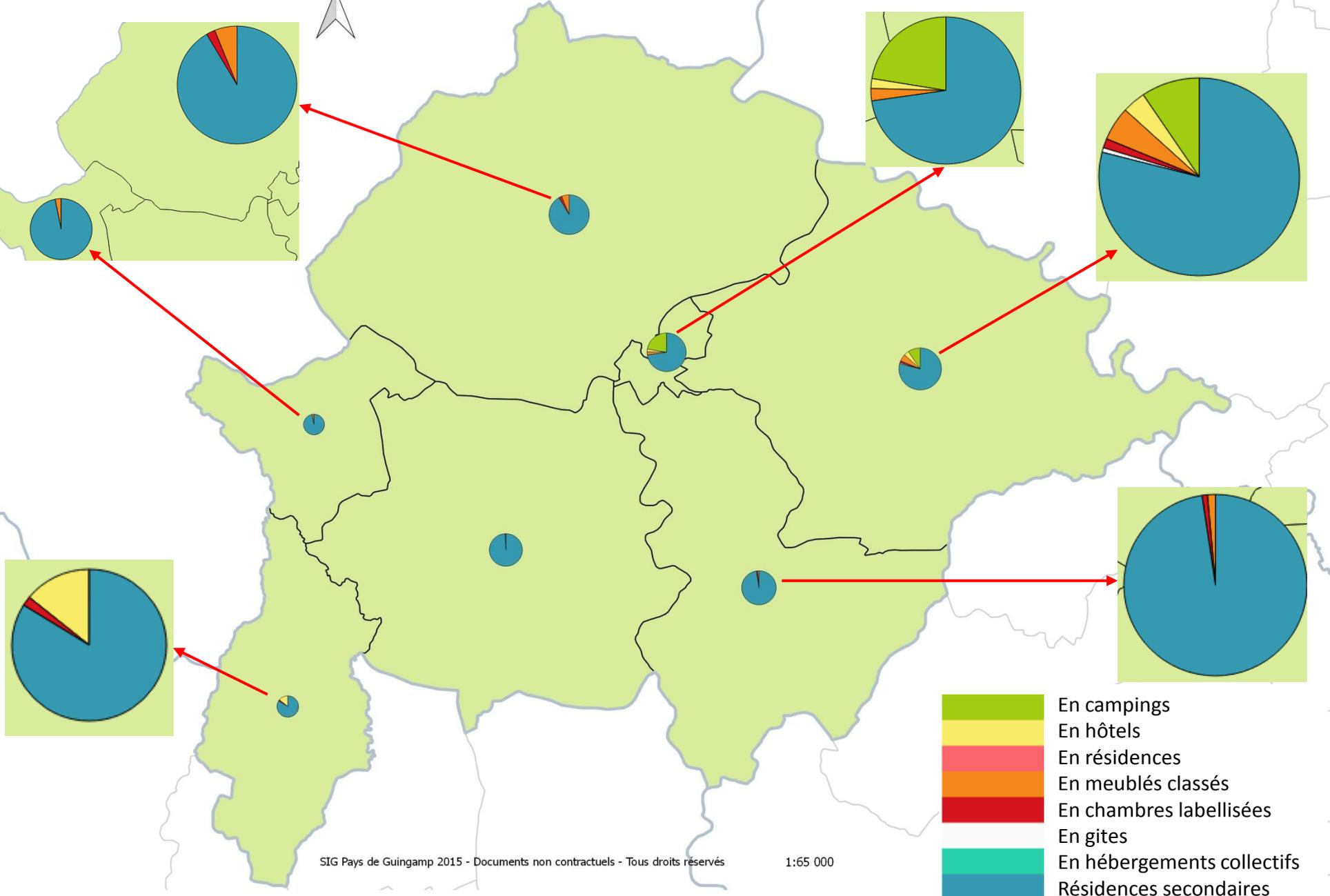


# Capacité d'accueil des communes - CC Lanvollon Plouha

- En campings
- En hôtels
- En résidences
- En meublés classés
- En chambres labellisées
- En gîtes
- En hébergements collectifs
- Résidences secondaires

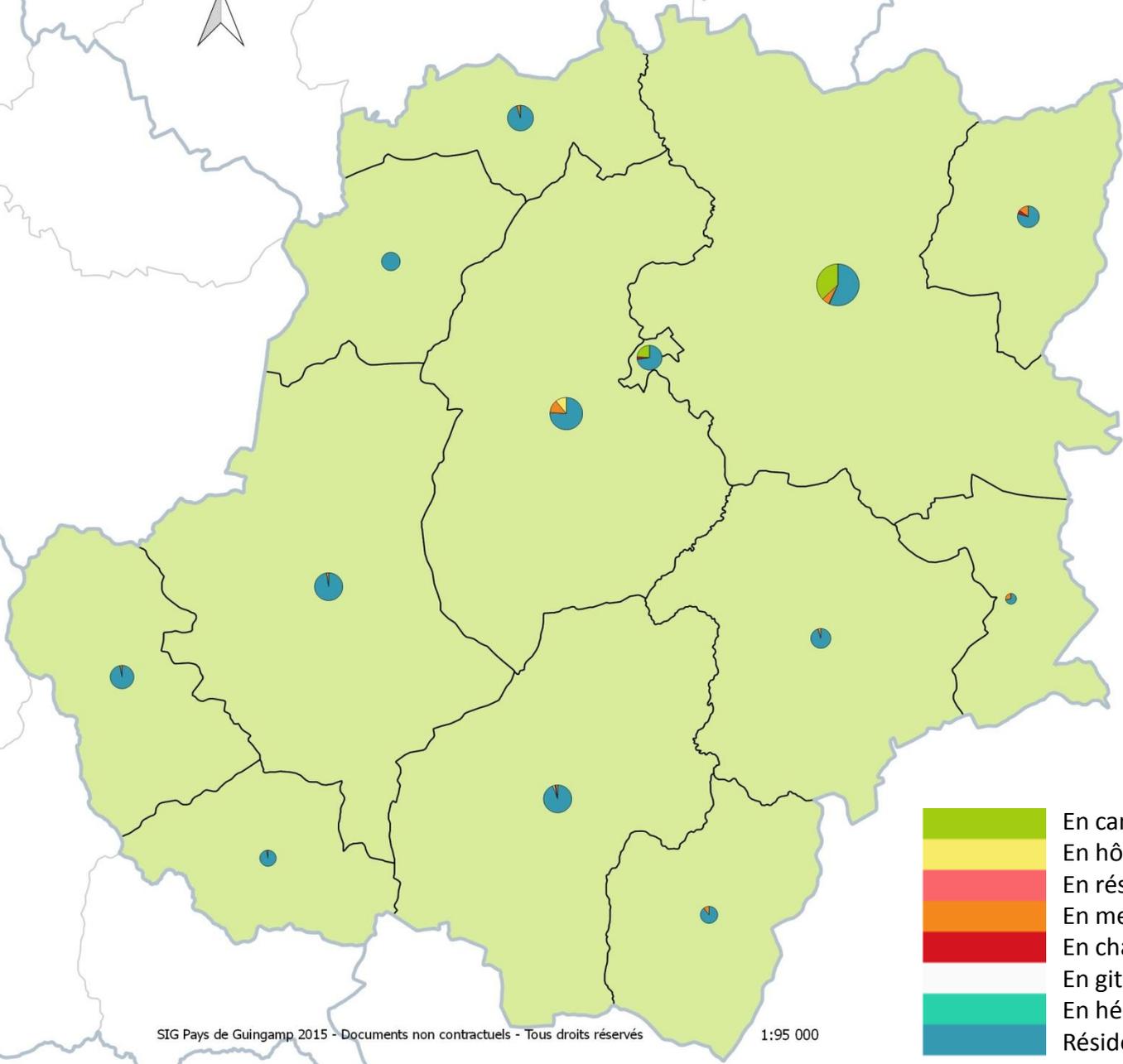


# Capacité d'accueil des communes - Pontrioux Communauté



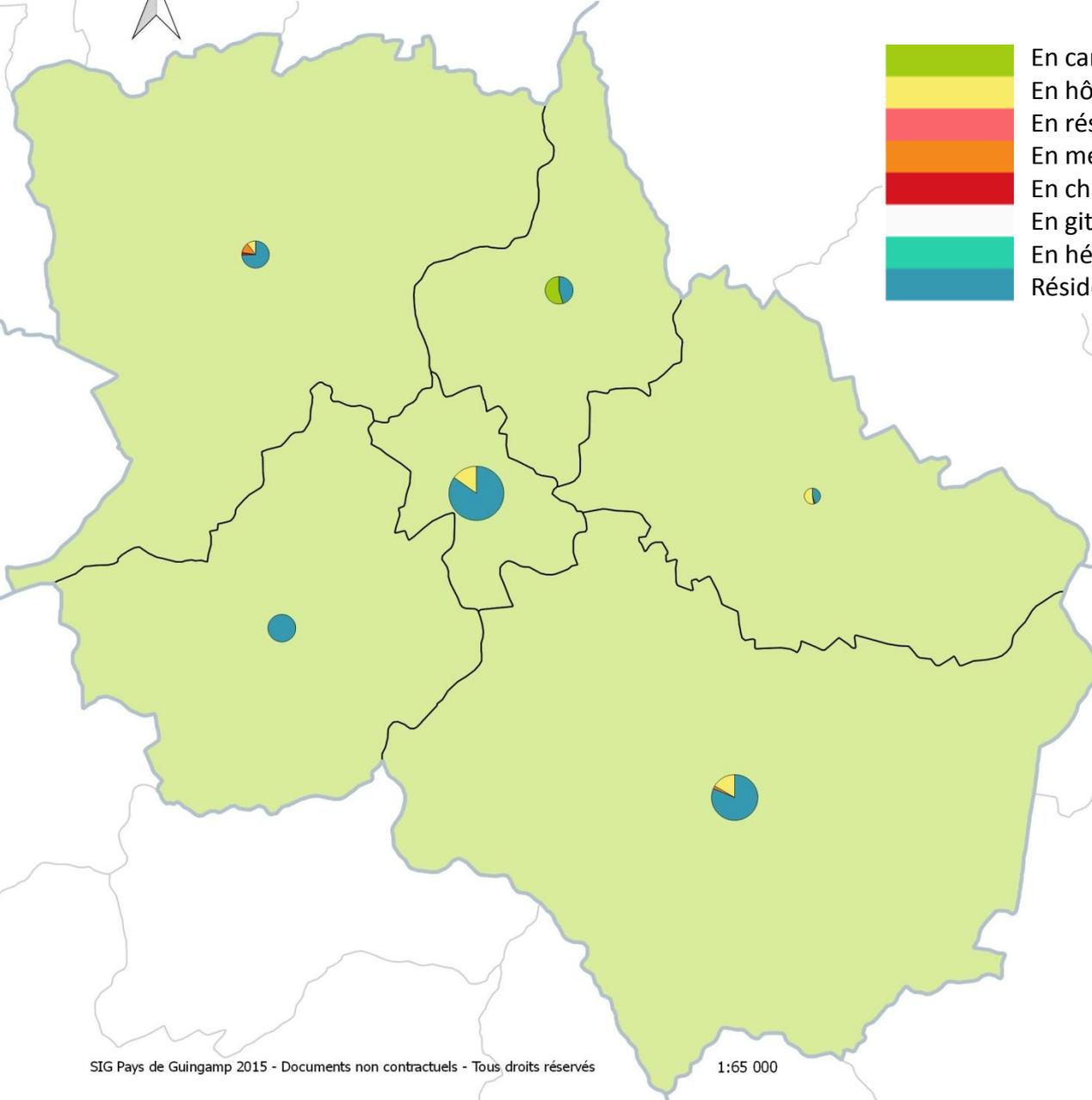
- En campings
- En hôtels
- En résidences
- En meublés classés
- En chambres labellisées
- En gites
- En hébergements collectifs
- Résidences secondaires

