

LE TOURISME

Un vecteur d'attractivité et d'hospitalité
pour la métropole de Brest



SMDE
CAP 2030

STRATÉGIE
MÉTROPOLITAINE
DE DÉVELOPPEMENT
ÉCONOMIQUE

Impulser,
accompagner,
accélérer
les transformations

Hervé
Belloc

Ici à Brest,

À la pointe de la Bretagne, nous tirons notre énergie de l'océan et de la terre pour la mettre au service de toutes celles et ceux qui y vivent, s'y installent, étudient, travaillent et portent des projets. Nous croyons en la force du collectif et de la solidarité. Ces valeurs bretonnes constituent le moteur de notre action, dans la vie professionnelle comme dans la vie associative ou personnelle. Nous tirons notre fierté d'être un port ouvert sur le monde, de nos savoir-faire agricoles et agro-alimentaires, d'une vie culturelle intense et fertile. Nous avons historiquement le goût de la connaissance et de l'innovation, incarné aujourd'hui par un écosystème de recherche et de formation d'excellence, clé de voûte du potentiel de développement du territoire. Pour nous, l'exploration des possibles est aussi nécessaire que l'oxygène que l'on respire. Nous développons un art de vivre unique, fait de liens tissés, de dynamique collective et de culture partagée. C'est sur ce terreau fertile que nous nous appuyons pour impulser, accompagner et accélérer les transformations.

Parce qu'il est tout à la fois une source d'emplois pour la population locale, un levier d'attractivité pour les entreprises et leurs collaborateurs, une offre de loisirs et de découverte pour les habitants, le tourisme représente une composante forte du développement économique. C'est pourquoi, à l'occasion de la révision de la Stratégie Métropolitaine de Développement Économique Cap 2030, Brest métropole a lancé pour la première fois une réflexion spécifique sur le développement touristique de son territoire.

||

Nous voulons inscrire le tourisme comme un vecteur essentiel du développement économique de notre territoire et définir un cap qui favorise un développement harmonieux et durable de la métropole brestoise. ||

François Cuillandre
Président de Brest métropole

UN PROCESSUS D'ÉLABORATION BASÉ SUR LA CONCERTATION

Au sein du processus de révision de la SMDE Cap 2030, l'élaboration de la stratégie Tourisme de Brest métropole s'est appuyée sur une démarche rigoureuse d'analyse, de consultation et de concertation. Un diagnostic complet du territoire a permis de poser les bases d'une réflexion solide pour pouvoir adopter des orientations stratégiques et un plan d'actions répondant au plus près des besoins du territoire.

Ce travail collectif a rassemblé plus de 200 participants et participantes d'horizons divers, dont les citoyens et citoyennes de la métropole, via la plateforme en ligne « jeparticipe.brest.fr »

Le processus de concertation en quelques chiffres

120 entretiens

avec des professionnels

1 journée des acteurs du tourisme

8 ateliers de concertation
(80 participants)

105 contributions
(professionnelles et citoyennes)



LE TOURISME À BREST MÉTROPOLE : UN SECTEUR ÉCONOMIQUE RELATIVEMENT RÉCENT

Le tourisme est un phénomène relativement récent sur le territoire de la métropole de Brest : après la reconstruction de la ville à suite à la guerre, ce n'est qu'à partir des années 1990 que l'on observe un premier grand tournant, avec la création d'Océanopolis (1990) et le lancement des fêtes maritimes internationales de Brest (1^{ère} édition en 1992), puis dans les années 2000 avec l'inauguration de l'aérogare (2007), la nouvelle ligne de tramway (2012), l'ouverture des Ateliers des Capucins et la labellisation Ville d'art et d'Histoire de Brest (2017) ou récemment la création du Bureau des Congrès (2019).



© Julien Ujor / Brest métropole

Une identité propre

Le territoire se singularise aujourd'hui par une attractivité autour de trois axes majeurs : la mer, la culture et le patrimoine et la nature.