# Capacité d'accueil des communes - Le Leff Communauté

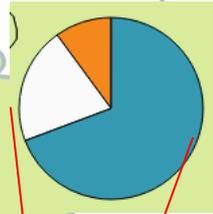
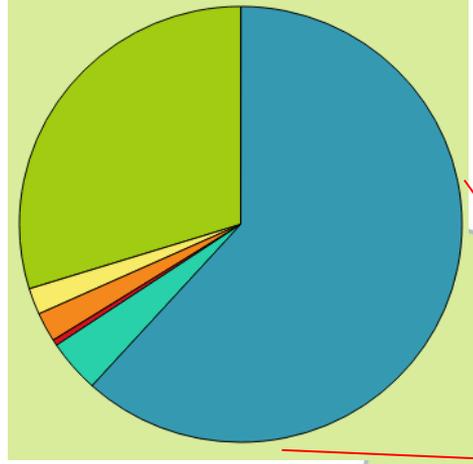


- En campings
- En hôtels
- En résidences
- En meublés classés
- En chambres labellisées
- En gîtes
- En hébergements collectifs
- Résidences secondaires

# Capacité d'accueil des communes - Guingamp Communauté



# Capacité d'accueil des communes - CC du Pays de Bégard

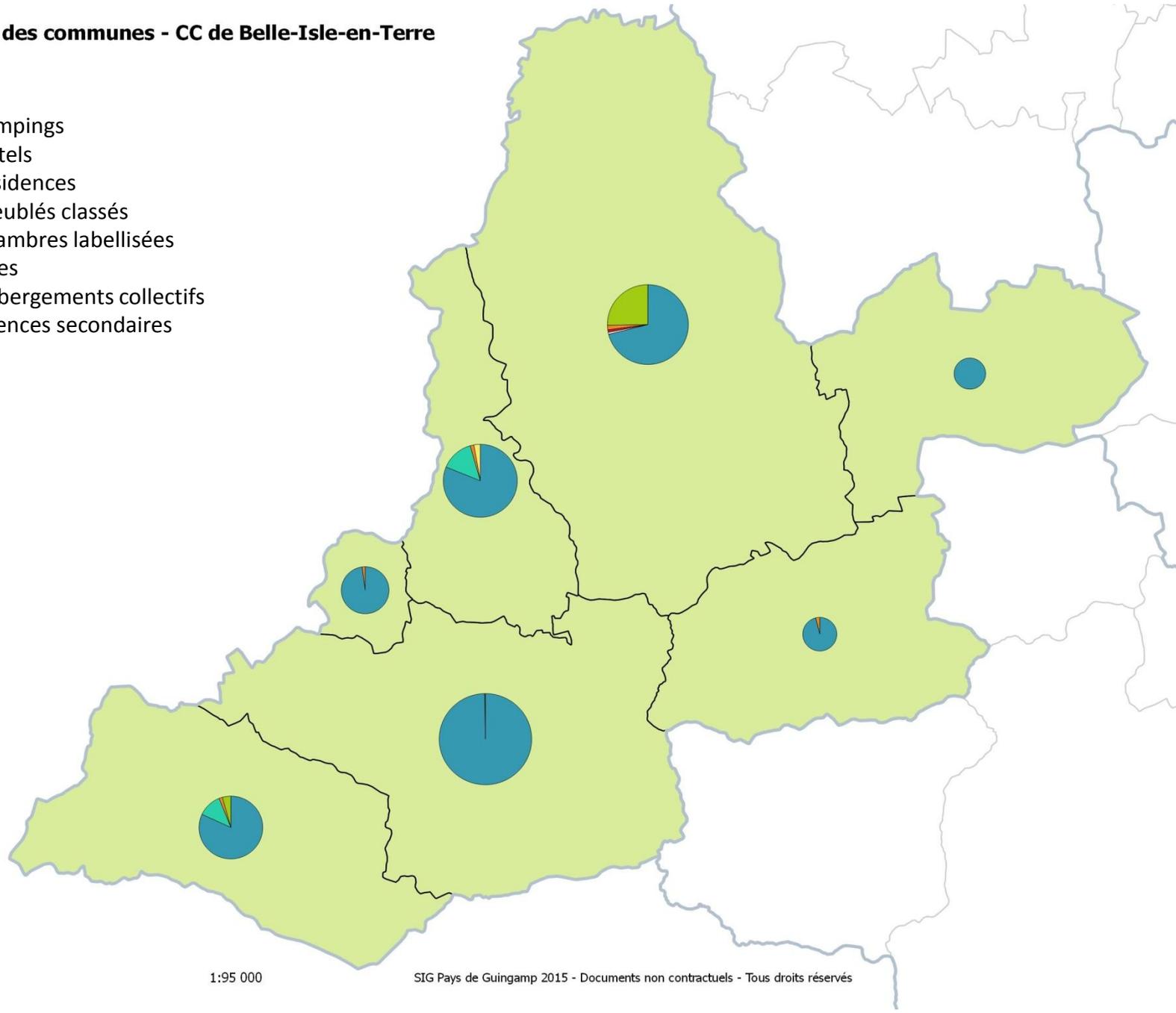


-  En campings
-  En hôtels
-  En résidences
-  En meublés classés
-  En chambres labellisées
-  En gites
-  En hébergements collectifs
-  Résidences secondaires

# Capacité d'accueil des communes - CC de Bourbriac



N **Capacité d'accueil des communes - CC de Belle-Isle-en-Terre**



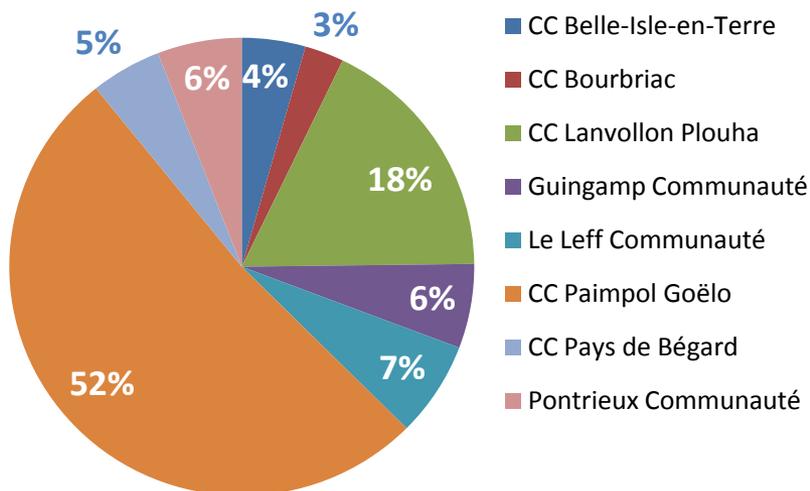
# Un hébergement concentré sur le littoral

L'hébergement touristique est comptabilisé selon 2 critères :

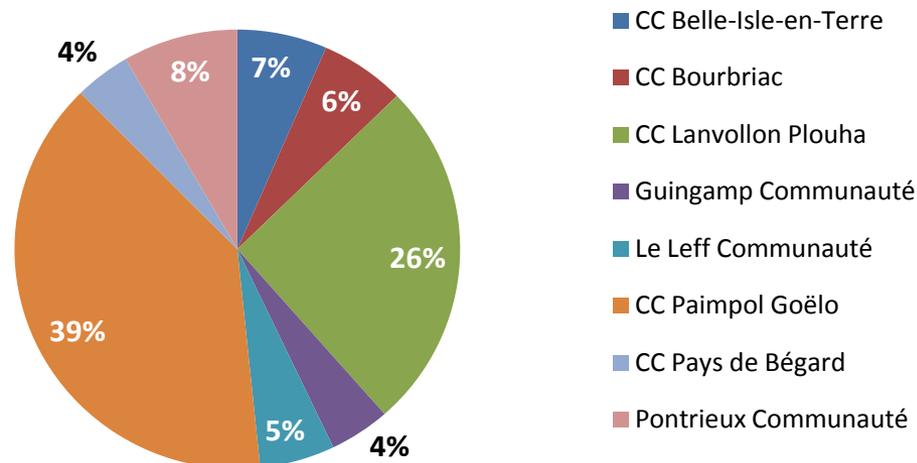
-l'hébergement marchand, qui fait l'objet d'une dépense directe (hôtels, campings, centres de villégiatures, centres de vacances pour enfants et adolescents, auberges de jeunesse...)

-l'hébergement non marchand comme l'hébergement chez des parents ou des amis, ainsi que dans les résidences secondaires.

## Répartition géographique des lits marchands



## Répartition géographique des lits non marchands



# LE PARC D'HEBERGEMENTS TOURISTIQUES

## Pays de Guingamp hors CCPG :

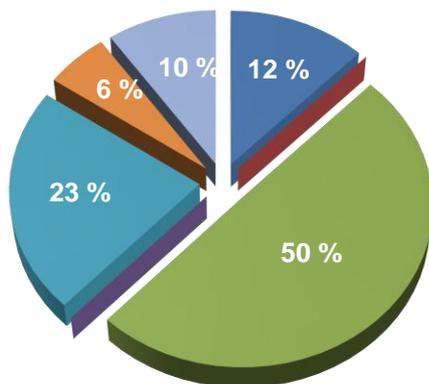
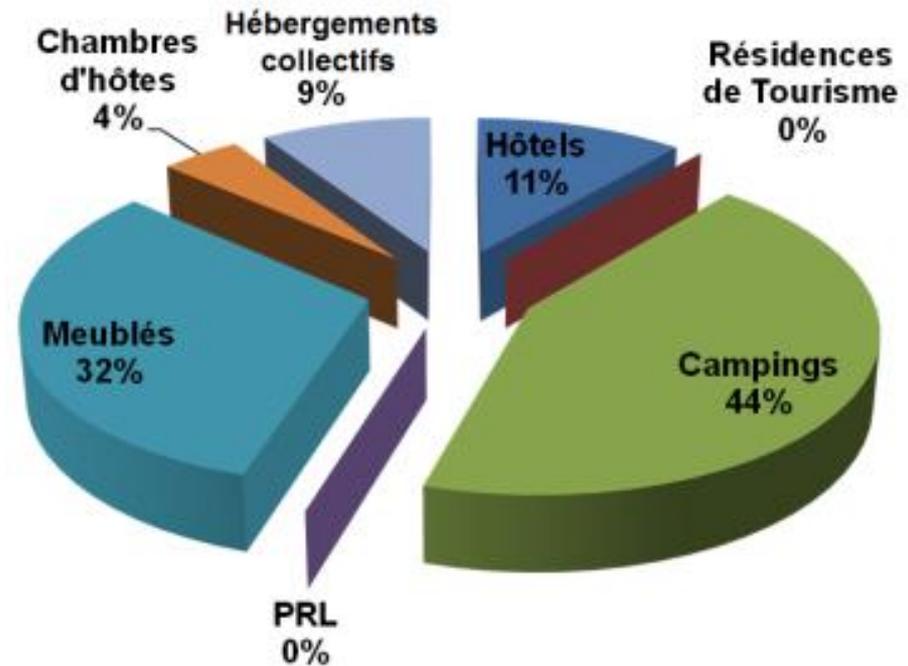
25 600 lits touristiques, dont 18 % de lits marchands

Potentiel d'augmentation d'1/3 de la population en été

Offre diffuse : 71 % en communes rurales

Plouha : 1ère commune

15 hôtels et 13 campings



## Spécificité de la CC Paimpol-Goëlo :

18 300 lits touristiques, dont 24 % de lits marchands

Potentiel de doubler la population en été

Offre concentrée sur le littoral : 87 % des lits,

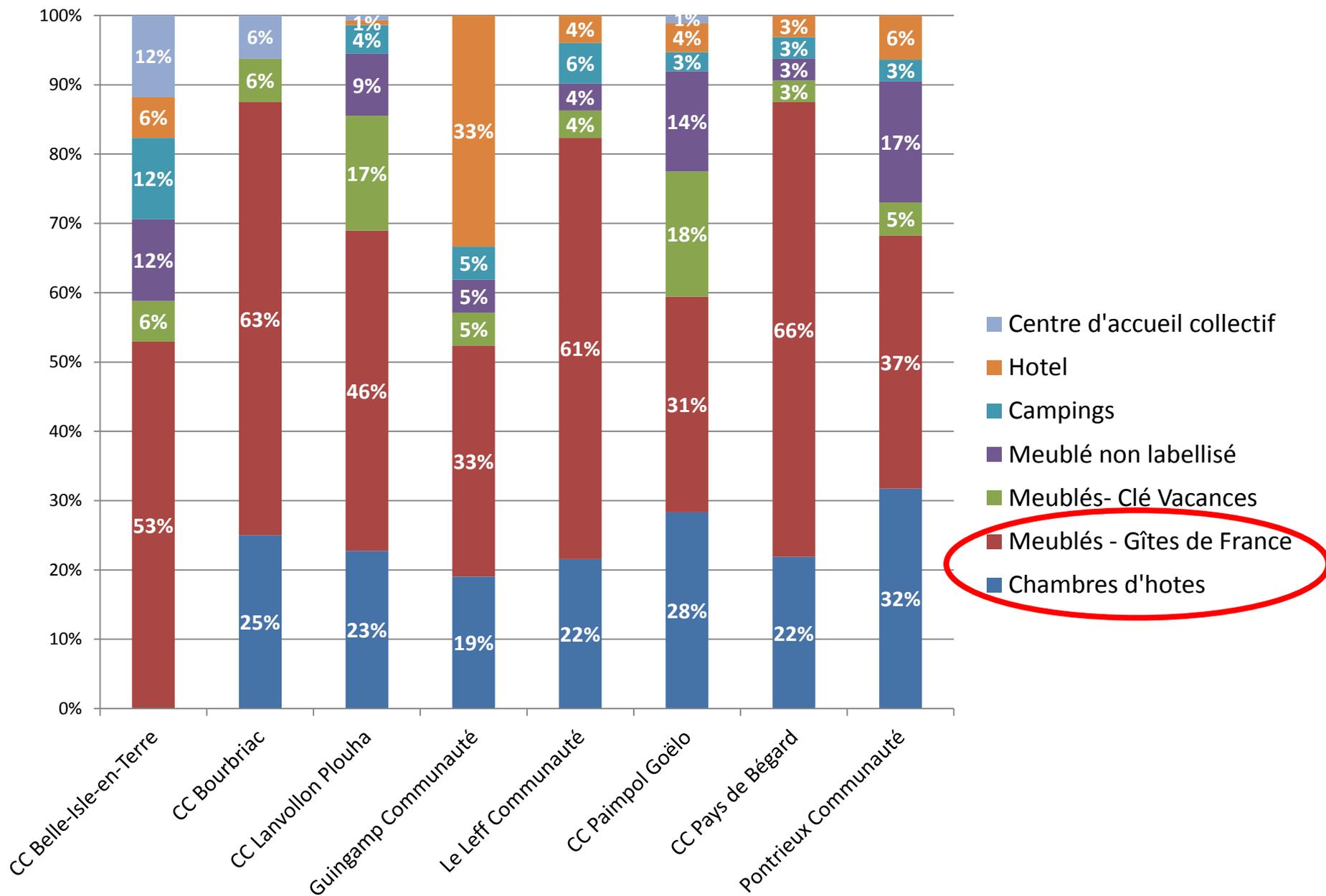
Ploubazlanec, 1ère commune du territoire,

15 hôtels et 10 campings

# Données Clé par EPCI

EPCI	Hausse population en Hte saison	Lits touristiques	1ère commune	Lits marchands	Lits Résidences secondaires
CC Belle-Isle-en-Terre	46%	2707	Plougonver (670 lits)	392(14%)	2315
CC Bourbriac	40%	2436	Bourbriac (560 lits)	241 (10%)	2195
<b>CC Lanvollon Plouha</b>	<b>67%</b>	10717	Plouha (6000 lits)	1562 (15%)	9155
Guingamp Communauté	10%	2086	Guingamp (700 lits)	526 (25%)	1560
Le Leff Communauté	18%	2528	Plélo (800 lits)	593 (23%)	1935
<b>CC Paimpol Goëlo</b>	<b>50%</b>	18501	Ploubazlanec (5468 lits)	4579 (25%)	13922
CC Pays de Bégard	21%	1875	Bégard (820 lits)	435 (23%)	1440
Pontrieux Communauté	34%	3485	Quemper-Guezennec (860 lits)	520 (15%)	2965

# Des répartitions bien différentes selon les territoires



Tourisme au 1er janvier	2011	2012	2013	2012/2013	Echelon supérieur
Sources : CAD22 – Insee - RP					
Hôtellerie de plein air	4629	4659	4497	-3,5%	1,3%
Hôtels	1174	1154	1126	-2,4%	-0,8%
Résidences hôtelières et de tourisme	0	0	0	so	-1,8%
Meublés labellisés et classés	1905	1924	1833	-4,7%	-5,4%
Chambres labellisées	465	466	420	-9,9%	-14,4%
Gîtes d'étapes et de séjours	94	94	109	16,0%	1,5%
Hébergements collectifs	762	762	800	5,0%	11,7%
<b>Nombre de lits marchands</b>	<b>9029</b>	<b>9059</b>	<b>8785</b>	<b>-3,0%</b>	<b>0,2%</b>
<b>Parts des lits marchands</b>	<b>19,2%</b>	<b>19,2%</b>	<b>18,7%</b>	<b>-0,5 pt</b>	<b>0,0 pt</b>
<b>Nombre de lits non marchands</b>	<b>38 120</b>	<b>21 038</b>	<b>21 038</b>	<b>0%</b>	<b>0%</b>
Nombre total de lits touristiques	47 149	47 179	46 905	-0,6%	0,1%
Pression touristique (lits marchands)	9,1%	9,1%	8,8%	-0,3 pt	0,0 pt
Pression touristique (total)	47,6%	47,5%	47,2%	-0,3 pt	0,0 pt

nd : non disponible ; so : sans objet ; ss : secret statistique

1<sup>er</sup> offre d'hébergement marchand: CAMPING

Importance des Résidences secondaires

Hébergement collectif : < 2%

**Tourisme insolite** : « *ailleurs, c'est tout à côté* » = authenticité, nature, évasion; parmi les régions disposant du plus grand nombre de prestataires ; surtout en secteur rural et sublittoral ; des taux d'occupation élevé et une saison étendue  
3 ppx secteurs : Paimpol; Dinan ; Rostrenen

- + de 30 prestataires en Côtes d'Armor
- Localisés en espace rural ou sublittoral
- Taux d'occupation assez élevés
- Forte activité les W-E (bord de saison)



# Evolution de la part des résidences secondaires

Part des résidences secondaires	1999	2011
CC Belle-Isle-en-Terre	14%	14%
CC Bourbriac	11%	12%
<b>CC Lanvollon Plouha</b>	<b>21%</b>	<b>19%</b>
<b>CC Paimpol Goëlo</b>	<b>20%</b>	<b>21%</b>
CC Pays de Bégard	7%	6%
Guingamp Communauté	3%	3%
Leff Communauté	8%	6%
Pontrieux Communauté	<b>16%</b>	<b>16%</b>
<b>Île-de-Bréhat</b>	<b>72%</b>	<b>77%</b>
<b>Pays de Guingamp</b>	14%	14%