- **une identité maritime forte** : au travers des ports de plaisance et du port de commerce, de la Marine nationale, des croisières, de la Rade, grande baie protégée de 350 km de linéaire côtier et d'une superficie de 180 km², offrant de magnifiques points de vue et de multiples usages, des départs vers les îles de la mer d'Iroise et vers la presqu'île de Crozon, des grandes manifestations nautiques comme les Fêtes maritimes, Brest port des records, des équipements comme Océanopolis (1^{er} équipement touristique payant de Bretagne) et plus récemment la galerie des innovations maritimes 70.8, vitrine du Campus mondial de la mer.



© Mathieu Le Gall / Brest métropole

- **une vie culturelle riche et attractive** : la culture et le patrimoine au travers d'équipements d'envergure nationale voire internationale, comme la scène nationale du Quartz (1^{ère} scène française en fréquentation de public hors Paris), les Ateliers des Capucins, accessibles directement en téléphérique, la Carène, les fêtes et festivals (Astropolis, le Festival européen du film court, ...), le centre national des Arts de la rue « Le Fourneau », le musée des beaux-arts, l'architecture de la reconstruction, le musée de la Marine, la Tour Tanguy, l'abri Sadi Carnot, le musée de la fraise et du patrimoine et l'arrivée récente du Canot de l'Empereur.

- **La nature**, avec notamment la presqu'île de Plougastel, le parc de Bodonou, le bois de Keroual ou encore le Conservatoire botanique national de Brest. Sentiers du littoral, espaces naturels ou espaces verts remarquables, la métropole brestoise, riche de 70 % d'espaces naturels et agricoles, offre de nombreuses possibilités pour les randonneurs, qu'ils soient à pied, à cheval ou à vélo.

La métropole de Brest enregistre également une activité d'événementiels d'affaires bien installée (accueil de plus de 40 000 congressistes par an avant la crise COVID), avec des infrastructures d'accueil de dimensions et caractères variés : le Quartz, Brest Expo, la Brest Arena, Océanopolis, les Ateliers de Capucins.



© Damien Coret / Brest métropole

Franchir une marche et s'affirmer comme une véritable destination de tourisme urbain

Si la progression des nuitées (+ 9,8 % entre 2017 et 2019) montre l'intérêt de plus en plus marqué pour la destination, l'ambition est aujourd'hui de franchir une marche dans la construction touristique et dans la mise en récit de notre territoire.

||
Notre démarche : mettre au cœur de notre réflexion les attentes et les besoins des visiteurs et des professionnels, en prenant en compte les impacts économiques, sociaux et environnementaux actuels et futurs pour notre territoire. ||
Armel Gourvil,
Vice-président délégué au tourisme de Brest métropole

Une triple ambition

CONCILIER DÉVELOPPEMENT SOUTENABLE DU TERRITOIRE ET AUGMENTATION DES RETOMBÉES ÉCONOMIQUES DU SECTEUR

Le tourisme est appelé à jouer un rôle majeur dans le redressement post Covid des économies nationales et du commerce mondial, ainsi que le relève l'édition 2022 du rapport 'World Economic Situation and Prospects' (Situation et perspectives de l'économie mondiale) établi par l'ONU.

Qu'il soit de loisirs ou d'affaires, il constitue en effet un secteur essentiel, de et pour l'économie. Il participe activement à la performance économique des

territoires, par son importance et par l'impact qu'il peut avoir sur d'autres secteurs d'activités qui lui sont connexes comme les transports, la construction (hébergements), le commerce local, la culture, le sport, etc. Notre ambition aujourd'hui est de protéger nos richesses patrimoniales et de faire en sorte que le tourisme bénéficie au développement économique de notre territoire, avec un partage des bénéfices pour toutes et tous.

S’AFFIRMER COMME UNE DESTINATION TOURISTIQUE SINGULIÈRE, EN MOUVEMENT PERMANENT

La destination a connu des changements majeurs ces 10 dernières années, qui ont permis de d’entamer une transformation de son image. La métropole de Brest doit maintenant affirmer un positionnement plus offensif et plus audacieux, à l’appui d’une identité singulière qui s’articule autour de deux univers principaux : d’un côté, la maritimité avec la rade de Brest, l’exploration comme des éléments identitaires de la métropole au bord de l’océan. De l’autre, l’authenticité et l’hospitalité brestoises.