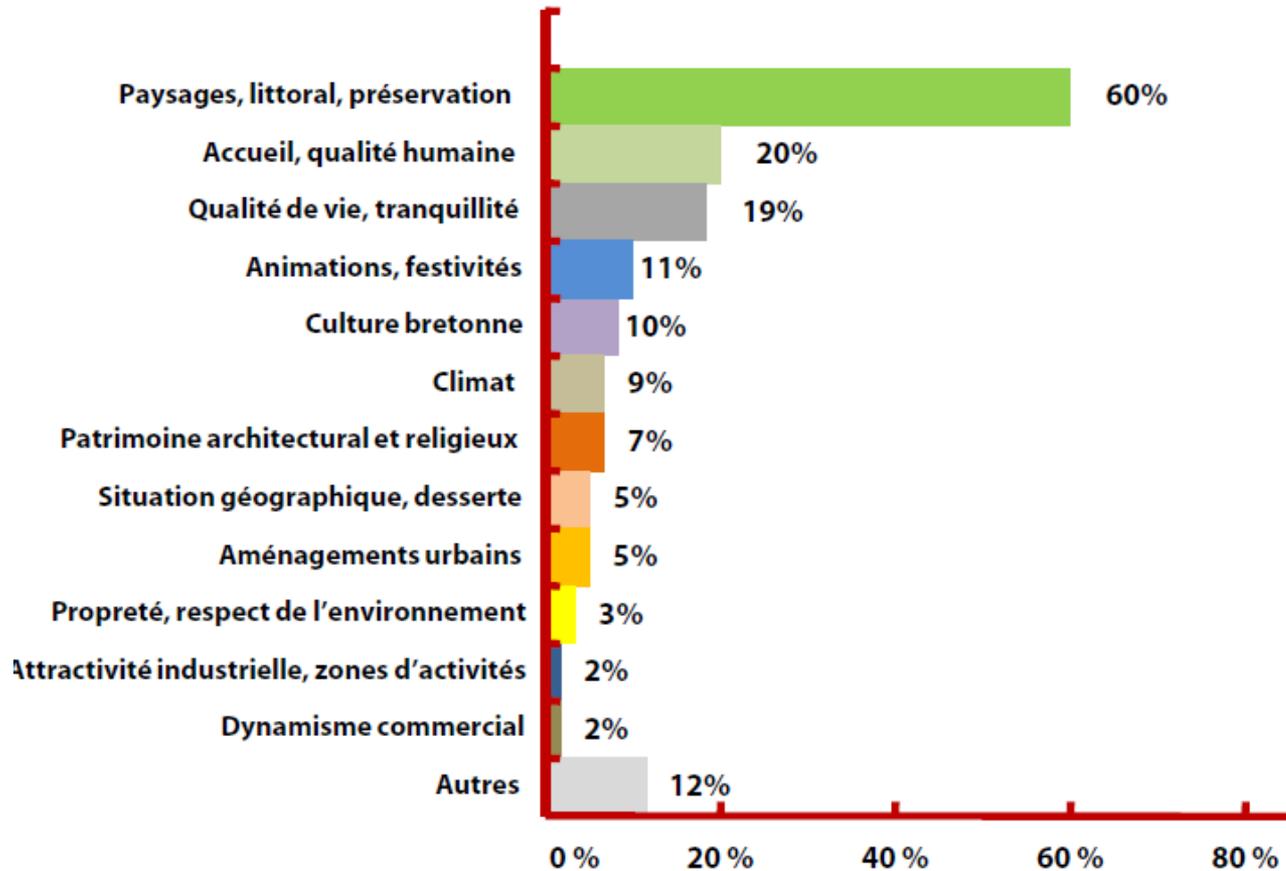
= un segment de marché notable sur le Pays de Guingamp  
Notamment pour les communes et communautés de communes littorales

Forte augmentation entre 99 et 2011 :

Evolution des RS	1999/2011	2006/2011
CC Belle-Isle-en-Terre	9%	7%
CC Bourbriac	<b>+18%</b>	<b>-6%</b>
<b>CC Lanvollon Plouha</b>	9%	1%
<b>CC Paimpol Goëlo</b>	<b>+27%</b>	4%
CC Pays de Bégard	1%	<b>-8%</b>
Guingamp Communauté	7%	<b>+20%</b>
Leff Communauté	-3%	2%
Pontrieux Communauté	+8%	-3%
<b>Île-de-Bréhat</b>	<b>+28%</b>	6%
<b>Pays de Guingamp</b>	15%	3%

# Des attentes diverses

## Les coups de cœur des propriétaires de résidences secondaires en Côtes d'Armor



Source : Côtes d'Armor 2020, Enquête résidences secondaires, 2008

# 3. Pour quelle clientèle?





# TENDANCES ET ÉVOLUTION GÉNÉRALES DE L'ACTIVITÉ TOURISTIQUE

## Renforcement de la concurrence

### La conjoncture rattrape le tourisme

- Les vacances : encore une priorité mais arbitrages sur la consommation
- Postes sur lequel les Français **réduisent leurs dépenses** : 1. Hébergement 2. Restauration 3. Loisirs
- **Erosion constante du taux de départ** des français en vacances : 56% partis en 2009 ; 64% en 2003
- Les plus touchés : les **classes moyennes** (taux de départ de 55% en 2009, contre 71% en 2007)
- 1 pers/5 a bénéficié en 2009 d'une **aide pour son départ** en vacances
- Le **succès de l'e-tourisme** se confirme : 35% des vacanciers ont acheté leurs voyages en ligne !

### La montée en puissance des seniors

### L'évolution des modes de consommation

- La solution du « **moins loin, moins cher, moins longtemps en hébergement marchand** » progresse
- Une **clientèle mieux informée**, ouverte à l'utilisation des TIC (rapidité, accessibilité)
- Un **client mature qui compare**, fait jouer la concurrence, et n'hésite pas à négocier les prix
- La pratique du « zapping » dans les types de séjours et la **réservation de dernière minute**
- Une demande de facilitation des démarches et d'accessibilité à l'offre

### L'émergence de nouvelles attentes

- Une demande croissante de **qualité et de sécurité** (environnement, services ...),
- Des préoccupations environnementales croissantes
- *La recherche de **nature, d'authenticité, de traditionnel*** (valeurs positives) + du rêve et de l'évasion
- Une demande de **loisirs « doux » et ludiques**
- Une forte demande de « sens » : les 3 « R » (ressourcement, retrouvailles, rupture)

# Etude « Le tourisme rural en Cotes d'Armor » - Cotes d'Armor Développement (février 2015)

## Fréquentation touristique

24 % des nuitées touristiques  
+ de 100 millions d'€ de consommation

## Comportements - intérêts

### Motivations – points forts

Origines bretonnes

Culture et tradition

### Pratiques

Promenade,  
randonnée

Repos

Evènements,  
culture

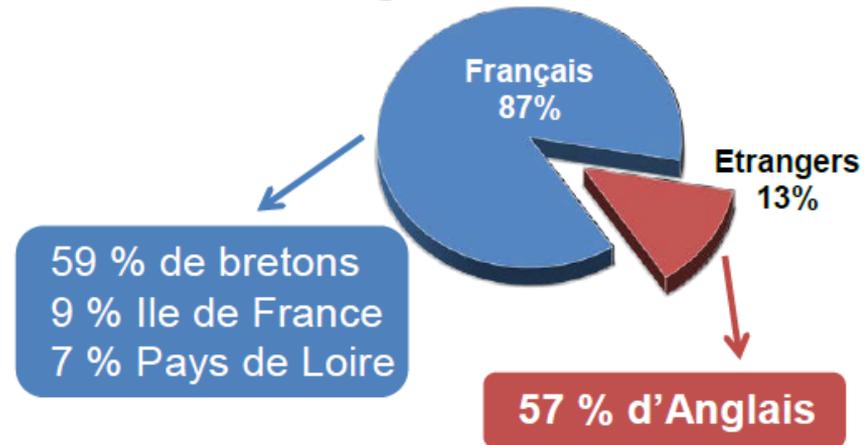
### Caractéristiques des séjours

Courts séjours  
désaisonnalisés

Non marchand,  
Gîtes

Rayonnent  
beaucoup

## Origines des clientèles



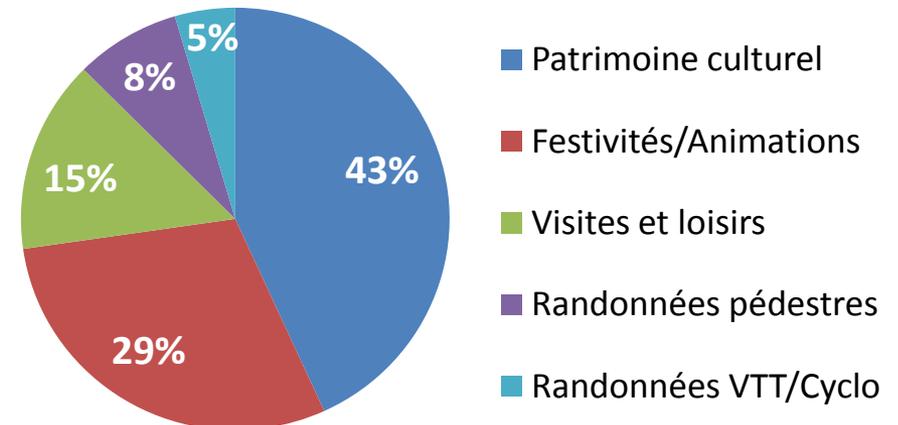
- ¼ des nuitées département et plus de 100 M d'€ de consommation
- Clientèles de proximité (bretons, parisiens) et anglaises
- Un tourisme culturel et de découverte, désaisonnalisé et surtout en gîtes et RS

# Les atouts du territoire



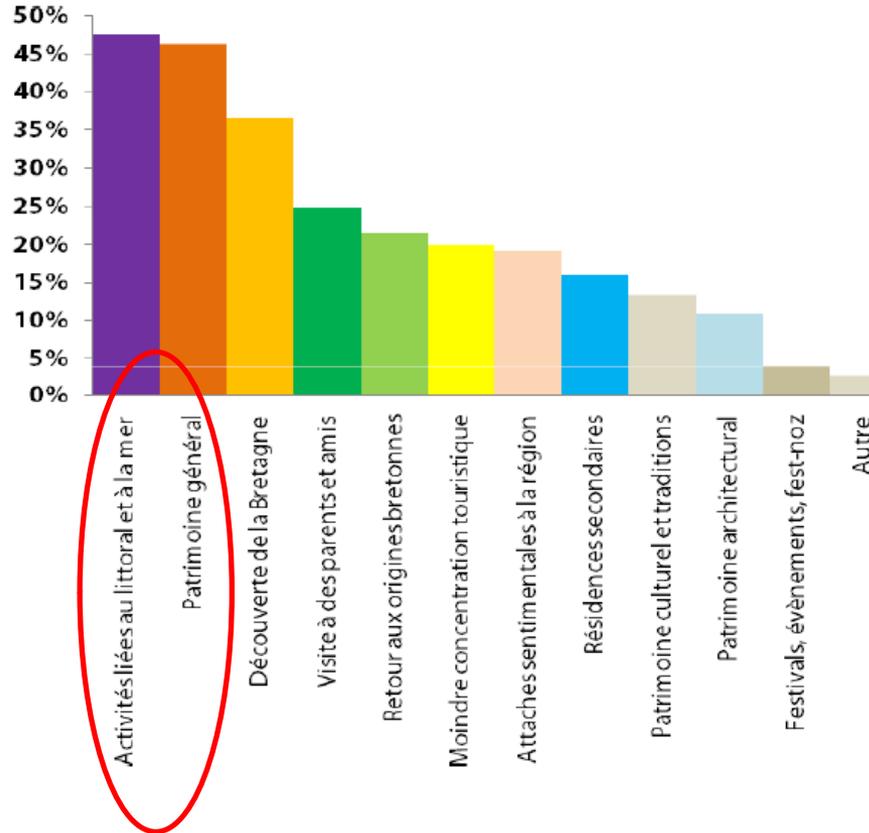
## Demandes Loisirs les plus fréquentes

- Une destination « *Mer/littoral* »
- Une destination « *Nature* »
- Une destination « *Culture et patrimoine* »
- Une destination *bien positionnée géographiquement*?

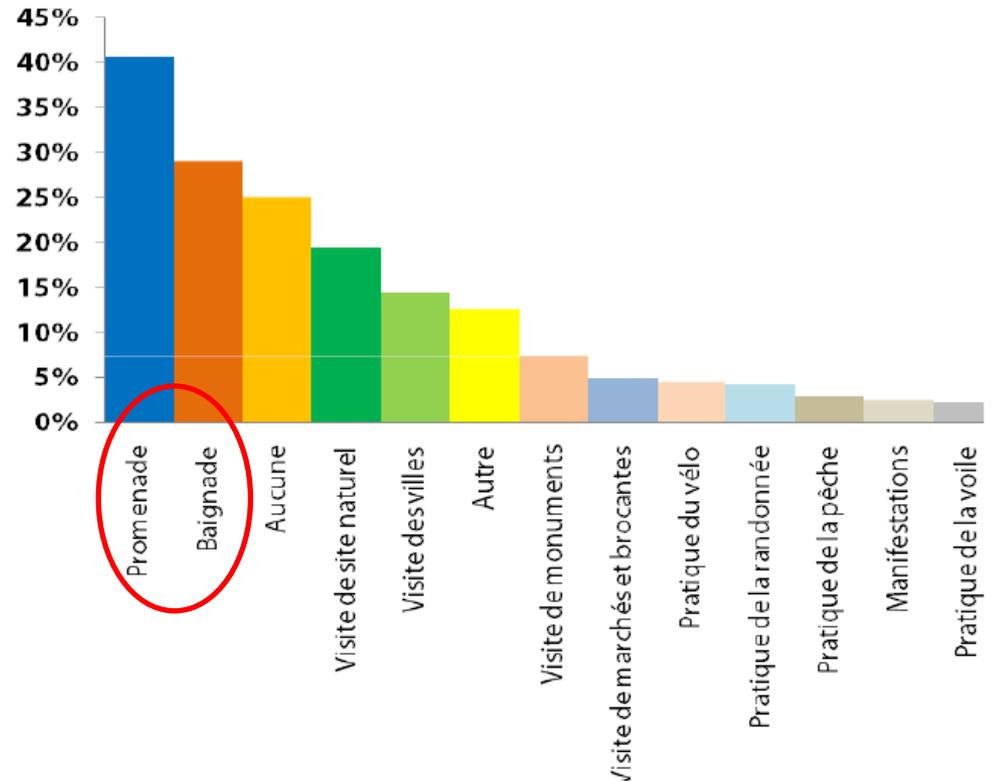


# Des attentes diverses

## Pratiques effectives des touristes costarmoricains



## Motivations des touristes costarmoricains

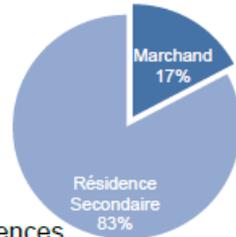
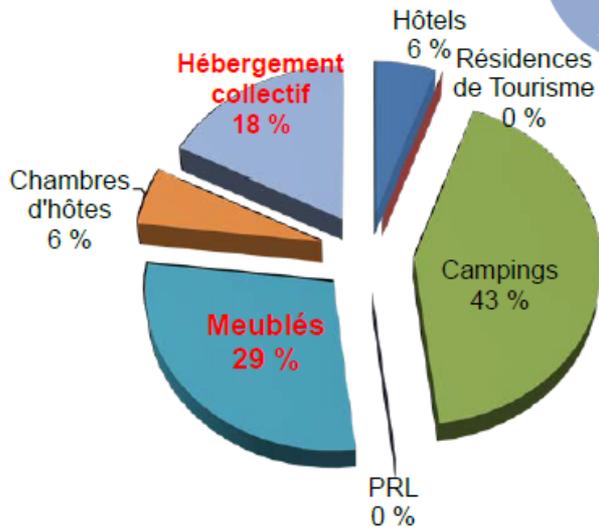


Source : Morgoat, Enquête tourisme, 2005

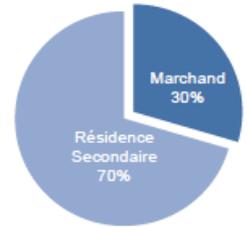
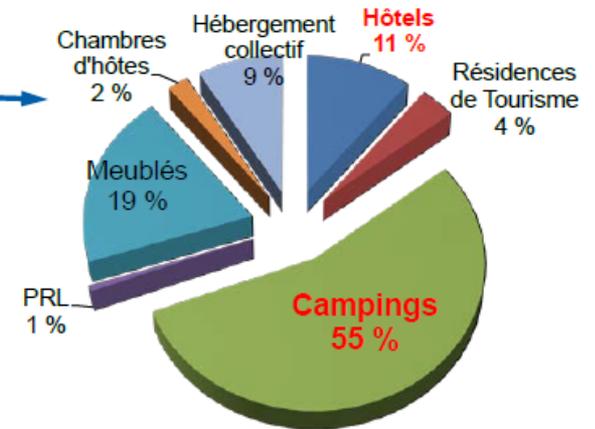
# Le Pays de Guingamp : une destination « Mer/Littoral »

## Répartition rural – littoral et urbain

27 % rural



73 % littoral et urbain



Erosion de la fréquentation touristique globale en Bretagne et dans les départements bretons, à l'image des principales destinations littorales française

# Plaisance – une activité importante pour le territoire

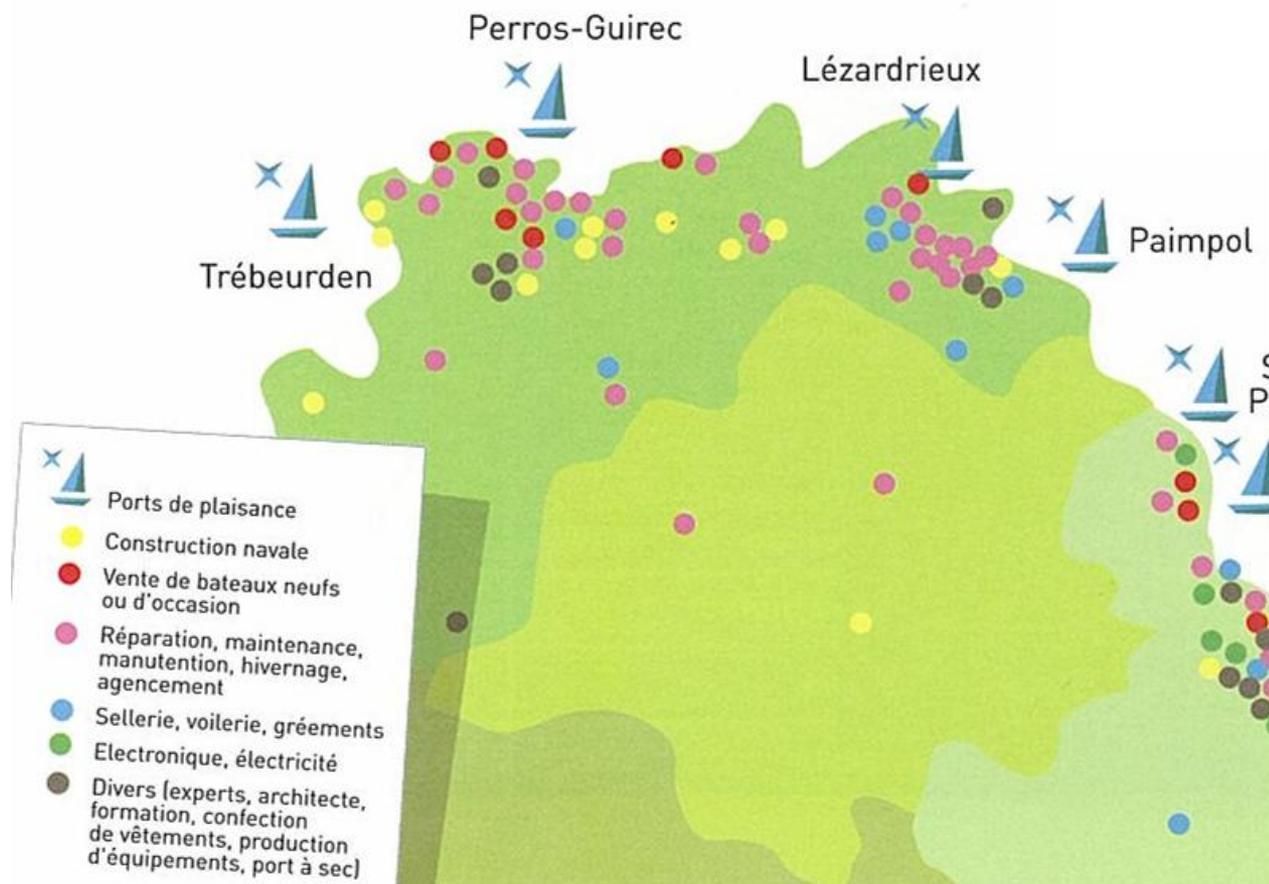
⇒ Près de 1 849 places de plaisance sur le territoire en 2012 dont :