Viennent compléter le positionnement de la destination, les transformations récentes de la ville avec le port du château, le tramway (dont la 2^e ligne doit être en service en 2026) et le téléphérique reliant le plateau des Capucins, et le 70.8, des nouveaux tiers-lieux avec l’ouverture prochaine de la PAM, ancienne imprimerie reconvertie en tiers lieu social et solidaire, les démarches culturelles innovantes, l’identité bretonne...

Brest en un mot, vue par les acteurs du territoire



CONFORTER LA PLACE DE LA MÉTROPOLE BREST COMME L'UNE DES PORTES D'ENTRÉE INCONTOURNABLES DE LA POINTE BRETONNE

La métropole de Brest joue et doit continuer à jouer un rôle particulier au sein de la destination touristique « Brest Terres Océanes » : elle en est la porte d'entrée par son positionnement géographique, par sa notoriété, par la présence de l'aéroport, du port et de la gare. Elle concentre les activités de tourisme d'affaires, de tourisme urbain, les grands équipements, l'événementiel et une offre hôtelière en progression.

À l'interface avec d'autres sites de grand intérêt comme la presqu'île de Crozon, les Abers, la Mer d'Iroise, Landerneau ou encore Ouessant. La métropole de Brest est aussi un pôle urbain important avec de grandes potentialités d'accueil.

Un plan d'actions structuré autour de 3 enjeux thématiques et 1 enjeu transversal

3 ENJEUX THÉMATIQUES



S'AFFIRMER COMME UNE DESTINATION DE TOURISME URBAIN POUR PASSER D'UNE DESTINATION D'EXCURSION À UNE DESTINATION DE COURT-SÉJOUR



CONFORTER LA PLACE DE BREST SUR LE MARCHÉ DU TOURISME D'AFFAIRES



INCARNER ET FAIRE VIVRE PLEINEMENT LA « MARITIMITÉ » DE LA DESTINATION. RENFORCER L'EXPÉRIENCE TOURISTIQUE PAR LA MISE EN RÉCIT DU TERRITOIRE

1 ENJEU TRANSVERSAL

ADAPTER LA GOUVERNANCE ET METTRE EN PLACE UNE ORGANISATION ET DES MOYENS POUR CONCRÉTISER L'AMBITION TOURISTIQUE

- Par des aménagements et parcours qualitatifs, pensés pour les touristes et les habitants
- Par des offres et des services adaptés aux attentes des touristes de demain
- Par des expériences authentiques et de qualité : culture, création, événements, sport, nature...



© Pierre-François Wainas / Brest métropole

LE PLAN D' ACTIONS

Volet Aménagement et mobilités

La réalisation de projets d'aménagement structurants comme le tramway, le téléphérique ou encore le plateau des Capucins participent au développement de l'attractivité touristique de la métropole.

Les 7 actions de ce volet s'inscrivent dans la poursuite de cette dynamique et ont pour but d'améliorer la qualité des espaces urbains et de favoriser la déambulation touristique.

PROJET MÉTAMORPHOSE D'OCÉANOPOLIS

Équipement phare de la Métropole de Brest, Océanopolis a fêté ses 30 ans en 2020. Ce grand projet de rénovation vise à préparer Océanopolis à répondre aux enjeux des prochaines décennies, tout en tenant compte des attentes des visiteurs.

RENFORCER LA MISE EN TOURISME DES AMÉNAGEMENTS ENTRE LE PORT DU CHÂTEAU ET LE 1^{ER} BASSIN ET SUR LE SITE DU MOULIN BLANC

Plusieurs zones stratégiques pour l'attractivité touristique de la Métropole sont en pleine mutation, dont l'espace entre le Port du Château et le 1^{er} bassin, avec un projet de nouvelle gare maritime, le déménagement du Fourneau, l'arrivée d'une nouvelle résidence hôtelière, la plage et le port de plaisance du Moulin Blanc avec le lancement d'une étude pour le plan-guide du site en 2021. Ces zones sont centrales du point de vue du rayonnement de la destination. L'enjeu de l'appropriation touristique de l'espace doit irriguer l'ensemble de ces projets.