- 777 places en port (460 sur Paimpol),
- 562 mouillages dispersés,
- 510 mouillages groupés ou équipements légers,

⇒ Élément clé d'attractivité touristique, entre 1 et 3 emplois directs pour 100 places de plaisance et 8 à 10 emplois indirects

⇒ des activités économiques variées autour de la plaisance,

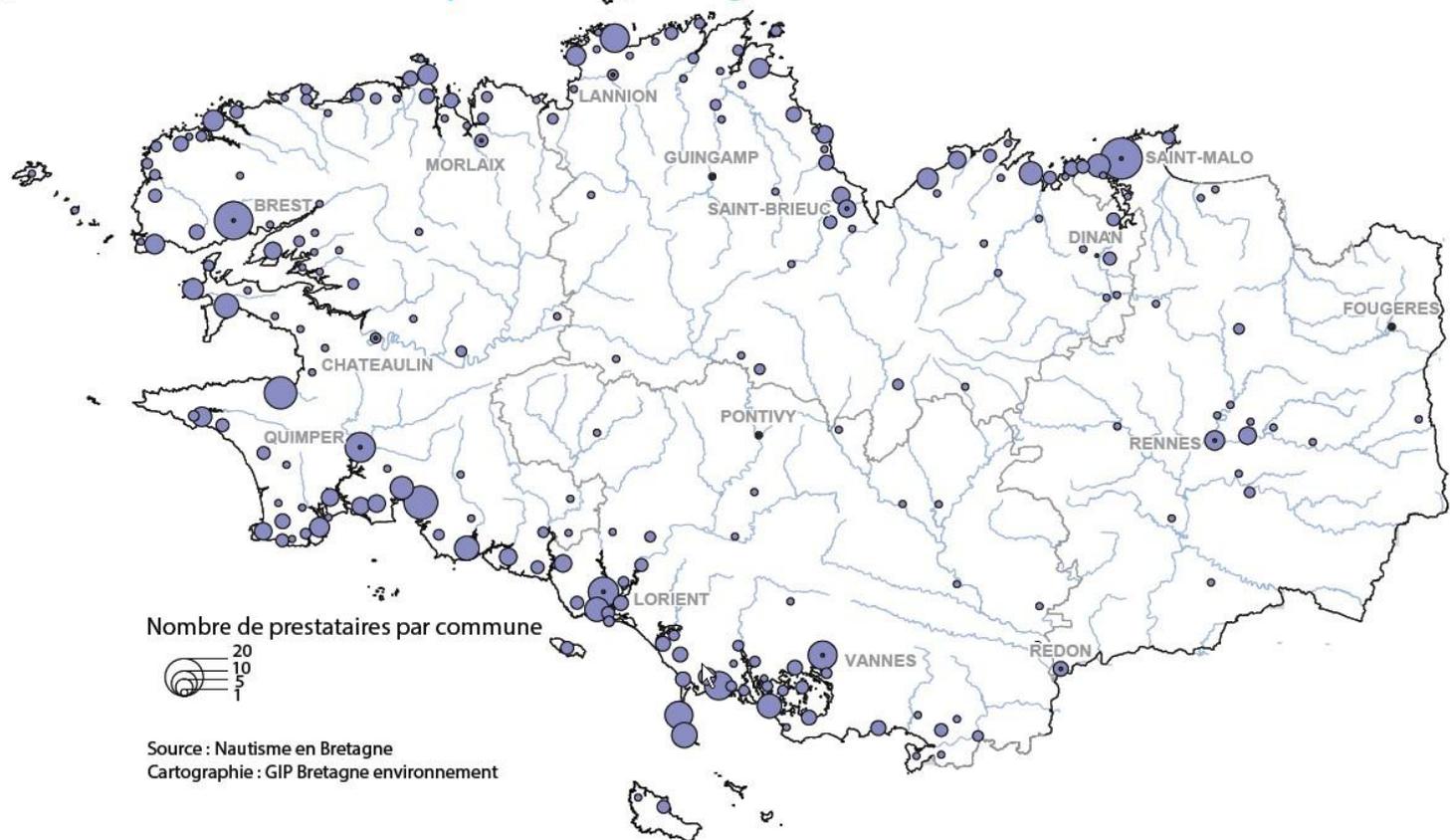
⇒ Concentré sur Paimpol à l'échelle du Pays de Guingamp



# Nautique – une activité principalement localisée sur le littoral

- ⇒ Une activité principalement localisée sur le littoral
- ⇒ Mais quelques bases situées sur le reste du Pays qui jouent un rôle d'équilibre de l'offre (Guingamp, Chatelaudren, ...)
- ⇒ Une densité relativement faible en comparaison d'autres territoires du littoral Nord Breton

## Les structures nautiques en Bretagne



- Le port de Bréhec
- Le port de Gwin Zégal
- La grève du Palus
- L'anse de Porz Moguer
- Paimpol

## Ile de Bréhat

- Surnommée L'île aux fleurs en raison de son climat particulièrement doux et de la profusion de sa végétation: de juin à septembre, hortensias, mimosas, mûriers, camélias mais surtout l'agapanthe, fleur symbolique de l'île
- Seule commune insulaire des Côtes d'Armor
- longue de 3,5 kilomètres et large d'1,5 kilomètre, (318 ha)
- s'articule autour de deux îles principales et 96 îlots et rochers (archipel)

**Falaises de Plouha** - Site classé. Les plus hautes falaises de Bretagne (104 m)

**Pointe de l'Arcouest (Ploubazlanec)** - Site classé ; vue imprenable et spectaculaire sur Bréhat, sa constellation de rochers et le petit port de Loguivy.

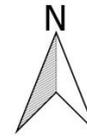
## LE PORT DU GWIN ZEGAL

Gwin Zegal (un des plus anciens ports de Bretagne) est caché au milieu des falaises de Plouha. Il doit son nom aux cultures de seigle et de froment anciennement exploitées sur les falaises, aujourd'hui recouvertes par les fougères, témoignant d'une déprise agricole certaine et de l'application de la loi littorale. Situé non loin du lieu-dit Kerjean, il offre une vue panoramique sur la pointe de la Tour et la pointe de Guilben.



# Le Pays de Guingamp : une destination « Culture et patrimoine »

[www.cotesdarmor.com](http://www.cotesdarmor.com)



## Zoom – Guingamp Ville d'Art et d'Histoire



**151 monuments inscrits ou classés**

### + Visites :

- Biscuiteries des Iles – Belle-Isle-en-Terre
- Fête du Léguer autour de la pomme et du Cidre
- Portails remarquables de la ville de Guingamp
- Saboterie de Kervoas

### + Animations

- Initiation aux danses Bretonnes (Centre culturel breton)
- Fête du Cheval – Menez Bré

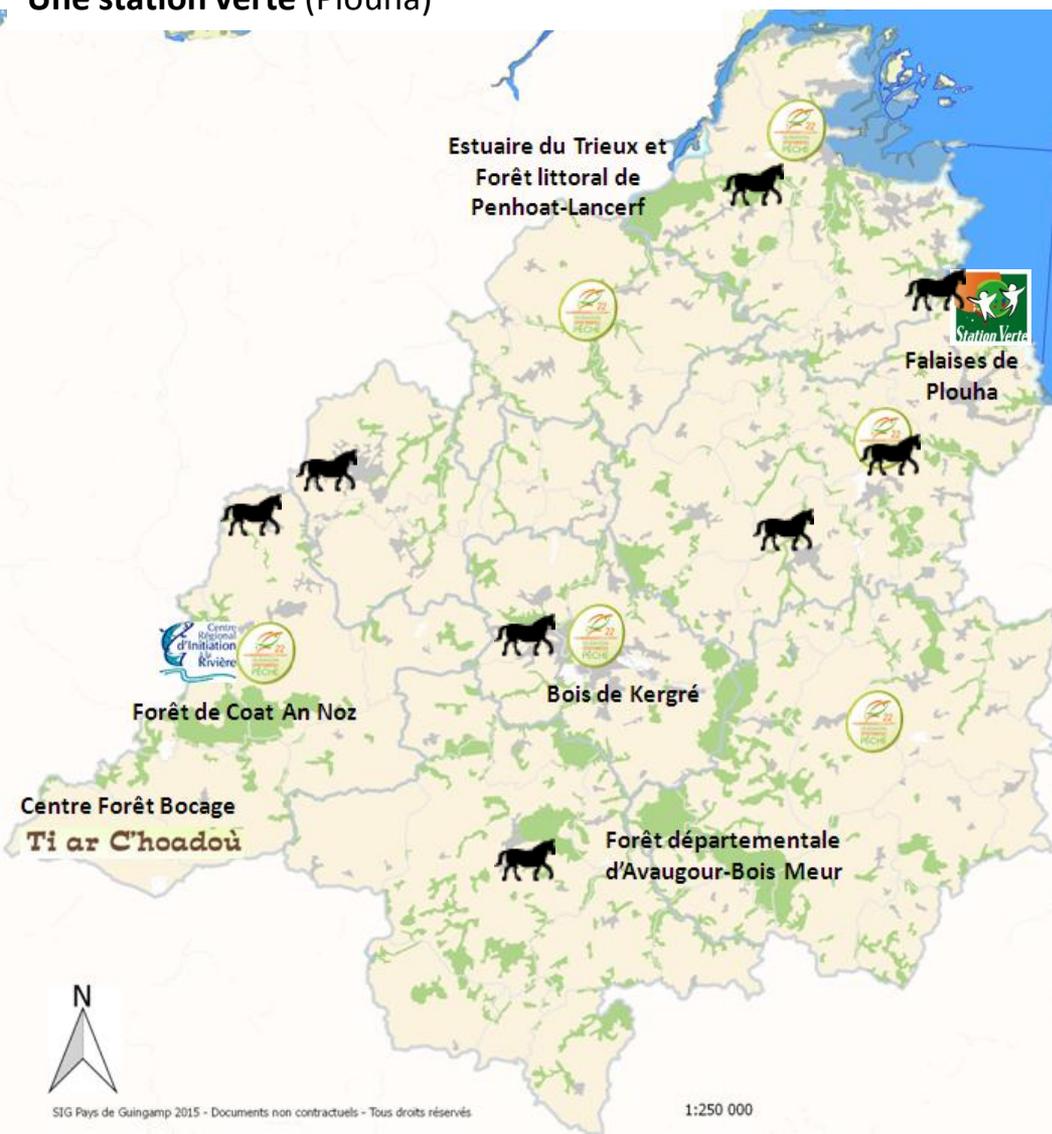


# Pays de Guingamp : une destination « Nature »

## Paysage naturels du Pays de Guingamp

11 centres équestres (20 % de l'offre du 22)

Une station verte (Plouha)



### Paysage naturels boisés

**Le Bois de Kergre** inscrit à la LPO

**Estuaire du Trieux et Forêt Littorale de Penhoat-Lancerf** : plus grand massif forestier du littoral de Bretagne-Nord (600 ha)

### Paysages naturels du littoral :

**La Roche aux Oiseaux** sous-bois d'arbousiers sur l'embouchure du Trieux

**Pêche en eau douce** : Rivières

**6 associations agréées (AAPPMA)**

**2 Maisons Nature, labellisées par le CD 22**

# Pays de Guingamp : une destination « Nature »

## Circuits de randonnées - Pays de Guingamp

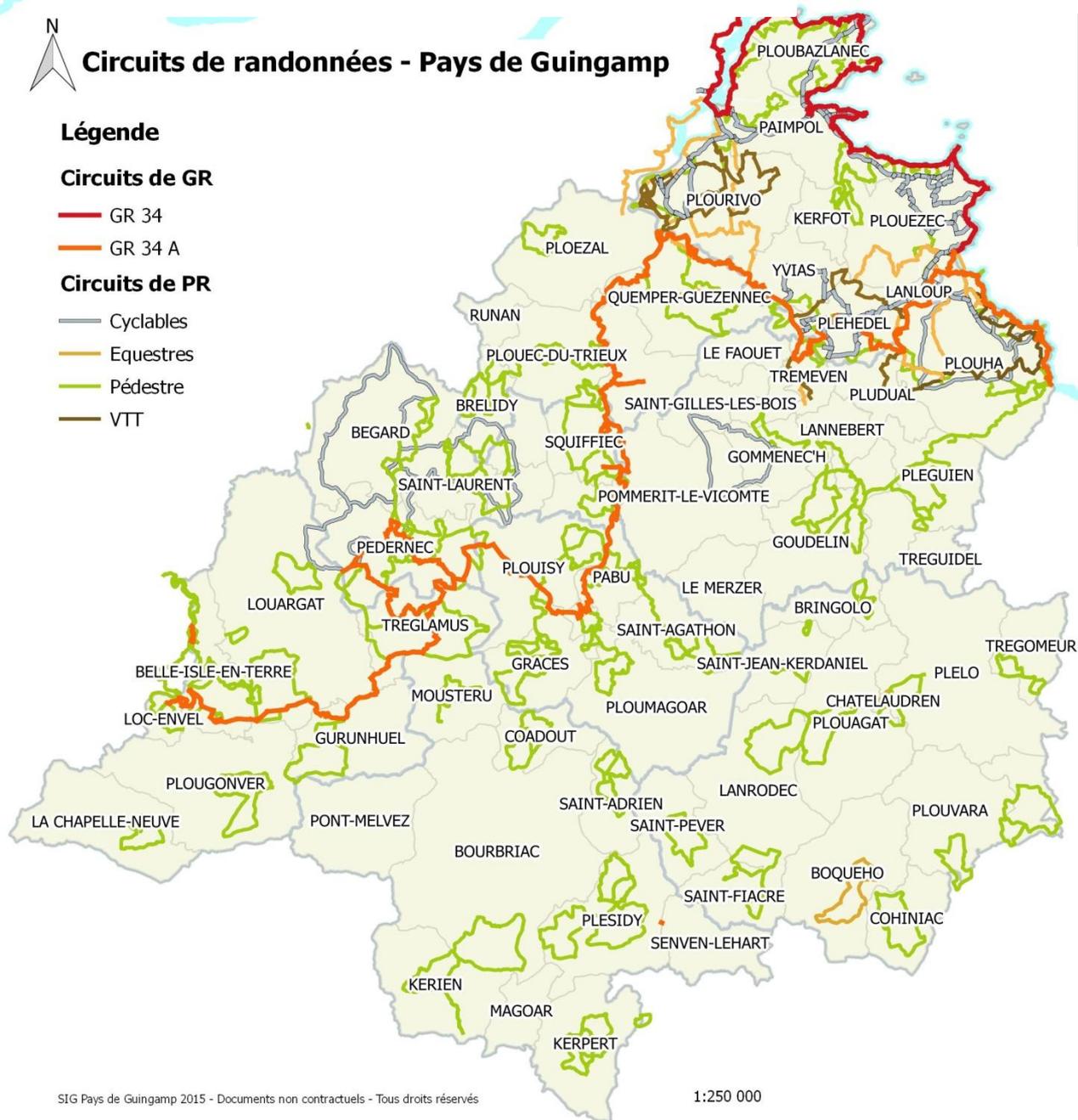
### Légende

#### Circuits de GR

- GR 34
- GR 34 A

#### Circuits de PR

- Cyclables
- Equestres
- Pédestre
- VTT



Circuits pédestres	813km
Circuits équestres	15 km
Circuits VTT	608 km
Circuits cyclo	99 km
Circuits « non renseigné »	88 km

*\*hors CCPG*

**+ Sentier des douaniers sur toute la côte**

**La randonnée en général reste l'un des thèmes les plus demandés**

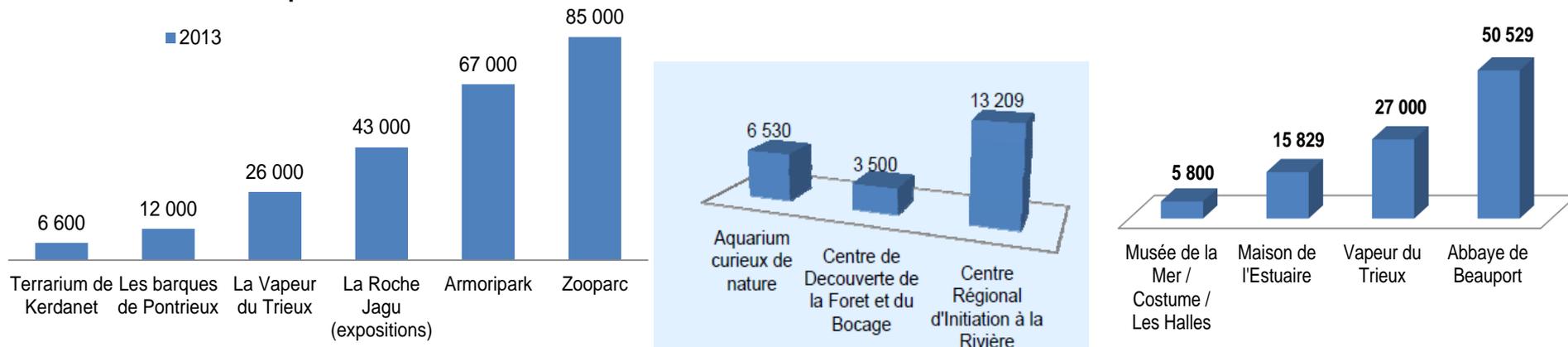
# L'offre culturelle et de loisirs



# Les principaux sites

**Pays de Guingamp** : 14 % de la fréquentation des sites des Côtes d'Armor

## Fréquentation des sites



**Ile de Bréhat** : > 320 000 visiteurs / an

*A proximité du Sud-Ouest du territoire :*

La Vallée des Saints à Carnoët : + de 80 000 visiteurs/an

# Données Clé par EPCI

EPCI	Sites/Animations majeurs	Nb Visiteurs /an Site majeurs	Nb animations/an	Nb salariés*	Taxe de séjour/an	dépense touristique estimée /an
<b>CC Belle-Isle-en-Terre</b>	Aquarium Curieux de nature ; Centre forêt bocage ; CRIR	20000	200	25	1 000,00 €	2 500 000,00 €
<b>Le Leff Communauté</b>	Terrarium de Kerdanet Zooparc de Tregomeur	75000	1500	57		4 000 000,00 €
<b>CC Paimpol Goëlo</b>	Abbaye de Beauport Vapeur du Trieux Maison de l'estuaire Musée de la mer Musée du Costume	100000		247	80 401,00 €	27 000 000,00 €
<b>CC Pays de Bégard</b>	Armoripark	60000		26	4 800,00 €	2 000 000,00 €
<b>Pontrieux Communauté</b>	La Roche-Jagu (150 000), La Vapeur du TRIEUX (13 000)	163000		24	10 000,00 €	4 500 000,00 €

\* hébergement/restauration

# Les principaux évènements

## **Pays de Guingamp :**

Près de 2000 évènements culturels et sportifs/an

Culture bretonne : Fête de la St-Loup, Festival Plinn, Fest-Noz...

Le réseau au fil de l'eau : valorisation du patrimoine industriel (50 communes)

Le programme d'animation de la Roche Jagu (site départemental)...

## **Sur la CC Paimpol-Goëlo :**

+ de 700 évènements/an (visites guidées, fest-noz, trails, expos, concerts...)

L'abbaye de Beauport (site départemental) «Escalaes de nuits, Beauport en voix»...

La fête des Islandais, des vieux gréements...

<b>Principaux événements</b>	<b>Participants</b>
Festival des Chants de Marins – PAIMPOL (tous les 2 ans)	140 000
Fête de la St Loup – GUINGAMP	60 000
Foire aux Puces – LANVOLLON	30 000
Fête des Jardins – PLOEZAL	23 000
Fête des Lavoirs – PONTRIEUX	10 000
Rando Muco – BELLE-ISLE-EN-TERRE	6 000
Festival Plinn - Bourbriac	3500

**Et des animations sur tous les EPCI ...**

# La position géographique : force ou faiblesse du Pays de Guingamp?

## Position « centrale » dans le département :

- Tous les aspects typiques de la Bretagne : du bord de mer au centre Bretagne
- Territoire qui rayonne en voiture par rapport au département 1H à l'est, à l'ouest, au sud,
- A 25 minutes de 13 sites touristiques
- Guingamp : à 25 minutes de la plage la plus proche
- Traversé par la RN12 ; au carrefour de grands axes de communication vers les principales agglomérations: St-Brieuc, Rennes, Brest, Morlaix, Lannion, Paimpol, Carhaix....
- Une accessibilité TGV qui mettra Paris à 2h30 de Guingamp, en 2015

Un réseau routier principal et secondaire de qualité, assez riche, rattaché à la N12 Rennes – Brest (sans péage)

- à 4 h 30 de Paris (par l'Autoroute A11)
- à 2 h 15 de Nantes
- à 1 heure de Rennes ou de Brest (en voiture)
- à 2h45 de Caen ; 3h30 de Rouen

Deux axes « nord-sud » :

- D 786 (voie côtière -en provenance de Saint-Malo, Saint-Brieuc et se dirigeant vers Paimpol, Tréguier, Lannion et Morlaix)
- D 6 (de Saint-Brieuc à Paimpol et passant en retrait de la bande côtière)

# La position géographique : force ou faiblesse du Pays de Guingamp?

## Les voies maritimes :

A partir de Roscoff (à 83 km de Guingamp– 1h10 trajet voiture)

-Plymouth (UK) jusqu'à 3 fois par jour

-Cork (Irlande) une fois par semaine.