ASSURER LA MISE EN TOURISME DES SITES

En 2021, le Groupement d'Intérêt Public (GIP) Brest Terres Océanes a lancé une étude d'aménagement pour la rade de Brest. Des préconisations ont été proposées pour 24 sites stratégiques afin de développer le potentiel touristique de la rade par l'amélioration des espaces publics et naturels et la réalisation d'aménagements spécifiques. Pour la métropole de Brest, il s'agira notamment d'assurer la mise en tourisme du Phare du petit Minou à Plouzané.

AMÉLIORER LA LIAISON OCÉANOPOLIS-PORT DU CHÂTEAU ET RENFORCER L'OFFRE DE VÉLOS EN LIBRE-SERVICE

La mobilité est un critère majeur des parcours touristiques et illustre le caractère moderne et durable d'une destination.

Pour Brest métropole, les efforts se porteront sur la liaison entre Océanopolis et le Port du Château et sur le développement de l'offre de location de vélos en libre-service, encore récente sur la métropole (lancement du réseau VéloZef en juin 2021).

INTÉGRER L'ENJEU TOURISTIQUE DANS LA MISE EN PLACE D'UNE NAVETTE MARITIME

Brest Métropole travaille sur la mise en place d'une navette maritime façon bateau-bus reliant Le Relecq-Kerhuon, Plougastel, Brest (Port de Commerce et Océanopolis) et Sainte-Anne-du-Portzic. Des études de faisabilité technique et d'opportunité, lancées en 2020, doivent s'achever en 2023, avec comme objectif de répondre aux attentes des habitants et des touristes.

CRÉER UNE AIRE D'ACCUEIL DE CAMPING-CARS

Aujourd'hui, en l'absence d'une aire d'accueil dédiée pour les camping-cars, des parkings comme le parking d'Océanopolis sont utilisés. Afin d'éviter les conflits d'usage et de mieux accueillir cette clientèle en forte croissance, la métropole de Brest va lancer une nouvelle étude de faisabilité, qui permettra d'identifier un modèle économique et des sites d'accueils adaptés.

FAVORISER LA DÉAMBULATION EN CŒUR DE MÉTROPOLE ET MULTIPLIER LES PARCOURS

La qualité de la déambulation est un des piliers du tourisme urbain. Si les visites guidées ainsi que les cartes touristiques donnent de bons repères aux touristes, la création d'une signalétique - en complément de l'organisation et du développement du guidage à l'échelle des sites et équipements à enjeux - permettra d'identifier plus facilement différents parcours de découverte, pour des touristes aujourd'hui de plus en plus autonomes dans leurs déplacements.

Volet Marketing

Le marketing de la destination est une déclinaison centrale de la stratégie de développement touristique. Cet axe a pour objectif de poursuivre le travail mené par l'office de tourisme, en le recentrant sur le nouveau positionnement de la destination et les clientèles-cibles identifiées et en le coordonnant avec l'ensemble des acteurs.

REPENSER LES ESPACES D'ACCUEIL DE L'OFFICE DE TOURISME DE BREST MÉTROPOLE

L'office de tourisme doit être pensé comme la vitrine de la destination, par son emplacement, et par les services annexes qu'il apporte. L'office de tourisme de Brest métropole devra intégrer la complémentarité entre accueil humain et numérique pour des touristes de plus en plus connectés et renforcer le déploiement de l'information touristique « hors les murs ».

CONCEVOIR UN PLAN MARKETING DE L'OFFICE DE TOURISME DE BREST MÉTROPOLE

Bras armé de la métropole brestoise dans la mise en œuvre de la politique tourisme, l'office de tourisme devra décliner les axes de la stratégie au sein d'un nouveau plan de marketing, s'assurer de la cohérence avec les stratégies existantes (Brest Life, Brest Terres Océanes, etc.) et les grands équipements métropolitains.



CONFORTER LA FILIÈRE DES RENCONTRES PROFESSIONNELLES

La métropole de Brest propose aujourd'hui divers espaces pouvant accueillir de l'événementiel, ce qui en fait un secteur à haut potentiel pour le développement touristique métropolitain. Il s'agit d'une part de mener une réflexion en concertation avec les acteurs de la filière sur l'évolution de l'offre et la capacité d'accueil des lieux de congrès et d'autre part de renforcer l'activité du Bureau des congrès dont la mission principale est de développer l'accueil de congrès sur la destination.