A partir de Saint Malo (à 126 km de Guingamp– 1h30 trajet voiture)

-Portsmouth 1 fois par jour

-Guernesey - plusieurs liaisons/jour

A partir de Granville (à 189 km de Guingamp– 2h20 trajet voiture) : Jersey

## Les voies aériennes :

- Aéroport Saint Brieuc - Armor (24 km de Guingamp – 22 mn en voiture)

3 vols vers l'Italie et la Croatie, organisés ponctuellement au départ de Trémuson par des tours opérateurs français. Le tarmac briochin accueille aussi quelques avions d'affaires.

- Aéroport de Lannion (38 km de Guingamp – 37 mn en voiture)

1 vol par **AIRLINAIR tous les jours sur Orly Sud, tarif 250 à 400 euros suivant jours et heures de départ**

1 Vol par **Britair /Air France pour Paris Orly (1h15) tous les jours.**

- aéroport Dinard – Pleurtuit -Saint Malo

➔ Londres Stansted (45 mn avec Ryanair), East Midlands (Nottingham-45 mn) – vols quotidiens

➔ Guernesey (25 mn) tous les jours

# 6. AFOM et ENJEUX



- Echanges
- Travail en groupes

## Atouts

- Plages de baignade
- Loisirs nautiques
- Patrimoine culturel, architectural et religieux
- Paysages et atouts promenade
- Loisirs nature
- Charme « bucolique » apprécié des touristes
- Orientation sport, nature et découverte
- Animations, festivités
- Bon accueil réservé aux manifestations et animations organisées pour mettre en valeur le territoire
- Tranquillité, qualité de vie

## Faiblesses

- Difficulté pour locations de meublé et hébergements de groupe
- Une offre d'hébergement peu diversifiée et inégalement répartie
- Inaccessible et très rural
- Guingamp = ville de passage
- forte activité touristique seulement entre le 14 juillet et le 15 août
- Territoire qui souffre de sa situation géographique : trop éloigné de la côte, frais d'essence supplémentaires, vrai frein pour la location
- Pas de notoriété touristique
- Poids économique peu important au regard du potentiel

# Opportunités

- Projet de PEM de la gare de Guingamp
- Un tourisme industriel embryonnaire autour de la découverte des algues et des cultures marines.
- Le tourisme d'affaire
- Le tourisme nature/sportif ; Image « destination sport et nature » à développer (circuits de randonnées, VTT, potentiel aqualudique des rivières, maisons nature)
- Les séjours courts (excursionnisme -journée, week-end, weekend prolongé) dans des destinations proches ; préférence pour hébergement à la nuitée
- SRT : organisation spatiale renouvelée pour le tourisme breton avec la **mise en place des 10 Destinations touristiques de Bretagne, dessinées par l'observation des aires de fréquentation et la circulation des visiteurs en Bretagne.**

# Menaces

- Un urbanisme consommateur d'espace
- Homogénéisation des paysages
- Fermeture de commerce sur certains pôles touristiques qui ne peuvent fonctionner à l'année
- Surreprésentation des lits non marchands en comparaison des lits marchands
- Contexte économique difficile : les touristes maîtrisent leur budget et réduisent leurs dépenses
- Intensification de la concurrence
- Exigence croissante des touristes : ils veulent mieux et moins cher.
- Sous-estimation des élus locaux de l'impact économique représenté par le tourisme

# Enjeux à soulever dans un SCOT

**Quelles sont les perspectives de développement de l'offre touristique publique et privée ?**

→ Création de nouvelles offres

→ Renouvellement et réhabilitation de l'offre existante

**Quelle est la vision stratégique retenue sur les espaces dédiés au développement touristique?**

-Aménagement, valorisation et préservation d'un territoire « mis en tourisme »

-Équipements touristiques et de loisirs

-Hébergements marchands

-Programmation d'infrastructures routières et de transports collectifs

**Comment articuler une vision globale de long terme (SCOT) avec des aménagements touristiques opérationnels et une politique de maîtrise foncière?**

# Enjeux du Pays de Guingamp ?

Démarche « Nord Bretagne » (CAD 22 Septembre 2014) : 4 enjeux dont

*L'attractivité : tourisme (hors randonnée), espaces naturels, patrimoine*

SCOT Goëlo-Trégor :

- Poursuivre la politique menée par les collectivités en matière de Randonnée pédestre en complétant l'offre liée à cette thématique (diversification de l'offre vers le cyclable, équestre, VTT – développement de l'offre en hébergement et services dédiés (pique nique, portage des bagages, hébergement de groupe, collectif à des prix attractifs).
- Mettre en place une politique favorable au maintien et au développement hôtelier (classer les hôtels, réserve foncière, ...)
- Préserver et mettre en valeur le petit patrimoine (identifier, classer, sensibiliser les élus)
- Protéger et mettre en valeur les paysages identitaires et notamment ceux qui ne sont pas encore protégés,
- Renforcer l'hébergement touristique marchand
- Renforcer les pôles touristiques existants autours de leurs spécificités pour jouer sur les complémentarités plu que sur la concurrence entre les collectivités
- Développer les équipements culturels pour renforcer l'offre en manifestations et spectacles sur le territoire.
- Faire du Tourisme « Handicap » un axe fort du développement touristique du Goëlo-Trégor. (Embarcadère pour les activités nautiques adapté, identifier des sentiers pour PMR, ...)

# Echanges

- A rajouter au diagnostic : l'évolution par type d'hébergement depuis 10 ans
- Le territoire du Pays n'est pas marqué par la mono activité = une réelle force (phénomène de saisonnalité moins fort qu'ailleurs)
- Le territoire ne manque pas de potentiel, il existe bien mais il faut le « mettre en scène »,; consolider les « produits d'appel », valoriser les randonnées, entretenir les circuits (quotidiens pour les habitants et emblématiques pour les touristes) et développer l'offre d'hébergement à proximité des circuits
- ➔ Mettre en valeur et valoriser les systèmes de rando-gîtes comme équipements publics
- Ce qui attire le plus en Bretagne c'est l'humain, l'énergie. Les touristes apprécient la qualité de vie et la qualité des relations humaines. Le prospect principal est donc le citadin qui cher non seulement des paysages splendides mais des gens extraordinaires !

Travail intéressant à mener à l'échelle du SCOT : **la mobilité touristique**

Problématique de l'irrigation touristique : Le littoral ramène beaucoup de visiteurs : quelles autres locomotives sur le Pays pour rabattre ce potentiel vers les territoires qui en bénéficient moins? comment attirer la clientèle touristique vers le Sud du territoire? Comment créer les liens? ➔ une orientation du SCOT pourrait être d'amener la clientèle sur un axe Nord/Sud (cf. CCKB qui a travaillé avec les OT du littoral pour « rabattre » les touristes les jours de mauvais temps)

➔ enjeu de la mobilité touristique et des liaisons douces notamment dans les zones d'intérêt patrimonial et touristique (manière de les valoriser) : possible dans le PADD du SCOT mais moins aisé à retranscrire dans le DOO

➔ comment drainer l'activité touristique d'un territoire à l'autre?

➔ Comment mettre en cohérence les sentiers de randonnées (cf. Le tour de Manche à vélo par le CAD 22). Le GR34 est notre produit phare mais risque d'érosion et discontinuité à prendre en compte

➔ Inciter dans le SCOT les communes à retranscrire dans les PLU les sentiers de PR / identifier dans les PLU les liaisons douces faisant le lien entre différents territoires et différents sites culturels - Le PDIPR recense tous les chemins creux et PR

➔ Mettre en cohérence les aménagements cyclables entre les territoires et adapter la qualité de l'accueil aux touristes qui se déplacent à vélo

CPCG a pris la compétence de gestion et entretien des sentiers de GR et PR

Si le SCOT doit inscrire dans le PADD les sentiers de PR et GR, il faut également qu'il pose la question de leur entretien et leur retranscription dans les documents d'urbanisme

# Echanges

- *Le Pays de Guingamp regroupe 3 destinations, au-delà des frontières administratives d'où :*

- *Difficulté en terme d'identité*

- *Besoin de structurer l'offre*

- *Nécessité de travailler en cohérence et complémentarité et surtout pas en concurrence*

- ➔ *Nous sommes aujourd'hui à un carrefour en termes de dynamiques touristiques, à un virage en termes d'organisation.*

- ➔ *Le SCOT ne peut pas impulser une activité économique mais il peut orienter. Le secteur du tourisme est marqué par le foisonnement d'initiatives mais aussi un manque d'organisation et de cohérence.*

- *ENJEU : offrir des produits clé en main*

- *Il faut fixer une exigence de qualité ( un touriste déçu ne revient plus) en termes d'hébergement et de communication (signalétique).*

*Une réelle faiblesse est la signalétique : chaque collectivité a la sienne propre, ce qui induit superpositions voire contradictions*

- *Problématique de l'hébergement marchand = sa rentabilité. La mise aux normes est très coûteuses. Aujourd'hui de nombreux hôtels mal entretenus sont invendables. De la même façon pour les gîtes, nombreux il ya quelques années mais en baisse nette à cause des décès de leur propriétaires et de la nécessaire mise aux normes.*

## **CLIENTELE**

*Les touristes actuels sont déjà fidélisés. L'enjeu est d'arriver à les faire rester plus longtemps et à attirer de nouveaux touristes.*

*Le succès de la Vallée des Saints est la preuve que dans un « désert » on peut faire émerger une attractivité touristique.*

*La cible à aller chercher n'est pas forcément âgée : les citadins, les couples, les catégories CSP+ En effet, avec l'arrivée de la LGV, ce ne sont pas les familles qu'il faut cibler. Une étude de la DATAR a montré que les zones rurales attireraient plutôt les CSP +.*

*Enjeu : partage de la clientèle touristique entre le Nord et le Sud ; il faut que le SCOT aiguille et permette de porter politiquement cette stratégie touristique globale,, axée sur la complémentarité des différentes zones (littorales, rétro-littorales et rurales) constituant le Pays de Guingamp*