DÉVELOPPER L'IMAGE ET LES RETOMBÉES ÉCONOMIQUES ET COMMERCIALES DE LA FILIÈRE CROISIÈRE

La croisière a connu un fort essor à Brest (+70 % de croisiéristes entre 2013 et 2019), ce qui en fait une filière importante pour le développement touristique métropolitain. Dans le contexte de reprise de l'activité post COVID 19, la Métropole de Brest souhaite que la filière profite davantage à son image touristique et maritime et au développement économique des entreprises du territoire. Les actions de prospection et la promotion du port et de la destination auprès des armateurs devront intégrer ces objectifs en proposant des nouveaux programmes touristiques aux croisiéristes de façon à maximiser les retombées touristiques sur le territoire.

DÉVELOPPER LES BREST CITY PASS/ PASS PARCOURS OCÉAN

Le Brest city Pass/parcours océan propose depuis deux ans, une offre groupée attractive à la fois au niveau tarifaire mais également dans son offre et ses suggestions.

Pour inciter les visiteurs à prolonger leurs séjours et générer des retombées en matière de nuitées sur le territoire, ce pass pourra être ouvert à d'autres sites et/ou d'autres thématiques.



© Frank Bétermin / Brest métropole

COLLECTER ET EXPLOITER LES DONNÉES AU SERVICE DE LA STRATÉGIE TOURISTIQUE

Avec la croissance du numérique, les acteurs touristiques cumulent de plus en plus de données sur le profil des touristes, leurs préférences, leurs habitudes de consommation, etc. Mutualiser les données récoltées permettrait de pouvoir proposer des produits « à la carte », répondant aux besoins et envies de chacun. Ces données devront également servir d'indicateurs pour mesurer les retombées de ce plan d'actions.

ANCER LA POLITIQUE ÉVÉNEMENTIELLE DANS LA STRATÉGIE DE LA MÉTROPOLE

L'objectif est d'étoffer l'offre événementielle en lien avec le positionnement touristique pour assurer l'animation de la métropole, notamment dans les périodes entre les éditions des Fêtes Maritimes.

DÉVELOPPER UNE POLITIQUE COORDONNÉE POUR LES LIGNES AÉRIENNES QUI PRÉSENTENT UN ENJEU RÉCEPTIF

Une réflexion commune avec l'aéroport et les compagnies aériennes permettra de repérer les lignes aériennes à enjeux pour les clientèles touristiques, de définir un plan de promotion concerté et d'améliorer l'accueil des touristes arrivant par l'aéroport de Brest.



Volet Gouvernance et organisation

La multiplicité des acteurs sur notre territoire est un véritable atout. Pour autant, il faut penser la valorisation et la commercialisation de notre offre touristique de manière globale. Animer et coordonner notre stratégie à l'échelle des acteurs métropolitains du tourisme (Office de Tourisme, patrimoine, marketing territorial, développement économique), permettra de garantir la cohérence et l'efficacité de nos actions.

COORDONNER L'ENSEMBLE DES GRANDS PROJETS AYANT UN IMPACT SUR L'ACTIVITÉ ET L'OFFRE TOURISTIQUE

Des projets d'aménagement structurants et la rénovation d'une série d'équipements métropolitains sont en cours, tels que le projet Métamorphose d'Océanopolis, la rénovation du Quartz, du Musée des Beaux-Arts, du Musée de la Fraise et du Patrimoine à Plougastel.

Désormais dotée d'une stratégie de développement touristique, la Métropole doit renforcer la coordination et la transversalité, pour s'assurer que l'ensemble de ces projets sont cohérents avec le positionnement et la stratégie touristique.

DÉVELOPPER LA MISSION D'INGÉNIERIE ET D'ACCOMPAGNEMENT DES ACTEURS

Un travail d'accompagnement doit être mis en œuvre pour favoriser à la fois l'adaptation de l'offre existante et l'émergence de nouveaux projets sur le territoire de la Métropole en assurant le développement et la cohérence de l'offre touristique.

DESIGNER UN PILOTE DE LA STRATÉGIE TOURISTIQUE MÉTROPOLITAINE



SMDE CAP 2030

STRATÉGIE
MÉTROPOLITAINE
DE DÉVELOPPEMENT
ÉCONOMIQUE